



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

# PELAKSANAAN KERJA MAGANG

### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melaksanakan praktik kerja magang sebagai *content strategist intern* yang berada di bawah *content and event manager* dalam menjalankan aktivitas produksi konten di PT Derutive Forde Primero selama 3 bulan. Selain mendapat bimbingan dari *content and event manager*, penulis juga banyak mendapatkan arahan dari CEO Einsistant, Billy Dolmen.

Sebagai *content strategist intern*, penulis memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan *content planning*, *content writing*, *copywriting*, *content creation*, dan mempublikasikan konten ke *website* serta media sosial milik perusahaan. *Content strategist intern* berperan untuk mendukung pekerjaan *business division* dengan memproduksi konten agar bisa diiklankan dan mencapai tujuan bersama, yaitu meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap Einsistant.

Dalam menjalankan pekerjaannya, penulis melakukan koordinasi dengan sesama *content strategist intern* dalam proses *brainstorming* untuk mencari ide atau topik konten, membuat *content plan*, dan mengembangkan konten. Penulis dan rekan *content strategist intern* yang lain juga mempunyai tugas untuk saling memeriksa hasil pekerjaan satu sama lain agar kualitas selalu terjaga, tetap konsisten, tidak ada kesalahan penulisan, dan sesuai dengan tujuan bersama. Penulis juga beberapa kali melakukan koordinasi bersama tim *event* untuk membahas produksi konten yang berhubungan dengan *event* yang akan berlangsung, yaitu meliputi pembuatan artikel yang berhubungan dengan topik *event* untuk membangun *awareness* audiens, *main poster event*, sertifikat peserta, konten Instagram, *twibbon event*, *header*, dan lain lain.

Seluruh proses koordinasi ini dilakukan melalui aplikasi Slack, ClickUp, Canva, Google Sheet, dan Google Docs. *Request* dan diskusi mengenai konten dilakukan melalui Slack, Pembuatan konten dilakukan di

Canva dan Google Docs yang memiliki fitur kolaborasi, jadwal publikasi ditulis di Google Sheet, proses *approval* dan revisi konten dilakukan melalui ClickUp. Seluruh konten yang akan dipublikasikan harus diproduksi minimal 3 hari sebelum dan disetujui 1 hari sebelum jadwal publikasi. Proses produksi konten diawali dengan membuat artikel di Google Docs dan konten media sosial di Canva. Setelah konten selesai dibuat, *content strategist intern* menaruh link Google Docs atau Canva di kolom "*Approval*" ClickUp dan meng-*assign* pihak yang bersangkutan. Jika merupakan konten harian maka ClickUp di-*assign* ke *content and event manager* saja, jika merupakan konten *event* maka di-*assign* kepada *event specialist intern* juga. Ketika ada revisi, maka pekerjaan dipindahkan ke kolom "*On Review*" dan jika sudah siap dipublikasikan maka akan dimasukkan ke kolom "*Approved*". Setelah itu konten dipublikasikan di *website* atau media sosial.

Untuk mengetahui *update* antar divisi dan melakukan evaluasi, dilaksanakan *weekly meeting* yang biasanya diadakan setiap Selasa atau Jumat dan wajib dihadiri seluruh karyawan. Penjadwalan *meeting* dilakukan dengan menggunakan Google Calendar. Pada aplikasi Google Calendar, karyawan bisa mengirimkan undangan ke *e-mail* peserta *meeting*, memeriksa jadwal masing-masing, dan mengkonfirmasi kehadiran pada *meeting* dengan mudah.

### **3.2 Tugas yang Dilaksanakan**

Penulis melakukan praktik kerja magang di PT Derutive Forde Primero dimulai dari tanggal 18 Agustus 2021 hingga 17 November 2021. Sebagai *Content strategist intern*, penulis telah membuat sekitar 64 konten media sosial dan 42 artikel selama periode magang. Pada awalnya, pembimbing membekali penulis dengan pengetahuan mengenai *content pillars*, *content guideline* *Einsistant*, dan berbagai *flow* pekerjaan di divisi konten. Tujuannya adalah agar konten yang akan diproduksi oleh penulis nantinya akan selaras dengan strategi konten perusahaan dan dapat menjawab tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Konten ini nantinya akan di

promosikan melalui *social media ads* dengan harapan bisa membangun *awareness* dan menambah *followers* baru. Dalam menjalankan tugasnya, *content strategist intern* memiliki beberapa tugas utama yaitu :

- Menulis artikel yang berhubungan dengan *skill development* dan dunia pekerjaan
- Membuat konten media sosial berupa *feeds* Instagram atau Instagram Story yang berhubungan dengan *skill development* dan dunia pekerjaan
- Membuat *weekly content plan* dan *yearly content plan*
- Menulis caption untuk konten media sosial (*copywriting*)
- Membuat artikel atau konten berhubungan dengan *event*
- Mempublikasikan konten ke *website* dan media sosial
- Menjawab komentar atau *reply* media sosial

Berikut rincian lengkap tugas-tugas yang telah dilakukan penulis di PT Derutive Forde Primero:

