

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Sebagai bagian dari department *Marketing*, tugas saya sebagai *Social Media Intern* adalah membuat segala hal yang berkaitan dengan mempromosikan produk produk dari PT. Nusameta. Kegiatan yang dilakukan adalah seperti dengan membuat konten untuk media sosial (**Instagram, TikTok, dan Youtube**), *copywriting* (membuat tulisan isi dari konten sosial media, dan juga membuat *caption*, dan lain lain yang berkaitan dengan penulisan isi konten), mengikuti kegiatan berkaitan dengan komunitas yang berkaitan dengan perusahaan seperti ikut menghadiri acara *workshop*, membuat *content brief* yang berisi tentang bagaimana rencana konten kita ingin dibuat yang nantinya akan diserahkan kepada tim kreatif untuk dilanjutkan ke proses desain.

Selama proses masa magang ini berlangsung, Penulis didukung oleh seluruh tim *Marketing* Nusameta untuk dapat mengenali produk produk yang dimiliki oleh Nusameta, serta juga cara menyusun dan membuat konten konten menarik untuk media sosial. Penulis juga diawasi dan dibimbing secara langsung oleh Bapak Adhi Wahyudin selaku supervisi magang Penulis yang memiliki posisi di PT. Nusameta sebagai_____.

Dalam semua proses pembuatan konten konten pemasaran, Penulis harus berkoordinasi dengan Ibu Jasmine Azzahra sebagai Kepala Tim Pemasaran terlebih dahulu sebelum konten pemasaran tersebut di publikasikan, seperti dengan proses revisi dan juga proses *review* ulang sebuah konten pemasaran tersebut. Lalu ada juga meeting yang dilakukan secara rutin setiap 2 kali dalam sebulan, seperti membahas mengenai susunan *content plan*, dan konten apa saja yang perlu di angkat untuk dapat mendorong *engagement* di media sosial. Setelah melalui proses diskusi dan koordinasi dengan Ibu Jasmine Azzahra, Penulis segera mengeksekusi semua *content plan* yang telah disusun dengan tim pemasaran, serta terus melakukan koordinasi secara berkala untuk memastikan

konten-konten yang dihasilkan sejalan dan memiliki dampak yang besar untuk mendorong *engagement* media sosial Nusameta.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

No.	Pekerjaan	Tujuan	Frekuensi	Koordinasi
1.	Membuat <i>draft</i> konten untuk media sosial perusahaan	Membuat <i>draft</i> konten media sosial merupakan langkah penting dalam upaya membangun kehadiran daring yang kuat dan efektif. Dengan menyusun draft secara cermat, sebuah merek atau perusahaan dapat mengoptimalkan komunikasi mereka dengan audiens, meningkatkan kesadaran merek, dan mencapai tujuan pemasaran mereka dengan lebih efisien.	2 kali dalam seminggu melakukan <i>drafting</i>	<i>Staff Marketing</i> dan <i>Staff Creative Design</i>

2.	Membuat <i>content brief</i> konten media sosial	<i>Content brief</i> media sosial merupakan alat yang sangat berharga dalam upaya memastikan bahwa konten yang dihasilkan tidak hanya menarik perhatian audiens, tetapi juga mendukung tujuan pemasaran yang lebih luas. Dengan memberikan arahan yang jelas kepada tim kreatif, <i>content brief</i> memastikan bahwa setiap postingan memiliki dampak yang diinginkan dan berkontribusi pada kesuksesan keseluruhan kampanye.	4 kali dalam sebulan membuat <i>content brief</i>	<i>Staff Marketing dan Staff Creative Design</i>
3.	Menjadi <i>talent</i> dalam membuat konten media	Membantu dalam proses pembuatan konten untuk	2 kali dalam seminggu menjadi <i>talent</i>	<i>Staff Marketing</i>

	sosial	menjadi figur yang tampil di dalam konten tersebut, dengan tujuan membuat konten tersebut menjadi lebih menarik dan <i>engaging</i> kepada audiens media sosial perusahaan.	media sosial	
4.	Membuat <i>caption</i> untuk konten media sosial Instagram	Membuat <i>caption</i> atau deskripsi yang memiliki unsur <i>hook</i> atau dapat menarik perhatian audiens, meningkatkan keterlibatan, menyampaikan pesan, dan mempengaruhi penyebaran konten. Dengan merancang <i>hook</i> yang efektif, pembuat konten dapat meningkatkan efektivitas	4 kali dalam sebulan untuk membuat <i>caption</i> konten media sosial Instagram	<i>Staff Marketing</i>

		<p>kampanye pemasaran digital mereka dan mencapai tujuan mereka dengan lebih baik.</p>		
5.	<p>Membuat konten atau berita yang menarik untuk komunitas perusahaan</p>	<p>Dengan membuat konten atau berita yang menarik di dalam sebuah komunitas perusahaan dapat bermmanfaat untuk tetap memupuk hubungan antara <i>customer</i> yang tergabung didalam komunitas tersebut, serta bisa membuat komunitas tersebut menjadi lebih interaktif dan bermanfaat bagi komunitas.</p>	<p>2 kali dalam seminggu untuk pembuatan konten atau berita untuk komunitas perusahaan</p>	<p><i>Staff Marketing, Staff Creative Design dan Community Manager</i></p>
6.	<p>Membuat gambar yang menarik</p>	<p>Dengan membuat gambar gambar</p>	<p>2 kali dalam seminggu untuk</p>	<p><i>Staff Marketing dan Community</i></p>

	atau animasi menarik untuk berita atau konten komunitas perusahaan	yang interaktif atau bahkan membuat animasi tersebut dapat membuat sebuah konten yang diberikan kepada komunitas lebih memiliki minat baca yang lebih tinggi, sehingga semua informasi dari konten tersebut dapat tersampaikan dengan baik	pembuatan gambar atau animasi untuk konten atau berita komunitas perusahaan	<i>Manager</i>
7.	Melakukan moderasi pada media sosial "Discord"	Dengan memoderasi media sosial "Discord" tentunya akan membuat komunitas perusahaan menjadi lebih nyaman untuk berinteraksi satu sama lain, serta memastikan keamanan dan	1 kali dalam sebulan untuk memoderasi dan mengontrol Discord perusahaan	<i>Community Manager</i>

		privasi dari data <i>customer</i> yang bergabung didalam komunitas perusahaan		
8.	Membantu dokumentasi pada acara <i>workshop</i> perusahaan	Dengan membantu melakukan dokumentasi pada <i>event workshop</i> perusahaan tentunya dapat menambah <i>awareness</i> dari audiens tentang apa saja yang sedang dikerjakan oleh perusahaan Nusameta dan juga dengan melakukan dokumentasi, tim <i>marketing</i> memiliki tambahan konten pemasaran untuk di publikasikan di media sosial perusahaan	1 kali dalam sebulan untuk ikut membantu dokumentasi acara <i>workshop</i> perusahaan	<i>Staff Marketing, Community Manager, dan Staff Creative Design</i>
9.	Membantu proses	Memastikan <i>video</i>	1 kali dalam	<i>Staff Marketing</i>

	<p><i>editing</i> untuk konten <i>video</i> dari dokumentasi <i>event workshop</i></p>	<p>yang dihasilkan untuk konten media sosial perusahaan disusun dengan sangat baik serta dengan tambahan sedikit <i>copywriting</i> agar <i>video</i> dari acara tersebut menjadi lebih memiliki <i>awareness</i> yang lebih tinggi kepada audiens</p>	<p>sebulan untuk membantu <i>editing video</i> acara <i>workshop</i> perusahaan</p>	<p>dan <i>Staff Creative Design</i></p>
10.	<p>Melakukan <i>marketing research</i> untuk konten konten media sosial.</p>	<p>Dengan riset pemasaran konten media sosial adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang perilaku, preferensi, dan kebutuhan audiens di platform-platform media sosial. Dengan</p>	<p>1 kali dalam sebulan untuk melakukan <i>marketing research</i></p>	

		memahami audiens secara lebih baik, perusahaan dapat mengembangkan strategi konten yang lebih efektif untuk memenuhi kebutuhan dan minat mereka.		
--	--	--	--	--

Tabel 3.1 Tabel Uraian Kerja Magang

3.2.1 Membuat *draft* konten untuk media sosial perusahaan

Dalam proses pembuatan konten pemasaran di media sosial, tentunya kita perlu menyiapkan beberapa susunan atau rancangan yang nantinya akan di publikasikan di media sosial perusahaan. Lalu ketika proses pengumpulan ide dan konsep konten telah dikumpulkan maka akan dijadikan didalam suatu *file* atau dokumen yang biasa disebut dengan *content draft* atau *content bank*. *Content Draft* inilah yang nantinya akan bermanfaat untuk membantu para *Staff Creative Design* dikarenakan mereka dapat mempersiapkan semua *design* dan aset gambar yang nantinya akan dipakai untuk di publikasikan di media sosial. Lalu dengan membuat *content draft* juga akan membantu tim *marketing* untuk dapat menilai dan meninjau ulang konten konten yang telah dirancang, apakah nantinya akan sesuai dengan trend atau tidak, serta dengan menggunakan *content draft* atau *content bank* ini juga dapat meminimalisir kesalahan ketika nantinya sebuah konten akan di publikasikan, dikarenakan sebelum konten tersebut memasuki proses pembuatan gambar akan melalui proses *review* ulang, sehingga dapat lebih mudah menemukan kesalahan-kesalahan kecil pada *copywriting* kontennya.

