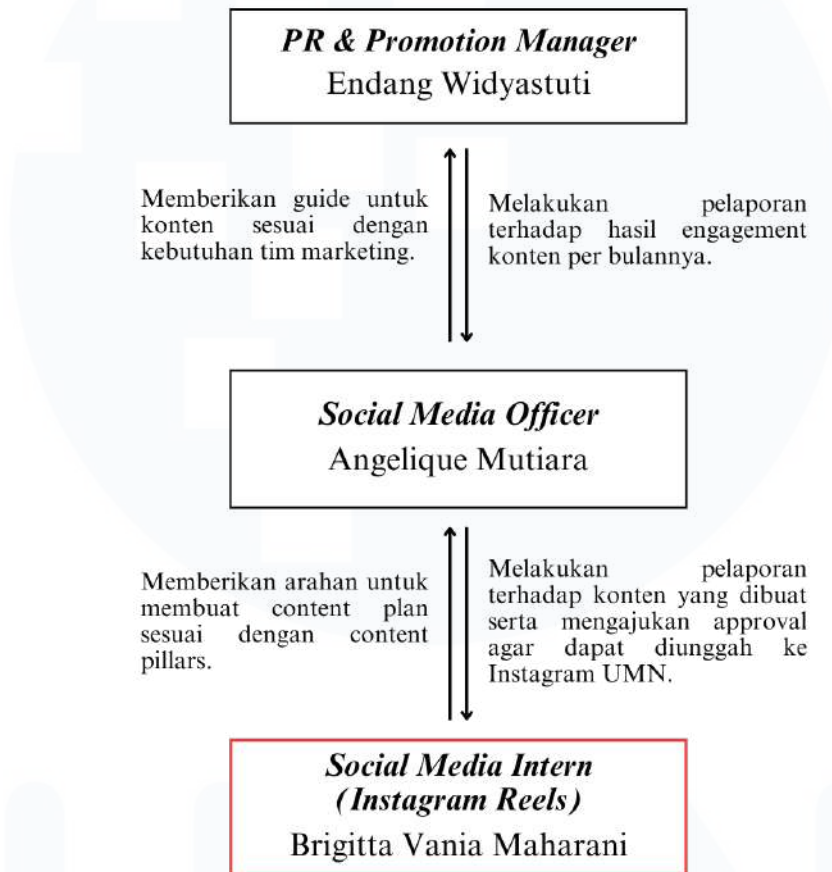


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3. 1 Alur Kerja Magang Content Creator Instagram UMN

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Menjelaskan Kedudukan penulis selama proses pelaksanaan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara adalah sebagai *Social Media Marketing Intern* pada departemen *Marketing Communication*. Penulis telah melaksanakan praktek kerja magang yang dimulai pada tanggal 2 Januari 2024 dan akan berakhir pada tanggal 2 Mei atau selama 640 jam kerja sesuai dengan kontrak yang telah disetujui oleh pihak penulis dan pihak perusahaan. Pelaksanaan praktek kerja magang ini diawasi dan dibimbing oleh Angelique Cahya Mutiara S.M, CBO, selaku *Social Media Officer*.

Dalam menjalankan program kerja magang, penulis mendapatkan tugas atau *job description* sebagai *Social Media Marketing Intern* yang diberikan oleh Angelique untuk menjalankan *project* yang harus dikerjakan oleh penulis. Angelique sebagai *Social Media Officer* menjadi mediator untuk penulis jika ada kegiatan atau acara di Universitas Multimedia Nusantara yang perlu dibuat konten berbentuk gambar maupun video di Instagram Universitas Multimedia Nusantara. Angelique memiliki tanggung jawab atas mengawasi segala informasi konten yang telah dibuat dan akan dirilis kepada *audience*.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Di bawah ini merupakan tabel yang merupakan aktivitas magang yang dilaksanakan oleh penulis sebagai *Social Media Marketing Intern* pada departemen *Marketing Communication* di Universitas Multimedia Nusantara selama 640 jam atau 5 bulan sesuai dengan perjanjian kontrak antara penulis dengan perusahaan. Penulis menjadi *content creator* sebagai tugas utama pada saat menjadi *Social Media Marketing Intern*. *Social Media Marketing* memiliki tanggung jawab atas akun Instagram Universitas Multimedia Nusantara dengan mengelola konten yang berbentuk video maupun gambar, antara lain konten *Reels*, *Story*, pembuatan *copywriting*, membalas pesan yang berada di *Direct Message* maupun komentar di akun Instagram Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga mendapatkan tugas tambahan yang harus dikerjakan yaitu menjadi *Host* pada saat *Live* di Instagram dan TikTok Universitas Multimedia Nusantara Berikut ini merupakan rincian tugas yang dilakukan oleh penulis, sebagai berikut:

No	Jenis Pekerjaan	Koordinasi	Intensitas	Tujuan
1	Melakukan rapat bersama supervisor secara <i>offline</i> untuk penjelasan tugas yang akan dilakukan. Rapat dilakukan selama 2	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	RUTIN	Mengetahui dan mempermudah dalam perencanaan konten yang akan dikerjakan selama 2 minggu dan yang akan diunggah di

	minggu sekali dalam sebulan terkait penugasan untuk <i>content plan</i> .			Instagram Universitas Multimedia Nusantara.
2	Melakukan <i>update plan</i> secara rutin terkait dengan konten yang akan diunggah pada Instagram Universitas Multimedia Nusantara.	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	RUTIN	Mengetahui dan membantu untuk penjadwalan terkait dengan apa yang akan diunggah pada setiap harinya.
3	Melakukan proses <i>shooting</i> konten untuk konten yang akan diunggah pada <i>Reels</i> Instagram Universitas Multimedia Nusantara.	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	RUTIN	Membantu untuk meningkatkan <i>brand engagement</i> Instagram UMN dengan pembuatan konten.
4	Melakukan proses editing video untuk konten <i>Reels</i> Instagram Universitas Multimedia Nusantara.	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	RUTIN	Membantu untuk meningkatkan <i>brand engagement</i> melalui editing video untuk konten <i>Reels</i> Instagram Universitas Multimedia Nusantara.
5	Mengajukan <i>approval</i> konten video <i>Reels</i> kepada supervisor	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	RUTIN	Membantu dalam tahap validasi apakah konten yang akan dirilis layak

	terkait dengan konten yang telah dikerjakan.			untuk diunggah kepada audiens.
6	Melakukan <i>copywriting</i> terhadap konten yang telah di <i>approve</i> oleh supervisor	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	RUTIN	Membantu dalam pembuatan <i>copywriting</i> agar audiens memahami terkait dengan konten yang diunggah.
7	Melakukan proses editing untuk <i>cover Reels</i> Instagram Universitas Multimedia Nusantara.	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	RUTIN	Membantu meningkatkan <i>brand engagement</i> kepada audiens agar dilihat menarik dan mudah dipahami untuk konten <i>Reels</i> yang diunggah.
8	Melakukan input ke <i>google sheets content scheduling</i> untuk <i>Reels</i> yang akan diunggah ke Instagram Universitas Multimedia Nusantara	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	RUTIN	Membantu Kak Angel untuk melakukan pengaturan jadwal konten yang akan diunggah di Instagram Universitas Multimedia Nusantara.
9	Melakukan <i>posting</i> konten <i>Reels</i> setelah ditentukan pengaturan jadwal untuk <i>upload</i> konten.	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	RUTIN	Membantu meningkatkan <i>brand engagement</i> setelah <i>upload</i> konten <i>Reels</i> .
10	Melakukan <i>evaluation reporting performance insight</i> pada konten yang telah	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	RUTIN	Penulis mendapatkan <i>insight</i> setelah menganalisis konten <i>evaluation reporting</i>

	diunggah di <i>reels</i> Instagram Universitas Multimedia Nusantara setiap akhir bulan.			<i>performance insight</i> yang telah dikerjakan.
--	---	--	--	---

Tabel 3. 1 Uraian Pekerjaan Intensitas Rutin

No	Jenis Pekerjaan	Koordinasi	Intensitas	Tujuan
1	Melakukan <i>approach</i> kepada dosen, alumni dan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai bahan pada konten <i>Reels</i> dan <i>Feeds</i> Instagram.	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	NON-RUTIN	Membantu supervisor dalam pembuatan konten Instagram Universitas Multimedia Nusantara.
2	Melakukan tugas tambahan menjadi <i>host Live</i> Instagram, TikTok dan YouTube Universitas Multimedia Nusantara.	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> )	NON-RUTIN	Membantu supervisor untuk promosi kepada calon mahasiswa baru Universitas Multimedia Nusantara.
3	Melakukan tugas tambahan yaitu menjadi mentor pada salah satu organisasi di UMN yaitu UMN Resepresentative dan menjadi mentor siswa magang yang <i>handle</i> akun	Kak Angelique ( <i>Social Media Officer</i> ) dan Kak Jaja	NON-RUTIN	Mengarahkan mahasiswa dan siswa dalam merancang ide-ide konten hingga melakukan upload video di Instagram dan TikTok Universitas Multimedia Nusantara sebagai bahan