**Tabel 3.2 Pekerjaan Yang Dilakukan Per Minggu**

Minggu ke	Jenis Pekerjaan Yang Dilakukan Mahasiswa
<b>1</b> <b>(18 Agustus-20 Agustus)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengikuti kegiatan <i>onboarding</i> sebagai <i>intern</i> baru.</li> <li>• Mengerjakan SWOT dari perusahaan Einsistant.</li> <li>• Mengerjakan SWOT dari <i>website</i> perusahaan, Instagram, Twitter, LinkedIn</li> <li>• Mengerjakan content planning selama seminggu.</li> </ul>
<b>2</b> <b>(23 Agustus-27 Agustus)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA01 : Inilah Set Up Ergonomis yang bikin kamu nyaman saat WFH</li> <li>• Menulis artikel WA03 : Tidak ada pengalaman organisasi? ini tips interview buat kamu!</li> <li>• Menulis artikel WA05 : Lesu saat WFH? Yuk bikin sarapan ini biar makin semangat</li> <li>• Menulis artikel WA07 : Kamu pernah ambil "Employment Gap"? simak tips menjelaskannya saat interview!</li> <li>• Menulis artikel WA04 : Kalahkan rasa malas saat WFH dengan life hacks ini!</li> <li>• Membuat dan mengunggah konten Instagram <i>Feeds</i> (<i>Post</i> tanggal 24, 25, 26 Agustus).</li> <li>• Membuat konten Instagram IG02 : WA01</li> <li>• Membuat konten Instagram IG03 : Emma Watson</li> <li>• Mengunggah <i>tweet</i> di Twitter (23 dan 25 Agustus).</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat <i>content planning</i> selama seminggu.</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Mengunggah Artikel di <i>website</i> Einsistant</li> </ul>
<b>3 (30 Agustus - 3 September)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA14 : Menerima Lebih Dari Satu Job Offer? Lakukan 7 Tips Ini Sebelum Menentukan Pilihan</li> <li>• Menulis artikel WA02: Hal-hal yang belum kamu ketahui tentang kosep marketing mix 7P</li> <li>• Menulis artikel WA12 : Lagi Kerja Bawaannya Marah-Marah Terus? Ini Tips Jitu Kendalikan Emosi Saat Bekerja</li> <li>• Menulis artikel WA09 : Lulusan SMA Kerja Apa Ya? Ini Rekomendasi Pekerjaan Yang Cocok Untukmu</li> <li>• Menulis artikel WA10 : No Burnout, Ini Tips Menjaga Work Life Balance Yang Sehat</li> <li>• Menulis artikel WA11 : Inilah 5 Pekerjaan Paling Dibutuhkan Tapi Underrated, Berani Coba?</li> <li>• Menulis artikel WA06 : Susah Menabung? Simak Tips Salary Management Yang Bijak Berikut Ini.</li> <li>• Menulis artikel WA08 : Bekerja Tiap Hari? Inilah Tanda Tubuh Kamu Harus Istirahat.</li> <li>• Membuat konten instagram IG 08 : Salary Management</li> <li>• Membuat konten instagram IG 09 : Quotes Susi Pudji Astuti</li> <li>• Membuat konten instagram IG14 : Pekerjaan paling dicari 2021</li> <li>• Membuat konten instagram IG11 : Fact Sarjana indonesia 2020</li> <li>• Membuat konten instagram IG12: Sikap Pak Adi MC S8 Yang Penting Di Dunia Kerja</li> <li>• Membuat konten instagram IG10 : Pekerjaan yang paling dibutuhkan tapi underrated</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Membuat <i>content planning</i> untuk tanggal 13-19 September.</li> <li>• Mengunggah Artikel di <i>website</i> Einsistant</li> <li>• Mengunggah konten ke Instagram setiap hari dan Twitter dua hari sekali</li> </ul>
<b>4 (6 September- 10 September)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA15 : 5 Tips Cara Temukan Passionmu</li> <li>• Menulis artikel WA08 : Bekerja Tiap Hari? Inilah Tanda Tubuh Kamu Harus Istirahat</li> <li>• Menulis artikel WA18 : Biar Gak Dicuekin Audience, Ini 6 Ide Opening Presentasi Yang Bisa Kamu Coba</li> <li>• Menulis artikel WA16 : Selain Gaji Pokok, Kamu Bisa Negosiasikan Fasilitas Ini</li> <li>• WA17 : Fresh Graduate, Ini Sikap Yang Harus Kamu Miliki Ketika Mencari Kerja</li> <li>• Membuat konten instagram IG05 : Berbagai Mitos Dunia Kerja</li> <li>• Membuat konten instagram IG06 : Quotes Pele</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat konten instagram IG15 : WA10 Mantain Life Balance</li> <li>• Membuat konten instagram IG16. : WA15 Tips Temukan Passion</li> <li>• Membuat konten instagram IG19 : Money Heist</li> <li>• Membuat konten instagram IG 07 : quotes get pay attention</li> <li>• Membuat konten instagram IG18 : WA17 Attitude Fresh Graduate</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Membuat <i>content planning</i> untuk tanggal 20-26 September</li> <li>• September.</li> <li>• Mengunggah Artikel di <i>website</i> Einsistant Senin-Jumat</li> <li>• Mengunggah konten ke Instagram setiap hari dan Twitter dua hari sekali</li> </ul>
<p><b>5 (13 September - 17 September)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA25 : Ibu Sekaligus Wanita Karir? Bagaimana Cara Menjalankan Keduanya ya?</li> <li>• Menulis artikel WA19 : Sebagai Karyawan Baru, Ini Yang Harus Diperhatikan dari Budaya Perusahaanmu</li> <li>• Menulis artikel WA20 : WFH Bikin Sering Miskomunikasi! Tenang, Ini Cara Atasi Miskomunikasi Saat WFH</li> <li>• Menulis artikel WA21: apakah suara mayoritas selalu benar?</li> <li>• Menulis artikel WA22 : Gimana sih Cara Nulis Cover Letter Yang Benar?</li> <li>• Menulis artikel WA24 : Lagi Kerja Bawaannya Marah-Marah Terus? Ini Tips Jitu Kendalikan Emosi Saat Bekerja</li> <li>• Membuat konten <i>Hiring Einsistant</i></li> <li>• Membuat konten instagram IG19 : Quotes Najwa Shihab</li> <li>• Membuat konten instagram IG20: Zodiak pada dunia kerja</li> <li>• Membuat konten instagram IG21 : Zodiak Dunia kerja part 2</li> <li>• Membuat konten instagram IG32 : DPR</li> <li>• Membuat konten instagram IG23 : WA08 Tanda Tubuh Butuh Istirahat</li> <li>• Membuat konten instagram IG24 : quotes Winston Churcill</li> <li>• Membuat konten instagram IG25 : Kehidupan Akhir Bulan</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Membuat <i>content planning</i> untuk tanggal 27 September - 3 Oktober</li> <li>• Mengunggah Artikel di <i>website</i> Einsistant Senin-Jumat</li> <li>• Mengunggah Konten Instagram, Instagram Story setiap hari</li> <li>• Mengunggah <i>tweet</i> Twitter 2 hari sekali</li> </ul>
<p><b>6 (20 September – 24 September)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA26 : Nilai Profesionalisme Apa Saja sih Yang Baik Untuk Dimiliki Sebagai Karyawan Yang Baik?</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA27: Masih Berbisnis Secara Konvensional? Ini Alasan Kamu Harus Mulai Bisnis Dengan E-Commerce</li> <li>• Menulis artikel WA30: Mau Cuti? Ini Beragam Jenis Cuti Yang Perlu Kamu Ketahui</li> <li>• Membuat konten instagram IG26: Work Outfit</li> <li>• Membuat konten instagram IG28 : Gaji tinggi = Bahagia</li> <li>• Membuat konten instagram IG38 : Squid Game</li> <li>• Membuat konten instagram IG32 : Oktober Checklist</li> <li>• Membuat konten instagram IG30 : Ekspektasi liburan</li> <li>• Membuat konten instagram IG31 : Find Word "Sikap kerja"</li> <li>• Membuat konten instagram IG39 : Kalender Oktober</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Membuat <i>content planning</i> tanggal 04-10 Oktober</li> <li>• Mengunggah Artikel di website Einsistant Senin-Jumat</li> <li>• Mengunggah Konten Instagram, Instagram Story setiap hari dan Twitter 2 hari sekali</li> <li>• Mengikuti Webinar dari Niaga Hoster</li> </ul>
<p><b>7 (27 September – 1 Oktober)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA28: Baru Lulus dan Tertarik Bikin Bisnis Sendiri? Yuk Ikuti Tips Bangun Bisnis Dari 0 Berikut!</li> <li>• Menulis artikel WA23 : Gaji Tinggi Tapi Gak Enjoy, Ini Tanda Kamu Harus Resign Dari Tempat Kerjamu</li> <li>• Menulis artikel WA31 : Ingin Cari Pekerjaan Sampingan? Ini 5 Pekerjaan Freelance Yang Menjanjikan</li> <li>• Membuat konten instagram IG44: Kamu yang mana?</li> <li>• Membuat konten instagram IG29 : Tipe interviewer - interactive</li> <li>• Membuat konten instagram IG37 : Mark Zuckeberg rugi 99T.</li> <li>• Membuat konten instagram IG34 : ekspektasi vs realita - interactive</li> <li>• Membuat konten instagram IG45 : Inspirasi Zahra Muzdalifah - Garuda Pertiwi</li> <li>• Membuat konten instagram IG36: 88 rising</li> <li>• Membuat konten instagram IG27: Tanda Kamu Butuh Piknik</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Membuat <i>content planning</i> tanggal 11-17 Oktober</li> <li>• Mengunggah Artikel di website Einsistant Senin-Jumat</li> <li>• Mengikuti <i>monthly check point</i> bersama CEO Einsistant</li> <li>• Melakukan 1 on 1 <i>meeting</i> bersama pembimbing lapangan</li> <li>• Mengunggah Konten Instagram, Instagram Story setiap hari dan Twitter 2 hari sekali.</li> </ul>
<p><b>8</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA32 : Inilah 5 Tips Sukses Kerja di Start Up</li> </ul>