Dalam proses ini, Penulis berperan dalam mengumpulkan ide-ide konten dan juga referensi konten yang dapat dimasukkan kedalam *content draft*. Setelah ide-ide konten tersebut telah dimasukkan kedalam *content draft* maka kita perlu melakukan koordinasi dengan kepala divisi *marketing* untuk melakukan *review* terlebih dahulu, setelah melewati proses penilaian dan *review* maka ide-ide dari konten tersebut akan di transformasi menjadi *copywriting* yang menarik dan tentunya melibatkan tentang seputar perusahaan, sehingga konten tersebut menjadi memiliki nilai daya tarik bagi audiens dan konsumen Nusameta. Tidak hanya sampai situ saja, setelah proses *copywriting* ini maka Penulis perlu melakukan koordinasi ulang dengan kepala divisi *marketing* untuk memastikan konten yang ditulis sudah tidak ada kesalahan dan sudah sesuai dengan yang diinginkan kepala divisi *marketing*. Setelah melalui tahap *review* yang terakhir ini maka konten tersebut akan diserahkan kepada *staff creative design* untuk dibuatkan aset gambar sehingga konten dapat menjadi lebih interaktif dan menarik untuk dilihat oleh audiens media sosial Nusameta.

TYPES	POST ON	CONTENT DETAILS	STATUS	CAPTION	COPYWRITING	LINK ASSET
FEEDS/REELS :OTHERS	SINGLE GRAPHIC MOTION	Greetings: Nyepi	<input checked="" type="checkbox"/>	"May the silence of Nyepi nurture your soul, bringing clarity, peace, and a sense of renewal." Happy Nyepi Day ! 🌸	GREETINGS NYEPI	Nyepi2024_v1. mp4
FEEDS/REELS :OTHERS	SINGLE GRAPHIC MOTION	Greetings: Paskah	<input type="checkbox"/>	Sending warm wishes for a beautiful and joyous Easter. May your day be filled with love and the blessings of renewal. Selamat Hari Raya Paskah 🌸🐣	GREETINGS PASKAH	

Gambar 3.1 Draft konten

Gambar tersebut menunjukkan bentuk awal dari *draft* konten sebelum melewati *review* tahap pertama. Setelah nanti konten ini disetujui oleh kepala divisi *marketing* maka kita kan perlu membuat yang namanya konsep atau prototipe yang nantinya akan di *review* kembali dan akan melewati tahap *design* aset gambar dari konten yang telah dibuat

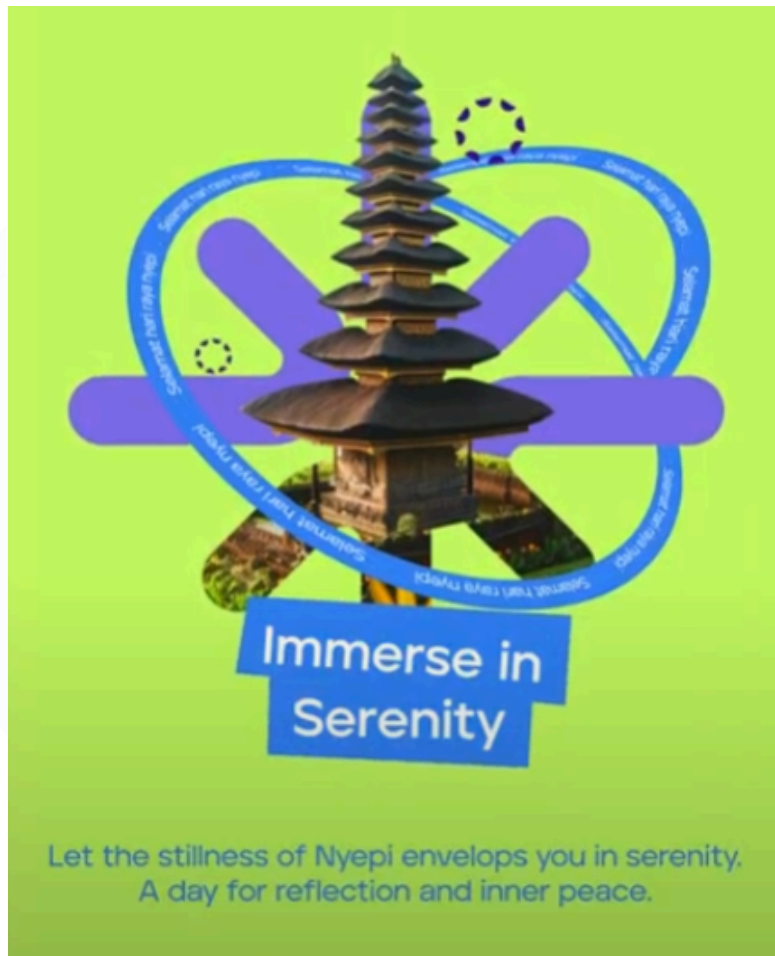
Slide 1 - Title

Immerse in serenity

Let the stillness of Nyepi
envelops you in serenity. A day
for reflection and inner peace.

Gambar 3.2 Prototype Design

Gambar 3.2 ini merupakan salah contoh dari *prototype design* yang pernah dibuat oleh Penulis. Setelah membuat *prototype design* ini, Penulis perlu mengkoordinir kan dengan kepala divisi *marketing* untuk dilakukan penilaian dan *review* kembali apakah konten yang dibuat sudah tidak memiliki kesalahan dan sudah sesuai dengan yang diharapkan. Setelah melalui proses ini maka bentuk *prototype* ini akan diserahkan kepada *staff creative design* untuk dibuatkan aset gambar yang nantinya akan dipublikasikan di media sosial perusahaan.



Gambar 3.3 Hasil akhir

Gambar diatas merupakan contoh hasil akhir dari konten yang telah diserahkan kepada *staff creative design*. Setelah gambar ini telah selesai di *design* maka akan dikirimkan kembali kepada tim *marketing* untuk di-*review* dan dipastikan tidak ada kesalahan pada gambar dan sudah sesuai dengan prototipe yang diberikan. Setelah mendapatkan persetujuan dan tidak adanya proses revisi maka konten akan siap untuk dipublikasikan ke media sosial perusahaan.

3.2.2 Membuat *content brief* konten media sosial

Dalam proses pembuatan konten di media sosial, diperlukannya adanya penjelasan dan juga *detail* yang dijelaskan pada konten tersebut sehingga ketika nanti konten sudah memasuki proses *editing* tidak akan terjadi kesalahan atau perbedaan hasil *editing* dengan tujuan awal konten. *Content brief* ini nantinya akan menjelaskan secara terperinci seperti apa saja yang perlu ditambahkan didalam konten dan apa saja tujuan *call to action* dari konten yang dibuat oleh tim pemasaran, sehingga nanti informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan jelas dan lengkap kepada audiens di media sosial. Dengan memberikan arahan dan penjelasan yang terperinci ini, juga akan sangat membantu *Staff Creative Design* dikarenakan sebuah konten akan menjadi lebih lengkap dan konten tidak hanya menjadi lebih indah untuk dilihat namun juga konten tersebut akan tersampaikan pada tujuan awal kampanyenya.

Dalam hal pembuatan *content brief*, Penulis diberikan tugas untuk menyusun secara terperinci hal hal apa saja yang diperlu dijelaskan kepada *Staff Creative Design* agar tidak adanya kesalahan atau ketidak sesuaian dengan tujuan awal dari kampanye. Penulis juga berkoordinasi dan bekerja sama dengan *staff creative design* dalam proses pengerjaannya. Koordinasi dilakukan agar dipastikan *content brief* sudah lengkap dan tidak memerlukan revisi, dan apabila *content brief* ini sudah mendapatkan persetujuan dari kepala tim pemasaran, maka konten ini sudah siap untuk dilakukan proses *design*. Proses koordinasi ini juga berlangsung cukup rutin dilakukan oleh Penulis, yaitu 4 kali proses koordinasi dalam sebulan. *Content brief* ini dituliskan didalam Google Docs yang nantinya *link* akan diberikan melalui aplikasi WhatsApp kedalam grup *staff creative design*.