	Instagram dan TikTok Universitas Multimedia Nusantara		kontribusi pada organisasi maupun sebagai siswa magang yang melakukan magang di Universitas Multimedia Nusantara.
--	---	--	---

Tabel 3 2 Uraian Pekerjaan Intensitas Non-Rutin



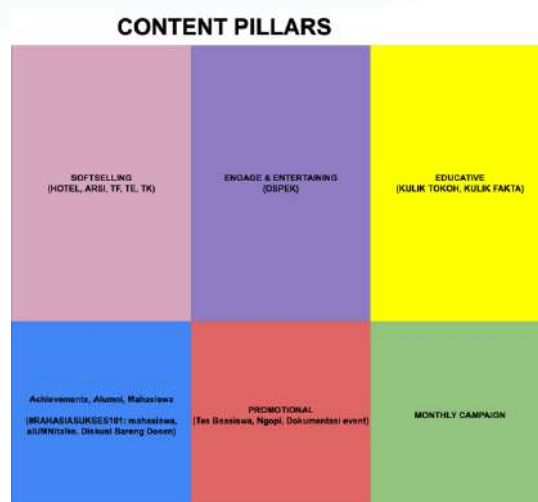
### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

#### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

##### 3.3.1.1 Uraian Pelaksanaan Tugas Rutin

###### 1. Melakukan rapat *content plan* bersama supervisor

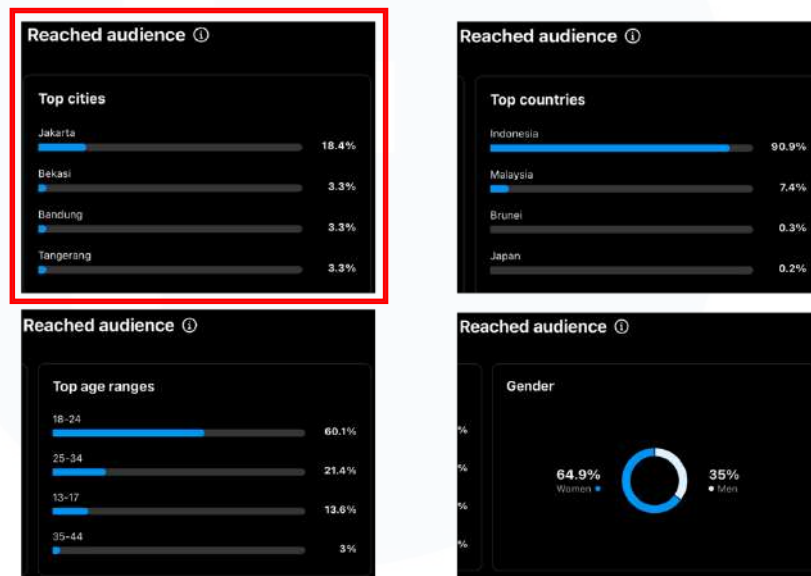
Dalam hal ini, penulis mendapatkan tugas rutin yang dilaksanakan pada 2 minggu sekali dalam sebulan. Pada aktivitas ini, penulis melakukan *brainstorming* untuk konten yang akan dikerjakan selama 2 minggu kedepan. Sehingga penulis telah memiliki gambaran atau kerangka ketika akan membuat konten. Sebelum itu, penulis harus melakukan analisis atau riset terlebih dahulu sesuai dengan *content pillar* yang menjadi fokus utama untuk *Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara. *Content pillar* merupakan sebuah acuan yang akan digunakan selama penulis melaksanakan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara.



Gambar 3. 2 Content Pillars Universitas Multimedia Nusantara

Sumber : Dokumen Perusahaan, 2024

Tidak hanya itu saja, melainkan penulis juga melakukan analisis sesuai dengan teori *segmenting, targeting* dan *positioning* yang telah dipelajari pada saat kuliah reguler pada mata kuliah *Integrated Marketing Communication* dan *Brand Management*. Analisis tersebut akan menjadi riset penulis untuk menjadi target yang harus dituju.

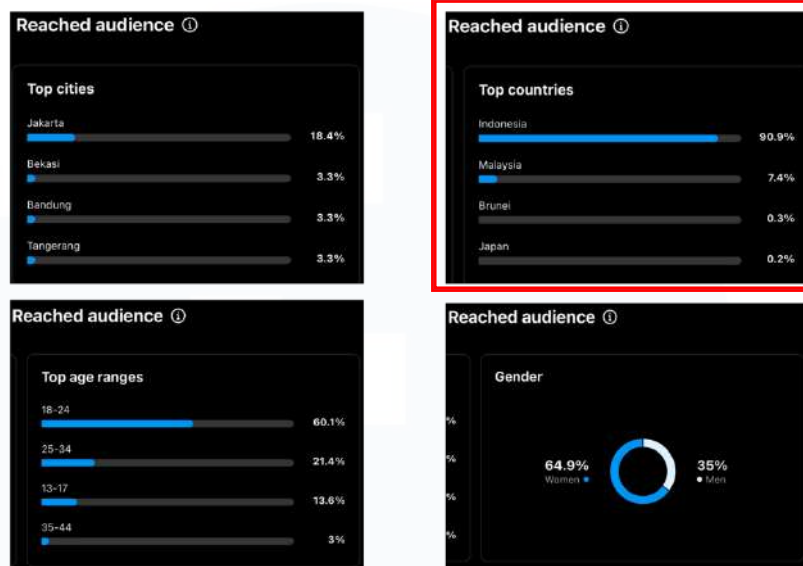


Gambar 3. 3 Analisis Followers Instagram

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan hasil analisis dari domisili *audiens Top Cities* Instagram Universitas Multimedia Nusantara didominasi oleh Jakarta sebanyak 18,4% dan 3,3% yang berasal dari Bekasi, Bandung dan Tangerang.

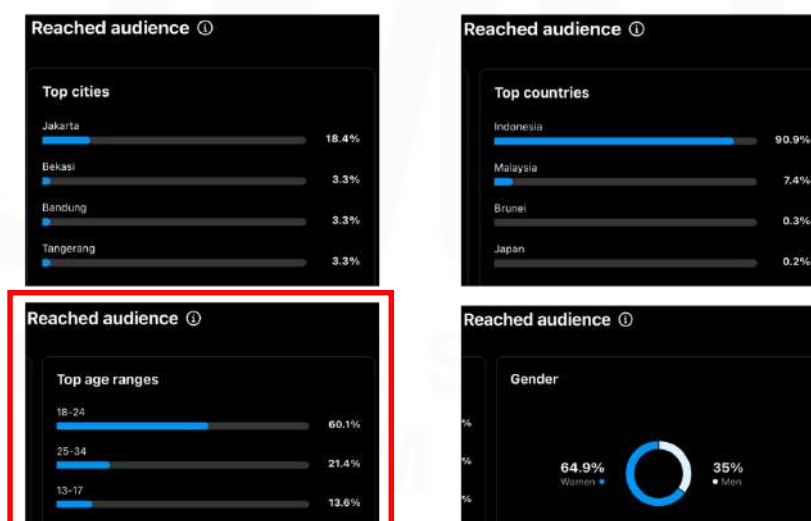




Gambar 3. 4 Analisis Followers Instagram

Sumber : Olahan Penulis, 2024

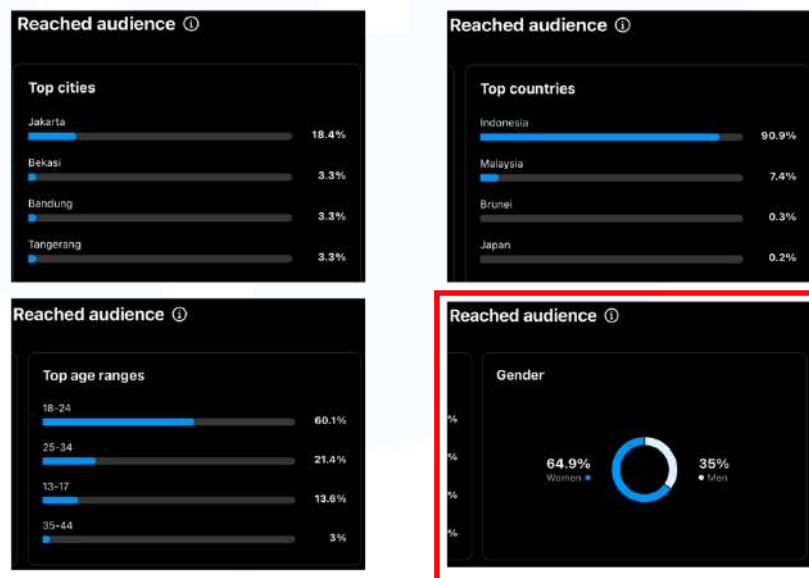
Berdasarkan dari hasil analisis yang sesuai dengan Top Countries Instagram Universitas Multimedia Nusantara didominasi oleh negara Indonesia sebanyak 90,9% dan disusul oleh negara Malaysia sebanyak 7,4%, negara Brunei sebanyak 0,3% dan negara Jepang sebanyak 0,2%.