<p><b>(04 Oktober – 8 Oktober)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA33 : Ini 5 Skill Penting Yang Harus Dimiliki Social Media Manager</li> <li>• Menulis artikel WA34 : Ingin Jadi HR yang Profesional? Ini Skill Yang Harus Kamu Miliki</li> <li>• Membuat konten instagram IG33 : Ciri Rekan Kerja Toxic</li> <li>• Membuat konten instagram IG38 : MBTI part 1 - Interactive</li> <li>• Membuat konten instagram IG35 : Notification Anxiety</li> <li>• Membuat konten instagram IG48 : Tombol mana yang kamu pilih - Interactive</li> <li>• Membuat konten instagram IG52 : Indomie</li> <li>• Membuat konten instagram IG22 : Fakta Golongan Darah O</li> <li>• Membuat konten instagram IG49 : WA33</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Membuat <i>content planning</i> tanggal 18-24 Oktober</li> <li>• Mengunggah Artikel di <i>website</i> Einsistant Senin-Rabu</li> <li>• Membuat poster <i>event</i></li> <li>• Mengikuti <i>event digital marketing</i> dari PLAY 2021</li> <li>• Membuat sertifikat peserta <i>event</i></li> <li>• Mengikuti <i>meeting</i> bersama pembimbing lapangan dan divisi <i>event</i></li> <li>• Mengikuti <i>weekly meeting</i></li> <li>• Mengunggah Konten Instagram, Instagram Story, Linked In dan Twitter setiap hari</li> <li>• Mengunggah konten ke Telegram Senin-Rabu</li> </ul>
<p><b>9 (11 Oktober – 15 Oktober)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA37 : Kamu Bosan Sama Kerjaan? Mungkin Kamu Overqualified! Simak Tanda Tandanya Yuk!</li> <li>• Menulis artikel WA35 : Gimana sih Rasanya Kerja di Start Up?</li> <li>• Menulis artikel WA36 : WA36 : Bagaimana Ya Cara Menghadapi Rekan Kerja Yang Toxic?</li> <li>• Membuat konten Instagram IG42 : NIK untuk NPWP</li> <li>• Membuat konten Instagram IG43 : arti Budak Corporate</li> <li>• Membuat konten Instagram IG57 : Maulid Nabi</li> <li>• Membuat konten Instagram IG58 : Meme E-mail</li> <li>• Membuat konten Instagram IG50 : Temen Cuti</li> <li>• Membuat konten Instagram IG47 : MBTI part 2</li> <li>• Membuat konten Instagram IG40 : Fakta golongan darah A</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Membuat <i>content planning</i> tanggal 25-31 Oktober</li> <li>• Mengunggah Artikel di <i>website</i> Einsistant Senin-Rabu</li> <li>• Foldering konten media sosial</li> <li>• Membuat poster dan konten <i>event</i></li> <li>• Mengikuti <i>meeting</i> bersama pembimbing lapangan dan divisi <i>event</i></li> <li>• Mengikuti <i>weekly meeting</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengunggah Konten Instagram, Instagram Story, LinkedIn, Telegram dan Twitter setiap hari</li> </ul>
<b>10</b> <b>(18 Oktober – 22 Oktober)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA38 : Apasih Pentingnya Menguasai Bahasa Asing di Dunia Kerja?</li> <li>• Menulis artikel WA39 : Kenapa ya Sering Terjadi Masalah Komunikasi di Tempat Kerja?</li> <li>• Menulis artikel WA40 : Ingin Membangun Komunikasi Yang Efektif di Tempat Kerja? Simak Tips Berikut!</li> <li>• Membuat konten Instagram IG42 : Kim Seon Ho - Akibat melanggar kontrak kerja</li> <li>• Membuat konten Instagram IG53 : Thomas Cup</li> <li>• Membuat konten Instagram IG55 : WA39</li> <li>• Membuat konten Instagram IG39 : WA40</li> <li>• Membuat konten Instagram IG46: MBTI Part 3</li> <li>• Membuat konten Instagram IG56 : Calender November</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Membuat <i>content planning</i> tanggal 1-7 November</li> <li>• Mengunggah Artikel di <i>website</i> Einsistant Senin, Rabu, dan Jumat</li> <li>• Foldering konten media sosial</li> <li>• Membuat poster dan konten <i>event</i></li> <li>• Mengikuti <i>weekly meeting</i></li> <li>• Mengunggah Konten Instagram, Instagram Story, Linked In, Telegram dan Twitter setiap hari</li> </ul>
<b>11</b> <b>(25 Oktober – 29 Oktober)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA41 :Komunikasi Nonverbal di Tempat Kerja Itu Kayak Gimana Sih?</li> <li>• Menulis artikel WA42 : Fresh Graduate dan Job Seeker, Gini Caranya Bikin Portofolio Yang Menarik!</li> <li>• Membuat konten Instagram IG61 : Fakta golongan darah B</li> <li>• Membuat konten Instagram IG62 : MBTI Part 4</li> <li>• Membuat konten Instagram IG63: Morning Vs Night Person</li> <li>• Membuat konten Instagram IG64: Momen degdegan itu "Kami kabari 2 minggu lagi ya"</li> <li>• Menulis konten Instagram IG65 : Playlist kerja</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Melakukan <i>meeting</i> dan <i>onboarding</i> rekan magang baru untuk menjelaskan tugas dan <i>flow</i> kerja divisi <i>content strategist</i>.</li> <li>• Membuat konten LinkedIn <i>header</i>.</li> <li>• Membuat <i>content planning</i> tanggal 8-14 November</li> <li>• Mengunggah Artikel di <i>website</i> Einsistant Senin, Rabu, dan Jumat</li> <li>• Mengunggah konten <i>event</i>.</li> <li>• Mengikuti <i>weekly meeting</i></li> <li>• Mengunggah Konten Instagram, Instagram Story, Linked In, Telegram dan Twitter setiap hari</li> </ul>

<p><b>12</b> <b>(1 November – 5 November)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA44 : Jangan Takut! Ini Cara Menyikapi Pelecehan Seksual di Tempat Kerja</li> <li>• Menulis artikel WA45 : Ingin Lolos Psikotes Masuk Kerja? Simak Tips Berikut Ini!</li> <li>• Membuat konten Instagram IG67 : Kuis</li> <li>• Membuat konten Instagram IG68 : WFH Tools : Miro</li> <li>• Membuat konten Instagram IG70 : Sindrom Carpal Tunnel</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Membuat <i>content planning</i> tanggal 15-21 November</li> <li>• Mengunggah Artikel di <i>website</i> Einsistant Senin, Rabu, dan Jumat</li> <li>• Mengunggah konten <i>event</i>.</li> <li>• Mengikuti <i>weekly meeting</i></li> <li>• Mengunggah Konten Instagram, Instagram Story, Linked In, Telegram dan Twitter setiap hari</li> </ul>
<p><b>13</b> <b>(8 November – 12 November)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis artikel WA13 : Di Abad ke 21, Ini Skills Yang Sebaiknya Kamu Persiapkan Agar Bisa Sukses di Dunia Kerja</li> <li>• Membuat konten IG13: Salah Satu Skill dari 21 Century Skill (Literacy)</li> <li>• Menulis <i>caption</i> untuk setiap konten media sosial</li> <li>• Membuat konten Einstant <i>Hiring</i></li> <li>• Membuat konten untuk Instagram Story</li> <li>• Melakukan <i>quality check up</i> konten milik rekan kerja magang yang baru</li> <li>• Membuat <i>yearly content</i> sampai bulan Desember 2022</li> <li>• Mengintegrasikan jadwal <i>event</i> dengan jadwal konten</li> <li>• <i>Meeting content strategist team</i></li> <li>• Mengikuti <i>weekly meeting</i></li> <li>• Mempelajari Canva video</li> <li>• Mengikuti dan mendokumentasikan Einsession untuk dijadikan konten Instagram Story (<i>event</i> Einsistant)</li> </ul>
<p><b>14</b> <b>(15 Nomenber – 17 November)</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menulis konten testimoni untuk <i>website</i></li> <li>• <i>Meeting</i> untuk <i>exit interview</i></li> <li>• <i>Meeting</i> dan melakukan <i>quality check up</i> konten milik rekan kerja magang yang baru</li> <li>• <i>Folding</i> seluruh konten yang sudah pernah di buat</li> <li>• Membantu tim <i>event</i> membuat video testimoni</li> <li>• <i>Handover jobdesk</i></li> </ul>

Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis bertanggung jawab untuk mengisi *website* dan media sosial *Einsistant* dengan berbagai konten yang berhubungan dengan edukasi mengenai dunia pekerjaan dan *self development*. Beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama masa praktik kerja magang adalah *content planning*, *content creation* (pembuatan konten media sosial), *copywriting*, dan *content writing* (menulis artikel di *website* *Einsistant*).