Editor's note

- Transcribing bakal dibantu sama Socmed

• Youtube

- Judul:
"#NusaTutorial: Save Your Time with Visual Scripting!"
Nusastudio Tutorial with Mas Denny!
- 10-15 Minutes
- Cut-to-cut biasa
- Pake bumper
 - Nama
 - Jabatan
 - Tulisan-tulisan yang menegaskan statement (di script yang di-bold)
- Pake Subtitles
- Reference: [▶ Minecraft Part 1](#) (dibikin interaktif tapi editannya jangan terlalu "blangsakan" kayak pewds)

• IG Reels

- Judul:
"Pusing Ngoding? Pake Visual Scripting lah!"
Nusastudio Tutorial with Mas Denny!
- 1 Minute
- Cut-to-cut biasa
- Ambil highlightnya aja tapi gak semua biar bisa ke Youtube
- Kasih CTA untuk check di Youtube Nusameta
- Pake bumper
 - Nama
 - Jabatan
 - Tulisan-tulisan yang menegaskan statement
- Pake Subtitles

Gambar 3.4 Content Brief Creative Design

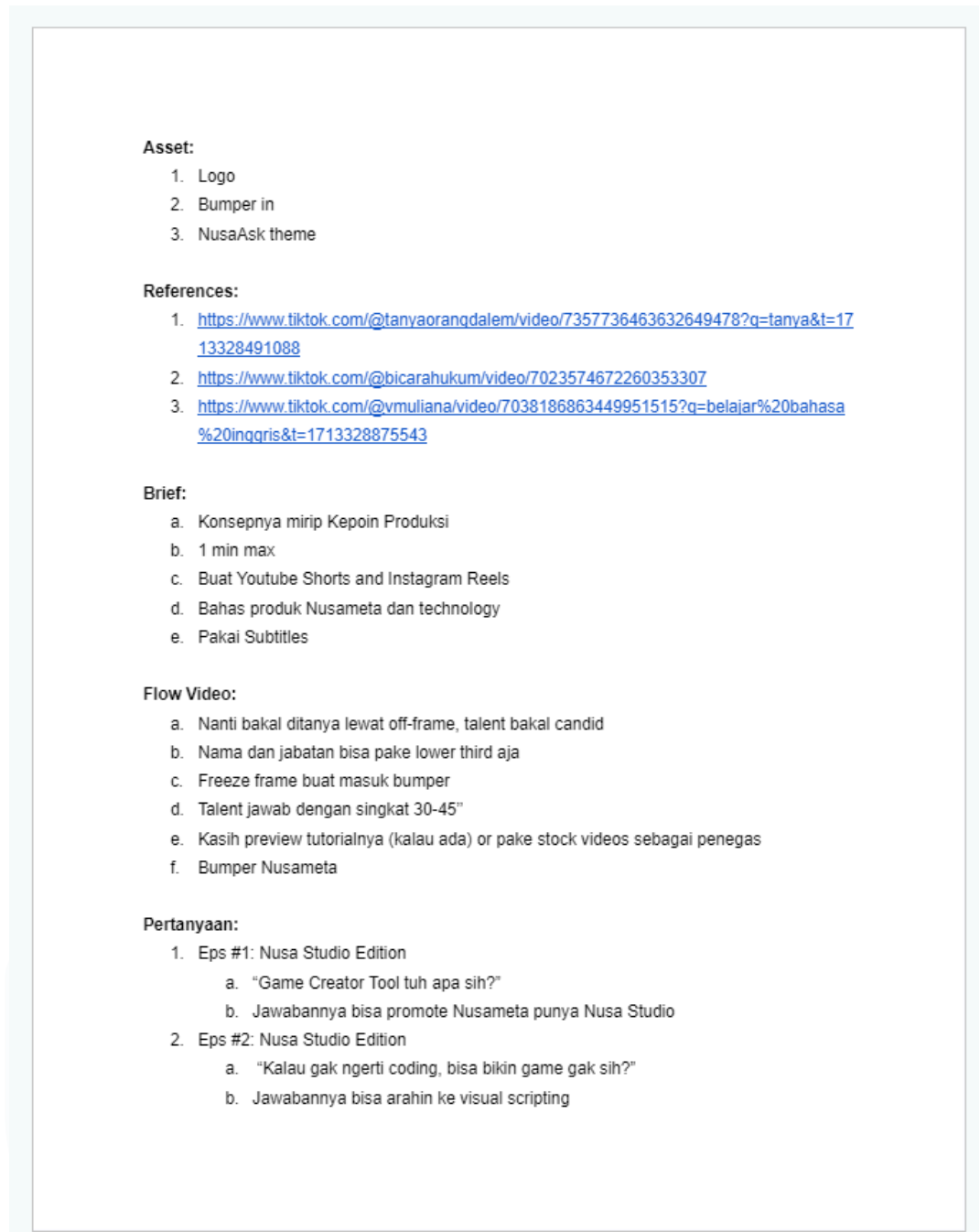
Gambar yang terlampirkan diatas merupakan *content brief* yang akan diberikan kepada *staff creative design*, meliputi seperti bagaimana konten ini ingin dibentuk, dan bagaimana konten ini akan dibuat dengan konsep seperti apa, serta berapa ukuran yang dibutuhkan dalam pembuatan konten ini. Serta *content brief* juga dapat memberikan gambaran kepada *staff creative design* untuk elemen-elemen apa saja yang ingin di masukkan kedalam konten pemasaran ini.

S

- Jelasin harus siapin apa aja sebelum buka Nusastudio
- How to enter Nusastudio (UI)nya untuk bisa bikin dunia baru
- Jelasin dikit tentang interface awalnya
- Jelasin yang pertama pake import assets dulu → pake blender dulu sedikit terus import ke nusastudio
- Jelasin yang kedua pake preset assets (bikin dari nol) → kasih inspirasi juga buat orang-orang kalo pake preset assets biasanya enaknya bikin apa aja
- Dilanjutin next episode (tinggal pilih pake yang dunia import apa preset → harus dijaga continuity)

Gambar 3.5 Content Brief Talent

Proses pembuatan *content brief* ini juga bukan hanya bermanfaat bagi *staff creative design* melainkan juga dapat ditujukan kepada *talent* yang nantinya akan menjadi bagian dari dalam konten tersebut. Jadi dengan adanya *content brief* ini diharapkan dapat menjadi acuan apa saja hal yang perlu dibicarakan dan diangkat didalam konten nantinya. Dengan adanya *content brief* yang diberikan kepada *talent* diharapkan dapat meningkatkan ketepatan dan pembahasan apa yang diangkat oleh *talent* sehingga nantinya isi dari kampanye ini dapat sesuai dengan tujuan awal pemasaran, dan semua informasi yang ingin disampaikan dapat disampaikan dengan lengkap dan juga informasinya akan lebih jelas ketika nanti tersampaikan di telinga audiens media sosial.

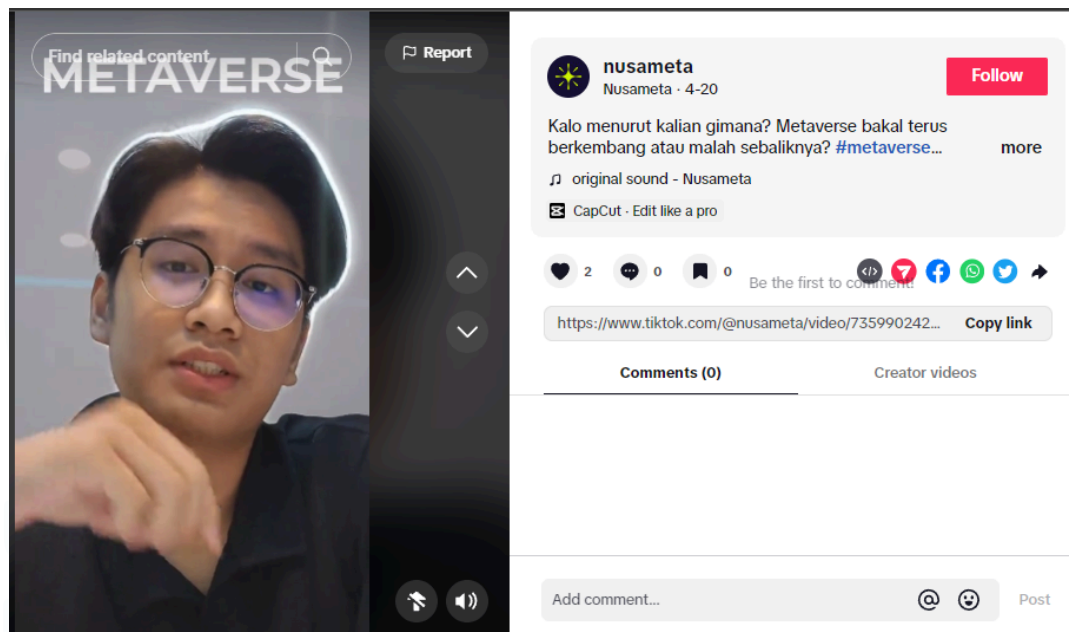


Gambar 3.6 Brief NUSA ASK

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.3 Menjadi *talent* dalam membuat konten media sosial

Aktivitas yang dilakukan oleh Penulis salah satunya adalah dengan menjadi *talent* didalam pembuatan konten-konten pemasaran media sosial perusahaan. Penulis juga berkoordinasi dan bekerja sama dengan *staff marketing* untuk proses pembuatan kontennya. Penulis juga membahas bersama dengan *staff marketing* mengenai konsep apa yang ingin dibawakan didalam konten atau kampanye, lalu juga Penulis berkoordinasi dengan *staff marketing* dalam proses penulisan *script* yang akan dibacakan oleh *talent* didalam konten tersebut nantinya. Biasanya konten konten yang membutuhkan *talent* ini dibuat untuk membantu meningkatkan visibilitas perusahaan dihadapan audiens serta konten konten seperti ini dibuat untuk membantu mendorong *awareness* apabila perusahaan mengeluarkan produk produk terbarunya, serta memberikan informasi kepada para audiens sehingga audiens memiliki pemahaman tentang produk apa yang sedang dikeluarkan oleh perusahaan.



