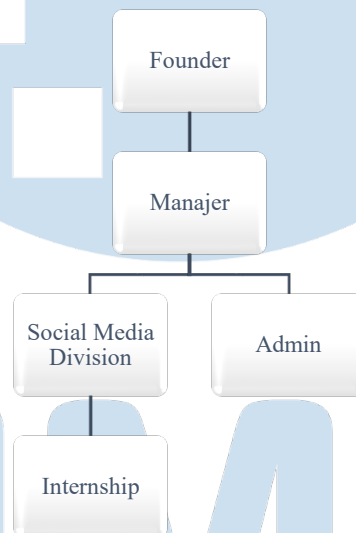


## BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan kerja magang di Lalita Music School secara work from home (WFH). Kerja magang dilaksanakan mulai tanggal 25 Januari 2024 sampai dengan 28 Mei 2024. Selama melakukan kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi media sosial yang dipimpin oleh Ibu Nathania Wibowo sebagai *founder* dan Ibu Yulita Oscar sebagai manajer yang juga merupakan *supervisor*. Penulis diberikan arahan, pengawasan, dan bimbingan oleh *founder* dan manajer selama melakukan kerja magang di Lalita Music School.



Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Divisi Media Sosial  
Data Perusahaan (2024)

Pada saat melaksanakan kerja magang, penulis memiliki tugas dan tanggung jawab dalam pembuatan serta pengelolaan konten media sosial Lalita Music School. Penulis berkoordinasi langsung dengan Ibu Nathania Wibowo sebagai *founder* dan Ibu Yulita Oscar sebagai manajer yang keduanya juga merupakan bagian dari *Social Media Division*. Selain dengan *founder* dan manajer, penulis juga berkoordinasi dengan Ibu Yolanda selaku bagian dari divisi media sosial dan Ibu

Milka sebagai admin dari Lalita Music School. Penulis berkoordinasi dengan divisi media sosial untuk membahas konten yang akan dan telah dibuat penulis.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang di Lalita Music School sebagai *social media intern*. Penulis melaksanakan kegiatan kerja magang mulai tanggal 25 Januari – 28 Mei 2024. Bertugas sebagai *social media intern*, penulis memiliki tanggung jawab untuk mengelola akun media sosial. Dalam pengelolaan media sosial Lalita Music School, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan konten untuk disebar pada media sosial. Media sosial yang dikelola oleh penulis selama kegiatan kerja magang adalah Instagram, TikTok, dan *website*. Selama pelaksanaan kerja magang, penulis memenuhi tugas dan tanggung jawab dengan menggunakan kreativitas serta kemampuan *planning*, *writing*, dan *video editing*.

#### 3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Bertanggung jawab sebagai *social media intern* di Lalita Music School, penulis memiliki beberapa tugas yang harus dilakukan. Tugas-tugas tersebut antara lain:

Tabel 3.1 Tugas *Social Media Intern* di Lalita Music School

No	Tugas	Frekuensi	Keterangan
1	<i>Content Planning</i>	Setiap dua minggu	Membuat rencana konten dan jadwal publikasi pada Instagram <i>feeds</i> , <i>reels</i> , dan TikTok
2	<i>Visual Designing</i>	Setiap hari	Membuat desain visual untuk di- <i>upload</i> pada Instagram
3	<i>Copywriting</i>	Setiap hari	Membuat tulisan untuk <i>caption</i> dari konten yang akan di- <i>upload</i> sebagai
4	<i>Video Editing</i>	Setiap hari	Membuat konten berupa video dengan melakukan <i>editing</i> pada

			video yang diambil penulis maupun stok video dari Lalita Music School
5	<i>Monthly Engagement Rate Report</i>	Setiap bulan	Membuat laporan bulanan mengenai <i>engagement rate</i> yang didapatkan dari konten Instagram dan TikTok

