

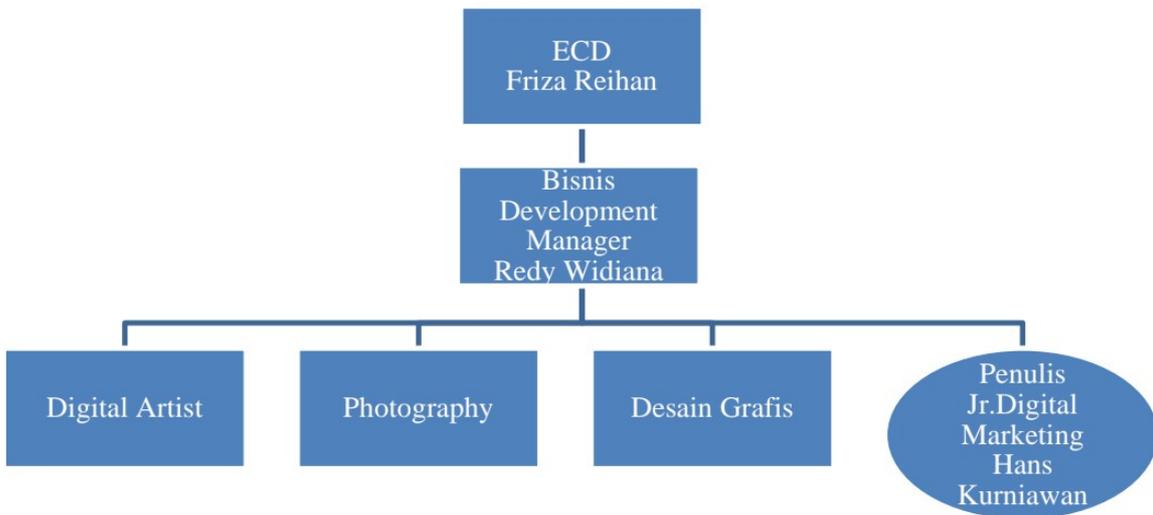
## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Posisi penulis dalam perusahaan adalah sebagai *junior digital marketing* yang berada di bawah naungan *Bisnis Development manager* Redy Widiana. Tetapi pada prakteknya, penulis berkesempatan bekerja langsung dengan ECD Friza Reihan.

Sumber: Dokumentasi Pribadi. 2020



Gambar 3. 1 Struktur Bisnis Development Departemen

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Selama penulis melakukan praktek kerja magang, yang di mulai tanggal 20/06/2020 sampai tanggal 23/09/2020 ada beberapa tugas yang dikerjakan. Berikut merupakan tugas yang telah diberikan oleh pembimbing dan penulis kerjakan.

Tabel 3. 1 Tugas Utama yang Penulis Lakukan.

No	Jenis Pekerjaan	Tujuan	Koor	Durasi	Output
1	-Pengenalan sosial media secara umum -Belajar pembuatan iklan menggunakan sosial media (Facebook dan Instagram) -Perkenalan scheduling sosial media	-Masa orientasi kantor	Friza reihan	20-06-2020 \ 26-06-2020	Memahami dasar- dasar penggunaan sosial media
2	- Mengetahui alur perusahaan, tentang proses pemotretan, pembuatan dekorasi, seleksi awal hasil foto untuk konten sosial media	Melakukan asistensi di kegiatan pemotretan, dekorasi background, memilih hasil foto dan menyerahkan ke atasan	Friza Reihan	29-06-2020 / 03-07-2020	Mengetahui Sop pekerjaan yang ada di dalam perusahaan
3	- Mencari referensi untuk iklan klien	Mengetahui apa yang dilakukan oleh merek lain, saat melakukan iklan di sosial media.	Friza Reihan	06-07-2020 / 12-07-2020	Pembuatan laporan singkat tentang apa yang dilakukan oleh merek lain dan menjadi referensi untuk pemotretan barang klien.

4	- mengunggah sosial media konten -Pembuatan alur jadwal unggahan	Mengatur timeline sosial media	Friza Reihan	13-07-2020 / 17-07-2020	mengunggah sosial media Hi Story Studios secara rapi dan sesuai dengan waktunya
5	- Membuat review / analisa konten yang diunggah di sosial media Hi Story Studios	Melihat apakah unggahan mencapai target konsumen yang dituju	Friza Reihan	20-07-2020 / 26-07-2020	Menyampaikan laporan hasil analisa unggahan dan rekomendasi atas konten yang dibuat dan rencana ke depan. Keefektifan serta target market yang ingin dicapai.
6	- Belajar penggunaan paid promote dan cara mengaplikasikannya	Mempelajari berapa dana yang harus dikeluarkan dan siapa target marketnya	Friza Reihan	27-07-2020 / 31-07-2020	Memahami siapa target market dari unggahan yang ingin di iklankan serta berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk mencapai target.
7	-Mencari email calon klien dan sosial media -Menyebarkan portofolio kepada calon klien via email dan pesan singkat - Membalas dan merespon calon klien	-Mencari email klien melalui sosial media dan mengirimkan portofolio	Friza Reihan	03-08-2020 / 09-08-2020	Menyebarkan 50 portofolio melalui email, mengirimkan portofolio sebanyak 150 melalui instagram, membalas pesan hasil dari menyebar portofolio dan dari beriklan.
8	-Mencari referensi pemotretan harian	Mengikuti meeting dengan klien,	Friza Reihan	10-08-2020 /	Melihat proses penandatanganan kontrak