Gambar 3.7 Contoh Konten Tiktok

Pada gambar diatas merupakan contoh hasil dari Penulis dalam menjadi *talent* didalam konten untuk media sosial khususnya untuk konten pada media sosial TikTok Nusameta. Pada gambar diatas, merupakan konten yang dibuat pada tanggal 4 Maret 2024, yang dibuat untuk mempromosikan acara terbarunya Nusameta yaitu Nusa Studio Workshop. Konten ini berisi penjelasan hal apa saja yang dapat dilakukan didalam *Metaverse* dan bagaimana *Metaverse* dapat menghasilkan uang, lalu didalam konten ini juga menjelaskan informasi tentang adanya acara *workshop* Nusa Studio yang dimana didalam konten tersebut dijelaskan bahwa dengan menggunakan aplikasi dari Nusameta juga dapat menciptakan ruang *metaverse* sendiri yang dapat menghasilkan uang melalui *metaverse* tersebut. Penulis melakukan proses perekaman konten ini secara mandiri dan juga melakukan penyuntingan konten tersebut secara mandiri.

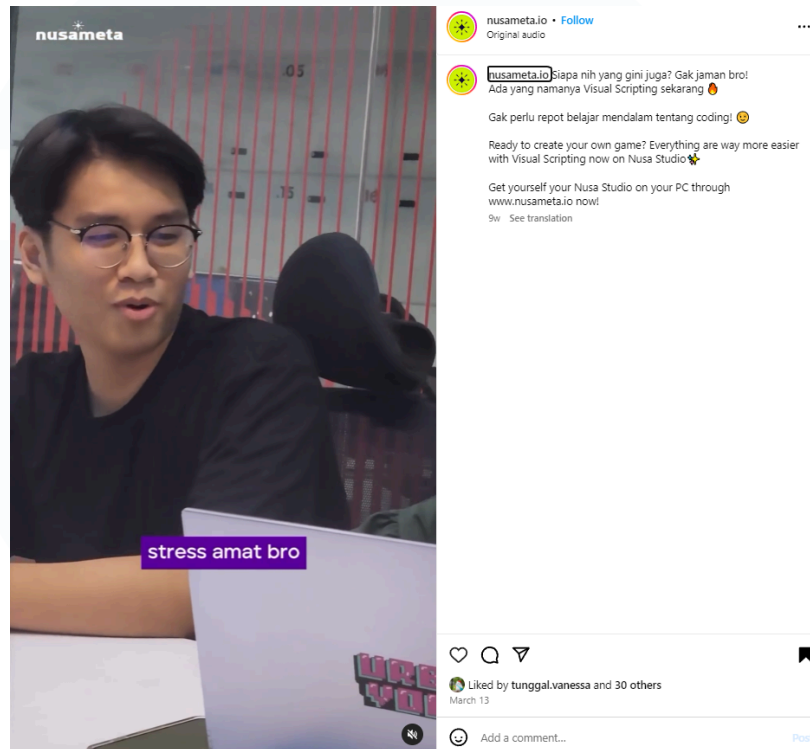




Gambar 3.8 Contoh Konten Reels Instagram

Berdasarkan gambar diatas merupakan konten, dimana Penulis menjadi *talent* untuk melakukan *interview* dengan para *staff* dari tim produksi Nusameta. Konten ini dibuat dengan konsep untuk memberikan informasi kepada audiens tentang apa saja yang dibuat dan dilakukan oleh tim produksi, serta memberikan visualisasi *progress* apa saja yang sedang dikerjakan oleh para *staff production*. Didalam konten ini juga menjelaskan jenis jenis apa saja yang nantinya akan dapat dibeli didalam *metaverse*-nya Nusameta, seperti baju baju atau kostum yang dapat digunakan di dalam dunia *metaverse*-nya. Dalam proses pembuatan konten ini, Penulis dibantu oleh *staff marketing* untuk *shooting* konten tersebut dan proses *shooting* ini juga dilakukan didalam kantor Nusameta dan juga

ruangan produksi dan *editor*. Khusus pada pembuatan konten ini tim pemasaran harus bekerja sama dengan *staff* dari tim produksi.



Gambar 3.9 Konten Nusa Studio Reels Instagram

Gambar 3.9 merupakan Penulis yang menjadi *talent* pada konten pemasaran produk terbaru dari Nusameta yaitu Nusa Studio. Penulis juga melakukan kerja sama dengan karyawan magang lainnya untuk membuat konten tersebut.

Dalam pembuatan konten *video*, Penulis dibantu oleh *staff marketing* lainnya. Setelah proses *shooting* konten, Penulis akan harus berkoordinasi dan juga meminta bantuan dari *staff creative design* untuk melakukan *editing* pada konten yang telah selesai di *shoot*. Setelah sebuah konten selesai melalui proses *editing* maka akan perlu di unggah ke dalam grup WhatsApp tim pemasaran untuk mendapatkan *approval*. Ketika

konten sudah mendapatkan *approval* maka konten akan diunggah ke semua media sosial milik Nusameta.

3.2.4 Membuat *caption* untuk konten media sosial Instagram

Ketika proses pembuatan konten berlangsung, Penulis memiliki pekerjaan untuk membuat *copywriting* yang menarik dan *engaging* terhadap audiens di media sosial. Pekerjaan ini diberikan langsung oleh Ibu Jasmine Azzahra sebagai Kepala Tim Pemasaran yang menugaskan Penulis untuk membuat konten melalui *Editorial Plan* yang telah disusun setiap bulannya, dan pekerjaan ini dikerjakan setiap satu kali dalam seminggu, untuk menyelesaikan beberapa *caption*.

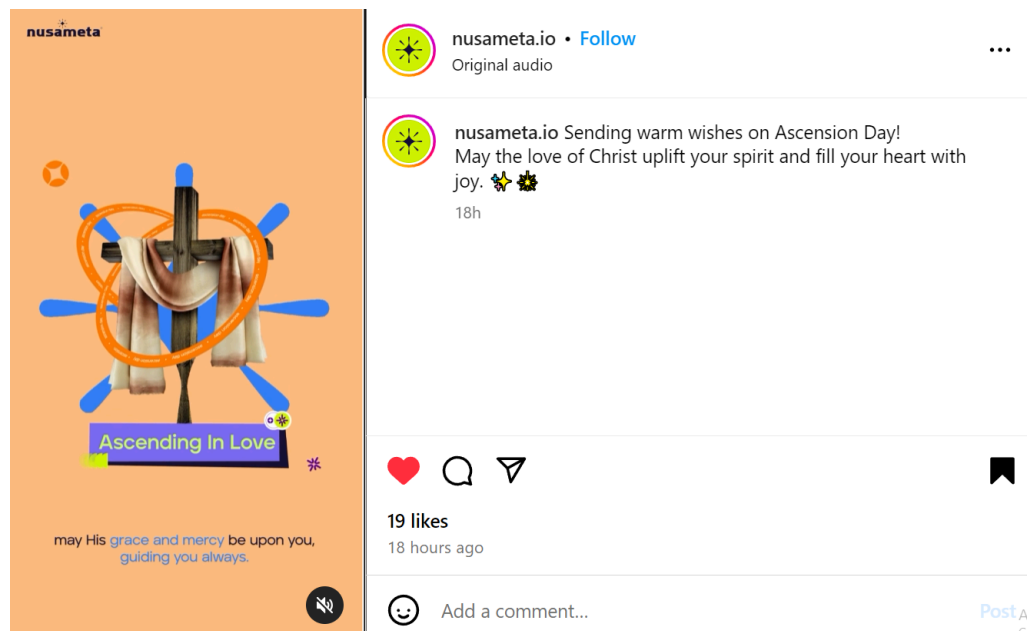
Setiap *caption* yang dibuat seringkali merupakan konten yang membahas seputar *metaverse* atau seputar aplikasi Nusameta seperti Nusa Studio dan Entry. Dalam pembuatan konten kita juga harus memastikan bahwa *caption* tersebut harus memiliki unsur *hook* sehingga para audiens media sosial dapat menikmati membaca dan merasa ikut terlibat secara langsung dengan konten kampanye yang sedang kita publikasikan. Lalu Penulis juga perlu untuk melakukan koordinasi secara berkala setiap *caption* yang telah selesai dituliskan di *editorial plan* kepada Kepala Tim Pemasaran untuk memastikan *caption* sudah sesuai dengan isi dari kontennya dan memastikan *caption* sudah memiliki unsur *hook* dan *engaging*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

CONTENT DETAILS	STATUS	CAPTION	COPYWRITING
Greetings: Hari Waisak	<input type="checkbox"/>	Vesak - a time for reflection, gratitude, and spiritual renewal. May this sacred day bring you peace and enlightenment. 🙏🌸	<input type="checkbox"/> Vesak Day
Greetings: Kenaikan Isa Al Masih	<input checked="" type="checkbox"/>	Sending warm wishes on Ascension Day! May the love of Christ uplift your spirit and fill your heart with joy. ✨🌸	<input type="checkbox"/> Kenaikan isa almasih

Gambar 3.10 Caption Instagram Feeds

Gambar diatas merupakan salah satu contoh *caption* yang telah dikerjakan oleh Penulis pada bulan Mei 2024. Penulis memiliki tugas untuk mengisi bagian kolom *caption* yang kosong setiap minggunya sesuai dengan bagian kolom yang telah di labeli nama Penulis oleh Kepala Tim Pemasaran. Seperti pada gambar diatas merupakan contoh pembuatan *caption* yang menarik untuk dibaca dan membuat merasa lebih dekat dengan audiens Nusameta.