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama menjalani kegiatan kerja magang sebagai *social media intern*, penulis bertanggung jawab atas pengelolaan media sosial Lalita Music School. Media sosial yang menjadi fokus penulis adalah Instagram, TikTok, dan *website*. Penulis bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi kepada pengguna media sosial mengenai Lalita Music School agar lebih mengenal dan memperhatikan sekolah musik tersebut. Berdasarkan tabel 3.1, terdapat beberapa tugas yang perlu dikerjakan oleh penulis sebagai *social media intern* di Lalita Music School, yaitu:

#### 1. *Content Planning*

Penulis memiliki tugas kerja magang untuk melakukan *content planning*. Penulis bertugas untuk membuat rencana konten yang akan dipublikasikan melalui media sosial. Proses ini dimulai dengan merancang konsep yang akan dicapai untuk *platform* Instagram. Konsep ini disesuaikan dengan preferensi dari *founder* serta tujuan Lalita Music School sebagai sekolah musik. Konsep tersebut menjadi landasan bagi semua konten yang akan dibuat dan dipublikasikan pada media sosial Lalita Music School.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.2 *Concept Plan Lalita Music School Data Perusahaan (2024)*

Setelah konsep disusun, penulis membuat kalender konten yang terbagi atas:

- Tanggal publikasi konten
- Topik konten
- Platform yang digunakan
- Format konten
- Kata kunci konten
- Deskripsi konten
- Referensi konten

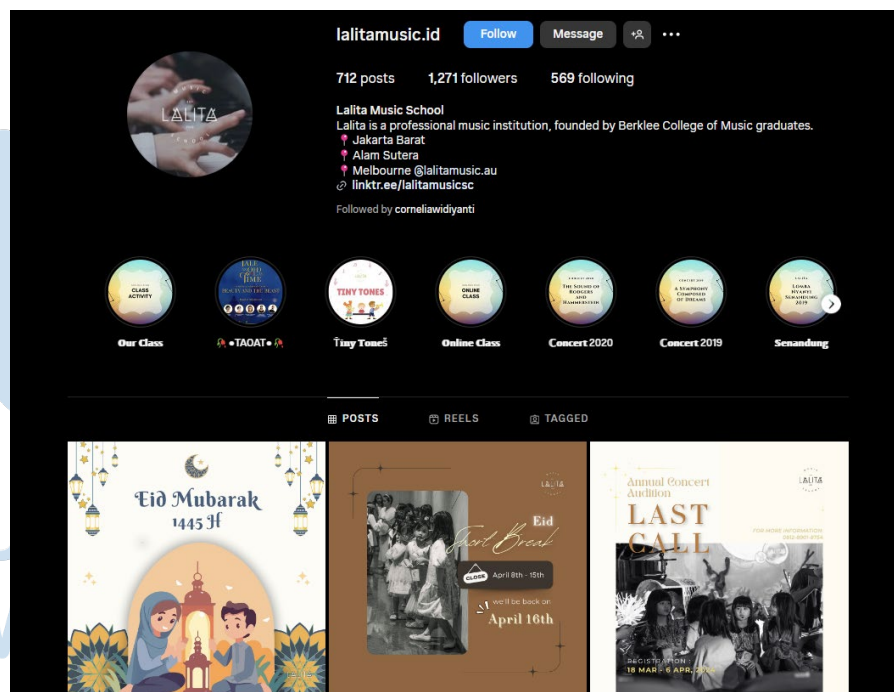
<input checked="" type="checkbox"/>	Date	Aa Topic / Title	Platform	Format	Keyword	Description	References
<input checked="" type="checkbox"/>	January 31, 2024	About Lalita Music School	Instagram	Photo	Prologue	Graphic design which explains about Lalita Music School. Comes with photos of student activities.	<a href="https://www.insta">https://www.insta</a>
<input checked="" type="checkbox"/>	February 1, 2024	Introduction <sup>OPEN</sup> Yemima	Instagram	Video	Introduction	Greetings & show video	
<input checked="" type="checkbox"/>	February 2, 2024	Free Trial Program	Instagram	Photo	Free Trial	Practice photo that comes with invitations and promotion	
<input checked="" type="checkbox"/>	February 3, 2024	About Lalita Music School	TikTok	Video	Prologue	Showcase videos with text about Lalita Music School. No voice over.	<a href="https://www.insta">https://www.insta</a>
<input checked="" type="checkbox"/>	February 6, 2024	Introduction of Ms. Yemima	TikTok	Video	Introduction	SAME AS VIDEO FEB 1, 2024	
<input checked="" type="checkbox"/>	February 7, 2024	Quotes	Instagram	Photo	Piece of Art	"Music is a piece of Art that goes through the ears straight to the heart" - Michel Vanden Broeck	
<input checked="" type="checkbox"/>	February 8, 2024	Isra Mi'raj	Instagram	Photo	Holiday	Graphic design for Isra Mi'raj greetings	