	-Mengikuti meeting bersama klien (Dana Hadi)	mencatat referensi foto sesuai dengan yang diinginkan dari hasil meeting		14-08-2020	kerja jangka panjang, dan negosiasi antara perusahaan.
9	-Mengikuti pemotretan untuk klien - Membalas pesan di Instagram dan email dari calon klien	Membantu tahap pemotretan untuk pembuatan iklan harian dan membalas pesan dari calon klien	Friza Reihan	17-08-2020 / 23-08-2020	Mempelajari cara mengoperasikan kamera, memahami kriteria foto yang diterima seperti apa Mendapatkan klien dan beberapa calon klien
10	- Melakukan unggahan dan jadwal sosial media selama satu minggu	Mengatur timeline sosial media dan mengatur waktu unggahan	Friza Reihan	24-08-2020 / 28-08-2020	-Timeline sosial media Hi Story Studios tertata dan mendapatkan approval dari spv untuk timeline berikutnya.
11	- Membuat review, analisa content selama satu minggu lalu	Melihat apakah unggahan mencapai target konsumen yang di tuju	Friza Reihan	31-08-2020 / 04-09-2020	Mengetahui apakah unggahan sudah sesuai dengan target pasar dan dengan budget yang dikeluarkan sudah pas
12	-Mencari referensi untuk pemotretan (harian) -Mengikuti rapat dengan klien (Frank and Co)	Mengikuti rapat dengan klien, mencatat referensi foto sesuai dengan yang diinginkan	Friza Reihan	07-09-2020 / 13-09-2020	Mengetahui cara meeting dengan klien cara pitching sebuah ide dan mencari referensi yang klien inginkan
13	-Mencari referensi untuk pemotretan (Frank and Co) dan memberikan hasil	Mempelajari cara pitching dengan klien dan memberikan penawaran	Friza Reihan	14-09-2020 / 18-09-2020	Memberikan hasil pencarian kepada atasan dan membuat perbaikan jika terdapat gambar

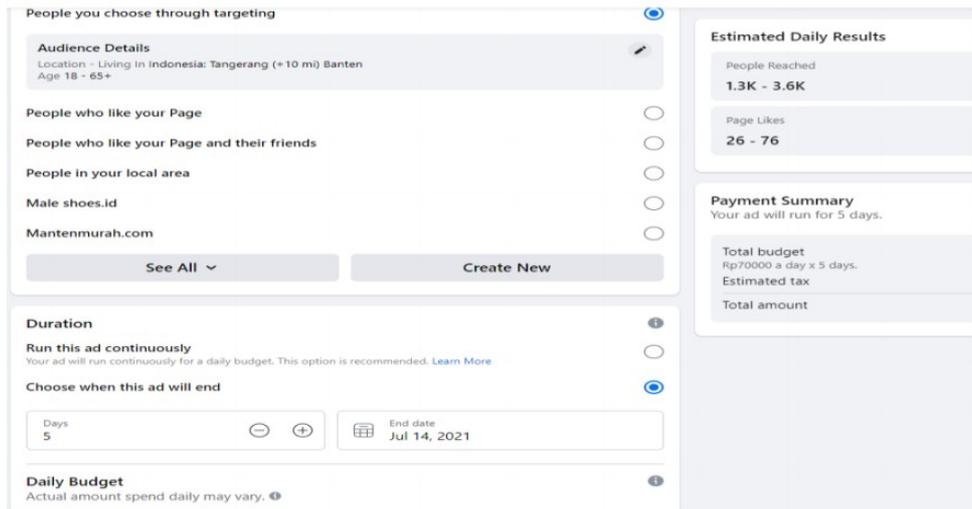
	revisi				yang tidak cocok atau tidak sesuai setelah diserahkan kepada atasan
14	Serah terima pekerjaan kepada admin Hi Story Studios	Menyerahkan data2 yang dipegang kepada admin	Reddy Winata	21-09-2020 / 23-09-2020	Menyelesaikan periode magang di Hi Story Studios

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

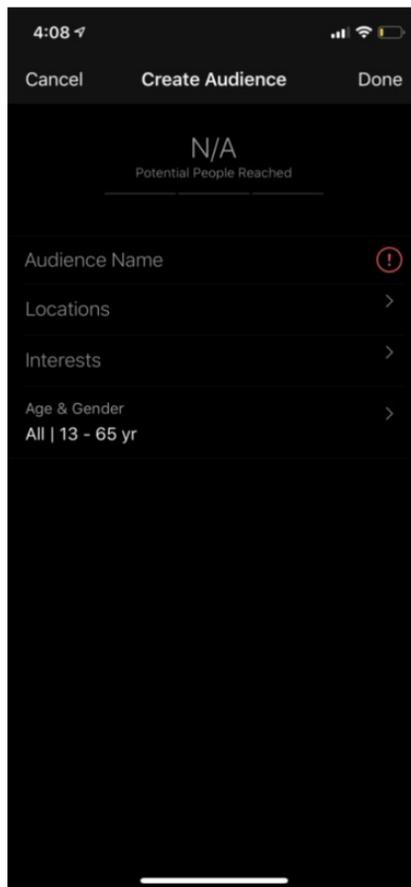
1. Pengenalan sosial media, cara pembuatan iklan menggunakan sosial media serta penjadwalan waktu unggah di sosial media.

Pertama kali penulis bekerja di Hi|Story Studios penulis di berikan pengarahan selama beberapa hari di mulai dari apa sih sosial media dan mengapa sosial media merupakan hal yang digunakan untuk beriklan penulis dijelaskan bahwa sosial media lebih banyak dan mudah di akses dan saat ini orang- orang tidak bisa terlepas sosial media apa lagi terlepas dari gadget karena sudah bagian dari hidup mereka, oleh karena itu beriklan di sosial media lebih menjadi sebuah peluang, penulis juga di jelaskan bagaimana cara menggunakan Instagram ads dan facebook ads. Pada saat dijelaskan penggunaan facebook ads lebih sulit di karenakan data yang ada lebih terperinci di bandingkan Instagram ads yang lebih simple. Selain itu penulis juga di jelaskan tentang unggahan yang selama ini dilakukan oleh Hi|Story Stuidios, waktu dan jam untuk mengunggah seharusnya pagi sekitar jam 10 setiap harinya dan juga di selingi dengan Instagram story tetapi untuk sekarang hal tersebut belum tercapai dan waktu unggahan, masih menunggu admin untuk memiliki waktu dan terkadang tertunda di karenakan proses pembuatan unggahan itu sendiri