#### 3.3.1 Content Marketing

*Content marketing* adalah proses pengembangan dan publikasi konten yang relevan, berharga, dan menarik kepada target market dengan tujuan untuk memperoleh pelanggan baru atau mengembangkan bisnis yang sudah ada (Pulizzi, 2014, p. 36). Untuk melakukan tugas ini, penulis melalui beberapa tahap sampai akhirnya konten siap untuk dipublikasikan. Tahap pertama yang dilakukan oleh penulis dalam melaksanakan pekerjaannya adalah membuat *content plan*. Dilansir dari Glints (Aliya, 2020), *content plan* adalah perencanaan pengembangan konten yang dilakukan guna mencapai tujuan akhir. *Content plan* menjadi acuan mengenai konten mana yang akan dijalankan dan kapan. Menurut Brock Strechman (2021), *content plan* akan membantu perusahaan dalam menghadapi tantangan dalam pembuatan konten, yaitu :

- Memastikan konten unik dan relevan : perencanaan dapat membantu untuk mendapatkan lebih banyak ide dari lebih banyak *stakeholders*.
- Dapat semakin memperhatikan sumber daya yang ada : dengan alur kerja dan proses yang lebih baik, tim dapat menjadi menjadi lebih efektif dan produktif.
- Memaksimalkan *engagement* untuk setiap konten : dengan merencanakan konten, kita dapat memberikan setiap konten perhatian yang dibutuhkan sehingga dapat mempertahankan *engagement* yang tinggi.
- Sesuai jadwal : dengan *content calendar*, kita dapat mengurangi masalah umum dengan tetap mengikuti jadwal, tugas, dan proyek

Agar tema konten selaras dengan tujuan, pembimbing lapangan akan memberikan arahan mengenai jenis konten atau tema seperti apa yang harus dibuat untuk mencapai tujuan tersebut. Hal ini biasanya dibicarakan pada *weekly meeting*. Ada beberapa kategori konten yang biasa dibuat untuk media sosial, yaitu *Education, Fun Fact, Tips, Interactive Post (Quiz, Games), Viral Post, Meme, dan Quotes*. Sedangkan konten artikel dibuat dengan tujuan edukasi dan tema yang disesuaikan. *Content plan* dibuat dengan menggunakan Google Sheets. Konten-konten tersebut ditempatkan pada tanggal yang paling cocok, misalnya jika merupakan *series* maka setiap minggu konten akan di post di hari yang sama, jika merupakan berita viral maka akan di post di hari Senin atau Selasa agar masih jadi berita hangat, konten edukasi yang berkaitan dengan artikel akan di *post* di hari yang sama dengan tanggal *release* artikel, sedangkan untuk *meme, quotes, atau interactive post* lebih fleksibel. Penentuan jam posting ditentukan berdasarkan riset yang dilakukan mengenai tingkat keaktifan pengguna di *platform* yang bersangkutan. Menurut data dari Kumparan.com (Karja, 2020), waktu terbaik untuk posting konten di Instagram dan Twitter adalah pada jam makan siang atau kisaran jam 11-1 siang. Posting konten di LinkedIn juga baiknya di siang hari kisaran pukul 10-2 siang (Affde, 2021). Jadwal ini sudah sesuai dengan apa yang diterapkan di *Einsistant*. Sedangkan konten artikel di post pagi hari dan konten Telegram di post pada sore hari menjelang jam-jam pulang kerja.

Gambar 3.1 *Weekly Content Plan* Einsistant

WEEK 5 Oktober								
		Senin 25/10	Selasa 26/10	Rabu 27/10	Kamis 28/10	Jumat 29/10	Sabtu 30/10	Minggu 31/10
09:00	WEB ARTICLE	WA38 : Apasih Pentingnya Menguasai Bahasa Asing di Dunia Kerja?		WA39 : Kenapa ya Sering Terjadi Masalah Komunikasi di Tempat Kerja?		WA40 : Ingin Membangun Komunikasi Yang Efektif di Tempat Kerja? Simak Tips Berikut!		
12:00	INSTAGRAM POST	IG42 : Kim Seon Ho - Akibat melanggar kontrak kerja	IG53 : Thomas Cup MAIN POSTER	IG55 : WA39	IG54 : Sumpah Pemuda	IG39 : WA40	IG46: MBTI Part 3	IG56 : Calender November
12:00	IG STORY	IG42 : Kim Seon Ho - Akibat melanggar kontrak kerja	IG53 : Thomas Cup MAIN POSTER	IG55 : WA39	IG54 : Sumpah Pemuda	IG39 : WA40	IG46: MBTI Part 3	IG56 : Calender November
12:00	LINKED IN (IG Repeater)	IG42 : Kim Seon Ho - Akibat melanggar kontrak kerja	IG53 : Thomas Cup MAIN POSTER	IG55 : WA39	IG54 : Sumpah Pemuda	IG39 : WA40	IG46: MBTI Part 3	IG56 : Calender November
12:00	TWITTER (Instagram repeater)	IG42 : Kim Seon Ho - Akibat melanggar kontrak kerja	IG53 : Thomas Cup MAIN POSTER	IG55 : WA39	IG54 : Sumpah Pemuda	IG39 : WA40	IG46: MBTI Part 3	IG56 : Calender November
17:00	LINKED IN (Artikel Repeater)	WA38 : Apasih Pentingnya Menguasai Bahasa Asing di Dunia Kerja?		WA39 : Kenapa ya Sering Terjadi Masalah Komunikasi di Tempat Kerja?		WA40 : Ingin Membangun Komunikasi Yang Efektif di Tempat Kerja? Simak Tips Berikut!		
17:00	TWITTER (Artikel Repeater)	WA38 : Apasih Pentingnya Menguasai Bahasa Asing di Dunia Kerja?	Interactive	WA39 : Kenapa ya Sering Terjadi Masalah Komunikasi di Tempat Kerja?	Interactive	WA40 : Ingin Membangun Komunikasi Yang Efektif di Tempat Kerja? Simak Tips Berikut!		
17:00	IG Story Job Vacancy					Job Vacancy	Job Vacancy	
17:00	TELEGRAM (Share Link Tweet)		IG53 : Thomas Cup MAIN POSTER		Interactive		Interactive	IG56 : Calender November
17:00	TELEGRAM (Share Link Artikel)	WA38 : Apasih Pentingnya Menguasai Bahasa Asing di Dunia Kerja?		WA39 : Kenapa ya Sering Terjadi Masalah Komunikasi di Tempat Kerja?		WA40 : Ingin Membangun Komunikasi Yang Efektif di Tempat Kerja? Simak Tips Berikut!		

Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

Untuk menjaga konsistensi konten dan mengintegrasikan *content plan* dengan hari-hari peringatan seperti natal atau tahun baru, penulis juga membuat *yearly content plan* agar mempunyai acuan yang jelas dan tidak ada hal penting yang terlewat ketika membuat *weekly content plan*.