Gambar 3.3 *Content Plan Lalita Music School Data Perusahaan (2024)*

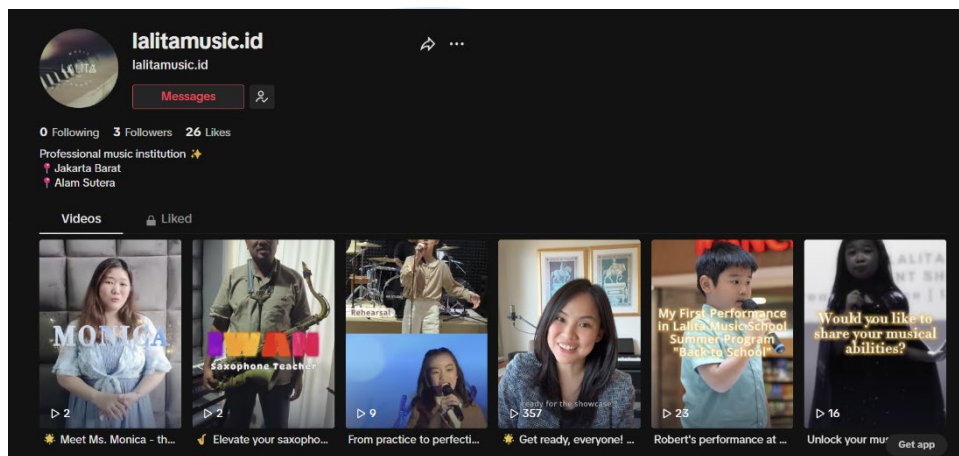
N U S A N T A R A

Penulis menyusun rencana konten setiap dua minggu untuk konten yang akan dipublikasikan selama dua minggu ke depan. Setiap minggu, penulis melakukan *posting* Instagram sebagai 1-3 kali, disesuaikan dengan konten yang akan dipublikasikan. Sementara itu, untuk TikTok, *posting* dilakukan sebagai 1-2 kali seminggu dengan konten yang sama dengan yang di-*posting* pada Instagram Reels.

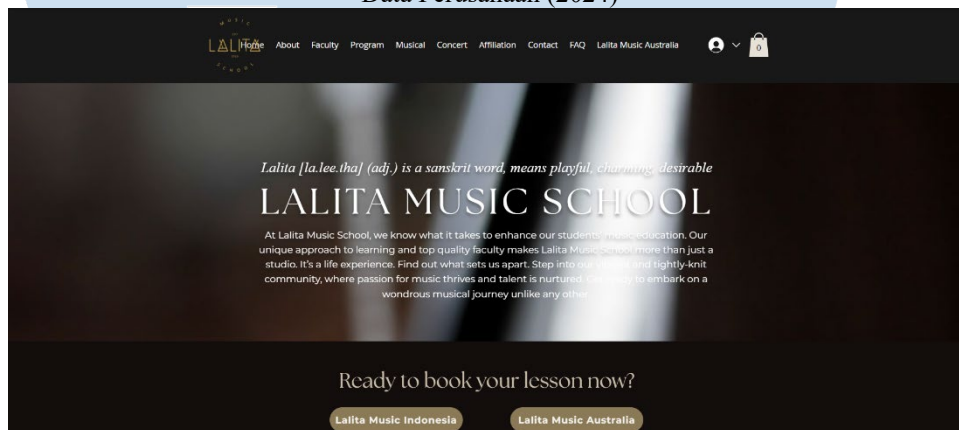
Penulis membuat rencana konten dengan mempertimbangkan tren yang sedang berlangsung dan ramai di masyarakat. Konten yang dibuat juga harus mampu menjelaskan dan mempromosikan Lalita Music School secara efektif mengenai kegiatan dan program yang ditawarkan. Saat ini, penulis bertanggung jawab atas akun Instagram Lalita Music School Indonesia (@lalitamusic.id), TikTok Lalita Music School (@lalitamusic.id), *website* Lalita Music School (<https://www.lalitamusicsschool.com/>), dan akun Instagram Lalita Music School Australia (@lalitamusic.au) yang masih dalam tahap persiapan untuk dirilis.