Gambar 3. 2 Tampilan Facebook ads

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020



Gambar 3. 3 Tampilan instagram ads

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020

## 2.mengikuti kegiatan pemotretan pertama kali

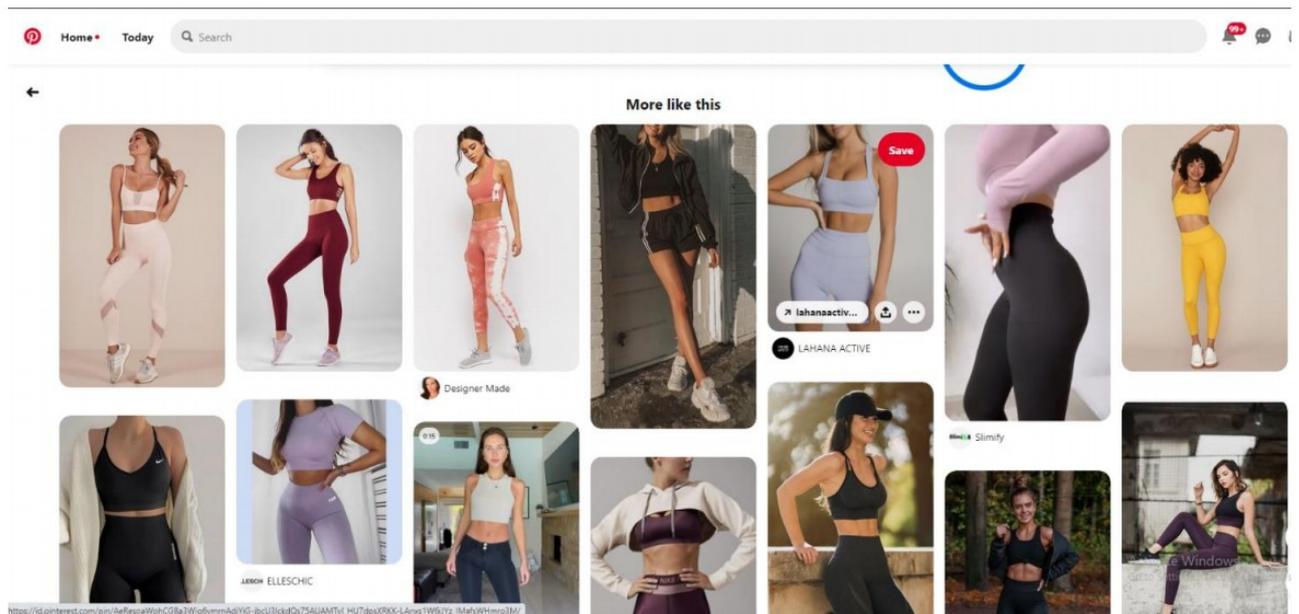
Pada minggu ke-2 penulis diminta untuk membantu dalam proses pemotretan harian Bersama dengan team inventory, di mulai dari proses penerimaan barang yang dimulai dari beberapa hari sebelum pemotretan berlangsung, barang yang diterima ada yang melalui kurir maupun di antarkan langsung oleh pelanggan setelah barang di terima, barang tidak langsung di buka melainkan di urutkan pada hari apa mereka melakukan pemotretan, setelah barang di urutkan barulah barang di buka dan di setrika menggunakan mesin uap di karenakan pada saat itu studio melakukan foto produk untuk baju dan celana. Setelah membantu proses merapikan barang penulis, pertama kali dating pada saat sesi pemotretan di mulai dari pengangkatan lampu, melakukan settingan kamera serta selama menunggu penulis dijelaskan penggunaan cahaya yang terdapat di studio dan cara mengatur kamera dan tujuannya. Setelah sesi pemotretan penulis diberi kesempatan untuk melakukan proses seleksi untuk hasil gambar yang tidak sesuai dengan ciri-ciri seperti mata model yang terpejam, lampu pencahayaan yang tidak sesuai, gambar yang tidak jelas, ekspresi wajah model yang tidak tepat. Pembuatan dekorasi pada saat itu adalah memindahkan kursi dan bangku yang ada harus segera di siapkan, pot bunga juga menjadi salah satu background yang di gunakan serta kain.



Gambar 3. 4 contoh seleksi pemotretan

Sumber: Dokumentasi perusahaan,2020

### 3.Melakukan Pencarian Referensi



Gambar 3. 5 Akun Pinterest Perusahaan

Sumber: Dokumentasi Pribadi.

Salah satu tugas utama penulis adalah mencari referensi untuk pemotretan klien, menggunakan aplikasi Pinterest. Sebelumnya Hi|Story Studios akan mendata atau meminta konsep foto yang mereka inginkan setelah itu penulis mencari referensi sesuai dengan jenis yang klien inginkan, detail apa yang ingin ditonjolkan terhadap barang tersebut. Setelah itu diserahkan kepada atasan penulis, jika disetujui maka akan disusun menjadi sebuah *guideline*. Tetapi data yang penulis temukan dari Pinterest maupun Instagram tidak selalu di terima oleh atasan penulis, banyak foto yang telah penulis kumpulkan akan di tolak sehingga pencarian data referensi dapat berlangsung lama dan tantangan lain dari penulis adalah dalam satu hari sesi pemotretan terdapat 5-15 merek dan masing masing mempunyai keinginan dan referensi yang di berikan terhadap atasan penulis, sehingga pencarian referensi tidak dapat berjalan dengan cepat dan mudah terkecuali untuk beberapa klien yang sudah memberikan beberapa contoh yang mereka inginkan atau mereka sudah mempunyai referensi dari hasil pemotretan Hi|Story studios sebelumnya



Gambar 3. 6 *Guidebook* Pemotretan Harian  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi. 2020



Gambar 3. 7 *Guidebook* Pemotretan Harian  
 Sumber: Dokumentasi Pribadi. 2020

Tetapi untuk beberapa klien tertentu seperti Frank & Co penulis juga melakukan *benchmarking* dengan pesaingnya yaitu Tiffany & Co salah satu pesaing Frank & Co.