Gambar 3. 5 Analisis Followers Instagram

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Hasil analisis berdasarkan dari Top Age Ranges pada audiens Instagram Universitas Multimedia Nusantara yang didominasi usia 18-24 tahun sebanyak 60,1% yang disusul dengan usia 25-34 tahun sebanyak 21,4%, usia 13-17 tahun sebanyak 13,6% dan usia 35-44 tahun sebanyak 3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usia 25-34 tahun merupakan audiens yang paling banyak mengunjungi Instagram Universitas Multimedia Nusantara.



Gambar 3. 6 Analisis Followers Instagram

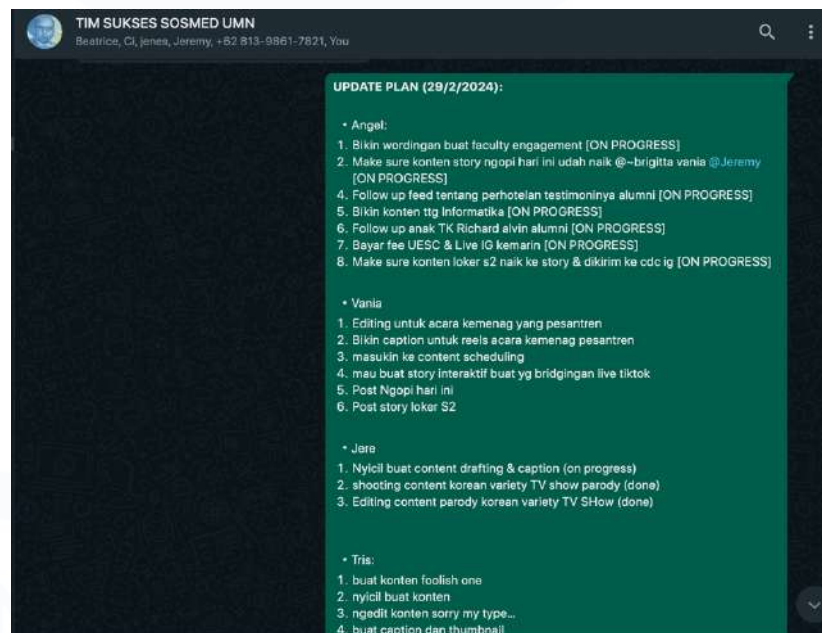
Sumber : Olahan Penulis, 2024

Hasil analisis berdasarkan dari *Gender* pada *audiens* Instagram Universitas Multimedia Nusantara yang didominasi oleh jenis kelamin wanita sebanyak 64,9% dan jenis kelamin pria sebanyak 35%.

Maka dari itu, setelah penulis melakukan riset dan analisis sesuai dengan target yang akan dituju. Penulis mampu untuk melanjutkan dengan cara mencari konten yang relevan sesuai dengan trend yang diminati pada saat ini.

## 2. Melakukan *update plan* terkait dengan konten Instagram Universitas Multimedia Nusantara

Penulis melakukan *update plan* secara rutin terkait dengan konten yang akan diunggah pada Instagram Universitas Multimedia Nusantara. *Update plan* merupakan sebuah aktivitas yang harus dilakukan oleh penulis untuk mengetahui pekerjaan apa saja yang sedang dilakukan oleh penulis di hari itu. Aktivitas *update plan* ini akan dilakukan secara rutin yang akan diawasi oleh Kak Angeliq selaku *Social Media Officer*. Tujuan dilakukannya *update plan* secara rutin adalah agar penulis dan supervisor mengetahui dan membantu untuk penjadwalan terkait dengan apa yang akan diunggah pada setiap harinya. Dengan begitu, akan memudahkan penulis untuk menyusun jadwal *posting* setelah penulis melakukan *brainstroming content plan* bersama dengan supervisor.



Gambar 3. 7 Aktivitas Update Plan Secara Rutin

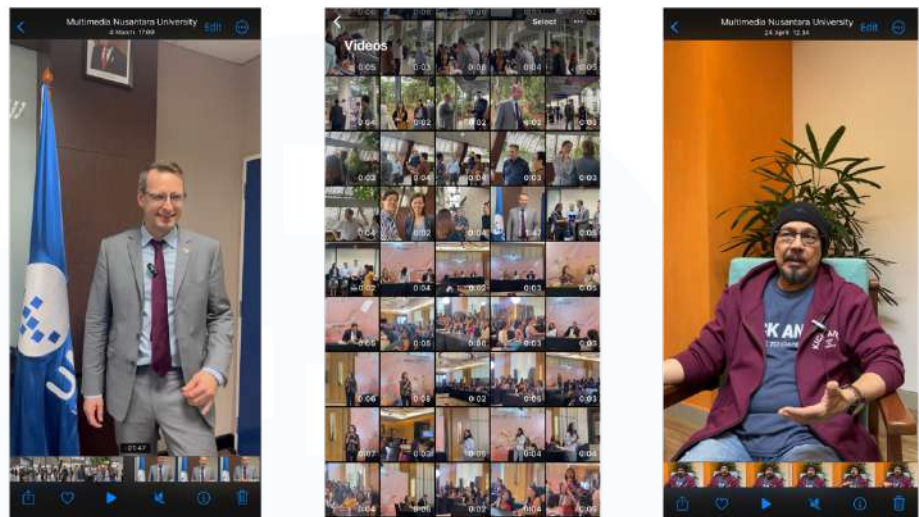
Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Berdasarkan pada gambar 3.7 yaitu contoh aktivitas penulis dalam melakukan *update plan* pada setiap harinya yang dikirimkan

melalui *platform WhatsApp*. Aktivitas *update plan* yang dilakukan penulis adalah menginformasikan apa yang sedang dikerjakan pada hari tersebut. Kegiatan yang dilakukan penulis dalam melakukan aktivitas *update plan*, antara lain memberi informasi terkait editing video untuk konten *reels*, melakukan *copywriting* untuk konten video yang akan diunggah, melakukan *posting story* interaktif, melakukan liputan yang harus dijalankan pada hari tersebut dan lain sebagainya. Penulis mendapatkan *insight* bahwa dengan adanya aktivitas *update plan* maka penulis mampu belajar dalam mengatur untuk penjadwalan terhadap aktivitas konten.

### 3. Melakukan proses *shooting* konten yang akan diunggah pada *Reels Instagram Universitas Multimedia Nusantara*

Penulis melakukan proses *shooting* konten untuk konten yang akan diunggah pada *Reels Instagram Universitas Multimedia Nusantara*. Sebelum melakukan proses *take* konten untuk *shooting* penulis melakukan validasi kembali kepada supervisor terkait dengan konten yang akan diunggah. Tujuan penulis melakukan validasi adalah agar konten tersebut tidak berubah dari *content planning* yang telah direncanakan pada saat *brainstorming* dengan supervisor. Penulis melakukan shoot konten juga harus menyesuaikan dengan *content pillars* serta menyesuaikan dengan jadwal jika di Universitas Multimedia Nusantara terdapat liputan yang mengharuskan penulis melakukan *interview* atau wawancara kepada narasumber yang menghadiri acara di kampus Universitas Multimedia Nusantara.



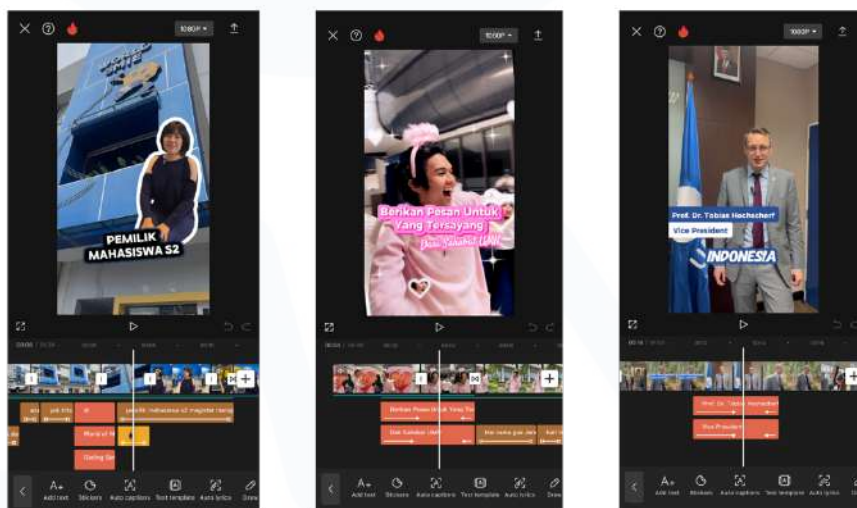
Gambar 3. 8 Proses Shooting Konten Reels

Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Berdasarkan pada gambar 3.8 yaitu proses *shoot* konten pada *Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara penulis sudah harus mempersiapkan teknik dalam melakukan *shoot* konten, mempersiapkan pertanyaan kepada narasumber yang akan diwawancarai serta penulis harus menyesuaikan pencahayaan dan tempat yang kondusif. Pada saat penulis melakukan *shoot* konten, penulis mendapatkan kesempatan yang begitu besar dikarenakan penulis bisa bertemu secara langsung dengan narasumber. Selama proses pelaksanaan praktek kerja magang penulis berkesempatan melakukan wawancara pada acara Kick Andy di Universitas Multimedia Nusantara, Finalis Puteri Indonesia, Kasubdit Pendidikan Diniyah dan Mahad Aly, Direktorat Pendidikan Diniyah Pondok Pesantren, Direktorat Pendidikan Islam, Kementerian Agama Republik Indonesia, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, dengan dilakukannya *shoot* konten maka penulis memiliki tujuan untuk meningkatkan *brand engagement* Instagram UMN dengan pembuatan konten yang menarik. *Audiens* akan merasa tertarik dengan konten yang memiliki kualitas video yang berkualitas.