Gambar 3.4 Instagram Lalita Music School Indonesia Data Perusahaan (2024)



Gambar 3.5 TikTok Lalita Music School  
Data Perusahaan (2024)



Gambar 3.6 Website Lalita Music School  
Data Perusahaan (2024)

## 2. *Visual Designing*

Setelah menyelesaikan tahap konsep dan perencanaan konten, penulis memasuki tahap pembuatan desain visual untuk konten yang akan dipublikasikan. Pada *platform* Instagram, penulis membuat desain visual dalam bentuk gambar. Bentuk gambar ini dapat berupa satu Instagram Feed tunggal maupun dalam bentuk *carousel*. Pada proses pembuatan desain visual ini penulis menggunakan berbagai platform desain seperti Canva, Figma, dan Adobe Photoshop.



Gambar 3.7 Contoh Instagram Feed Tunggal Lalita Music School Data Perusahaan (2024)



Gambar 3.8 Contoh Instagram Feed Carousel Lalita Music School Data Perusahaan (2024)

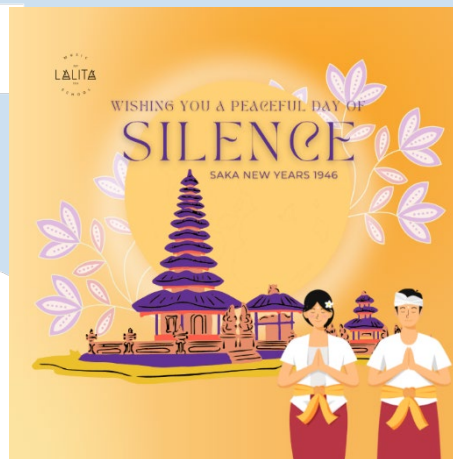
Konten Instagram Feed di-*posting* secara berkala, dengan frekuensi 1-3 kali dalam seminggu. Jenis konten yang dipublikasikan meliputi informasi mengenai program yang ditawarkan Lalita Music School, kutipan inspiratif seputar musik, hari raya, dan tips atau fakta mengenai dunia musik.



Gambar 3.9 Contoh Instagram Feed Informasi Mengenai Lalita Music School Data Perusahaan (2024)



Gambar 3.10 Contoh Instagram Feed Kutipan Data Perusahaan (2024)



Gambar 3.11 Contoh Instagram Feed Hari Raya Data Perusahaan (2024)



Gambar 3.12 Contoh Instagram Feed Tips atau Fakta Musik Data Perusahaan (2024)



Setiap desain visual yang telah dibuat oleh penulis akan diberikan kepada tim media sosial Lalita Music School untuk dievaluasi. Jika desain yang telah ditinjau terdapat kekurangan atau ketidaksesuaian, penulis akan melakukan revisi sesuai dengan *feedback* dari tim media sosial. Setelah konten dianggap sesuai dengan tujuan dan menarik, penulis akan melakukan publikasi.