U  
M  
N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Gambar 3.2 Yearly Content Plan Einsistant

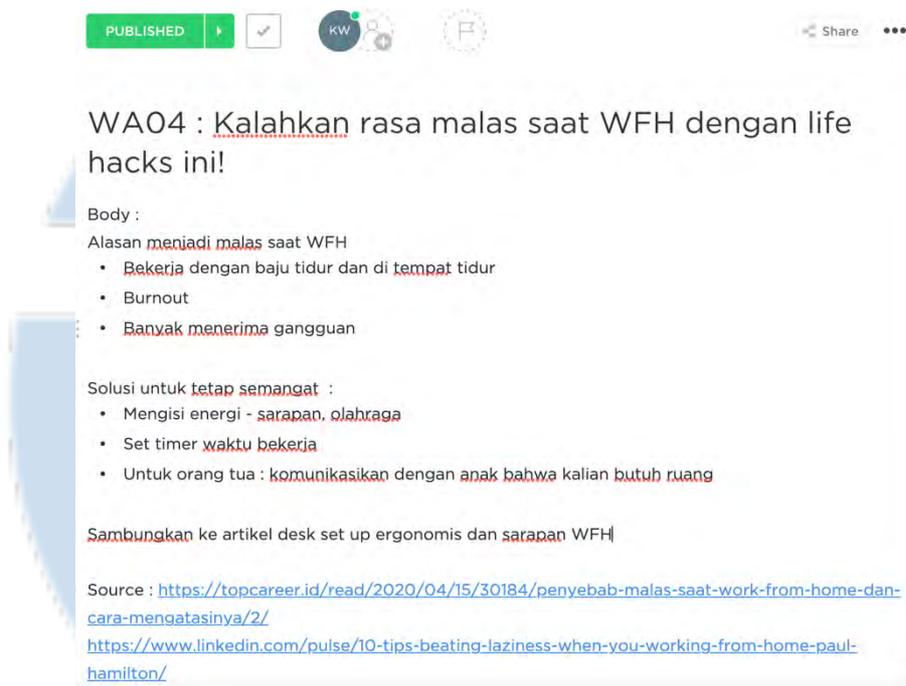
Januari 2022						
Manday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
						1
					Tahun Baru	Monthly Playlist
	3	4	5	6	7	8
Viral	Golongan Darah	WFH 101	Horoscope	Company Profile	Viral	Career Inspiration
	10	11	12	13	14	15
Viral	Bekal Sehat	WFH 101 - Work Tools	Would You Rather - Interactive	Tutorial	Viral	Career Inspiration
	17	18	19	20	21	22
Viral	Me Time	WFH 101	Tips	Fun Fact	Viral	Career Inspiration
	24	25	26	27	28	29
Viral	FAQ	WFH 101	Tips	Tutorial	Viral	Calender Tanggal Merah Bulan Depan
	31					
Viral						

Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

Setelah membuat *content plan*, tahap selanjutnya adalah pembuatan konten. *Content Creation* adalah kegiatan menyebarluaskan informasi yang diubah dalam bentuk gambar, video, dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten, yang kemudian konten ini nantinya dipublikasikan di berbagai *platform* seperti media sosial (Sundawa & Trigartanti, 2018). Sebelum membuat konten, penulis biasa menuliskan *brief* singkat mengenai apa saja hal penting yang wajib dicantumkan saat proses pembuatan konten. *Brief* singkat ini merupakan hasil riset dari berbagai sumber terpercaya dan berguna sebagai panduan pembuatan konten.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Gambar 3.3 *Brief* Singkat Pembuatan Konten Artikel di Click Up



Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

Calcanis dalam Pulizzi (Pulizzi, 2014, p. 170) menyebutkan bahwa konten yang sempurna dipengaruhi oleh 5 hal berikut:

- *Real Time Content*  
*Real time content* adalah jenis konten yang memanfaatkan tren atau berita yang sedang terjadi atau populer. Dengan mengikuti perkembangan tren maka konten dapat ikut merasakan dampak positif seperti peningkatan *exposure* dan *awareness* dari berita tersebut.
- *Fact Driven Content*  
Dalam pembuatan konten, *creator* biasa menuangkan sudut pandangnya. Walaupun begitu, konten yang dibuat harus tetap berdasarkan fakta. Ketika membuat konten, cantumkanlah sumber, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan audiens.
- *Visual Content*  
Berdasarkan analisis dari Skyword tahun 2011, penonton dapat memproses konten visual 60.000 kali lebih cepat daripada yang hanya berupa tulisan.

Maka dari itu, konten yang dimuat dengan gambar dan desain akan lebih menarik dibanding yang hanya berisi teks.

- *Efficient Content*

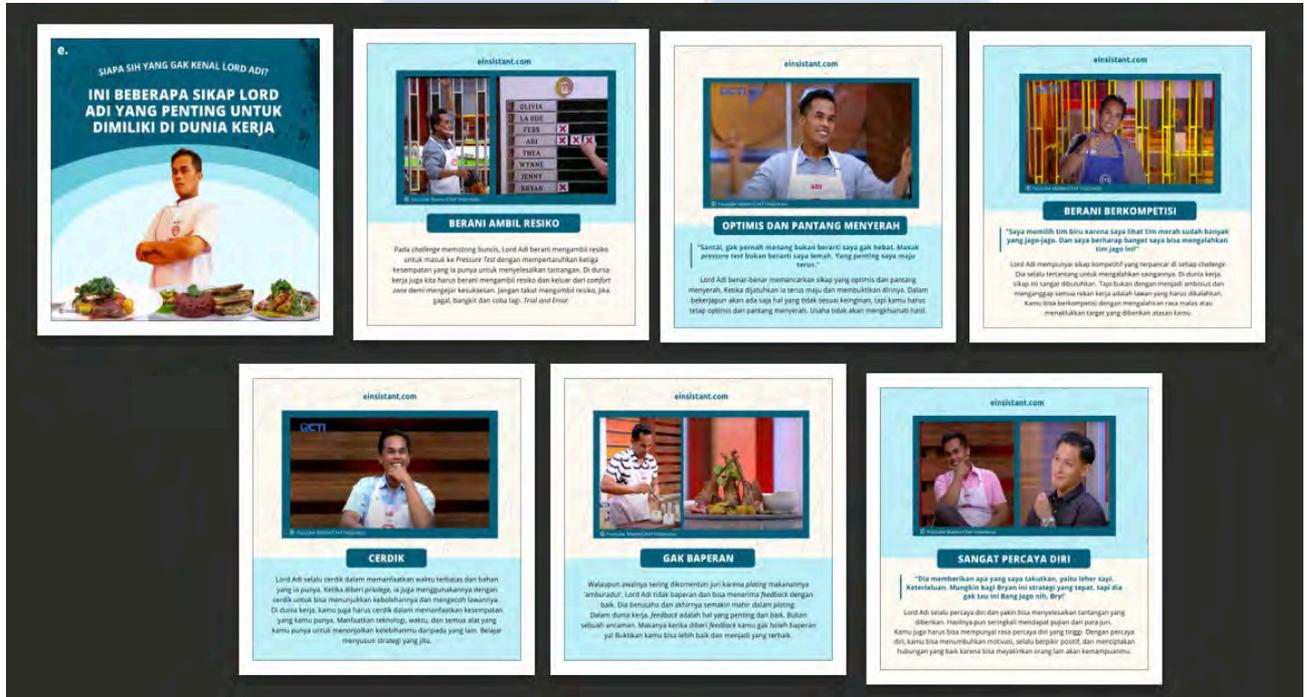
Efisiensi pada konten merupakan suatu hal yang penting. Mempublikasikan konten secara konsisten, proses pengecekan penulisan, topik, warna, dan desain dapat menyempurnakan konten. Walaupun dengan sumber daya yang terbatas, konten dapat dikembangkan dengan efisien asal dapat konsisten dalam prosesnya.

- *Curated Content*

*Curated content* adalah konten yang sudah melalui proses seleksi, sehingga hanya mempublikasikan konten yang sesuai dengan topik yang spesifik. Dalam membuat konten, pembuatnya harus bisa membuat, memanfaatkan, dan memilih konten yang paling tepat agar bisa mendapat perhatian audiens secara maksimal.

Agar dapat menciptakan konten yang baik dan dapat mencapai tujuan perusahaan, maka konten dibuat dengan menerapkan konsep konten diatas. Dalam proses pembuatan konten, penulis sudah menerapkan kelima konten tersebut. Satu konten bisa termasuk kedalam beberapa konsep sekaligus. *Real time content* dibuat setiap minggu dengan cara mengaitkan berita yang sedang viral dengan dunia pekerjaan. Dalam proses pembuatannya, penulis melakukan riset mengenai hal positif apa yang dapat diambil dari berita tersebut dan dapat berguna untuk mengedukasi audiens. Salah satu contoh *real time content* yang dibuat oleh penulis adalah konten mengenai Lord Adi yang pada bulan September sedang naik daun karena menjadi salah satu peserta Master Chef Indonesia *season 8* yang paling di idolakan penonton. Konten dibuat dengan mengaitkan sifat Lord Adi yang bisa membuatnya sukses dengan dunia pekerjaan agar bisa menjadi motivasi bagi para audiens. Konten ini juga termasuk kedalam *visual content*, *currated content*, dan *efficient content*.