#### 4. Melakukan proses *editing* video untuk konten *Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara

Penulis melakukan proses *editing* video untuk konten *Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara setelah melakukan shoot konten video yang telah dilakukan sebelumnya. Selama proses pelaksanaan praktek kerja magang penulis harus memperhatikan terhadap hal-hal yang wajib di input pada saat editing video. Pada umumnya, penulis harus memperhatikan terkait dengan durasi pada video dikarenakan durasi akan sangat mempengaruhi audiens dalam melihat konten yang akan diunggah. Selain itu, penulis juga harus menentukan *font* yang sesuai dengan video, melakukan sinkronisasi *footage* video, melakukan *input sound effect* serta *backsound music* untuk video dan melakukan sinkronisasi transisi dari video satu ke video lainnya.



Gambar 3. 9 Proses Editing Video Reels

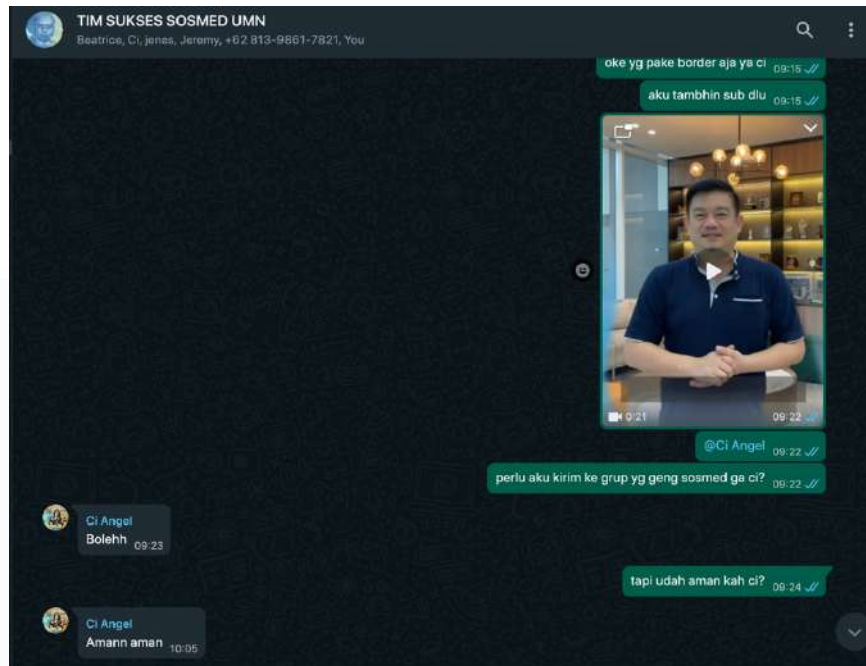
Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Berdasarkan pada gambar 3.9 diatas, penulis melakukan proses *editing* video selama praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menggunakan aplikasi *Capcut* untuk melakukan proses *editing* video yang akan diunggah. Proses

*editing* yang menggunakan aplikasi *Capcut* sangat memudahkan penulis dalam pengeditan. Selama pengeditan konten penulis menggunakan fitur transisi, penulisan *font* dan *copywriting* pada video, *voice over*, *backsound* dan *sound effect* sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati pada saat pelaksanaan praktek kerja magang. Pada saat pengeditan konten, penulis menyesuaikan editing konten sesuai dengan konteks video. Apabila konten yang akan diunggah merupakan konten *entertain*, maka penulis dapat melakukan beberapa *font* dan *backsound* yang bersifat non-formal. Akan tetapi, jika terdapat konten yang bersifat formal maka untuk pengeditan video pun juga bersifat formal, namun tetap menyesuaikan agar *audiens* tertarik dengan konten yang akan dibawakan. Dengan begitu, penulis akan membantu untuk meningkatkan *brand engagement* melalui editing video untuk konten *Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara.

#### **5. Mengajukan *approval* konten video *Reels* kepada supervisor**

Sebelum penulis melakukan *upload* video yang akan diunggah, penulis mengajukan *approval* konten yang telah selesai melalui tahap editing video. Penulis akan mengirimkan video yang telah selesai kepada kak Angel sebagai supervisor *Social Media*. Penulis mengirimkan konten video kepada kak Angel melalui *WhatsApp* atau secara tatap muka. Supervisor berhak untuk melakukan revisi konten apabila terdapat beberapa indikator yang tidak sesuai dengan prosedur. Jika terdapat revisi, maka penulis wajib revisi konten sesuai dengan arahan supervisor.



Gambar 3. 10 Proses Approval Video

Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Tahap selanjutnya jika telah melakukan revisi pada konten, maka tahap selanjutnya yang dilakukan oleh penulis adalah menerima *approval* dari supervisor *Social Media*. Pada gambar 3.10 merupakan salah satu contoh proses persetujuan video yang akan diunggah ke Instagram Universitas Multimedia Nusantara oleh Kak Angel. Dengan begitu, penulis membantu dalam tahap validasi apakah konten yang akan dirilis layak untuk diunggah kepada *audiens*.

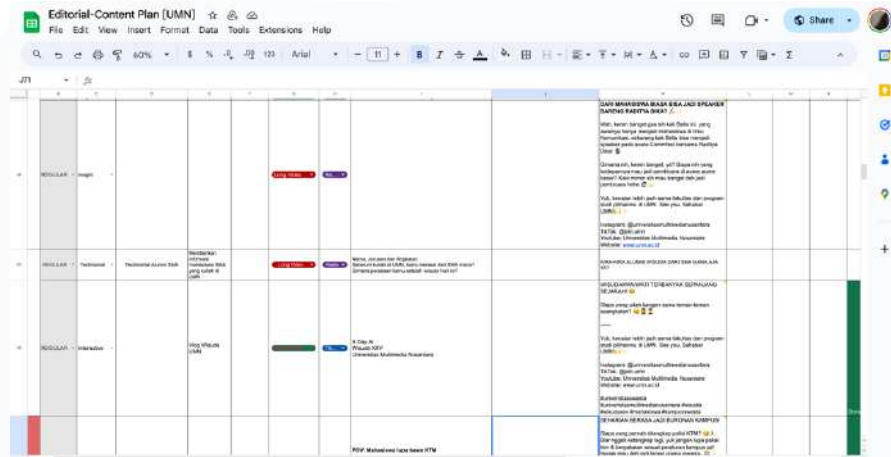
#### 6. Melakukan *copywriting* terhadap konten yang telah di *approve* oleh supervisor

Setelah mendapatkan *approval* dari supervisor terhadap konten yang telah dibuat, selanjutnya penulis akan melakukan *copywriting*. *Copywriting* pada konten bertujuan pembuatan *caption* yang akan di input ke dalam *Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara. Setiap konten video yang telah diselesaikan



penulis wajib untuk membuat *copywriting*. *Caption* merupakan sebuah deskripsi yang akan menyesuaikan dengan konten video yang diunggah pada Instagram Universitas Multimedia Nusantara.