### 3. *Copywriting*

Sebelum mempublikasikan konten, penulis menyempurnakan desain visual dengan *caption* melalui *copywriting*. Berdasarkan Suleman (2023), *copywriting* merupakan sebuah proses kreatif dalam pembuatan sebuah naskah atau materi promosi yang mengacu pada penggunaan teknik persuasif dengan tujuan komersial (hlm. 2). Tulisan yang telah dibuat oleh penulis akan digunakan sebagai *caption* pada *platform* Instagram maupun TikTok. Dalam proses *copywriting* ini, penulis memerlukan kreativitas untuk menciptakan tulisan-tulisan yang mampu menarik perhatian pembaca atau pengguna media sosial. Tidak hanya menarik, tulisan-tulisan tersebut juga harus memiliki elemen *call to action* untuk mendorong aksi dan interaksi dari *audiens* terhadap konten yang dipublikasikan.

Sebagai bagian dari tanggung jawab penulis selama kegiatan kerja magang, penulis perlu menghasilkan *caption* yang menarik dan memikat pengguna media sosial melalui proses *copywriting*. Berikut contoh penulisan *caption* pada Instagram Lalita Music School:

Tabel 3.2 Contoh *Caption* Instagram Lalita Music School

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



## 🌟 Student Showcase 2024

### Highlights 🌟

*A mesmerizing journey of talent and passion! To all our incredible students, you've truly outdone yourselves. Your dedication shines through every note played and every lyric sung. Thank you for being a part of this unforgettable Student Showcase! Your performances were exceptional and inspiring. Remember, the feedback you received is the stepping stone to your musical journey ahead 🎵 🙌*

#SekolahMusikJakarta

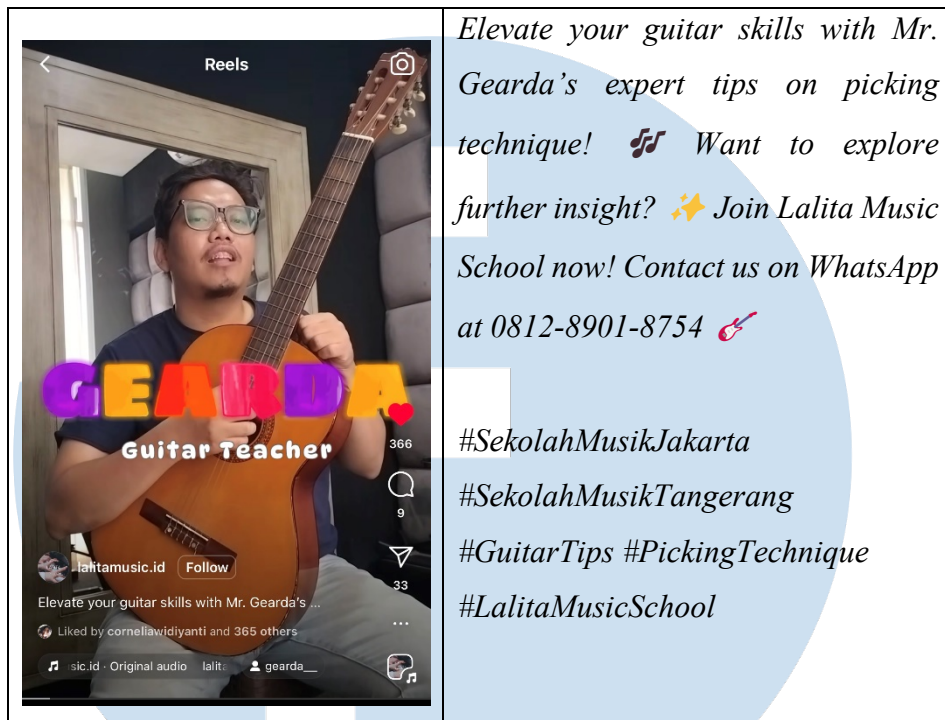
#SekolahMusikTangerang

#LalitaMusicSchoolStudentShowcase  
2024Term1

#StudentShowcaseHighlight

#LalitaMusicSchool

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



#### 4. Video Editing

Dalam pembuatan konten untuk *platform* Instagram dan TikTok, penulis membuat konten dalam bentuk video. Dengan demikian, penulis memiliki tanggung jawab untuk melakukan proses *editing* video terhadap konten yang akan dipublikasikan. Proses ini melibatkan *editing* dari berbagai *footage* video yang tersedia, seperti video rekaman kegiatan konser atau proses belajar mengajar di kelas yang dimiliki oleh Lalita Music School. Dalam beberapa situasi tertentu, penulis terlibat langsung dalam pengambilan video selama kegiatan penting seperti *student showcase* atau konser.