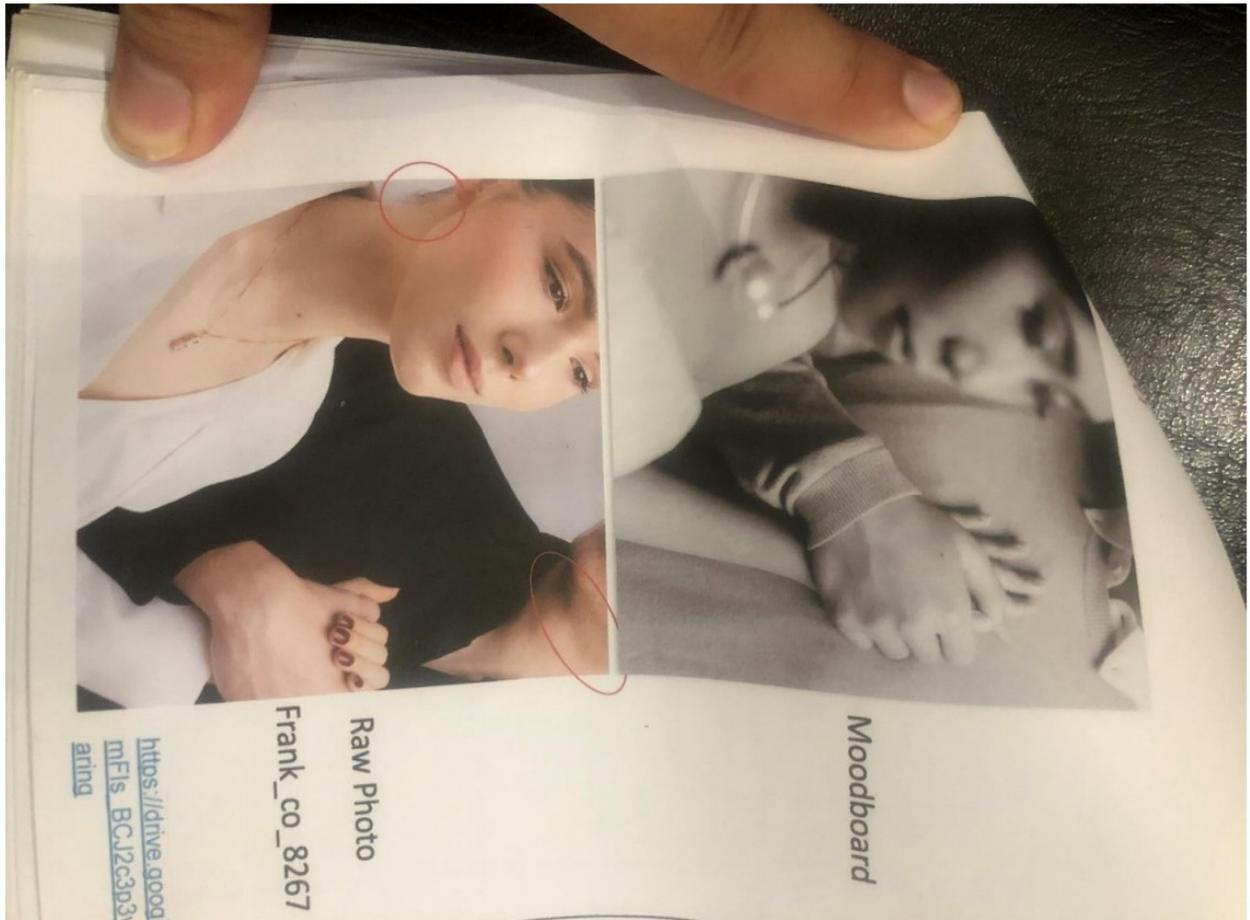


Gambar 3. 8 Contoh Benchmarking terhadap Tiffany & Co.

Sumber: Instagram Tiffany & Co, 2020

Setelah penulis melakukan benchmarking terhadap *campaign* Tiffany & Co, penulis menggunakan hasil *benchmark* yang penulis dapat menjadi sebuah referensi gambar dan digabungkan dengan hasil referensi yang penulis dapat dari Pinterest. Jika disetujui oleh atasan penulis maka akan dijadikan *guidebook* untuk pemotretan.

Sumber: Data Perusahaan, 2020



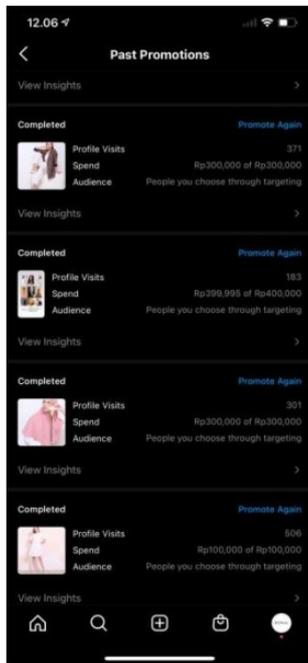
Gambar 3. 9 Guidebook Frank & Co.