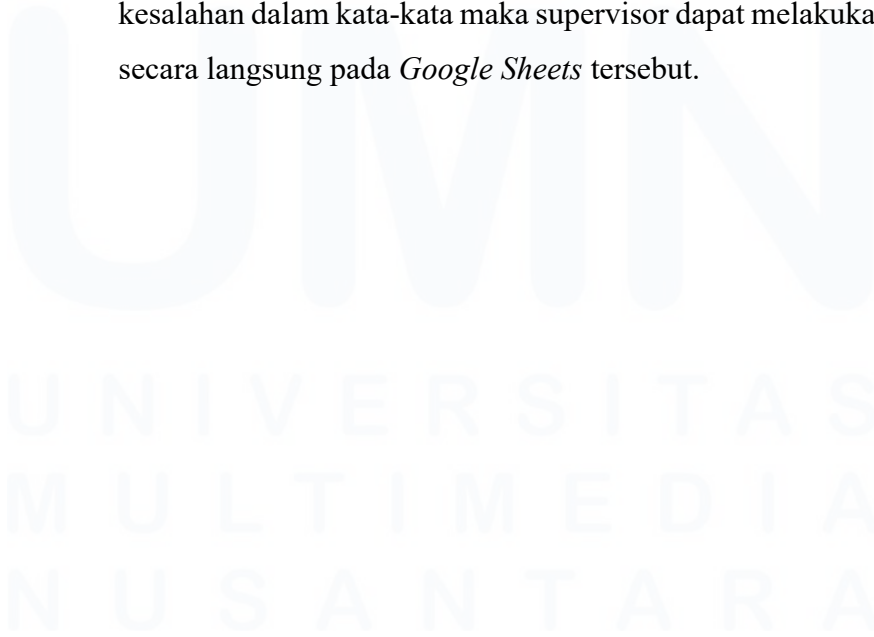
Berdasarkan dari gambar 3.11 di atas merupakan salah satu

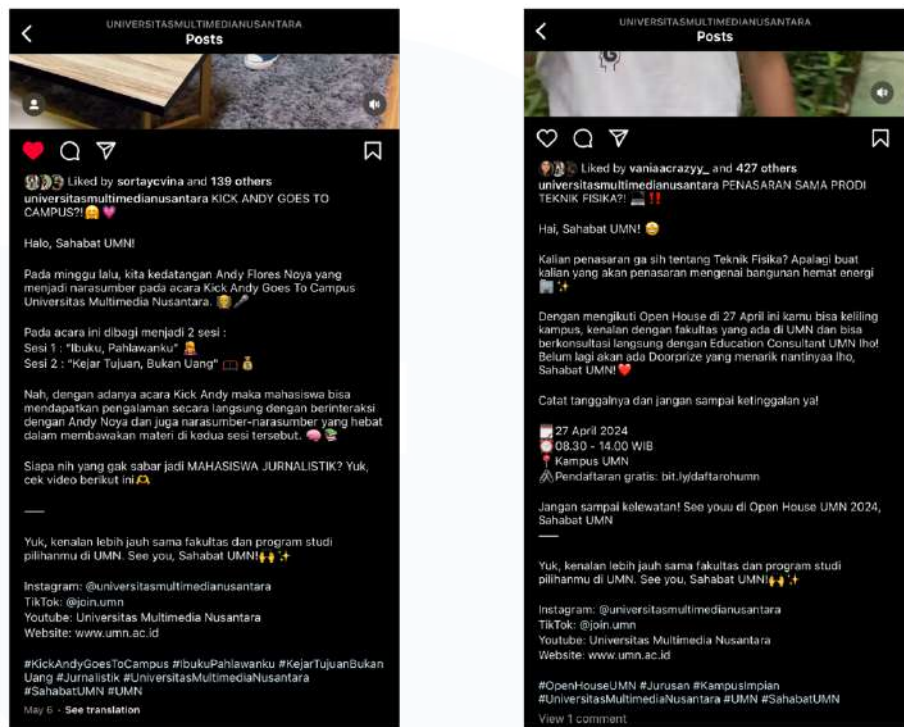


Gambar 3. 11 Input Copywriting Pada Google Sheets

Sumber : Data Perusahaan, 2024

aktivitas penulis yang rutin dilakukan dan dikerjakan pada saat melaksanakan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara. *Copywriting* yang di input ke dalam *Google Sheet* akan memudahkan pengecekan kepada supervisor. Apabila terdapat kesalahan dalam kata-kata maka supervisor dapat melakukan revisi secara langsung pada *Google Sheets* tersebut.





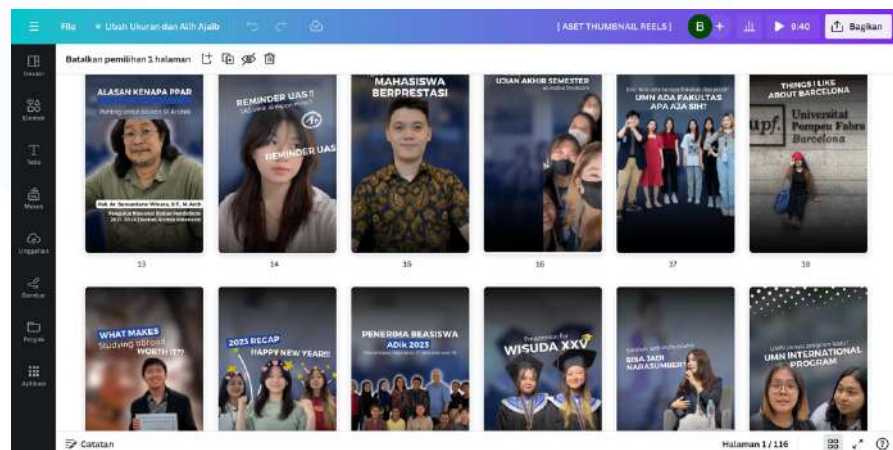
Gambar 3. 12 Gambar 3.12 Caption Reels Instagram UMN

Sumber : Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan pada gambar 3.12 diatas merupakan sebuah proses penulisan *caption* yang dilakukan oleh penulis untuk menyusun *caption* pada setiap konten yang akan diunggah di Instagram Universitas Multimedia Nusantara. Tentunya terdapat beberapa prosedur jika ingin melakukan penulisan *caption*. Terkait dengan standar penulisan *caption* antara lain penulisan yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan seperti kata-kata yang tidak berulang atau bertele-tele, memiliki kalimat yang interaktif agar audiens tertarik dengan konten yang akan dibawakan sehingga audiens mengisi pada kolom komentar dan yang paling penting adalah penulis harus menentukan *key message* agar audiens memahami konten yang akan diunggah ke Instagram Multimedia Nusantara.

## 7. Melakukan proses *editing* untuk *cover Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara

Setelah melalui tahap *approval* pada konten yang akan diunggah dan melakukan *copywriting*, maka tahap selanjutnya yang akan dilakukan oleh penulis selama melaksanakan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara adalah dengan melakukan proses edit pada *cover Reels*. Dengan adanya *cover reels* Instagram, maka audiens akan lebih mengetahui mengenai konten video yang akan dibawakan. Pembuatan *cover* pada *Reels* akan mempermudah audiens dan penulis akan membantu meningkatkan *brand engagement* kepada audiens agar dilihat menarik dan mudah dipahami untuk konten *Reels* yang diunggah.