Selama melakukan proses *editing* video, penulis menggunakan *platform* Capcut. *Platform* Capcut dipilih atas dasar kemudahan penggunaan *tools* serta tersedianya *tools* yang dibutuhkan penulis dalam proses *editing*. Selama proses *editing*, penulis menggunakan beberapa jenis

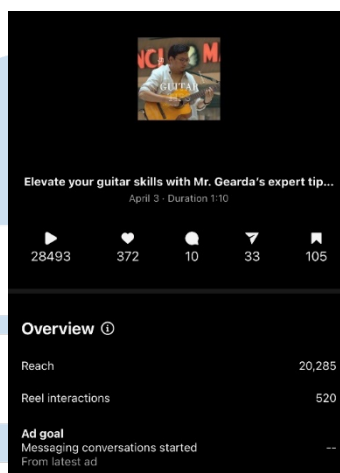
transisi video untuk meningkatkan kualitas visual dari video yang dihasilkan. Beberapa transisi yang digunakan penulis adalah *cut to cut*, *dissolve*, *swipe*, dan *fade*.

Setelah selesai melakukan proses *editing*, penulis mengirimkan video kepada tim media sosial untuk dievaluasi. Apabila tidak ada revisi yang diperlukan, penulis kemudian melengkapi video dengan *caption* dari *copywriting* sebelum akhirnya dipublikasikan. Video yang dipublikasikan pada Instagram Reels merupakan konten yang sama dengan yang diunggah pada platform TikTok. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar konten dapat mencapai *audiens* yang lebih luas, baik melalui Instagram maupun TikTok. Salah satu contoh video yang di-*edit* oleh penulis adalah [https://www.instagram.com/reel/C49yfvslPhB/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==](https://www.instagram.com/reel/C49yfvslPhB/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==).

#### 5. *Monthly Engagement Rate Report*

Tahap selanjutnya dari proses publikasi konten yang telah dilakukan, penulis melaksanakan evaluasi terhadap kualitas konten yang telah diproduksi. Setiap bulan, penulis membuat laporan bulanan mengenai hasil *engagement rate* dari setiap konten yang telah dipublikasikan dan perubahan *followers* dari media sosial Lalita Music School. Penulis menyusun laporan bulanan dengan menggunakan fitur *professional* yang disediakan oleh *platform* Instagram dan TikTok.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.13 Fitur *Professional* Instagram Data Perusahaan (2024)

Melalui fitur *professional* pada gambar 3.13, penulis dapat mengakses data-data yang lebih detail dari setiap konten seperti jumlah *like*, *comment*, *share*, *saved*, *reach*, *impression*, *average watch time*, dan informasi penting lainnya. Melalui informasi ini, penulis dapat dengan mudah menghitung angka *engagement rate* dan mengetahui perubahan *followers* dari media sosial Lalita Music School.