Gambar 3.11 Contoh caption yang telah digunakan pada konten Instagram

Gambar diatas ini merupakan salah satu contoh hasil dari *caption* yang telah ditulis di *editorial plan* sebelumnya, dan untuk penulisan caption itu sendiri juga memerlukan koordinasi dengan tim pemasaran sebelum di unggah di media sosial Nusameta. Apabila sebuah *caption* telah di setujui dan tidak memiliki revisi, maka konten akan siap di unggah sesuai dengan kalender yang tertulis di *editorial plan*.

3.2.5 Membuat konten atau berita yang menarik untuk komunitas perusahaan

Penulis juga memiliki tugas untuk membuat konten atau berita yang menarik yang nantinya akan di publikasikan kedalam komunitas perusahaan, yang dimana didalam komunitas tersebut juga terhubung langsung dengan para pengguna aplikasi Nusameta dan juga para karyawan Nusameta lainnya. Dalam pekerjaan ini Penulis juga wajib untuk berkoordinasi dengan *community manager* untuk memastikan

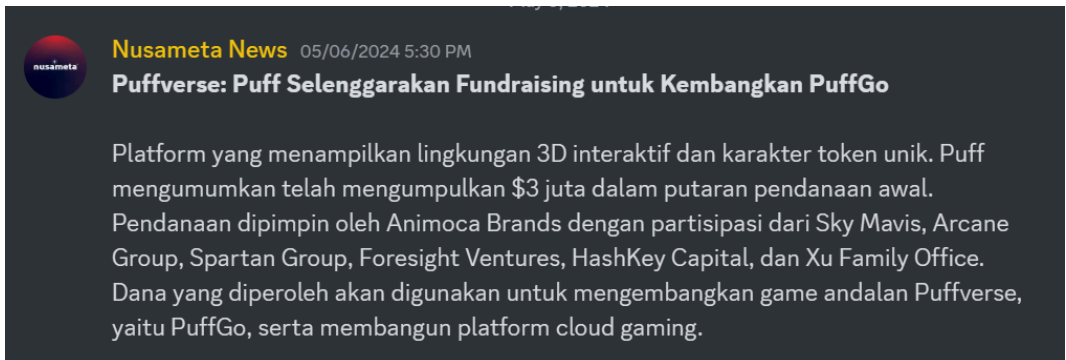
konten yang nantinya diangkat tidak memiliki kesalahan dan juga memastikan konten yang diangkat kedalam komunitas perusahaan merupakan konten yang menarik. Penulis membuat konten untuk komunitas perusahaan dilakukan setiap 2 kali dalam seminggu.

	DISCORD & TELEGRAM	ARTICLE	DISCORD & TELEGRAM
Day	Monday	Tuesday	Wednesday
Date			1
Headline/Topic			Gabungan Antara Dunia Virtual dan Nyata: Koleksi Sepatu Sneaker Stepn x Adidas Genesis
Image			
Details			https://docs.google.com/document/d/1BKSSzX93dgdnaqNueGsYDMfuXuFWJHREkD62LWEfcdk/edit

Gambar 3.12 Editorial plan Nusameta Community

Pada gambar diatas merupakan *editorial plan* yang dikhususkan untuk konten-konten komunitas perusahaan. Setiap konten yang telah dibuat oleh Penulis maka akan diwajibkan ditulis kedalam *editorial plan* untuk menyesuaikan jadwal pengunggahan konten, sehingga tidak akan terjadi adanya konten yang terunggah lebih dari 1 kali, serta dengan menuliskan konten yang akan diunggah kedalam *editorial plan* akan memudahkan tahap *review* konten oleh *community manager*. Setelah sebuah konten mendapatkan persetujuan dari *community manager* maka Penulis perlu berkoordinasi dengan *staff creative design* untuk membahas konten yang berada di *editorial plan* untuk dilakukan pembuatan aset gambar sesuai dengan berita atau konten yang diangkat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.13 Contoh berita yang telah di unggah ke Discord

Gambar diatas merupakan contoh berita atau konten yang telah melalui proses *design* dan koordinasi dengan *community manager*. Dengan membuat konten ini juga membuat para audiens Nusameta yang telah tergabung didalam komunitasnya merasa tetap terhubung dan juga membuat sebuah komunitas tetap terasa hidup dan aktif. Lalu konten atau berita ini juga di unggah ke media sosial lainnya contohnya seperti Telegram.

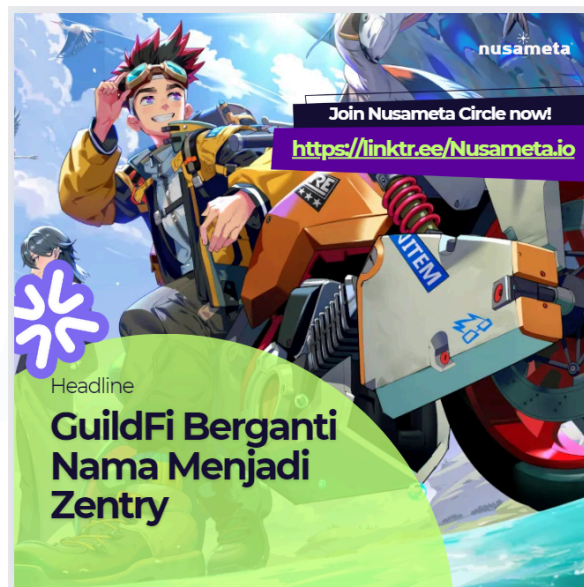
3.2.6 Membuat gambar yang menarik atau animasi menarik untuk berita atau konten komunitas perusahaan

Penulis juga memiliki pekerjaan untuk membuat sebuah gambar sederhana atau *video* animasi singkat untuk membuat konten yang di unggah kedalam komunitas perusahaan menjadi lebih menarik. Penulis juga melakukan koordinasi dengan tim *community manager* untuk pembuatan konten yang diperlukan, seperti contohnya apabila *community manager* ingin mengunggah sebuah konten maka Penulis akan berdiskusi terlebih dahulu untuk mengetahui keperluan gambar atau visualisasi apa yang diperlukan dan kriteria apa saja yang diperlukan di dalam konten tersebut. Pekerjaan ini dilakukan setiap 2 kali dalam seminggu, atau bahkan dapat lebih dikarenakan kebutuhan konten yang ingin di unggah setiap minggunya selalu berbeda. Pada setiap awal minggu, *staff community manager* akan mengirim urutan dan catatan konten yang akan

di unggah pada minggu itu, dan *staff community manager* akan menugaskan kepada Penulis konten apa saja yang diperlukan aset gambar visualisasi dari berita atau konten komunitas tersebut.



Gambar 3.14 Hasil Visualisasi berita tanggal 8 Mei 2024



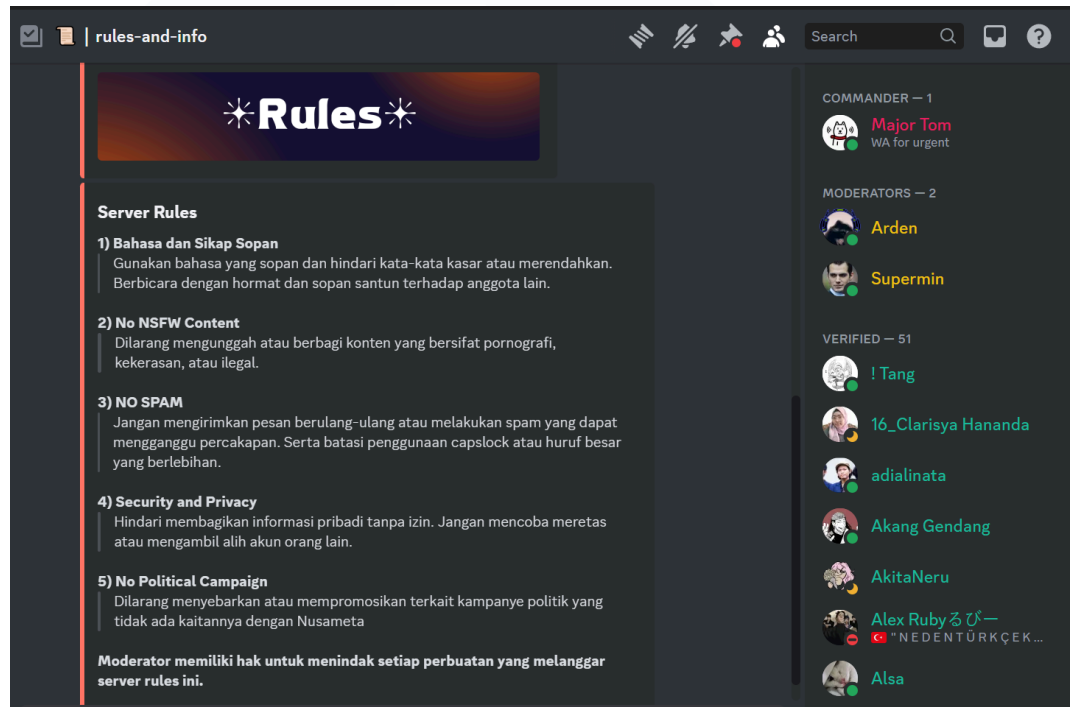
Gambar 3.15 Hasil Visualisasi berita tanggal 17 Mei 2024

Gambar 3.14 dan Gambar 3.15 merupakan hasil akhir dari visualisasi berita komunitas perusahaan. Hasil dari visualisasi gambar ini nantinya akan dikirimkan ke komunitas perusahaan bersamaan dengan konten yang ingin diangkat atau yang ingin disampaikan. Dalam pembuatan gambar tersebut, Penulis juga dibantu dengan *staff creative design* untuk memastikan gambar yang dihasilkan sudah memenuhi syarat *design* dan semua jenis elemen yang digunakan didalamnya aman dari *copyright*. Proses pembuatan gambar pada konten konten komunitas perusahaan, Penulis menggunakan aplikasi *design* bernama Canva.