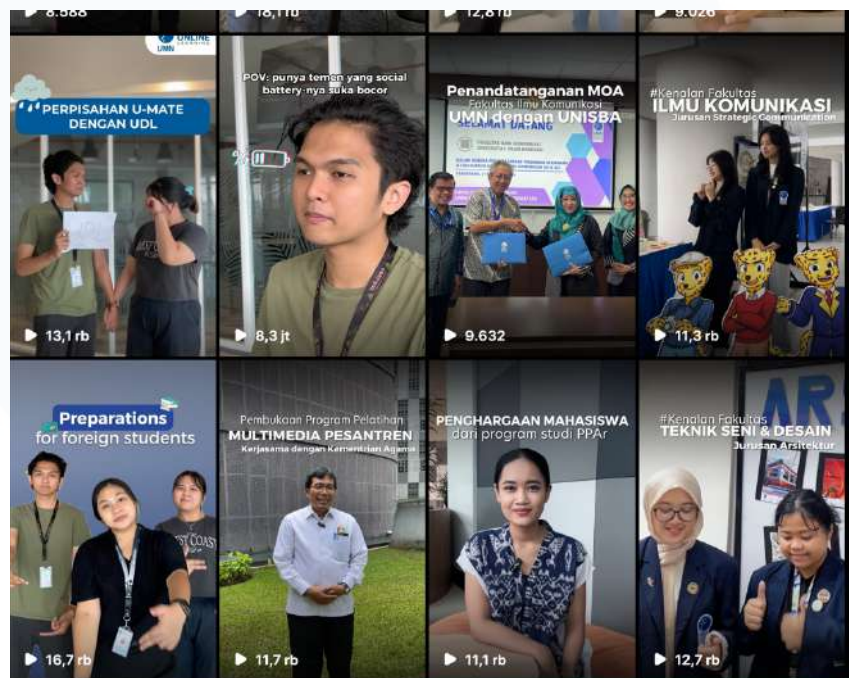


Gambar 3. 13 Proses Edit Cover Reels Instagram UMN

Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

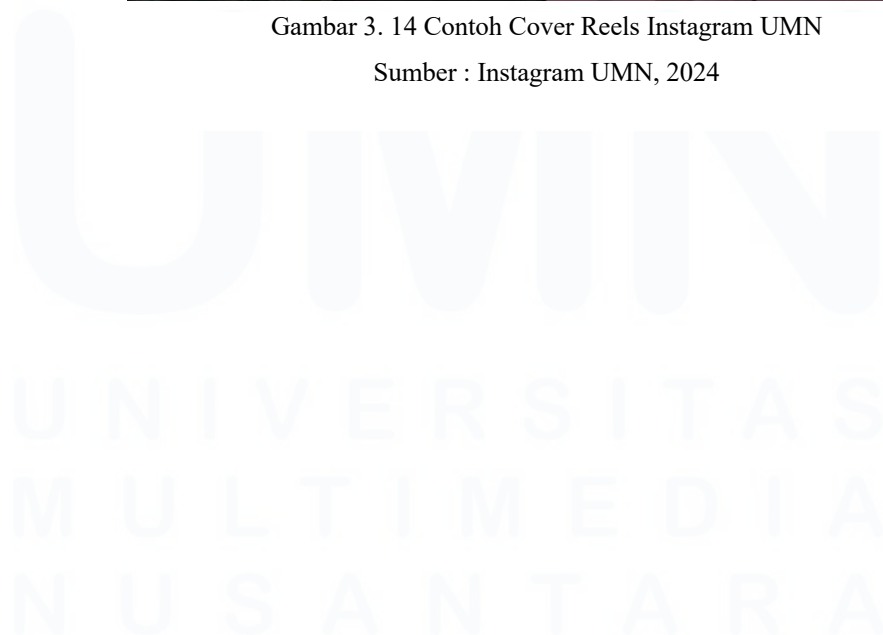
Berdasarkan pada gambar 3.13 diatas merupakan salah satu aktivitas rutin yang dilakukan selama penulis melaksanakan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara yaitu melakukan proses *editing* untuk *cover Reels* pada Instagram Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menggunakan aplikasi *Canva* yang memudahkan penulis dalam proses *edit cover Reels*. Pada setiap *editing* untuk *cover reels*, penulis akan menyesuaikan dengan standar yang telah ditetapkan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara. Khususnya, penulis harus memikirkan *copywriting* pada *cover Reels* dan mengambil pada inti sari

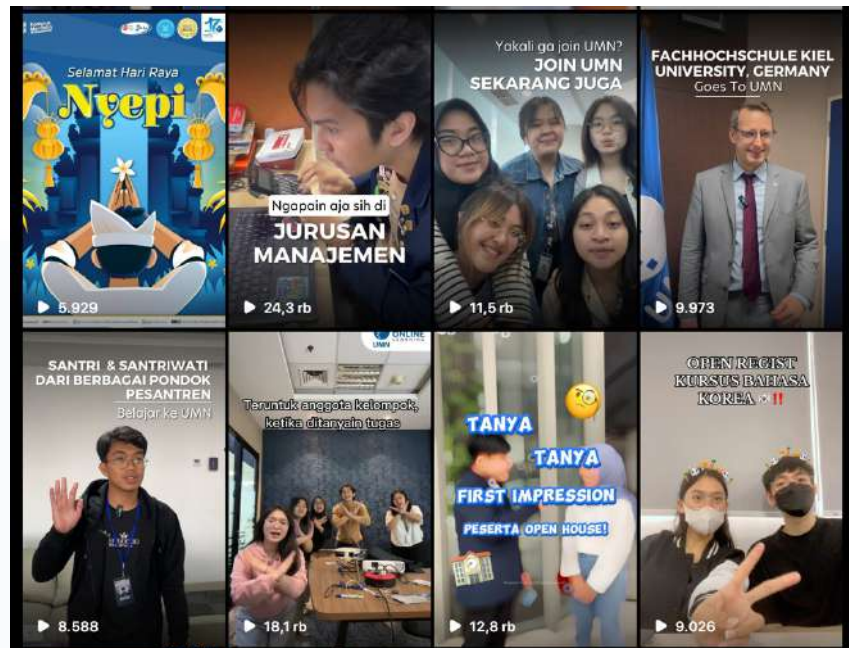
terhadap konten video yang akan diunggah di Instagram Universitas Multimedia Nusantara. *Cover Reels* harus dibuat menarik agar audiens dapat mengunjungi *Reels* yang telah diunggah.



Gambar 3. 14 Contoh Cover Reels Instagram UMN

Sumber : Instagram UMN, 2024





Gambar 3. 15 Contoh Cover Reels Instagram UMN

Sumber : Instagram UMN, 2024

Berdasarkan pada gambar 3.14 dan 3.15 merupakan hasil akhir *cover Reels* Instagram yang telah diunggah pada akun Instagram Universitas Multimedia Nusantara.

#### 8. Melakukan *input* ke *Google Sheets content scheduling* untuk *Reels* yang akan diunggah ke Instagram Universitas Multimedia Nusantara

Penulis wajib untuk melakukan *input* konten video dan *copywriting* yang telah di *approve* oleh supervisor ke *Google Sheets* yang telah disediakan oleh pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara. *Content scheduling* merupakan sebuah pencatatan terhadap penjadwalan konten yang akan diunggah pada Instagram Universitas Multimedia Nusantara. Penulis membantu dan

memudahkan supervisor dalam melakukan pengaturan jadwal konten yang akan diunggah di setiap harinya.

The image shows a screenshot of an Excel spreadsheet titled "Editorial-Content Plan [UMN]". The spreadsheet is organized into columns for days of the week (Senin to Minggu) and rows for different content types or dates. It includes a "PLANNING WISAT BISA" section with specific dates and content descriptions. The spreadsheet is used for scheduling content for a week.

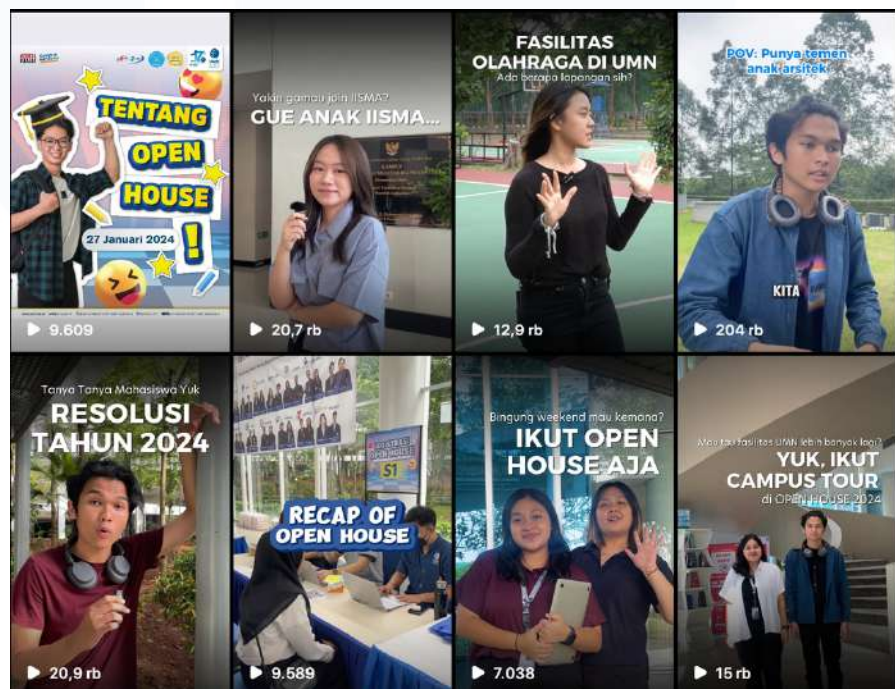
Gambar 3. 16 Editorial Content Plan untuk Conteng Scheduling

Sumber : Data Perusahaan, 2024

Berdasarkan pada gambar 3.16 di atas merupakan salah satu aktivitas rutin yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis melaksanakan tugas tersebut setiap hari agar supervisor mengetahui konten yang akan diunggah di setiap harinya. Penulis melakukan *input* ke dalam *content scheduling* selama 1 minggu sekali setelah mengadakan *brainstorming content plan*. Dengan adanya sistem ini, maka memudahkan penulis dalam mengatur jadwal penulis kapan melaksanakan take konten dan kapan harus mengajukan approval kepada supervisor. Untuk *content scheduling* yang sesuai pada gambar 3.16 lebih difokuskan pada feeds, reels dan TikTok Universitas Multimedia Nusantara. Maka dari itu, penulis dapat membantu Kak Angel selaku *Social Media Officer* untuk melakukan pengaturan jadwal konten yang akan diunggah di Instagram Universitas Multimedia Nusantara.

9. Melakukan posting konten *reels* setelah menentukan pengaturan jadwal untuk *upload* konten.

Setelah penulis melakukan *content scheduling* pada tahap sebelumnya, penulis akan melanjutkan ke tahap finalisasi atau tahap akhir yaitu melakukan *posting* konten *Reels* di Instagram Universitas Multimedia Nusantara setelah melakukan pengaturan jadwal. Penulis harus melakukan *upload* konten sesuai dengan apa yang sudah direncanakan kecuali jika terdapat konten yang lebih urgensi sehingga penulis dapat menyesuaikan kembali dengan jadwal yang telah ditentukan.