Date	Topic	Content Link	Content Type	Impression/ Total Views	Reach/ Unique Views	Likes	Comments	Shares	Saved	Total Engagement	Engagement Rate	Updated On
31 Jan 24	About Lalita Music School	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Carousel	396	334	24	0	0	0	24	7.19%	5 Mar 24
1 Feb 24	Introduction of Ms. Yemima	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Reels	10469	7758	94	2	5	4	105	1.35%	5 Mar 24
2 Feb 24	Free Trial Program	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Single Image	334	315	13	0	1	0	14	4.44%	5 Mar 24
7 Feb 24	Quotes	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Single Image	150	137	6	0	0	1	7	5.11%	5 Mar 24
8 Feb 24	Isra Miraj Greetings	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Single Image	137	120	8	0	0	1	9	7.50%	5 Mar 24
9 Feb 24	Lalita's Programs	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Reels	6283	4469	20	0	13	6	39	0.87%	5 Mar 24
10 Feb 24	CNY Greetings	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Single Image	199	179	13	0	0	1	14	7.82%	5 Mar 24
15 Feb 24	Showcase Program	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Reels	1019	687	20	0	12	1	33	4.80%	5 Mar 24
16 Feb 24	Showcase Registration	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Single Image	274	248	6	0	1	1	8	3.23%	5 Mar 24
19 Feb 24	My First Performance	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Reels	6410	4523	35	0	7	2	44	0.97%	5 Mar 24
22 Feb 24	Showcase Tips	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Carousel	179	152	12	0	0	3	15	9.87%	5 Mar 24
23 Feb 24	Quotes	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Single Image	127	119	3	0	0	0	3	2.52%	5 Mar 24
24 Feb 24	Get Ready for Student Showcase (Teacher)	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Reels	10655	6997	71	0	8	11	90	1.29%	5 Mar 24
29 Feb 24	Student Showcase 2023 Term 2	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Carousel	325	262	14	0	1	2	17	6.49%	18 Apr 24
2 Mar 24	Student Showcase Reminder	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Single Image	274	238	6	0	0	0	6	2.52%	18 Apr 24
7 Mar 24	Quotes	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Single Image	309	278	13	0	1	3	17	6.12%	18 Apr 24
8 Mar 24	Rehearsal vs Performance Video	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Reels	12039	8575	105	0	6	6	117	1.36%	18 Apr 24
9 Mar 24	Saxophone Tips	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Reels	325	270	7	0	0	1	8	2.96%	18 Apr 24
11 Mar 24	Nyepi - Day of Silence	<a href="https://www.lalitamusic.com">https://www.lalitamusic.com</a>	Single Image	184	163	7	0	0	0	7	4.29%	18 Apr 24

Gambar 3.14 Data *Engagement Rate* Konten Lalita Music School Data Perusahaan (2024)

Berdasarkan Admin LLDIKTI (2021), penghitungan *engagement rate* dapat menunjukkan kondisi dari konten. Dimana jika hasil kurang dari satu persen, konten memiliki *low engagement rate*. Jika antara 1 persen sampai 3,5 persen, maka konten memiliki nilai rata-rata. Jika konten memiliki nilai antara 3,5 persen sampai 6 persen, maka termasuk ke dalam

kategori konten dengan *engagement rate* tinggi. Sebuah konten masuk ke dalam kategori sangat tinggi ketika memiliki nilai di atas enam persen.

Melalui laporan bulanan ini, penulis dapat memperoleh data dan nilai mengenai respons dan tanggapan *audiens* terhadap konten-konten yang dipublikasikan. Data ini menjadi landasan untuk perencanaan konten di masa mendatang yang memungkinkan penulis untuk menciptakan konten yang lebih menarik dan relevan dengan minat *audiens*. Selain itu, data perubahan *followers* yang diterima penulis dapat menjadi data untuk memperbaiki kualitas konten dan melakukan perbaikan pada setiap konten ke depan.

Berdasarkan laporan bulanan mengenai perhitungan *engagement rate*, konten yang diminati oleh *audiens* Lalita Music School adalah konten *tips and tricks* dan konten hiburan seperti penampilan musik dari murid atau guru. Sedangkan konten yang kurang diminati oleh *audiens* adalah konten mengenai pengumuman kegiatan. Konten yang memiliki nilai *views* tinggi dapat menjadi konsep untuk konten ke depan. Dengan demikian, laporan bulanan ini tidak hanya memberikan gambaran mengenai kinerja konten saat ini, tetapi juga menjadi panduan dan referensi bagi penulis untuk mengoptimalkan strategi konten ke depan.

### 3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani kegiatan kerja magang, penulis menghadapi beberapa tantangan, antara lain:

1. **Keterbatasan Stok atau Aset Perusahaan**  
Selama proses pembuatan konten, penulis membutuhkan stok atau aset perusahaan berupa foto dan video yang berkaitan dengan kegiatan atau

program Lalita Music School. Aset tersebut berperan penting dalam pembuatan konten karena sebagai alat untuk menyampaikan pesan dari konten dengan efektif. Namun, terkadang jumlah dan variasi aset yang tersedia tidak mencukupi untuk mendukung pembuatan ide-ide konten.