3.2.7 Melakukan moderasi pada media sosial “Discord”

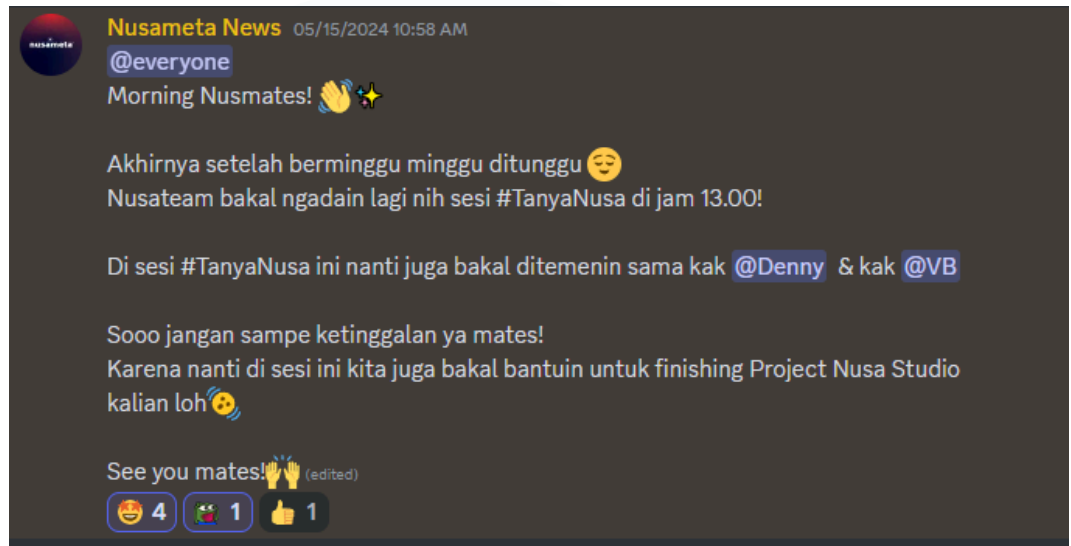
Komunitas perusahaan pada Nusameta menggunakan berbagai macam media sosial untuk dapat berinteraksi dengan pada audiens dan pengguna aplikasi Nusameta, salah satu media sosial yang digunakan oleh Nusameta adalah aplikasi Discord, yang dimana anggota dari komunitas tersebut dapat berinteraksi dan berdiskusi satu sama lain dengan anggota dan karyawan Nusameta dengan fitur *chat* atau dengan *voice room*. Aplikasi Discord merupakan aplikasi daring yang dimana memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi melalui obrolan teks, suara, dan video. Ini sering digunakan oleh komunitas permainan video dan grup komunitas lainnya untuk berinteraksi, berdiskusi, dan berkolaborasi dalam waktu nyata. Pada aplikasi Discord juga memerlukan adanya seorang *admin* yang bertugas memoderasi setiap anggota dari komunitas tersebut. Penulis diberikan pekerjaan untuk melakukan moderasi dan mengawasi setiap anggota komunitas yang memasuki komunitas perusahaan Nusameta, dan juga tugas Penulis untuk menilai dan meneliti setiap kebutuhan dan situasi pasar dari *user* aplikasi Nusameta. Penulis juga berkoordinasi dengan *community manager* untuk setiap *update* atau perubahan yang dilakukan di dalam aplikasi Discord tersebut. *Community Manager* menugaskan kepada

Penulis untuk melakukan kontrol dan juga *briefing* bulanan setiap 1 kali dalam sebulan.



Gambar 3.16 Moderasi Discord Nusameta

Pada **Gambar 3.13** merupakan hasil dari moderasi anggota komunitas Nusameta, yang dimana Penulis membuat peraturan apa saja yang dipergunakan untuk membuat komunitas perusahaan tetap kondusif dan nyaman bagi anggota dan karyawan Nusameta. Dalam proses pembuatan ini Penulis menggunakan *tools* yang dapat digunakan dari aplikasi Discord itu sendiri yang dimana setiap anggota yang memasuki komunitas Nusameta harus melakukan verifikasi terlebih dahulu untuk dapat memulai berinteraksi dan dapat memulai mengakses informasi dan konten didalam komunitas Nusameta. Penulis juga berkoordinasi dengan *community manager* pada proses penulisan peraturan komunitas Nusameta, agar dapat menghindari kesalahan dalam penulisan yang tidak diinginkan.



Gambar 3.17 Membuat Announcement ke Komunitas

Dari **Gambar 3.17** Penulis juga diberikan tugas untuk membuat pengumuman mengenai *event* apa yang akan datang yang akan dibuat oleh Nusameta. Serta Penulis juga bertugas untuk membuat *copywriting* dari pengumuman tersebut sehingga terlihat lebih menarik untuk dibaca oleh para audiens. Penulis berkoordinasi dengan *community manager* sebelum melakukan publikasi pengumuman ini, agar terhindar dari kesalahan penggunaan kata, dan memastikan bahwa kata-kata yang akan dipublikasikan ini tidak ada yang menyimpang dari informasi yang ingin disampaikan.

3.2.8 Membantu dokumentasi pada acara *workshop* perusahaan

Dalam perilisan produk atau aplikasi baru, Nusameta seringkali melakukan *event workshop* setiap bulannya untuk melakukan sosialisasi mengenai aplikasi keluaran terbaru mereka kepada mahasiswa di berbagai

universitas atau sekolah. Penulis diberikan pekerjaan untuk mengikut serta dalam setiap *event workshop* Nusameta, untuk membantu mendokumentasikan setiap kegiatan kegiatan di dalam acara tersebut, serta Penulis juga harus mengambil banyak *footage* yang nantinya diperlukan untuk kebutuhan *marketing* dalam mempromosikan *event workshop* Nusameta kedepannya. Penulis juga dibantu dengan tim pemasaran dalam proses dokumentasi, seperti dengan membagi tugas untuk bagian apa saja yang perlu diambil gambar dan direkam serta dari sisi mana saja yang memerlukan dokumentasi ketika acara berlangsung.



Gambar 3.18 Workshop Nusameta di Binus Bekasi

Gambar 3.18 diatas merupakan salah satu *event workshop* Nusameta dalam mengsosialisasikan tentang bagaimana perkembangan dan manfaat dari *metaverse* untuk kebutuhan komersial dan juga bagaimana cara memonetisasi didalam dunia *metaverse*, serta pada *event* ini tim Nusameta juga mengadakan sosialisasi bagaimana cara mengaplikasikan aplikasi Nusa Studio didalam *metaverse* dan memberikan edukasi bagaimana cara membuat *metaverse* dengan menggunakan Nusa Studio. Pada *event* ini Penulis ditugaskan oleh Ibu Jasmine Azzahra sebagai Kepala Tim Pemasaran untuk membantu dokumentasi dan juga mengambil momen dalam kegiatan sosialisasi tersebut dalam bentuk *potrait*. Penulis diberikan pekerjaan dokumentasi *event workshop* setiap 1 kali dalam sebulan.