Gambar 3.4 Salah Satu *Real Time Content* Einsistant



Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

Dalam pembuatan konten juga penulis selalu mencantumkan sumber penting agar dapat semakin dipercaya oleh audiens. Hal ini termasuk kedalam ciri *fact driven content*. Salah satu *fact driven content* yang pernah dibuat oleh penulis adalah mengenai kebijakan KTP yang dapat menggantikan NPWP. Disini penulis membahas apa dampak kebijakan ini bagi para karyawan. Pembuatan konten ini didasarkan pada semua fakta yang sudah diteliti terlebih dahulu dan sumber dicantumkan di pojok bawah konten. Konten ini juga termasuk kedalam *visual content*, *currated content*, dan *efficient content*.

**Gambar 3.5 Fact Driven Content Einsistant**



Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

Penulisan sumber dilakukan tidak hanya untuk konten media sosial, tapi pada konten artikel pada *website* Einsistant.

**Gambar 3.6 Fact Driven Content Artikel**

hingga matang dan kecoklatan. Kamu bisa langsung memakannya atau dengan menambahkan *topping*. Kamu bisa menambahkan sirup *maple*, tapi kami menyarankan kamu menggunakan lelehan *dark chocolate*. Dilansir dari [liputan6.com](http://liputan6.com), Kandungan zat epicatechin dalam coklat membantu meningkatkan stamina tubuh untuk melakukan lebih banyak aktivitas. Atau kamu bisa menjadikan *dark chocolate* menjadi cemilan di sela-sela kerjamu.



Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

Semua konten di media sosial sudah termasuk ke *visual content* karena banyak menggunakan gambar dan objek visual untuk menyampaikan pesannya. Sedangkan konten di media sosial dan artikel Einsistant sudah termasuk ke dalam jenis *efficient content* dan *curated content* karena aktivitas konten sudah dilakukan secara konsisten dan hanya konten terbaiklah yang akan di publikasikan.

Setelah konten selesai dibuat, penulis memasukan link ke dalam ClickUp dan meng-*assign* pembimbing lapangan untuk proses *approval* dan revisi. Dalam mengkurasi konten, berikut panduan memilih konten yang baik menurut (Kingsnorth, 2016, p. 232) :

- Kredibel
- Bisa dibagikan kembali
- Berguna dan menyenangkan untuk dilihat
- Menarik
- Relevan
- Unik
- Dan sesuai dengan *brand*

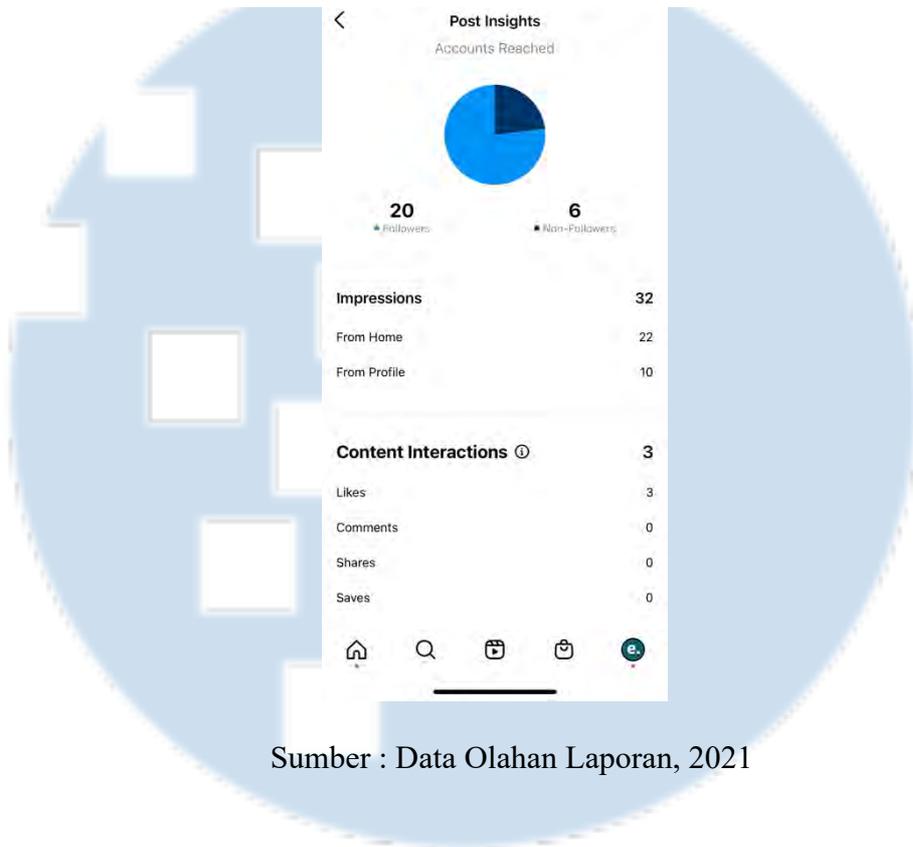
Setelah melalui proses revisi dan *approval* dari pembimbing lapangan, maka konten siap di publikasikan ke *website* atau media sosial. Media digital, terutama media sosial menjadi penghubung antara perusahaan dan audiens. Konten menjadi "bahan komunikasi" antara perusahaan dengan audiens, maka dari itu diperlukan kekonsistenan dalam mempublikasikan konten agar komunikasi dengan audiens tetap terjaga. Dilansir dari Seric, Dosen, & Skare (2019, p. 1), kekonsistenan dalam berkomunikasi dengan audiens harus dijaga agar dapat memelihara interaksi, menciptakan ekuitas merek, dan menciptakan hubungan yang baik agar mereka tetap loyal terhadap merek. Selain itu, konten yang dibuat secara konsisten dan unik dapat membuat *followers* tertarik untuk terlibat dengan perusahaan di media sosial (Perkins, 2015, p. 285). Maka dari itu, *content plan* menjadi penting untuk menjaga konsistensi publikasi dari konten yang sudah terkurasi.

### 3.3.2 Copywriting

*Copywriting* merupakan salah satu tugas utama *content strategist*. Menurut Albrighton (2013, p. 5), *copywriting* adalah proses penerapan bahasa secara maksimal dengan tujuan promosi dan persuasi. Sedangkan menurut Masien (2013), *copywriting* adalah aktivitas komersial untuk menciptakan, memelihara, dan mempererat hubungan yang menguntungkan dengan menggunakan kata tertulis. Dalam pekerjaan, *copywriting* digunakan dalam proses produksi konten media sosial. Pada awalnya media sosial seperti Instagram hanya memungkinkan pengguna untuk mengunggah *single post* atau hanya satu gambar saja. Tapi kini, terkenal yang namanya *carousel post* di mana pengguna dapat mengunggah beberapa foto atau video sekaligus (biasa disebut *slide*) dalam satu *post*. Dilansir dari Bannersnack (Sosiakita Brand, 2020), *engagement rate* yang dihasilkan *carousel post* lebih besar daripada *single post*, yaitu sebesar 1,92%. Selanjutnya, dikatakan jika menggabungkan foto dan video sekaligus maka *engagement rate* akan lebih besar lagi, yaitu mencapai 2,33%. Sloane dalam Wei, Yang, Shoenberger, & Shen (2021), mengatakan bahwa *carousel post* lebih efisien daripada *post* biasa karena dapat menampilkan cerita yang menarik dengan menaruh beberapa gambar dan video dengan urutan yang tepat, terutama saat melakukan promosi. Dalam praktik magangnya, penulis juga banyak membuat konten *carousel post* untuk konten media sosial. *Carousel post* terbukti dapat menciptakan *engagement* yang lebih baik. Berikut *insight* dari *single post* dan *carousel post* Einsistant beserta perhitungan *engagement rate*-nya :

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**Gambar 3.7 Insight Single Post Einsistant**



Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

Dari *insight single post* tersebut bisa dilihat bahwa total interaksi yang didapat hanya 3. Berdasarkan Meson (Rayi, 2021), rumus untuk menghitung *engagement rate per post* adalah sebagai berikut :

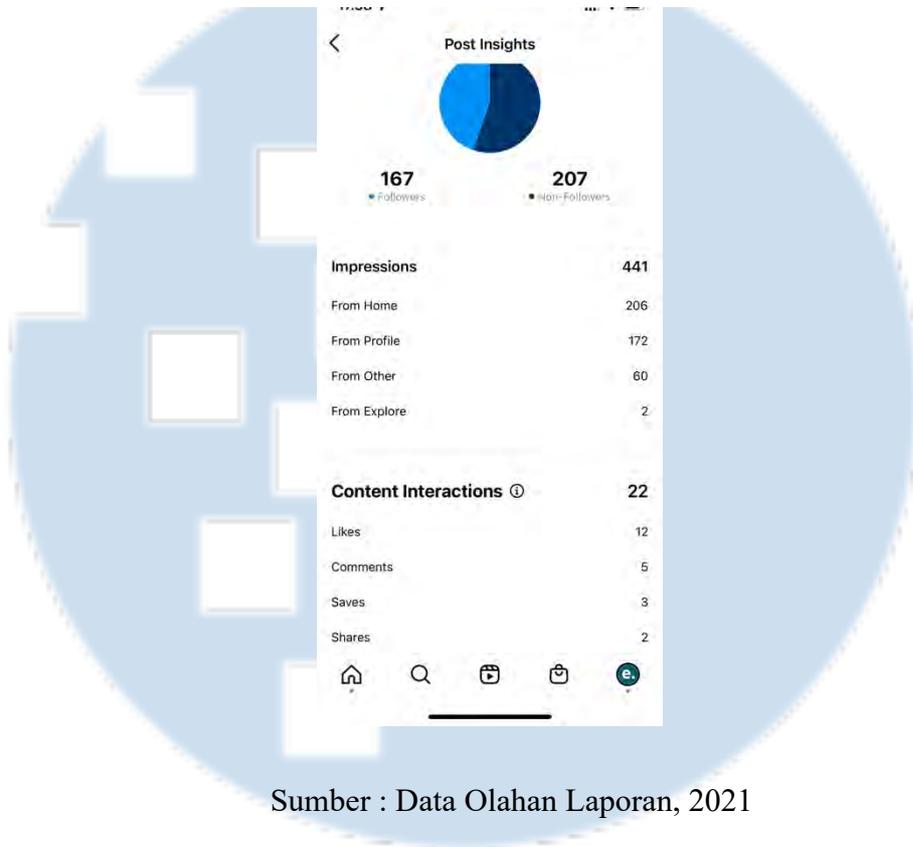
$$ER = \frac{\text{Total interaksi}}{\text{Total Followers}} \times 100 \%$$

$$ER = \frac{3}{1014} \times 100 \%$$

$$ER = 0,29\%$$

Maka *engagement rate* pada *post* tersebut adalah 0,29%. Hasil *engagement rate* yang didapatkan berbeda dengan *carousel post* dibawah ini :

**Gambar 3.8 Insight Carousel Post Einsistant**



Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

*Carousel post* diatas mempunyai interaksi sebesar 22. Maka *engagement rate* pada *post* tersebut adalah :

$$ER = \frac{\text{Total interaksi}}{\text{Total Followers}} \times 100 \%$$

$$ER = \frac{22}{1014} \times 100 \%$$

$$ER = 2.16\%$$

Dengan ini bisa dilihat bahwa *carousel post* memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap *engagement rate* sebuah *post*. Selain *engagement rate*, total *impression* yang didapat dari kedua *post* juga sangat berbeda jauh. *Single post* hanya mendapat impresi sebanyak 32 kali, sedangkan *carousel post* mendapat impresi sebanyak 441 kali.

Dalam *copywriting*, sering digunakan konsep AIDA untuk mendapatkan perhatian, membuat audiens tertarik, kemudian menumbuhkan minat, dan memancing munculnya keputusan (Gozali & Amarullah, 2020). Konsep AIDA juga dapat dipakai saat membuat *headline* yang menarik untuk memancing ketertarikan audiens. *Headlines* adalah salah satu elemen yang paling penting dalam sebuah konten karena ketika membaca sesuatu, orang tidak hanya melihat gambar saja, tapi juga *headline*-nya (Applegate, 2005). Tujuan dari *headline* adalah untuk mengarahkan pembaca agar tertarik untuk membaca isi dari konten, jika *headline* kurang kuat biasanya hanya akan dibaca sambil lalu dan tidak memberikan kesan yang membekas (Asiani, 2020, p. 163). Menurut Chris (Do, 2020), konsep AIDA cocok untuk diimplementasikan, terutama dalam membuat *copywriting* di *carousel post* karena dapat memancing perhatian dan respon yang lebih baik dari para audiens. Kemudian Chris menjabarkan penerapan konsep AIDA untuk *copywriting* sebagai berikut:

1. *Attention*

*Cover* dari sebuah konten harus bisa menarik perhatian audiens. Sebagai salah satu elemen yang akan dilihat paling pertama oleh audiens, *headlines* wajib dipertimbangkan dengan matang. Maka dari itu, judul harus dapat menjelaskan apa yang akan didapatkan oleh pembaca, dan kenapa mereka harus melihatnya. Paduan antara teks dan gambar dapat menambah kesan menarik dari konten. Tahap *attention* ditempatkan pada *slide* awal konten.

2. *Interest*

Tahap ini sangatlah penting. Karena di awal *headline* konten sudah dapat menarik perhatian, maka *subheadline* dan isi harus bisa membangun minat dari audiens. Tujuan dari tahap ini adalah membuat audiens semakin penasaran dan punya rasa ingin mencari tahu sehingga menggeser semua *slide* yang ada. Untuk itu, isi dari konten harus bisa membuat audiens merasa *relate* dengan masalah mereka dan menyajikan informasi yang berdasarkan fakta. Tahap ini biasanya berada di *slide* kedua.

### 3. *Desire*

Tujuan utama di tahap *desire* adalah untuk membuat audiens membayangkan bagaimana hidupnya akan berubah. Tahap ini adalah inti dari keseluruhan konten. Konten berisi sesuatu yang bermakna, mengikuti trend, dan dapat diterapkan dengan mudah. Di tahap inilah audiens mendapat solusi dari permasalahannya.

### 4. *Action*

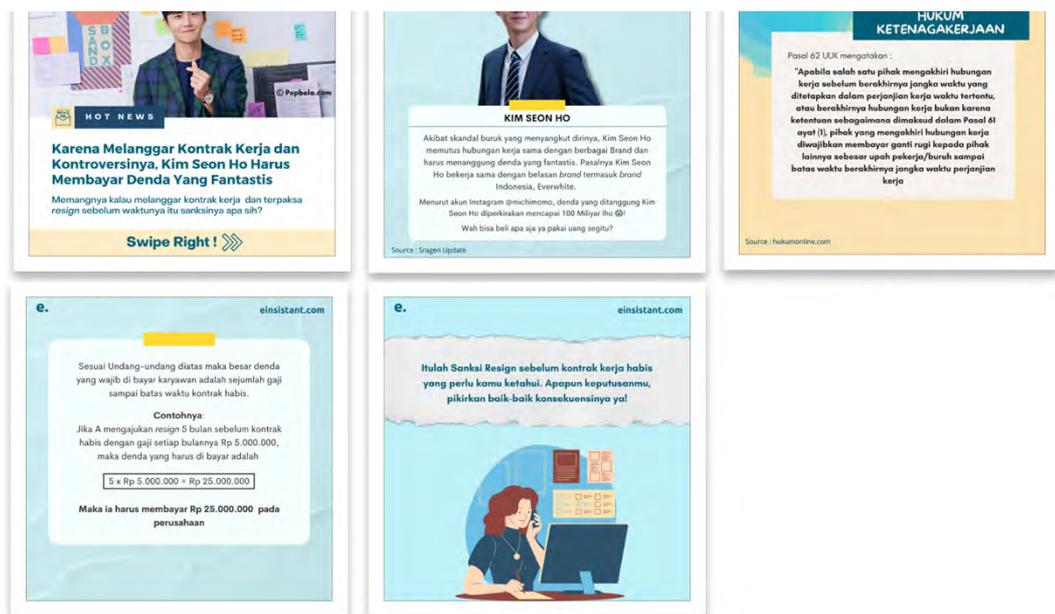
Pada tahap ini, diharapkan audiens dapat melakukan sesuatu setelah selesai melihat keseluruhan konten dan mendapat kalimat ajakan untuk bertindak (*call to action*). Contoh *call to action* yang sering digunakan adalah untuk menyukai postingan, memberikan komentar, dan membagikannya ke teman-teman terdekat.