2. Kesulitan dalam Menghasilkan Ide Konten

Dalam merencanakan konten, terkadang penulis mengalami kesulitan dalam menemukan ide-ide kreatif dan menarik. Penulis kehabisan ide untuk membuat konten baru. Hal ini mengakibatkan pengulangan jenis konten yang sama dalam publikasi, yang dapat mengurangi keberagaman konten.

3. Keterbatasan dalam Penggunaan *Platform* yang Tidak Dikenal

Penulis bertanggung jawab atas pembuatan desain visual dan *copywriting* untuk *website* Lalita Music School. Pembuatan *website* Lalita Music School menggunakan *platform* yang belum pernah penulis gunakan sebelumnya. Oleh karena itu penulis mengalami kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan *platform* baru.

4. Pekerjaan Desain Visual dan *Video Editing* yang Bersamaan

Saat membuat sebuah konten, adakalanya desain visual dan *video editing* diperlukan dalam waktu yang berdekatan. Oleh karena itu, terkadang penulis harus mengerjakan konten desain visual dan *video editing* secara bersamaan. Hal ini menyebabkan perhatian penulis yang terbagi dan kurang fokus.

### 3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala yang dialami, penulis mengatasi kendala-kendala tersebut dengan mengimplementasikan beberapa solusi:

1. Keterbatasan Stok atau Aset Perusahaan

Untuk mengatasi keterbatasan stok dan aset perusahaan, penulis melakukan konsultasi dan komunikasi dengan tim media sosial. Penulis berkomunikasi secara aktif dengan tim media sosial untuk melakukan pencarian atas aset tambahan. Selain itu penulis juga mencari solusi bersama dengan tim media sosial untuk mengatasi keterbatasan aset perusahaan dengan membuat ide baru menggunakan aset yang tersedia. Dengan demikian, meski penulis mengalami keterbatasan aset, penulis tetap dapat mencapai tujuan dari pembuatan konten.

2. Kesulitan dalam Menghasilkan Ide Konten

Ketika mengalami kesulitan dalam menghasilkan ide konten, penulis akan melakukan pengamatan. Penulis meluangkan waktu untuk melihat referensi media sosial sekolah musik dan memperhatikan tren yang sedang populer di masyarakat. Hal ini membantu penulis dalam menghasilkan ide konten yang baru dan inovatif. Kemudian ide konten dapat digunakan sebagai konten yang akan dipublikasikan di konten mendatang.

3. Keterbatasan dalam Penggunaan *Platform* yang Tidak Dikenal

Ketika penulis mengalami kesulitan dalam keterbatasan dengan penggunaan platform yang kurang familier, penulis melakukan pembelajaran mandiri. Penulis melakukan pembelajaran mandiri melalui sumber-sumber *online*, seperti artikel internet dan tutorial Youtube. Pembelajaran mandiri dilakukan penulis dengan tujuan agar penulis memahami dan mulai menguasai penggunaan *platform* baru. Selain itu, penulis juga mengatasi kendala ini dengan aktif berkomunikasi dengan tim media sosial yang pernah menggunakan *platform* tersebut sebelumnya untuk mendapatkan panduan.

4. Pekerjaan Desain Visual dan *Video Editing* yang Bersamaan



Dalam mengatasi kendala pekerjaan desain visual dan *video editing*, penulis membuat pengaturan jadwal dan prioritas. Penulis membuat jadwal kerja sendiri yang terorganisir dengan membagi waktu antara pekerjaan desain visual dan *video editing*. Penulis akan membuat konten yang memiliki tenggat waktu lebih sedikit menuju hari publikasi. Dengan pengaturan jadwal, penulis dapat fokus pada satu jenis tugas sehingga dapat efisien dan meningkatkan kualitas pekerjaan.