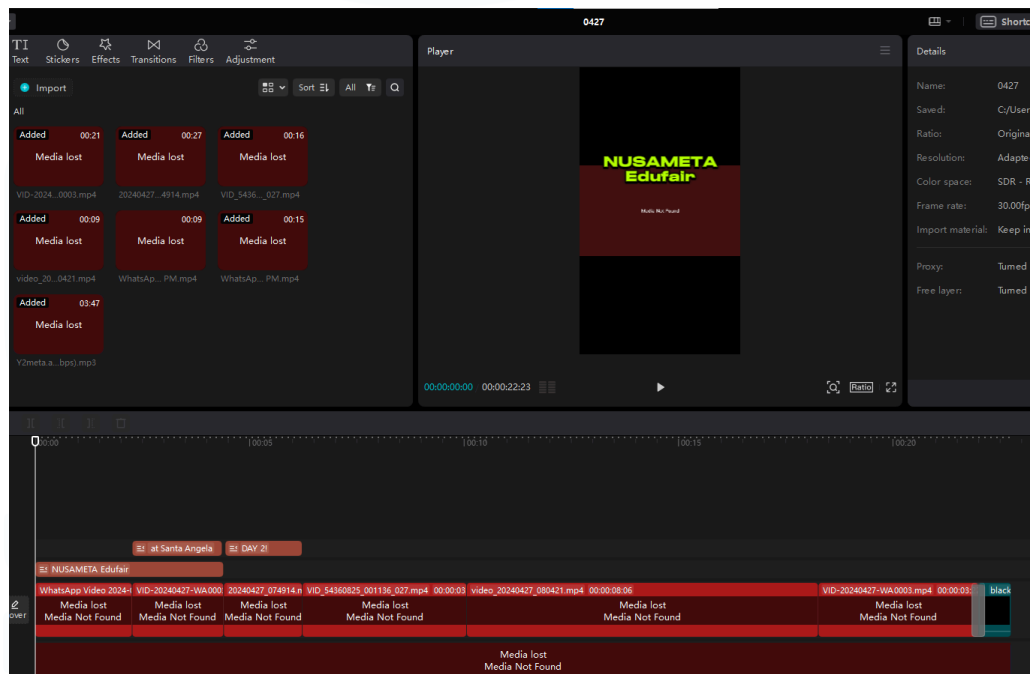
Gambar 3.19 Workshop Nusameta di Binus Kemanggisian

Gambar 3.19 diatas merupakan semua *staff* Nusameta yang terlibat dalam berlangsungnya acara *Workshop* Nusameta di Binus Kemanggisian. Penulis bekerja sama dan dibantu dari berbagai divisi lainnya seperti divisi *community manager* dan juga *staff marketing* lainnya dalam proses dokumentasi pada saat acara *workshop*. Penulis juga ikut

serta membantu mengawasi jalannya acara untuk sesuai dengan jadwal dan juga *rundown* yang telah disusun.

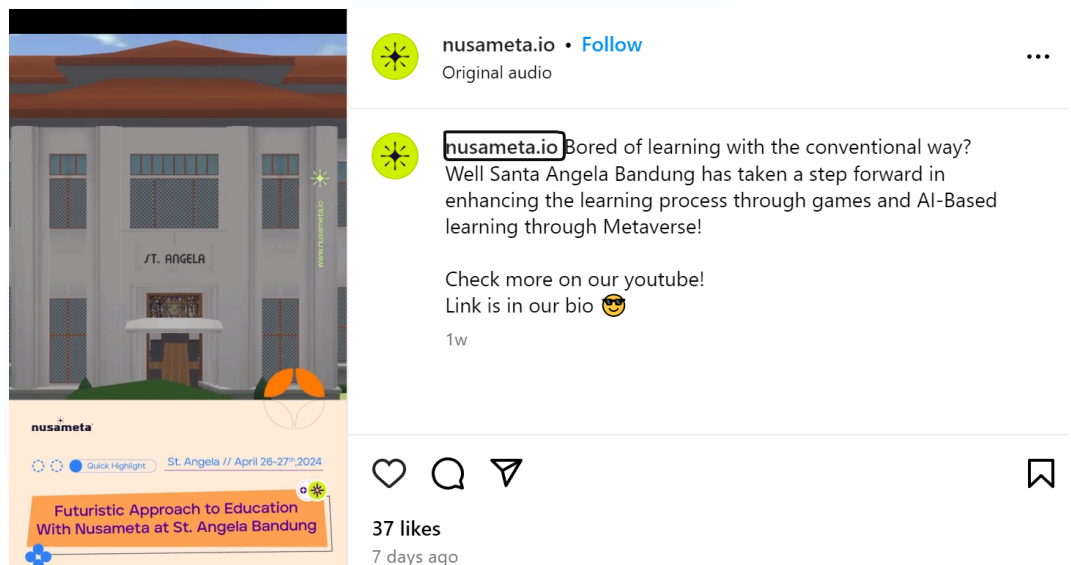
3.2.9 Membantu proses *editing* untuk konten *video* dari dokumentasi *event workshop*

Setelah melakukan dokumentasi dalam setiap acara *workshop* Nusameta, Penulis juga diberikan pekerjaan untuk membantu *staff creative design* dalam *editing video* atau gambar yang telah diambil menjadi suatu kesatuan konten yang menarik yang nantinya dapat di publikasikan kedalam media sosial Nusameta. Penulis juga perlu membuat *copywriting* untuk tulisan apa saja yang akan berada di dalam konten tersebut, sehingga konten tersebut dapat menjadi lebih interaktif dan dapat memuat informasi yang sesuai dengan CTA (*call to action*) yang telah ditentukan oleh Kepala Tim Pemasaran.



Gambar 3.20 proses editing video Workshop Nusameta

Gambar 3.20 diatas merupakan proses *editing* sebuah konten dari *video* yang diambil selama acara *workshop* Nusameta berlangsung. Gambar diatas merupakan sebuah konten dari acara kolaborasi dengan sekolah Santa Angela. Penulis ditugaskan untuk menambah keterangan serta informasi terkait acara *workshop* tersebut dan juga menambahkan aktivitas apa saja yang dilakukan selama acara berlangsung. Penulis menggunakan aplikasi CapCut untuk melakukan proses *editing*. Setelah konten tersebut telah selesai di-*edit* maka Penulis perlu mengirim konten tersebut ke grup tim pemasaran untuk melalui proses *review*. Setelah konten yang dikirimkan mendapatkan persetujuan dan sudah dipastikan tidak memiliki revisi atau kesalahan, maka Penulis akan mengunggah konten tersebut ke semua media sosial Nusameta, dan juga Penulis perlu untuk menambahkan *caption* pada konten yang di unggah tersebut.



Gambar 3.21 Konten Santa Angela

Gambar 3.21 diatas merupakan salah satu konten yang telah melewati proses *editing* dan proses *review*, dan sudah di unggah kedalam media sosial Instagram Nusameta. Konten tersebut berisikan sebuah penjelasan dan informasi mengenai aktivitas selama acara *workshop*

berlangsung di sekolah Santa Angela. Acara ini dibawah supervisi dari Bapak Adhi Wahyudin sebagai kepala *community manager* dan juga Ibu Jasmine Azzahra sebagai kepala tim pemasaran.

3.2.10 Melakukan *marketing research* untuk konten konten media sosial.

Dalam proses pembuatan konten konten pemasaran tentunya memerlukan dasar dan juga menentukan target pasar yang tepat, sehingga dengan kita mengetahui jenis konten apa yang diperlukan sebuah perusahaan dan juga target audiens seperti apa yang dituju maka kita perlu melakukan sebuah aktivitas bernama riset pasar. Penulis diberikan tugas untuk melakukan riset pasar setiap 1 kali dalam sebulan. Penulis perlu mencari dengan melakukan eksplorasi setiap media sosial dan menemukan konten konten apa saja yang cocok dan sedang *trending* di pasar, setelah itu Penulis perlu mengidentifikasi apakah konten *trending* tersebut juga dapat diterapkan pada konten pemasaran di Nusameta. Setelah menemukan konten yang cocok maka Penulis juga perlu untuk meriset audiens yang terdapat pada konten *trending* tersebut dan juga Penulis perlu mempelajari sifat dan perilaku dari audiens, sehingga dengan mempelajari perilaku audiens kita dapat mengetahui kecocokan konten tersebut apabila diterapkan kedalam konten media sosial Nusameta.

Ketika proses riset konten, Penulis juga perlu melakukan koordinasi dengan *staff marketing* lainnya sehingga kita tidak melakukan riset pada konten yang sama, lalu pada penulisan riset pasar, Penulis juga perlu mengetahui demografi pasar seperti pekerjaan, sifat, perkiraan umur, dan lain lainnya berdasarkan dengan kolom komentar pada konten *trending* tersebut. Dengan mempelajari hal hal tersebut juga nantinya

Nusameta akan mengadopsi cara pemasaran tersebut.

Why Palworld is so popular?

- Perilisan Trailer lebih awal 2 Tahun

Palworld melakukan perilisan trailer lebih awal, dan konten dari trailer tersebut berisikan pengenalan dari Map Openworldnya serta menampilkan grafis yang menarik dan dilengkapi juga dengan Bentuk dari Pal (Monster didalam gamenya) yang lucu. Lalu setelah perilisan trailer tersebut, Palworld menjadi game yang populer dan cukup menjadi perbincangan di komunitas para gamers, dikarenakan dengan konsep dan tema yang dikatakan sangat mirip dengan "Pokemon" bahkan komunitas gamers juga menyebutnya "Pokemon with Guns".