Gambar 3. 17 Hasil Posting Konten Reels Pada Instagram UMN

Sumber : Instagram UMN, 2024

Berdasarkan pada gambar 3.17 penulis telah berhasil melakukan *posting* konten secara rutin yang dimulai pada tanggal 2 Januari 2024 hingga 2 Mei 2024 atau dilaksanakan selama 640 jam kerja. Terdapat berbagai macam *viewers* yang telah diunggah pada Instagram Universitas Multimedia Nusantara. Setelah dianalisis oleh penulis, konten yang relevan merupakan konten

yang paling banyak disukai oleh audiens. Dapat dibuktikan pada konten “POV: Punya teman yang social battery nya suka bocor” bahwa konten tersebut mencapai 8,3 juta *viewers*. Dapat disimpulkan bahwa dengan adanya konten relevan, maka konten lainnya bisa meningkatkan *brand engagement* pada Universitas Multimedia Nusantara.

### 10. Melakukan *evaluation reporting performance insight* pada konten yang telah diunggah di *reels*

Penulis mendapatkan *insight* setelah menganalisis konten *evaluation reporting performance insight* yang telah dikerjakan. Penulis melakukan *evaluation reporting* bersama dengan social media tim dengan Kak Angel selaku *Social Media Officer* Universitas Multimedia Nusantara.

Content	Views	Likes	Comments	Shares	Total Views	Engagement Rate
Waktu Berhemat Bisa Jadi Bekerja Lebih Cepat	4802	285	1	8	4814	5.9%
Penelitian Ada Apa Saja Selain dengan Tes Galvani	2286	75	0	3	2364	3.3%
Waktu Ada Tapi Daripada Dibacok Nanti Jadi Kertif Jadi Menjadi Mahasiswa	10786	721	6	28	11541	6.6%
Siapa Saja yang Bisa Jadi Mahasiswa UMN yang Sudah Mengikuti	814	46	0	16	1000	4.6%
Siapa Saja yang Bisa Jadi Mahasiswa UMN yang Sudah Mengikuti	2841	240	6	8	3095	3.9%

Gambar 3. 18 Hasil Evaluation Reporting Performance Insight

Sumber : Data Perusahaan, 2024

Berdasarkan pada gambar 3.18 yang merupakan salah satu tugas akhir pada setiap bulannya setelah melakukan pembuatan konten selama satu bulan. Tujuan diadakannya evaluasi ini agar penulis memahami bahwa konten-konten seperti apa yang sedang dicari oleh audiens. Selama pembuatan konten, penulis sangat

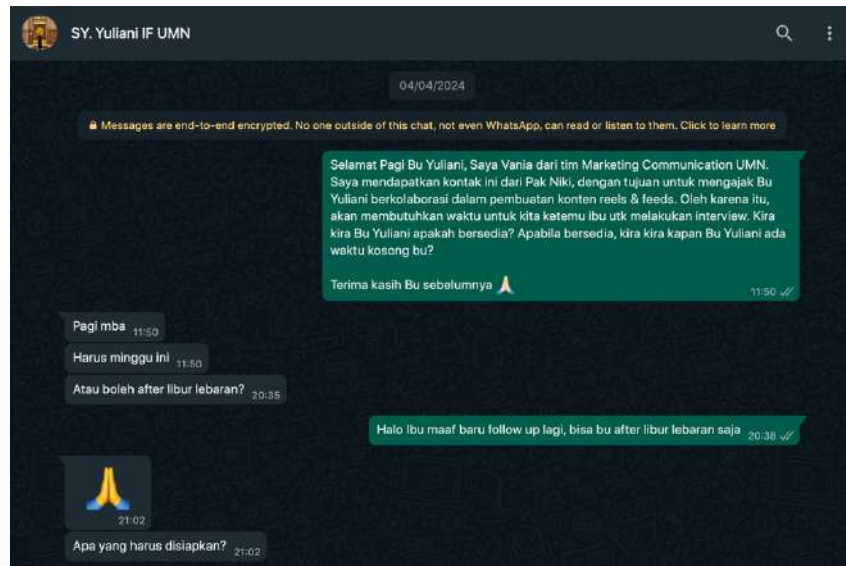


memperhatikan konten yang *entertain*, informatif dan bersifat *promotional*. *Evaluation reporting performance insight* dilakukan secara rutin pada akhir bulan untuk memperlihatkan kepada supervisor hasil akhir dari konten yang telah dibuat dan konten yang telah diunggah pada Instagram Universitas Multimedia Nusantara. Maka dari itu, *evaluation reporting performance insight* merupakan suatu tugas yang paling penting untuk menganalisis pada konten-konten berikutnya yang akan dikerjakan oleh penulis selama penulis masih melakukan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara.

### **3.3.1.2 Uraian Pelaksanaan Tugas Non-Rutin**

#### **1. Melakukan *approach* kepada dosen, alumni dan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai kebutuhan untuk konten *Reels* dan *Feeds* Instagram**

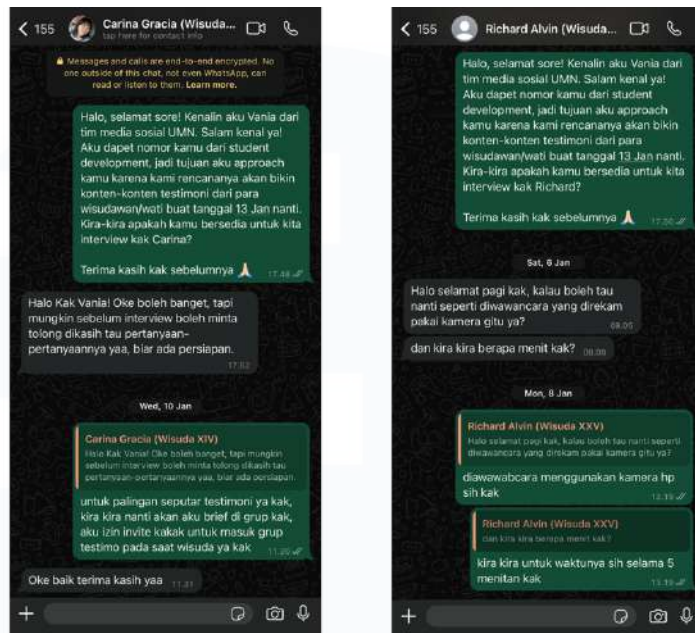
Penulis juga mendapatkan tugas tambahan atau tugas non-rutin yang biasanya hanya dilakukan beberapa kali saja dalam sebulan selama proses pelaksanaan praktek kerja magang. Penulis membantu supervisor dalam melakukan *approach* kepada dosen, alumni dan mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara sebagai kebutuhan untuk konten *Reels* pada Instagram.



Gambar 3. 19 Contoh Melakukan Approach Kepada Dosen UMN

Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

Berdasarkan pada gambar 3.19 diatas maka penulis telah berhasil melakukan *approach* kepada kepada dosen, alumni dan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai bahan pada konten *Reels* dan *Feeds* Instagram. Penulis melakukan *approach* melalui *WhatsApp*. Terdapat beberapa kendala yang ditemukan oleh penulis adalah bahwa terdapat beberapa kontak yang tidak bisa dihubungi oleh penulis sehingga penulis tidak dapat memenuhi kebutuhan untuk konten *Feeds* dan *Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara.