5. mengunggah iklan, menganalisa hasil dari iklan yang sudah dibuat dan melakukan *paid promote* serta membuat *time schedule* untuk unggahan Instagram Hi|Story studios

Salah satu tugas penulis adalah mengunggah dan melakukan analisa terhadap unggahan iklan yang sudah di lakukan oleh Hi|Story Studios. Setelah penulis melakukan analisa, penulis menyerahkan hasilnya kepada atasan penulis untuk melihat apakah target pasar /potensial klien sudah tercapai. Penulis menganalisa data menggunakan *dashboard* dari Instagram secara langsung, penulis juga di berikan kepercayaan untuk memegang kartu kredit untuk mengisi nominal kedalam *Instagram ads*. Pada saat penulis membuat *paid promote* biasanya penulis melakukan konfirmasi terhadap ECD Friza reihan dengan biasanya tujuan yang di pilih adalah mendatangkan orang untuk melihat profil Hi|Story Studios dengan beberapa kata kunci seperti, *photography, Fashion photography, Digital Photography*, Selama penulis bekerja di Hi|Story studios penulis juga membuat *Time schedule* unggahan untuk Instagram tetapi penulis menemukan *time schedule* yang penulis buat tidak efektif di karenakan konten yang dibuat untuk di unggah terkadang tertunda di karenakan penulis menunggu data untuk konten dari ECD Friza reihan

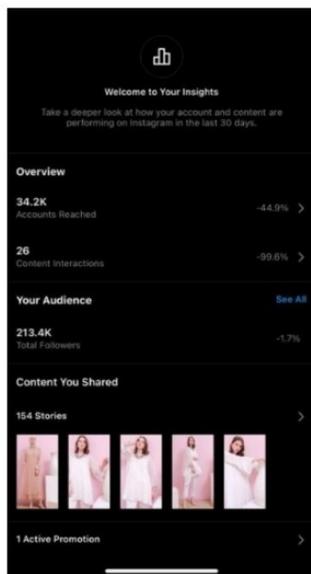


Gambar 3. 10 Unggahan Story Iklan  
Sumber: Data Perusahaan,2020



Gambar 3. 11 Promosi Sebelumnya

Sumber: Data Perusahaan.2020

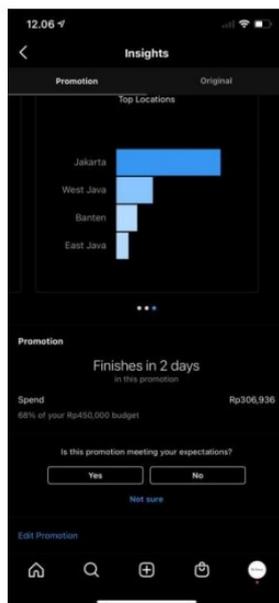


Gambar 3. 12 Instagram Insight

Sumber: Data Perusahaan, 2020



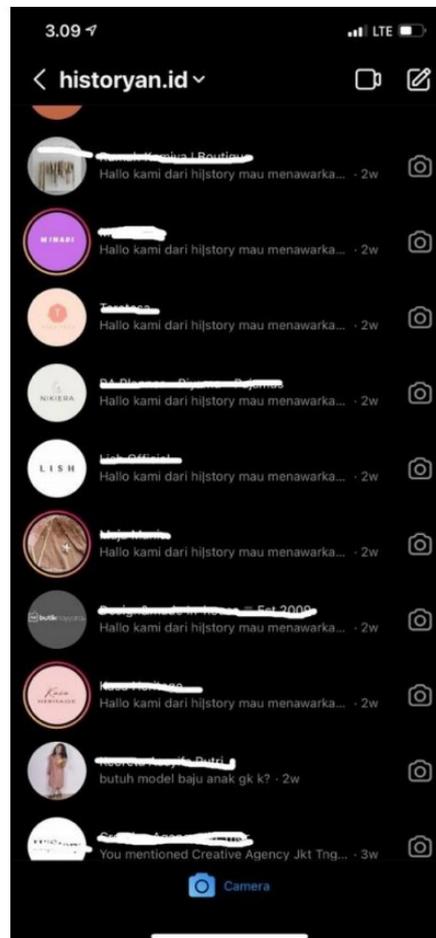
Gambar 3. 13 Analisa Unggahan Iklan Instagram  
 Sumber: Data Perusahaan, 2020



Gambar 3. 14 Analisa Unggahan Iklan Instagram  
 Sumber: Data Perusahaan, 2020

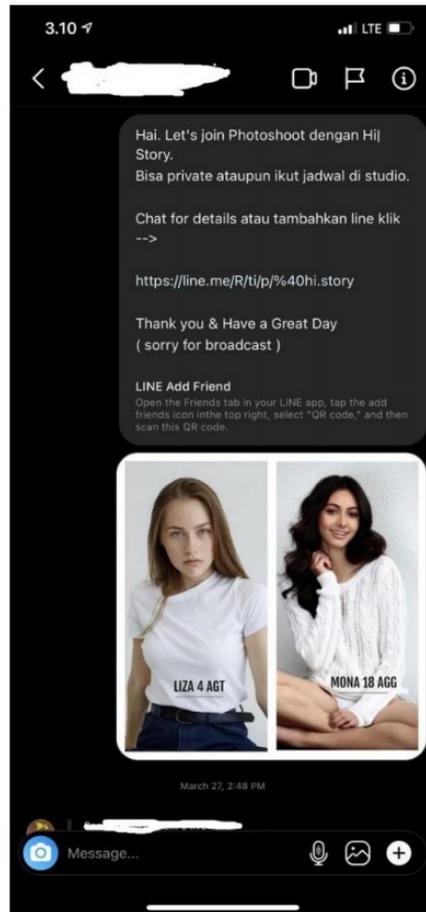
4. Mengirimkan email blast melalui Direct Message Instagram dan Email serta membalas pesan dari calon klien.

Penulis juga mencari email calon klien melalui Instagram dan mengirimkan pesan langsung melalui Instagram dan email, untuk mempromosikan Hi|Story Studios penulis mendapatkan portofolio dari ECD Friza reihan yang di gunakan dalam pengiriman email tetapi untuk Instagram penulis mengarahkan pesan yang penulis kirimkan ke halaman profil Hi|Story Studios target penulis waktu itu dalam sehari menyebarkan kurang lebih 40 pesan yang berfokus menggunakan pesan singkat dari Instagram sehingga dalam waktu satu minggu target penulis adalah 200 pesan yang penulis sebar.



Gambar 3. 15 Pesan Langsung Instagram Hi|Story Studios

Sumber: Data Perusahaan ,2020

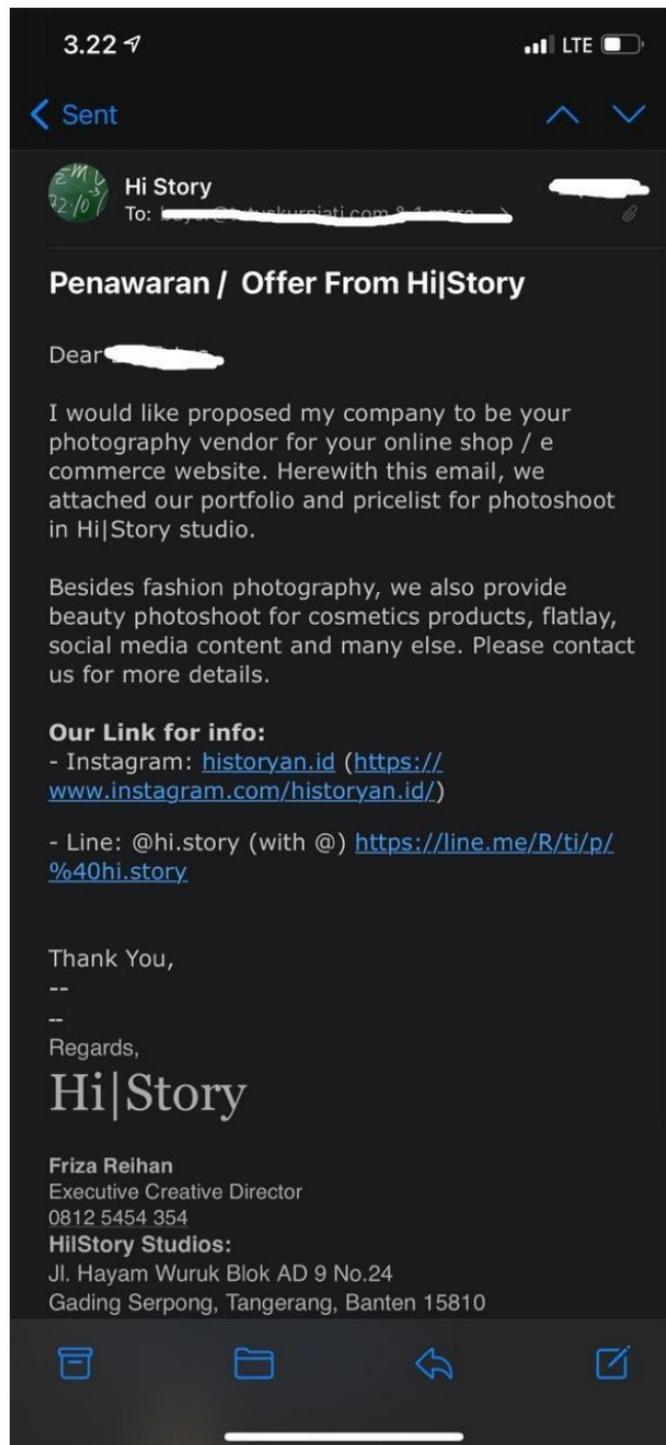


Gambar 3. 16 Pesan Langsung Iklan Hi|Story  
Sumber: Data Perusahaan, 2020

Selama penulis menyebarkan email, ada beberapa pertanyaan yang harus penulis tanyakan kepada calon klien seperti barang apa yang akan difoto, foto seperti apa yang klien inginkan. Jika permintaan klien spesifik dan dengan jumlah barang tertentu dan budget tertentu yang sudah ditetapkan perusahaan, maka penulis akan menawarkan untuk melakukan pemotretan secara private, tetapi jika tidak maka penulis akan menawarkan daftar tarif biasa. Penulis juga biasa menemukan beberapa balasan dari calon klien seperti akan kami simpan atau kami akan diskusikan terlebih dahulu Bersama dengan team kami, jika penulis menemukan yang seperti itu untuk pesan melalui Instagram biasanya akan penulis lakukan followup seperti “selamat siang kak bagaimana dengan hasil diskusi kaka dengan team kaka apakah tertarik untuk bekerjasama dengan kami. Terimakasih” jika tidak ada respon maka penulis akan berpindah terhadap calon klien yang lain.



Gambar 3. 17 Pesan Langsung Klien  
Sumber Data Perusahaan, 2020



Gambar 3. 18 Email Penawaran

Sumber: Data Perusahaan, 2020

## 6. Mengikuti Pemotretan

Salah satu pekerjaan penulis adalah mengikuti pemotretan untuk produk klien. Pemotretan sering dilakukan di akhir pekan, tetapi untuk klien-klien yang melakukan pemotretan *private* bisa diadakan di hari-hari tertentu. Untuk pemotretan harian biasa dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu dan memulai pemotretan di jam 10 pagi, kegiatan yang biasa penulis lakukan sebelum pemotretan dimulai adalah memindahkan lampu-lampu, memindahkan serta mendekorasi latar belakang penulis juga memperhatikan produk dari siapa yang sedang di foto agar tidak ada kesalahan latar belakang, maupun kesalahan gaya yang dilakukan oleh model dan membantu mengambil gambar dengan kamera pada saat kameramen utama beristirahat. Penulis juga membantu memantau dan memilih hasil pemotretan yang nantinya akan di edit oleh editor di studio



Gambar 3. 19 Memilih Hasil Foto Saat Sesi Foto Harian

(Foto di ambil saat sesi pemotretan harian, Penulis sedang beristirahat karena sesi foto belum mulai kembali)

Sumber: Dokumentasi perusahaan, 2020



Gambar 3. 20 Mengoperasikan Kamera Saat Sesi Foto Harian

Sumber: Dokumentasi Perusahaan,2020

## 7. Mengikuti Meeting dengan Klien

Selama penulis bekerja, penulis juga berkesempatan untuk mengikuti meeting dengan klien Danar Hadi dan Frank & Co. Selama meeting penulis belajar banyak tentang melakukan pitching ide dan melakukan penawaran. Pada saat penulis mengikuti meeting dengan Danar Hadi yang berada di daerah Jakarta, perwakilan Danar Hadi melakukan penandatanganan kontrak kerja sama jangka panjang untuk iklan di media sosial. Serta pembahasan tentang diskon dan bonus dari tanda tangan kontrak yang akan dilakukan oleh mereka, setelah dilakukan pembahasan tentang bonus seperti jika dilakukan pemotretan Kembali dapat diskon dan harga special serta diskon dalam total biaya yang dikeluarkan oleh Danar Hadi secara keseluruhan, kontrak pun ditandatangani sayangnya penulis tidak diberikan kesempatan untuk mendokumentasikan kehadiran penulis pada saat bertemu dengan perwakilan Danar Hadi. Setelah itu penulis pun memiliki kesempatan untuk mengikuti meeting dengan Frank & Co, lokasi pertemuan saat itu juga berada di daerah Jakarta di kantor Frank & Co, meeting pada hari tersebut adalah pembahasan tema foto yang akan dilakukan serta ide dan konsep yang diserahkan oleh Frank & Co kepada ECD Friza reihan, tema yang didapat adalah hari valentine setelah ECD Friza reihan mendapatkan gambaran secara garis besar terjadilah diskusi tentang harga, dan bentuk format serta peralatan yang akan digunakan seperti apa. Meeting ditutup saat proposal harga selesai dibahas dan kali ini pun penulis tidak mendapatkan kesempatan untuk mendokumentasikan kehadiran penulis pada pertemuan tersebut.

Suggested Post ⋮

---

 **DAYS by Danar Hadi**  
Sponsored ·  

Get Discount 20% Off All Items, Comfortable to Wear



[Learn More](#)



**DAYS By Dana**

 Like     Comment     Share

---

Gambar 3. 21Unggahan Danar Hadi  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan, 2020

Suggested Post



**DAYS by Dinar Hadi**

Sponsored ·



Get Discount 20% Off All Items, Comfortable to Wear



More

**DAYS By Dinar Hadi**

Learn More

**DAYS**



Like



Comment



Share

Gambar 3. 22 Unggahan Dinar Hadi

Sumber: Dokumentasi perusahaan, 2020

### 3.3.2 Kendala Yang Di Temukan

Dalam praktek kerja magang yang dilakukan penulis, penulis menemukan beberapa kendala yang menjadi hambatan dalam proses kerja perusahaan. Berikut beberapa permasalahan yang penulis temui selama melakukan praktek kerja magang:

1. Terjadinya kehilangan barang dan kesalahan pengiriman.  
Pada saat membantu bagian gudang melakukan paking barang untuk dikirim kembali kepada klien, tiba-tiba salah satu klien menelepon dan mengajukan keluhan bahwa baju yang di kembalikan ternyata jumlahnya kurang. Akibatnya tim harus mencari apakah barang terselip pada produk klien yang lain atau tertinggal di studio. Penulis juga menemukan kesalahpahaman antara pihak klien dan Hi|story Studios terkait jenis ekspedisi yang digunakan. Salah satunya yang pernah penulis temukan saat pihak Hi|story Studios mengirim menggunakan jasa ekspedisi reguler, tetapi klien meminta di kirimkan menggunakan ekspedisi yang satu hari sampai yang menyebabkan terjadinya keterlambatan dalam pengembalian barang kepada klien.
2. Waktu mengunggah dan melakukan iklan di sosial media yang tidak teratur.  
Pada saat penulis memegang sosial media Hi|Story Studios, penulis menemukan kendala yaitu unggahan dan iklan yang di lakukan Hi|Story Studios tidak menentu jamnya. Sehingga pada saat dilakukan analisa untuk beberapa iklan terdahulu terdapat beberapa unggahan yang mendapat respon sangat baik seperti mendapat jumlah like yang banyak atau langsung banyak yang melihat. Tetapi pada beberapa unggahan yang jamnya terlalu sore, jumlah like tidak terlalu banyak dan orang yang melihat p unggahan jumlahnya berkurang jauh.
3. Waktu membalas dan memberikan tanggapan terhadap pesan calon klien yang lama.  
Pada saat penulis memegang account sosial media Hi|Story Studios, terdapat chat dengan calon klien yang sebelumnya. Balasan yang diberikan terhadap chat calon klien atau orang yang menanyakan mengenai jadwal, model dan lain-lain membutuhkan waktu sekitar 1-2 jam. Penulis menilai hal ini kurang efektif dikarenakan terkadang klien meminta jawaban yang pasti dan cepat. Hal ini dapat

merugikan Hi|Story Studios dalam jangka panjang karena bisa saja calon klien tidak sabar dan bekerjasama dengan tempat lain.

### 3.3.3 Solusi atas kendala yang ditemukan

#### 1. Mengatur dan melakukan pengelolaan terhadap barang klien.

Penulis menemukan kendala pada karyawan dibagian pengembalian barang, seperti barang yang sering tertukar dan kehilangan pada barang milik *customer*. Oleh karena itu penulis memberikan saran untuk meletakkannya di rak atau kotak penyimpanan yang kemudian diberikan label nama agar saat sesi pemotretan telah selesai barang tersebut dapat langsung dimasukkan pada tempatnya agar lebih terstruktur dan sistematis, kotak dan rak tersebut juga dapat di gunakan untuk mengatur benda-benda yang biasa di gunakan untuk menghias latar belakang seperti batu, peralatan dari kayu dan sepatu sehingga saat sesi pemotretan. Proses mencari barang yang ingin digunakan dapat di persingkat demi profesionalitas suatu perusahaan.

#### 2. Mengatur Waktu Unggahan dan Iklan Sesuai Target Pasar.

Saat penulis bekerja di Hi|Story Studios, penulis diberikan kesempatan dan tanggung jawab untuk memegang sosial media Hi|Story Studios dan menemukan bahwa masing-masing sosial media memiliki waktu sendiri yang paling efektif agar dilihat oleh lebih banyak orang. Saran penulis adalah perusahaan dapat melakukan publikasi (iklan, foto, video) sesuai dengan jam-jam tertentu. Untuk publikasi dengan media sosial Instagram, lebih baik di lakukan pada hari Rabu dan Jumat jam 10 pagi sampai jam 11 pagi. Sedangkan untuk engagement waktu terbaik adalah hari Selasa jam 10 sampai jam 3 sore. Untuk Facebook penulis menyarankan waktu terbaik adalah hari Rabu jam 11 siang sampai jam 1 siang dan engagement terbaik ada pada hari kerja jam 9 pagi sampai jam 3 sore. Untuk kedepannya penulis menyarankan agar Hi|Story Studios melakukan penelitian lebih lanjut dan detail terkait jam – jam yang efektif untuk melakukan publikasi suatu gambar, video, atau iklan untuk mendapatkan engagement terhadap calon klien Hi|Story Studios. Penulis bermaksud agar Hi|Story Studios dapat menemukan jam penggunaan sosial media sesuai dengan target pasar Hi|Story Studios sendiri.

3. Penulis menyarankan, untuk menambahkan informasi pada media sosial dan pesan Hi|Story Studios bahwa admin akan lambat dalam membalas pesan dari calon klien. Serta penulis juga menyarankan agar admin membuat template pesan balasan awal sehingga mempermudah admin dalam membalas pesan. Contohnya berisi nama produk, lokasi penjual dan jumlah barang yang ingin di foto. Atau jika terdapat permintaan khusus maka dapat menunggu balasan admin berikutnya sehingga calon customer tidak merasa dirugikan atau ditinggalkan oleh perusahaan.

#### 3.4 Peran *Content Creation* untuk mendukung *Instagram Campaign*

Pentingnya sebuah konten yang di tampilkan oleh sebuah merek menjadi salah satu hal yang harus di perhatikan, di karenakan jika sebuah konten tidak menarik tentu akan menjadi suatu hal yang sia-sia bagi perusahaan, karena perusahaan sudah mengeluarkan banyak biaya untuk membuat konten tersebut tetapi orang hanya melihat sebentar dan tidak melakukan Tindakan apa-apa. Selama penulis melaksanakan praktek kerja magang penulis menemukan bahwa tidak semua konten yang di unggah oleh Hi|Story Studios mendapatkan banyak “like” dalam *platform* Instagram. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konten dalam Instagram itu sendiri, mulai dari sebuah gambar itu sendiri, “hashtag” yang di gunakan dan cara penulisan *caption*. Yang pertama untuk sebuah gambar yang akan di tampilkan dalam Instagram, untuk konten hasil foto sebuah baju. Gambar atau foto yang di tampilkan harus tampil bersih dan menunjukkan warna asli dari baju itu sendiri, foto yang di unggah harus dapat menunjukkan detail baju dan ekspresi model serta sudut pandang yang tepat.

Tetapi bukan berarti sebuah foto tidak perlu di ubah menggunakan sebuah aplikasi di karenakan pada dasarnya tidak ada foto yang sempurna. Untuk unggahan dalam *story* penggunaan latar belakang untuk membuat tampilan yang berbeda juga merupakan suatu pilihan. Setelah kita menentukan gambar yang menarik sesuai dengan yang ingin kita sampaikan terhadap calon klien, penulisan *caption* juga merupakan hal yang penting. Secara garis besar *caption* adalah suatu hal yang ingin kita sampaikan terhadap calon klien biasanya berisi sebuah ajakan seperti, hubungi admin atau klik link di bawah serta masukan juga alasan kenapa memilih bekerjasama dengan Hi|Story studios, seperti

kemudahan pengiriman barang, konsep foto bisa langsung di bicarakan dengan admin, untuk membuat kenyamanan dan kemudahan terutama dalam keadaan saat ini dan yang terakhir jangan membuat *caption* terlalu Panjang karena dapat membuat orang bosan dan langsung mengganti konten yang mereka lihat.

Yang ketiga adalah “hashtag”. “Hashtag” adalah sebuah cara Instagram untuk mengelompokkan sebuah unggahan dari sekian banyak hal yang di unggah dalam Instagram, jangan sembarangan menaruh hashtag pada unggahan pastikan “hashtag” yang kalian gunakan berhubungan dengan apa yang ingin kalian tampilkan, dan juga pada saat membuat “hashtag” pastikan tidak terlalu umum karena unggahan kalian dapat tertimbun dan malah mendapat view yang sangat kecil, selain itu penulisan “hashtag” dapat membuat *caption* anda menjadi terlalu Panjang dan berantakan. Hal ini bisa diatasi dengan cara memindahkan “hashtag” ke bagian komen paling pertama.

Isi dari sebuah content memang penting untuk di perhatikan tetapi waktu dan seberapa sering kita melakukannya juga mempengaruhi jumlah orang yang mengakses Unggahan yang kita buat. Penulis juga di sarankan untuk menggunakan aplikasi pembantu untuk mengatur konten dalam Instagram. Ada beberapa jenis aplikasi tetapi penulis di sarankan menggunakan planoly. Karena di dalamnya sudah di sediakan penjadwalan untuk melakukan unggahan, dan waktu terbaik yang di sarankan sehingga dapat mempermudah pekerjaan. Secara garis besar foto, *caption* dan “hashtag” saling terkait, sebuah foto yang baik belum tentu mendatangkan banyak orang dan sebaliknya sebuah *caption* dan hastag yang menarik belum tentu membuat orang tertarik untuk membacanya.