Link trailer : <https://youtu.be/eqTJFhbo9zY?si=AAWXbNsewXYERzKF>

Cara Palworld mendekati target marketnya

- Mencari komunitas gamers yang memiliki kegemaran yang mirip dengan gamenya
Dengan adanya kesamaan konsep dan juga bentuk bentuk elemen yang sangat mirip sekali dengan game Pokemon, tentunya hal ini menarik perhatian dari fanbase Pokemon. Tentunya dengan adanya kemiripan ini menjadi langkah awal bagaimana Palworld dapat meng approach target audiencenya yaitu dengan mencari komunitas gamers yang memiliki kesukaan atau kegemaran genre yang setipe dengan game Palworld

Cara mereka membangun HYPE

- Early Access ke Streamer & Influencer yang menyukai genre setipe
Untuk membangun hype kepada para komunitas gamers, Palworld memberikan Early Access kepada para streamer dan influencer untuk memainkan dan menyoba game Palworld, dengan melakukan review serta menyiarkan gameplay terlebih dahulu kepada para penontonnya. Dengan memberikan early access ini tentunya akan memberikan efek hype dan rasa penasaran kepada penontonnya untuk menyoba game Palworld. Lalu video video dari review dan gameplay yang telah dibuat oleh para streamer dan influencer tersebut tentunya akan di ambil cuplikan dari content yang telah mereka buat untuk disebarakan melalui sosial media seperti instagram dan tiktok, yang dapat menjangkau orang orang yang lebih luas lagi bahkan pencarian Palworld di Tiktok sempat melonjak dan bahkan total dari views yang didapat mencapai 400 Million Views.

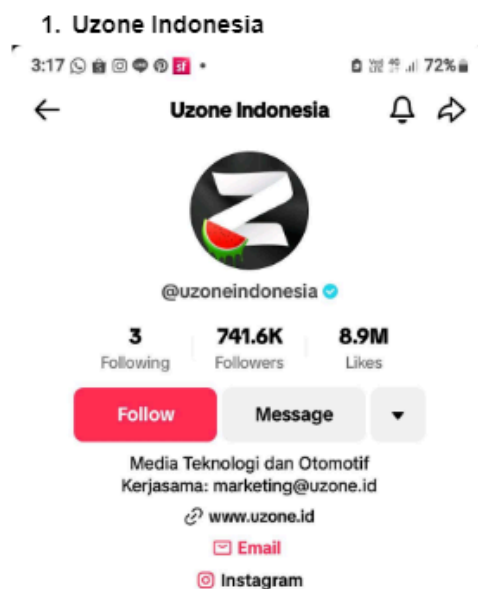
Channel yang dipakai untuk approach

- Palworld menggunakan beberapa channel untuk mengapproach target marketnya seperti dengan menggunakan Youtube, Tiktok, Twitch, Discord.

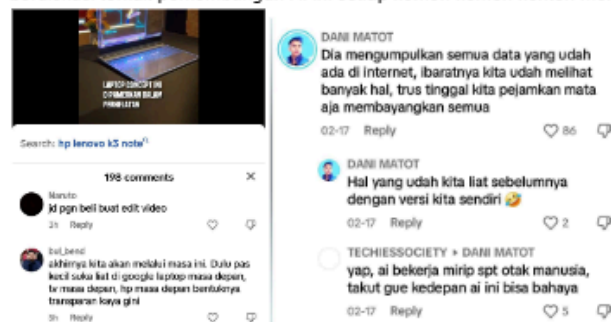
Gambar 3.22 Research Palworld Community

Pada **Gambar 3.22** diatas merupakan hasil riset yang telah dilakukan oleh Penulis. Pada riset diatas Penulis ditugaskan untuk melakukan riset bagaimana salah satu permainan *online* dapat memasarkan permainan mereka sangat diminati dan bagaimana mereka melakukan

promosi permainan mereka. Dari riset tersebut kita juga mempelajari bagaimana mereka dapat mengolah dan membuat komunitas mereka itu sangat aktif dan saling berinteraksi satu sama lain. Lalu dari riset tersebut kita juga mempelajari jenis media apa saja yang digunakan oleh game Palworld dan bagaimana perusahaan game tersebut dapat berinteraksi dengan para pemainnya.



Salah satu content creator yang cukup sering membahas teknologi tentang ai ini yaitu Uzone Indonesia. Jika berdasarkan dengan komen komen di semua kontennya rata rata dapat dikatakan audience mereka berada di umur 17 hingga 35 tahun, yang dimana mata pencahariannya juga rata rata dibidang teknologi atau kreatif, dikarenakan mereka juga berdiskusi terkait perkembangan AI ini setiap komen komen konten mereka



Gambar 3.23 Content Marketing Research

Berdasarkan **Gambar 3.23** merupakan salah satu penugasan yang diberikan oleh Ibu Jasmine Azzahra selaku kepala tim pemasaran. Penulis bertanggung jawab untuk membuat riset mengenai konten apa saja yang cocok untuk diterapkan pada media sosial TikTok dan bagaimana pembawaan yang cocok untuk diterapkan di Nusameta. Penulis juga memerlukan melakukan riset mengenai demografi pada audiens dari konten media sosial di TikTok, dan bagaimana perilaku para audiensnya serta mempelajari audiens dari konten yang sedang *trending* tersebut.

Hasil riset ini merupakan penugasan yang diberikan oleh Ibu Jasmine Azzahra dan juga Bapak Adhi Wahyudin selaku kepala tim *community manager*. Penulis juga melakukan koordinasi secara berkala dengan Bapak Adhi Wahyudin dalam penulisan riset tersebut. Ketika riset tersebut telah selesai dituliskan, Penulis juga perlu melakukan sebuah *meeting* dengan tim *marketing* dan *community manager* untuk dipresentasikan, serta membahas riset tersebut untuk menemukan hal apa saja yang dapat diadopsi kedalam Nusameta.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama Penulis menjalani masa magang di perusahaan Nusameta, Penulis mengalami beberapa kendala yang cukup mempengaruhi produktivitas dan juga mempengaruhi hasil kerja dari Penulis. Berikut akan diuraikan apa saja kendala yang terjadi selama masa magang tersebut:

1) Lokasi tempat magang yang jauh dari tempat tinggal

Selama periode magang Penulis di Nusameta, salah satu kendala utama yang saya hadapi adalah lokasi tempat magang yang jauh dari tempat tinggal Penulis. Karena jarak yang jauh, Penulis menghadapi tantangan yang signifikan setiap hari, termasuk waktu perjalanan yang lama dan biaya transportasi yang meningkat. Kendala ini berdampak pada keseimbangan antara waktu kerja, waktu istirahat, dan waktu untuk

melakukan kegiatan lain di luar magang. Waktu perjalanan yang panjang mengurangi waktu yang saya miliki untuk istirahat dan belajar di luar jam kerja, sehingga berpotensi mempengaruhi kinerja saya dan keseimbangan hidup saya secara keseluruhan.

2) Gawai dan Aplikasi Penulis yang tidak lengkap

Salah satu kendala utama yang Penulis alami adalah keterbatasan dalam hal perangkat gawai yang digunakan oleh Penulis yang tidak mumpuni untuk dapat menghasilkan kualitas konten yang maksimal dan aplikasi yang dimiliki oleh Penulis sangatlah terbatas dan tidak memiliki aplikasi berbayar, sehingga kualitas yang dihasilkan pun juga tidak dapat semaksimal apabila Penulis memiliki akses aplikasi tersebut.

3) Tidak memiliki transportasi pribadi

Sebagai mahasiswa magang yang tidak memiliki kendaraan pribadi, Penulis menghadapi tantangan besar dalam melakukan perjalanan ke lokasi tempat magang. Keterbatasan aksesibilitas transportasi umum di daerah tempat tinggal Penulis juga memperumit situasi ini, membuat perjalanan menjadi lebih sulit dan memakan waktu lebih lama. Kendala ini berdampak langsung pada ketepatan waktu dan kehadiran Penulis di tempat magang. Penulis sering kali terpaksa bergantung pada transportasi umum yang tidak dapat diandalkan, yang mengakibatkan keterlambatan dalam kedatangan

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Setelah mengidentifikasi kendala yang terjadi selama periode magang berlangsung, yang tentunya mempengaruhi produktivitas dan juga performa selama proses magang. Penulis mengambil beberapa langkah konkret untuk dapat menyelesaikan kendala di tempat magang Penulis seperti sebagai berikut:

1) Lokasi tempat magang yang jauh dari tempat tinggal

Untuk mengatasi kendala ini, saya mengambil beberapa langkah. Pertama, Penulis merencanakan perjalanan yang lebih singkat dengan cermat untuk meminimalkan waktu perjalanan. Penulis juga berdiskusi dengan supervisor untuk menyesuaikan jadwal kerja jika diperlukan, dan mencari alternatif transportasi yang lebih efisien dan ekonomis seperti transportasi umum contohnya Transjakarta.

2) Gawai dan Aplikasi Penulis yang tidak lengkap

Untuk mengatasi kendala ini, Penulis berusaha untuk menjadi lebih kreatif dan fleksibel dalam penggunaan sumber daya yang tersedia. Penulis memanfaatkan perangkat lunak sederhana yang tersedia secara gratis, melakukan fotografi dengan smartphone Penulis yang kebetulan cukup memadai, dan mencari inspirasi dari konten media sosial perusahaan lain yang sukses. Sehingga dengan begitu bisa tetap menghasilkan kualitas konten pemasaran yang berkualitas tinggi.

3) Tidak memiliki transportasi pribadi

Untuk mengatasi kendala ini, Penulis melakukan beberapa upaya. Penulis merencanakan jadwal keberangkatan transportasi umum dan memperhitungkan kemungkinan keterlambatan. Dengan menggunakan transportasi umum, Penulis juga dapat menjangkau tempat kerja yang jauh dengan lebih efisien.