Kesuksesan sebuah konten ditentukan oleh inti pesan dan bagaimana cara menyampaikannya sehingga bisa merepresentasikan produknya ke masyarakat (Hereyah, 2014). Shaw (2012, p. 12) juga menjelaskan bahwa dasar dari sebuah *copy* adalah pesan yang jelas dan mudah dimengerti serta mendorong audiens untuk melakukan aksi atas konten yang dibagikan.

Dalam proses pembuatan konten, penulis juga menerapkan konsep AIDA dalam membuat *copywriting* dalam konten. Mayoritas konten yang dibuat Einsistant sudah menerapkan konsep AIDA, terutama yang merupakan *carousel post*. Salah satu konten media sosial dengan penerapan konsep AIDA yang dibuat oleh penulis adalah mengenai kasus Kim Seon Ho yang melanggar kontrak kerja sehingga harus membayar denda yang fantastis. Untuk tahap *attention*, penulis selalu membuat *headline* yang *straightforward*, singkat, *relatable*, dan dapat memberikan cuplikan mengenai isi dari konten. Tulisan pada *cover* juga dipastikan cukup besar dan terbaca agar lebih efektif dalam menarik *attention* dari para audiens. Gambar atau ornamen dipilih sesuai dengan konten yang akan dibawakan agar audiens bisa lebih mendapat gambaran mengenai isi konten. Dan ada beberapa konten yang ditambahkan tulisan "*Swipe left*" atau "*Swipe Right*" sebagai ajakan

untuk menggeser ke *post* selanjutnya. Dilansir dari Sosiakita (2020), tulisan "*Swipe left*" atau "*Swipe Right*" pada *carousel post* akan meningkatkan *engagement rate* menjadi 2% karena terbukti membuat audiens peduli dan membaca konten tersebut. Tahap *interest* dilakukan dengan memberikan sedikit penjelasan mengenai kasus Kim Seon Ho dan alasan audiens perlu mengetahui sanksi dalam melanggar kontrak kerja. Tahap *desire* berada di *slide* ketiga dan keempat yang menjabarkan apa sanksi yang bisa diterima jika melanggar kontrak kerja. Di sini juga dijelaskan cara menghitung denda yang mungkin dibayarkan jika melanggar kontrak kerja dan terpaksa *resign* sebelum masa kerja habis. Dan yang terakhir adalah tahap *action* yang diterapkan pada *slide* kelima, yaitu berupa ajakan untuk memikirkan konsekuensi baik-baik sebelum mengambil keputusan.

**Gambar 3.9 Penerapan Konsep AIDA Pada Konten Kim Seon Ho**

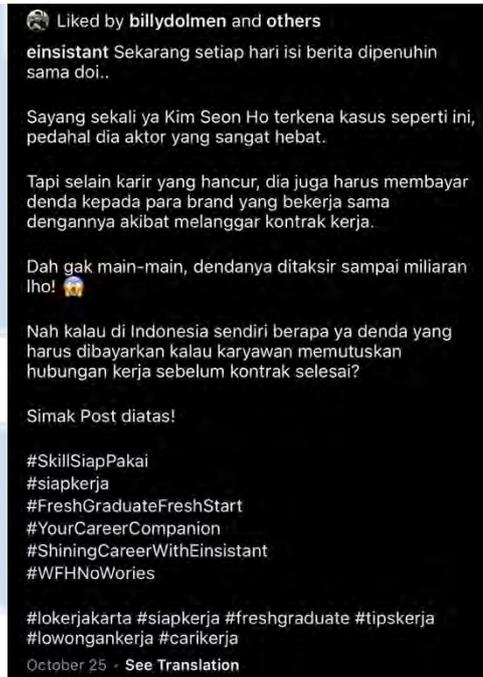


Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

Dalam sebuah *post*, bukan hanya kontennya saja yang penting, tapi juga *caption* yang mendampingi *post* tersebut. Stephanie Cartin, seorang co-CEO di Socialfly mengatakan bahwa walaupun foto yang di unggah ke media sosial itu indah, mereka akan tetap berhenti melihat, teks (*caption*) lah yang

mengundang *engagement* (BBC News Indonesia, 2019). Maka dari itu, dalam pembuatan *caption* Instagram juga digunakan teknik *copywriting* dan AIDA sehingga bisa semakin menarik perhatian audiens.

**Gambar 3.10 Caption Post Kim Seon Ho**



Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

### 3.3.3 Social Media Admin

Dilansir dari Ardata (Ardata, 2020), admin media sosial adalah seseorang yang memiliki tugas untuk mengoperasikan, mengelola dan mengawasi kegiatan yang berhubungan dengan media sosial. Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis juga memiliki *jobdesk* sebagai *social media admin* yang bertugas untuk mempublikasikan konten di media sosial dan berinteraksi dengan audiens. Perlu diketahui bahwa aktivitas penulis sebagai *social media admin* hanya terbatas pada publikasi dan berinteraksi dengan audiens seperti menjawab komentar atau pesan yang masuk ke *direct*

message. Yang harus diperhatikan adalah memposting konten ke media sosial tepat waktu dan bisa menjaga hubungan yang baik dengan para audiens.

**Gambar 3.11 Interaksi Dengan Audiens di Kolom Komentar Instagram**



Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

**Gambar 3.12 Interaksi Dengan Audiens di Direct Message Instagram**



Sumber : Data Olahan Laporan, 2021

### 3.3.4 Kendala

Dengan bekal yang sudah ditanamkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, praktik kerja magang bisa dikatakan berjalan dengan lancar. Namun, tetap saja ada beberapa kendala yang dialami selama melakukan pekerjaan yang ditugaskan oleh pembimbing lapangan. Beberapa kendala tersebut adalah :

1. Perencanaan Sumber Daya Manusia (SDM) di perusahaan masih kurang baik sehingga pembagian tugas tidak merata.
2. Pada awal periode magang, kurang ada diskusi yang bersifat kreatif dengan pembimbing lapangan dan teman satu divisi sehingga ide konten dan hasil pekerjaan yang dihasilkan belum maksimal.
3. Saat membuat konten untuk keperluan *event*, sempat ada kendala berupa miskomunikasi karena ada konten yang belum dibuat akibat tim *event* tidak *me-request* di Click Up. Akhirnya jadwal *posting* jadi mundur.

### 3.3.5 Solusi

Dari beberapa kendala yang ditemukan, berikut solusi yang diterapkan untuk mengatasi hal tersebut :

1. Pembimbing lapangan meninjau ulang pembagian tugas sehingga seluruh karyawan memiliki beban tugas yang sama rata.
2. Penulis berdiskusi dengan pembimbing lapangan dan akhirnya di tetapkan rapat mingguan untuk melakukan *brainstorming* dengan tim dan pembimbing lapangan dengan tujuan untuk membahas ide-ide topik, kendala, dan rencana konten kedepannya.
3. Membicarakan hal ini dengan pembimbing lapangan dan tim *event*. Lalu meminta agar masing-masing tim lebih teliti lagi sehingga tidak ada kesalahan yang sama kedepannya. Memberikan tambahan waktu sehari untuk membuat konten tersebut agar bisa di *publish* keesokan harinya.