Gambar 3. 10 Approach Wisudawan XXV

Sumber : Dokumen Pribadi, 2024

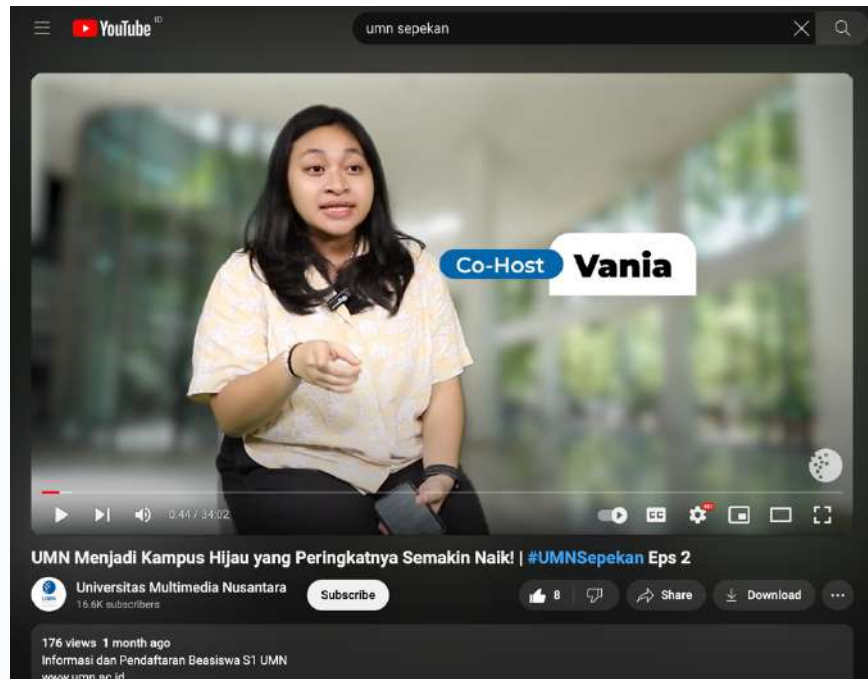
Berdasarkan pada gambar 3.20 diatas merupakan salah satu tugas tambahan penulis yang harus dikerjakan dan dilakukan pada saat penulis melaksanakan magang di Universitas Multimedia Nusantara. Tugas tambahan ini memiliki tujuan untuk mencari informasi terkait sesuai dengan kebutuhan Instagram Feeds dan Instagram Reels Universitas Multimedia Nusantara. Terdapat beberapa segmen atau tema pada saat melakukan *interview* yang dilakukan pada saat Wisuda XXV Universitas Multimedia Nusantara. Dalam Wisuda XXV yang diselenggarakan pada bulan Januari, penulis telah berhasil melakukan wawancara bersama dengan wisudawan pada Wisuda XXV Universitas Multimedia Nusantara, terdapat beberapa bagian yang harus penulis *interview* sesuai dengan kebutuhan konten dalam meningkatkan *brand engagement*. Pertanyaan yang diajukan kepada wisudawan Wisuda XXV antara lain pertanyaan yang ditujukan kepada wisudawan/wati alumni SMA, wisudawan/wati yang sudah bekerja, wisudawan/wati *best graduate* dan cendekiawan dan

pertanyaan seputar tips bekerja sebelum lulus serta pertanyaan tips agar tidak salah jurusan.

## **2. Melakukan tugas tambahan menjadi *host Live Instagram, TikTok dan YouTube Universitas Multimedia Nusantara*.**

Selain melakukan pembuatan konten terhadap *Reels* yang akan diunggah pada Instagram, penulis mendapatkan kegiatan atau aktivitas tambahan yang dilakukan pada saat proses pelaksanaan praktik kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara. Kegiatan tambahan yang dilakukan oleh penulis adalah menjadi *host Live Instagram, TikTok dan YouTube Universitas Multimedia Nusantara*. Penulis membantu supervisor untuk menjadi *host* pada Instagram dan *TikTok*. Penulis melaksanakan fitur *live* atau siaran secara langsung pada saat terdapat acara-acara besar yang akan diselenggarakan oleh pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara. Contoh yang dilakukan pada saat melakukan *live Instagram dan TikTok* adalah penulis harus memberikan informasi kepada audiens jika Universitas Multimedia Nusantara akan membuka *Open House* bagi calon mahasiswa baru yang belum mendaftar hingga yang sudah mendaftar di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, penulis juga melakukan *live* untuk memberikan informasi tentang fasilitas apa saja yang terdapat di Universitas Multimedia Nusantara. Sehingga dengan diadakannya *live* akan membantu audiens yang berdomisili di luar Jabodetabek.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 21 Penulis Menjadi Co-Host Pada Konten YouTube

Sumber : Youtube UMN, 2024

Berdasarkan pada gambar 3.21 di atas merupakan salah satu kegiatan tambahan yang dilakukan oleh penulis yaitu menjadi *Co-Host* pada konten *YouTube* Universitas Multimedia Nusantara dengan membawakan #UMNSepekan Eps.2. UMN Sepekan merupakan program yang rutin dilaksanakan oleh tim *YouTube* yang memiliki isi konten memberikan informasi kepada audiens terkait dengan pencapaian yang telah diraih oleh pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara. Penulis juga mendapatkan *insight* setelah menjadi *Co-Host* dikarenakan penulis mendapatkan pengalaman yang berkesan pada saat pelaksanaan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara.

### 3. Menjadi Mentor Untuk UMN Respresentative dan Siswa Magang

Penulis melakukan tugas tambahan untuk menjadi mentor pada UMN Respresentative dan siswa magang yang melaksanakan program wajib magang di Universitas Multimedia Nusantara yang memiliki fokus

terhadap social media. Sehingga mahasiswa dan siswa juga harus memiliki kemampuan dalam mengelola konten.



Gambar 3. 22 Mentor untuk Siswa Magang

Sumber : Dokumen Penulis, 2024

Pada gambar 3.22 di atas merupakan beberapa siswa dari SMA IPEKA Puri dan SMA Saint John BSD yang melaksanakan magang di Universitas Multimedia Nusantara selama yang berlangsung selama 10 hari. Tugas mentor adalah mengawasi siswa magang yang memiliki *job description* dalam membuat *content plan* hingga mengeksekusi konten yang telah dibuat oleh siswa magang. Selain itu, penulis juga memberikan materi-materi yang sesuai dengan divisi yang dipilih oleh siswa magang yaitu di divisi *Social Media*.

### 3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara, penulis menemukan beberapa kendala yang dialami sehingga terhambatnya tugas penulis sebagai *content creator*, sebagai berikut:

#### 1. Terdapat pembagian *job description* yang kurang merata

Kendala yang ditemukan penulis adalah adanya pembagian *job description* yang tidak merata pada tim *social media* di Universitas Multimedia Nusantara sehingga menyebabkan penulis merasa kewalahan dalam mengerjakan tugas yang dikerjakan sebagai *content creator*. Terkadang penulis harus melakukan liputan pada acara-acara yang diadakan di dalam maupun di luar Universitas Multimedia Nusantara. Sehingga penulis harus membagi waktu untuk melakukan liputan dengan melakukan *take konten, editing konten, pembuatan copywriting* hingga pengunggahan konten *Reels* Instagram. Hal tersebut juga dikarenakan kurangnya sumber daya manusia yang terdapat pada struktur organisasi pada *Marketing Communication* Universitas Multimedia Nusantara.

## **2. Adanya ketidaksesuaian terhadap content plan yang sudah di rencanakan**

Kendala yang ditemukan selanjutnya adalah terdapat beberapa perubahan *content planning* yang begitu cepat dan tidak terduga dikarenakan terdapat keperluan atau urgensi konten yang lebih penting sehingga *content plan* yang telah direncanakan tertunda. Selain itu, terdapat beberapa konten yang di reject secara tiba tiba oleh supervisor dikarenakan memiliki kualitas video yang buruk sehingga merasa kurang cocok jika diunggah pada Instagram Universitas Multimedia Nusantara. Sehingga penulis harus memikirkan konten di saat itu juga akibat adanya perubahan konten yang begitu cepat. Penulis juga memiliki kapasitas dalam melakukan pekerjaannya dikarenakan ide tidak muncul begitu saja melainkan penulis membutuhkan waktu yang cukup untuk melakukan riset pada konten yang akan diperbaharui. Hal tersebut mengakibatkan bahwa terdapat perubahan *content plan* yang tidak sesuai dengan rencana awal.

## **3. Ketidaksesuaian koordinasi dalam menjalankan tugas yang diberikan**

Penulis juga mendapatkan kendala pada saat melaksanakan praktek kerja magang yaitu adanya ketidaksesuaian koordinasi terhadap beberapa

tugas yang diberikan kepada penulis sehingga terdapat tugas yang bertabrakan. Dengan begitu, penulis harus mengelola jadwal terhadap koordinasi tugas agar dapat diselesaikan oleh penulis.

### **3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Penulis telah menemukan beberapa solusi atas kendala yang ditemukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara sebagai content creator, sebagai berikut:

#### **1. Melakukan diskusi dan evaluasi bersama dengan supervisor atas *job description***

Apabila terjadi ketidaksetaraan terhadap *job description* yang dilakukan, maka penulis berhak untuk mengajak diskusi dan evaluasi agar supervisor membantu menyusun kembali terhadap *job description* yang merata kepada seluruh *social media team*. Dengan melakukan perubahan terhadap *job description*, maka akan sangat membantu penulis untuk melakukan pekerjaan yang optimal sebagai *content creator* di Instagram Universitas Multimedia Nusantara.

#### **2. Membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) yang lebih terstruktur**

Dengan adanya SOP yang lebih terstruktur, maka akan memudahkan penulis dalam melakukan *content plan* yang telah direncanakan dari awal. Sehingga *content plan* yang telah direncanakan dari awal tidak dapat diganggu gugat. Akan tetapi, penulis akan menyesuaikan kembali terhadap seberapa urgensi konten tersebut akan diunggah pada Instagram Universitas Multimedia Nusantara.

#### **3. Melakukan koordinasi dengan pihak PIC Social Media Team**

Terdapat *PIC Social Media Team* yang akan membantu dalam *approval* konten sehingga tidak terjadi lagi adanya miss komunikasi dengan pihak yang lain. Dalam hal tersebut akan memudahkan penulis juga



dikarenakan penulis sangat meminimalisir *take down* pada konten *Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA