

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani magang di Hangry Indonesia, penulis ditempatkan di Commercial Team dengan peran sebagai Content Marketing Intern untuk merek Moon Chicken. Sebagai Content Marketing Intern, tanggung jawab utama penulis adalah membantu dalam menciptakan konten yang menarik dan mengelola media sosial Hangry, terutama Instagram dan TikTok.

Selama periode magang, semua pekerjaan yang penulis lakukan dalam hal Content Marketing Moon Chicken diawasi oleh Muhammad Ghifari Putra, yang merupakan Brand Communication Associate dari Moon Chicken. Beliau bertanggung jawab dalam memberikan bimbingan dan arahan terkait strategi konten, pengelolaan media sosial, serta memastikan kualitas dan kesesuaian konten dengan merek Moon Chicken.

Selain itu, penulis juga berkolaborasi dengan Annya Balqis Aisyah, yang merupakan Marketing Support dari Moon Chicken. Penulis dan Annya Balqis Aisyah sering berkoordinasi dalam rangka mengembangkan strategi pemasaran, menganalisis data, dan menyusun laporan terkait aktivitas Content Marketing Moon Chicken.

Setiap aktivitas yang terkait dengan pekerjaan Content Marketing Moon Chicken yang penulis lakukan, seperti pemantauan media sosial, analisis data, penyusunan laporan, dan pembuatan konten promosi, sepenuhnya dibimbing mulai dari proses awal pembuatan hingga persetujuan. Persetujuan tersebut perlu disetujui oleh Annya Balqis Aisyah sebagai Marketing Support, Muhammad Ghifari Putra sebagai Brand Communication Associate, dan dalam beberapa kasus, persetujuan konten juga diperlukan dari Chairani Ineza, yang merupakan Brand Lead dari Moon Chicken.

Dalam lingkungan kerja ini, penulis mendapatkan bimbingan dan arahan dari tim yang berpengalaman dalam bidang pemasaran. Mereka memastikan bahwa konten yang penulis buat sesuai dengan tujuan dan nilai-nilai merek Moon Chicken, serta memberikan panduan yang tepat untuk mencapai hasil yang efektif dalam kampanye pemasaran. Kolaborasi dengan rekan-rekan tim seperti Annya Balqis Aisyah dan Muhammad Ghifari Putra memungkinkan penulis untuk belajar dan berkembang dalam pekerjaan Content Marketing Moon Chicken.

Berikut adalah alur koordinasi dan pelaporan yang penulis ikuti selama menjalani magang di Hangry Indonesia:



Gambar 3.1 Alur Koordinasi Pelaporan Kerja Magang

Sumber: Data Pribadi (2024)

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Sebagai *Content Marketing Intern* di Hangry Indonesia yang mengelola *brand* Moon Chicken, penulis melakukan berbagai tugas rutin yang penting untuk mendukung aktivitas pemasaran dan operasional. Berikut adalah uraian penjelasan tugas-tugas tersebut:

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi	Hasil
1.	Membantu dalam membuat konten yang menarik dan mengelola media sosial Hangry (Moon Chicken) terutama Instagram dan TikTok	Membuat dan mengatur konten yang kreatif dan menarik untuk platform media sosial, seperti Instagram dan TikTok. Hal ini termasuk membuat postingan, story, video, dan berbagai jenis konten lainnya yang sesuai dengan strategi pemasaran <i>brand</i> .	Brand Lead, Brand Communication Ass, Marketing Support	Setiap hari Senin-Jumat selama masa magang berlangsung	Penulis berhasil menciptakan konten-konten yang kreatif dan menarik untuk Instagram dan TikTok. Penulis berhasil meningkatkan <i>engagement</i> di kedua platform tersebut, menarik perhatian lebih banyak pengguna, dan membantu meningkatkan

					<p><i>awareness brand</i> Moon Chicken di kalangan target audiens.</p> <p>Penulis berhasil mengembangkan keterampilan dalam manajemen konten digital, memahami perilaku pengguna media sosial, dan berkolaborasi efektif dengan tim pemasaran untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.</p>
2.	Membantu <i>Brand Marketing</i>	Mengembangkan materi kampanye yang efektif	Brand Communication Ass,	Setiap minggu selama	Penulis berhasil mengembangkan

	<p><i>Specialist</i> dalam membuat materi kampanye</p>	<p>bersama dengan <i>Brand Marketing Specialist</i>. Hal ini meliputi pembuatan teks promosi, desain grafis, dan konsep kreatif lainnya yang mendukung tujuan kampanye pemasaran.</p>	<p>Marketing Support</p>	<p>masa magang berlangsung</p>	<p>an materi kampanye yang efektif dan menarik, yang membantu meningkatkan <i>awareness</i> dan <i>engagement</i> dari audiens target. Melalui pengalaman ini, penulis dapat memperluas keterampilan dalam merancang konten pemasaran yang strategis dan relevan dengan <i>brand</i>, serta belajar berkolaborasi dengan tim untuk mencapai hasil kampanye yang optimal.</p>
--	--	---	--------------------------	--------------------------------	--

3.	Membantu tim pemasaran dalam urusan administratif dengan pemangku kepentingan lainnya	Membantu mengelola tugas-tugas administratif, seperti mengumpulkan <i>invoice</i> dan <i>quotation</i> , untuk kemudian diproses oleh tim internal lainnya. Tugas ini melibatkan komunikasi dan koordinasi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti agensi dan tim internal lainnya.	Marketing Support	Setiap akhir dan awal bulan selama masa magang berlangsung	Penulis memperoleh keterampilan dalam komunikasi efektif dan koordinasi antar tim, serta memahami pentingnya manajemen administrasi yang tepat dalam mendukung operasional pemasaran.
4.	Mendukung persiapan acara pemasaran	Terlibat dalam persiapan dan pelaksanaan acara pemasaran, dengan memastikan ketersediaan	Brand Lead, Brand Communication Ass, Marketing Support	Tentatif tergantung acara pemasaran dilakukan	Penulis memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pentingnya perencanaan

		materi promosi yang dibutuhkan.			dan koordinasi detail dalam menjalankan acara pemasaran.
5.	Membantu dalam persiapan dan pelaksanaan sesi pemotretan/pengambilan video produksi (perlengkapan, talenta, menu, dan segala sesuatu yang dibutuhkan)	Membantu dalam semua aspek yang berkaitan dengan sesi pemotretan dan pembuatan video. Hal ini termasuk persiapan perlengkapan, koordinasi dengan talenta atau model, penyusunan menu yang akan difoto, dan memastikan semua kebutuhan produksi terpenuhi.	Brand Communication Ass, Marketing Support	Setiap akan dilakukan nya sesi pemotretan/pengambilan video (setiap bulannya akan dilakukan sesi pemotretan/pengambilan video sebanyak 1-2 kali)	Penulis memperoleh keterampilan praktis dalam manajemen produksi multimedia, termasuk pengorganisasian dan detail-detail teknis yang diperlukan untuk memastikan hasil yang optimal dalam proses pemotretan dan pembuatan video.
6.	Berkontribusi dalam menyusun	Berperan dalam melakukan analisis data	Brand Communication Ass,	Setiap minggu hari Rabu	Penulis memperoleh pengalaman

	laporan internal	untuk menyusun laporan internal berupa analisis media sosial. Analisis tersebut meliputi hasil kinerja media sosial Moon Chicken, observasi terhadap konten yang telah dibuat, serta evaluasi dan perencanaan strategi kedepannya.	Marketing Support	selama masa magang berlangsung	dalam mengumpulkan dan menganalisis data, serta memahami bagaimana hasil dari analisis tersebut dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas konten dan kampanye pemasaran di platform media sosial.
7.	Berkoordinasi dengan tim operasional untuk semua kebutuhan pengiriman produk	Bekerja sama dengan tim operasional untuk memastikan semua kebutuhan pengiriman produk terpenuhi. Hal ini meliputi	Marketing Support	Setiap dibutuhkannya pengiriman produk	Penulis memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai koordinasi antara departemen pemasaran

		<p>memastikan ketersediaan produk, mengatur logistik pengiriman, dan memantau proses pengiriman untuk memastikan produk sampai tepat waktu dan dalam kondisi baik.</p>			<p>dengan operasional dalam konteks bisnis makanan dan minuman.</p>
8.	<p>Berkoordinasi dengan tim procurement dan legal untuk mengelola proses administratif atas permintaan yang diajukan</p>	<p>Membantu dalam mengelola proses administratif yang melibatkan tim procurement dan legal. Hal ini termasuk mengajukan permintaan pembelian, mempersiapkan dokumen kontrak, dan memastikan semua proses</p>	<p>Marketing Support</p>	<p>Setiap awal dan akhir bulan selama masa magang berlangsung</p>	<p>Penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya koordinasi antara berbagai departemen dalam menjalankan proses administratif yang efisien</p>

		sesuai dengan prosedur yang berlaku.			dan sesuai dengan regulasi yang berlaku.
--	--	--------------------------------------	--	--	--

Tabel 1.1 Uraian Kerja Penulis

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama menjalani magang di Hangry Indonesia, penulis telah melaksanakan tugas-tugas selama 640 jam. Tugas-tugas ini melibatkan pengetahuan dasar dalam bidang pemasaran, khususnya dalam *Integrated Marketing Communication* dan *Digital Marketing*. *Integrated Marketing Communication* (IMC) mengharuskan penulis untuk memahami bagaimana menyelaraskan pesan dan komunikasi di berbagai saluran pemasaran guna menciptakan pesan yang konsisten dan kohesif. Hal ini mencakup pembuatan konten yang menarik, penentuan target audiens, serta pengembangan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement*.

Selain itu, penulis juga banyak terlibat dalam aspek *Digital Marketing*, yang meliputi penggunaan alat dan platform digital untuk mencapai tujuan pemasaran. *Digital Marketing* mencakup pemahaman tentang analitik media sosial untuk memantau dan menganalisis kinerja konten, serta pengelolaan iklan berbayar di platform seperti Instagram dan TikTok untuk mencapai audiens yang lebih luas. Penulis akan menguraikan dengan rinci tugas-tugas yang dilakukan selama menjalani magang di Hangry Indonesia.

3.2.2.1 Membantu dalam membuat konten yang menarik dan mengelola media sosial Hangry (Moon Chicken) terutama Instagram dan TikTok

Content marketing adalah bidang yang melibatkan keahlian dalam menciptakan dan mendistribusikan konten yang relevan dan bernilai untuk menarik, memperoleh, dan melibatkan target audiens. Penulis memiliki tugas utama yaitu membantu dalam membuat konten yang menarik dan mengelola

media sosial Hangry (Moon Chicken), terutama di platform Instagram dan TikTok.



Gambar 3.2 Instagram Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)



Gambar 3.3 TikTok Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)

Dalam pembuatan konten, penulis harus memiliki berbagai kemampuan untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi media sosial adalah salah satu kemampuan penting, karena penulis harus memahami cara terbaik untuk menjangkau dan berinteraksi dengan audiens melalui berbagai platform. Pengelolaan merek juga krusial, di mana penulis perlu memastikan bahwa semua konten yang dibuat konsisten dengan identitas dan pesan merek Moon Chicken.

Hal ini sejalan dengan konsep yang dipelajari dalam mata kuliah Digital Marketing, yang menekankan pentingnya klasifikasi content marketing. Konten dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori: *educate*, *inspire*, *entertain*, dan *convince*. Konten yang edukatif memberikan pengetahuan kepada audiens tentang manfaat dan penggunaan produk, sementara konten yang inspiratif bertujuan untuk menginspirasi audiens dengan cerita atau contoh sukses yang relevan. Konten yang menghibur menjaga *engagement* dan membuat audiens tertarik untuk terus mengikuti akun media sosial, sedangkan konten yang meyakinkan menekankan keunggulan produk dan memberikan alasan mengapa audiens harus memilih produk tersebut. Memahami dan menerapkan klasifikasi ini memungkinkan penulis untuk membuat konten yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memenuhi berbagai kebutuhan audiens, dari edukasi hingga hiburan dan inspirasi. Dengan strategi ini, penulis dapat lebih efektif dalam mengelola merek dan meningkatkan kesadaran serta minat terhadap produk Moon Chicken di berbagai platform media sosial.



Gambar 3.4 Konten Educate Instagram

[Sumber: Instagram Moon Chicken \(2024\)](#)



Gambar 3.5 Konten Entertain Instagram

[Sumber: Instagram Moon Chicken \(2024\)](#)



Gambar 3.6 Konten Inspire Instagram

[Sumber: Instagram Moon Chicken \(2024\)](#)



Gambar 3.7 Konten Convince Instagram

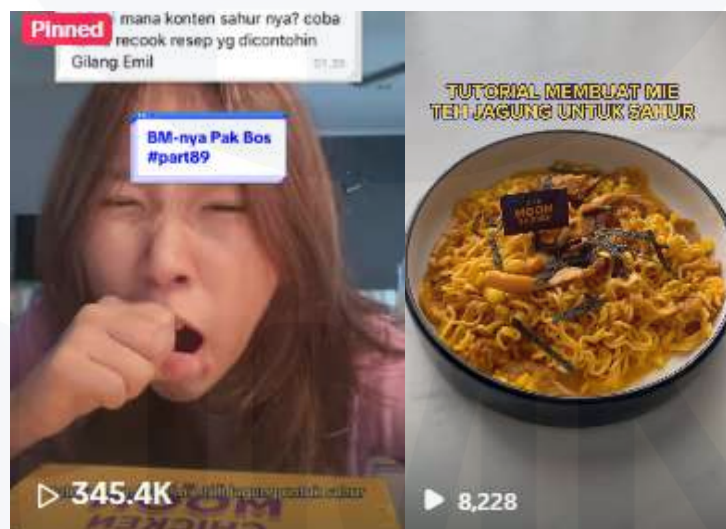
[Sumber: Instagram Moon Chicken \(2024\)](#)

Selain itu, kemampuan *photo and video editing* sangat diperlukan agar konten visual yang dihasilkan menarik dan profesional. Penulis juga harus menguasai *copywriting* untuk membuat teks yang menarik dan informatif, yang dapat menyampaikan pesan merek dengan efektif dan memikat audiens. Terakhir, penulis perlu menguasai *digital marketing*, yang mencakup pemahaman tentang analitik media sosial, penggunaan alat pemasaran digital, dan teknik promosi *online*. Keahlian dalam *digital marketing* memungkinkan penulis untuk mengukur kinerja konten, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan mencapai target audiens dengan lebih efektif. Dengan kombinasi keahlian ini, penulis dapat mendukung upaya pemasaran Hangry (Moon Chicken) secara optimal, membantu meningkatkan visibilitas dan *engagement* di media sosial.

Setiap bulan, penulis memiliki tanggung jawab yang sangat penting dalam mengelola kehadiran digital dari *brand* Moon Chicken di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Tugas utamanya mencakup penciptaan minimal 12 konten reels di Instagram dan 15 konten di TikTok. Ini tidak hanya sekadar

tentang menciptakan konten secara kreatif, tetapi juga melibatkan proses konseptualisasi dan kreasi konten yang mendalam.

Pertama-tama, penulis harus mengembangkan ide-ide konten yang relevan dengan identitas dan nilai-nilai Moon Chicken. Hal ini melibatkan pemahaman mendalam tentang merek, mempertimbangkan tren terkini di industri makanan dan minuman, serta memahami preferensi audiens target. Setelah ide-ide terbentuk, penulis mengonsep konten dengan memilih format yang tepat untuk masing-masing platform, seperti reels yang memiliki konten pilar Zodiak dan TikTok yang memiliki konten pilar BM-nya Pak Bos, BM-nya Netizen, dan juga BM-nya MoonMin.



Gambar 3.8 Perbandingan Audiens Konten TikTok dan Instagram

Sumber: Media Sosial Moon Chicken (2024)

Hal ini disebabkan oleh perbedaan audiens antara media sosial TikTok dan Instagram. Berdasarkan analisis yang dilakukan, audiens TikTok lebih menyukai konten yang menghibur, sementara audiens Instagram cenderung lebih serius. Penulis pernah melakukan percobaan dengan mengunggah konten yang sama di TikTok dan Instagram. Konten tersebut bersifat menghibur dan tetap berfokus pada produk Moon Chicken. Setelah diunggah, penulis menganalisis performa

konten di kedua platform. Hasilnya, performa konten di TikTok jauh lebih tinggi dibandingkan di Instagram. Ini menunjukkan adanya perbedaan preferensi audiens antara kedua platform. Oleh karena itu, penulis membuat dua pilar konten yang berbeda untuk TikTok dan Instagram, menyesuaikan dengan karakteristik dan preferensi audiens masing-masing.

Perencanaan konten merupakan langkah kunci dalam strategi pengelolaan media sosial Moon Chicken yang dilakukan oleh penulis. Dengan membuat perencanaan konten di Google Slides, penulis dapat dengan mudah merancang dan merinci setiap aspek dari konten yang akan diunggah. Ini mencakup ide konten yang relevan dengan identitas merek, tanggal-tanggal publikasi yang telah ditentukan, serta caption yang dirancang untuk memaksimalkan *engagement* dan keterlibatan audiens. Proses ini biasanya dilakukan dalam jangka waktu satu bulan, memastikan konsistensi dan kelancaran dalam pengelolaan konten media sosial.

Penulis diberikan kebebasan untuk mengeksplorasi kreativitas dalam menciptakan konten-konten baru untuk Moon Chicken. Hal ini memungkinkan penulis untuk mengimplementasikan ide-ide inovatif dan memastikan bahwa setiap konten yang dihasilkan tidak hanya mencerminkan nilai-nilai merek, tetapi juga menarik dan relevan bagi audiens target. Dengan demikian, perencanaan konten bukan hanya sebagai panduan tetapi juga sebagai alat untuk membangun kehadiran digital yang kuat dan menarik bagi Moon Chicken di platform media sosial.

Metafora hierarki efek menyiratkan bahwa agar komunikasi pemasaran berhasil, ia harus menggerakkan konsumen dari satu tahapan ke tahapan berikutnya. Hal ini sejalan dengan konsep yang dipelajari dalam mata kuliah Integrated Marketing Communications (IMC), yang menekankan pentingnya penetapan tujuan dalam komunikasi pemasaran dan pendekatan strategi pesan. Media sosial Moon Chicken di TikTok menerapkan tujuan pesan yang berfokus

pada kesadaran merek, namun juga diharapkan dapat memberikan efek positif terhadap penjualan.

Hierarki efek ini mencakup tahapan kognitif, afektif, dan konatif, di mana setiap tahapan harus berhasil dilalui untuk mencapai tujuan akhir. Dengan strategi yang terstruktur, Moon Chicken dapat meningkatkan kesadaran merek di kalangan audiens TikTok, sekaligus mendorong mereka untuk mengambil tindakan yang diinginkan, seperti melakukan pembelian atau berbagi konten yang berkaitan dengan merek. Strategi ini memastikan bahwa komunikasi pemasaran tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga membangun minat dan keinginan yang kuat, sehingga akhirnya mendorong tindakan konsumen yang konkret.

FOCUS FEBRUARY	MON	TUE	WED	THUR	FRI	SAT	SUN
Timeline Upload #AyamGorengKoreaFavoritMu				1	2	3 BM Pak Boss Spill pak bos	4
	5 BM Pak Boss Foolish one (cindy greatha)	6	7 BM Pak Boss Stop Calling me kak	8	9	10 BM Pak Boss Seollal Joget jamet	11 BM Pak Boss Bisa tapi mati
	12 BM Pak Boss Ngomong bahasa korea	13	14 BM Pak Boss Cindy dapat coklat	15	16 BM Pak Boss Di chat jangan kecapean	17	18 BM Pak Boss Diajak pulang bareng
	19 BM Pak Boss TRANSISI ANNVA SEDIH	20 BM Pak Boss TRANSISI	21 BM Pak Boss TRANSISI	22 BM Pak Boss TRANSISI	23 BM Pak Boss TRANSISI	24 BM Pak Boss TRANSISI	25 BM Pak Boss TRANSISI
	26 BM Pak Boss	27 BM Pak Boss	27 BM Pak Boss	28 BM Pak Boss	29 BM Pak Boss		

Gambar 3.9 Content Planning TikTok Moon Chicken Bulan Februari

Sumber: Data Pribadi (2024)

FOCUS MARCH	MON	TUE	WED	THUR	FRI	SAT	SUN
Timeline Upload #RamadanSeru RasaBaru					1	2	3
	4 BM Pak Boss Transisi Intro New Moonmin 1	5 BM Pak Boss Transisi Intro New Moonmin 2	6 BM Pak Boss Pressure New Moonmin 1	7	8 BM Pak Boss Pressure New Moonmin 2	9	10
	11	12 BM Pak Boss Target ramadan 1	13	14	15 BM Pak Boss Target FYP (Avatar)	16	17 Moon Drama
	18 BM Pak Boss Pak bos dimarahin bos besar 1 (semangat trs kerjanya)	19 BM Pak Boss Pak bos dimarahin bos besar 2 (video 3)	20	21 BM Pak Boss Public Giveaway 1	22	23 Games Challenge Office Tebak lagu sambil minum	24
	25	26 BM Netizen Spill pak boss	27	28 BM Pak Boss Public Giveaway 2	29	30 BM Pak Boss Marah/resign - April Mop	31

Gambar 3.10 Content Planning TikTok Moon Chicken Bulan Maret

FOCUS APRIL	MON	TUE	WED	THUR	FRI	SAT	SUN
Timeline Upload #RamadanSeru RasaBaru	1 BM Pak Boss Ml Instant April Mop	2 BM Pak Boss Trend BM Pak Bos product/branded	3	4 BM Pak Boss Target Ramadan hampers 2 > pake video semangat kerjanya	5 BM Pak Boss Moorbox ASMR Product BM Pak Boss Ngomong sendiri	6 BM Pak Boss Trend (kek ga ngerreog)	7
	8 BM Pak Boss Foodhock buciejage product	9 BM Pak Boss Minta maaf idul fitri (solaman)	10 BM Pak Boss Etsa : lebaran tetap ngonten ya	11 BM Pak Boss saya lupa ngabarin, THR sudah dikirim 3 hari yang lalu, coba cek	12 BM Pak Boss Mana hasil konten lebaran	13	14
	15	16 BM Netizen Reveal pak boss	17 BM Pak Boss Pak boss core	18 BM Pak Boss ketipak ketipung	19 BM pak Boss likes banyak	20 BM Pak Boss Product	21
	22 BM Pak Boss Nggak tau hrs gmn lg	23 BM Pak Boss Joget shesh	24 BM Pak Boss puter otak	25	26 BM Pak Boss otw ke ruang pak bos minta naik gaji	27	28
	29 Promo	30					

Sumber: Data Pribadi (2024)

Gambar 3.11 Content Planning TikTok Moon Chicken Bulan April

Sumber: Data Pribadi (2024)

FOCUS MAY	MON	TUE	WED	THUR	FRI	SAT	SUN
Timeline Upload			1	2 BM MoonMin GRWM-A day in my life (IB>dibuat santal)	3 BM MoonMin Pak bonusnya mana? saya mau cuti dulu	4	5
	6 BM Pak Boss Target achieve (50k)	7 BM Pak Boss Cosplay ayam korea	8 BM Pak Boss Bu bos besar pressure	9	10 BM Netizen Mukbang GRWM	11	12
	13	14 BM MoonMin Bonus 5m	15 BM Pak Bos Chicken dance	16 BM MoonMin Sunjae	17 BM Netizen Bagas dribble	18	19
	20 BM MoonMin Suit sama ayam	21 BM Pak Boss Konten trend	22	23 BM Netizen Trend	24 BM Pak Bos Ritual FYP	25 BM Pak Bos Balesin Komen	26 Product Diet day 1
	27 BM Pak Bos Belain Pak Bos	28 BM Pak Boss Pak bos nyari	29 BM Pak Boss Puji Pak Bos	30 BM Pak Boss Minta tolong TikTok	31 BM MoonMin MoonMin Pamit		

Gambar 3.12 Content Planning TikTok Moon Chicken Bulan Mei

Sumber: Data Pribadi (2024)

FOCUS JUNE	MON	TUE	WED	THUR	FRI	SAT	SUN
Timeline Upload						1	2
	3 BM Pak Bos Ga jadi pamit	4 BM Pak Bos Target FYP	5 BM Pak Bos Yang gerak duluan bayar MC	6 BM MoonMin Real or Fake	7	8	9 BM Pak Bos Ramal FYP (nasty girl)
	10 BM Pak Bos Ramal khodam	11 BM Pak Bos Lembur	12 BM Pak Bos Makan Moon Chicken ala trongtoanreview	13	14 BM MoonMin Pacar korea putus	15	16
	17 BM Pak Bos Kasih istirahat	18	19 BM Pak Bos Pak bos nyuruh Annya bantuin	20 BM Pak Bos Annya take over kerjaan Fani	21 BM MoonMin Stok	22 BM Pak Boss Result video	23
	24 BM Pak Bos Foodhack	25	26	27	28 Moondrama Drama Oppa	29	20

Gambar 3.13 Content Planning TikTok Moon Chicken Bulan Juni

Sumber: Data Pribadi (2024)

MARCH	MON	TUE	WED	THUR	FRI	SAT	SUN
#RamadanSeru RasaBaru					1 Reels - Interview Tebak bahasa	2 IGF - Interactive non Product	3 Reel - Zodiac That's my type
	4 IGF - Human Touch Exotic assets	5 IGF - Interactive K-wave Reel - Zodiac That's my type	6 IGF - Product variety flavor MFL jumeokbap Reel - Makan ala Variety show	7 Promo	8 IGF - Interactive Product	9 Reel - Zodiac Fast fall in love	10 IGF - Ramadan Tips
	11 IGF - MFC - jumeokbap + corn tea - Greeting Ramadan Reel - challenge tebak arti	12 IGF - Meme Ramadan Reel - Moon Drama Mamy my husband	13 Promo Reel - Ngabuburit challenge water mouth	14 IGF - Meme Ramadan Reel - Recreate MoonMn Noodle Instant Hack	15 IGF - Giveaway Reel - Zodiac Fast fall in love	16 IGF - Human Touch Togetherness. Self alone	17 IGF - Product Moon Box
	18 IGF - Promo	19 IGF - Interactive Reel - Zodiac	20 IGF - Human Eating Expressions Reel - Public Giveaway	21 IGF - Human Touch Togetherness. Korean Bestie	22 IGF - Food Porn / instant noodle hack	23 Reel - Create MoonMo Babur Hack	24 Giveaway
	25 IGF - Promo	26 IGF - Moon Box giving others Reel - Moon Box ASMR	27 IGF - Interactive Reel - Create Budjiggae hack	28 IGF - Human togetherness Moonbox - Office	29 IGF - Product Variety Flavor - KKW hands Reel - Zodiac	30 IGF - Human Eating expressions	31 Reel - Public Giveaway

Gambar 3.14 Content Planning Instagram Moon Chicken Bulan Maret

Sumber: Data Pribadi (2024)

APRIL	MON	TUE	WED	THUR	FRI	SAT	SUN
#RamadanSeru RasaBaru	1 Meme April mood Reel -	2 Reel - entertain	3 IGF - Promo Reel -	4 IGF - Human Touch Togetherness. Family Reel - product	5 IGF - product moonbox Reel - entertain	6 IGF - Giveaway Reel -	7 IGF - human moonbox Reel -
	8 IGF - Interactive tebaran Reel - entertain	9 IGF - Greetings Lebaran Reel -	10 IGF - Human togetherness Reel - product	11 IGF - Product variety flavor Reel -	12 IGF - Product Variety flavors Reel - entertain	13 IGF - K Wave Reel -	14 IGF - Foodporn Reel -
	15 IGF - Promo Reel - product	16 IGF - Product Foodporn Reel -	17 IGF - human eating expressions Reel - entertain	18 IGF - Meme Reel -	19 IGF - Product Variety flavors Reel -	20 IGF - Giveaway Reel - entertain	21 IGF - Reel -
	22 IGF - Interactive K-wave Reel - entertain	23 IGF - Human Togetherness Reel -	24 IGF - Product variety flavors Reel - product	25 IGF - Promo Reel -	26 IGF - Product Foodporn Reel - entertain	27 IGF - Reel -	28 IGF - Reel -
	29 IGF - Eating expressions Reel - entertain	30 IGF - Interactive K Waves Reel -					

Gambar 3.15 Content Planning Instagram Moon Chicken Bulan April

Sumber: Data Pribadi (2024)

MAY	MON	TUE	WED	THUR	FRI	SAT	SUN
#AONMAY			1 IGF Thematic Reels Zodiac	2 IGF K-Wave	3 IGF Product	4 May the 4th Star Wars	5 KOL Collab
	6 IGF Promo	7 IGF Human Expressions	8 IGF Kwave	9 Reels IGF Engagement Product	10 Reels Product Foodhack/zodiac	11 IGF Giveaway	12 IGF Product Foodporn
	13 IGF Kwave Meme	14 Reels Zodiac	15 Special Content Photo	16 IGF Human Expressions	17 IGF Thematic	18 KOL Collab	19
	20 IGF Promo	21 IGF Human Expressions	22 IGF Giveaway Collab	23 Product	24 Special Content Motion/Video	25 Reels IGF Thematic	26
	27 IGF Engagement Product	28 IGF Kwave Meme	29 IGF Product	30 Reels HCU (Tiktok style)	31 IGF Interactive Flavors Reels Zodiac		

Gambar 3.16 Content Planning Instagram Moon Chicken Bulan Mei

Sumber: Data Pribadi (2024)

FOCUS JUNE	MON	TUE	WED	THUR	FRI	SAT	SUN
#MOONBOX						1 Zodiac (short) 24/7 di chat	2 Product K Drama clip ambil makanan
	3	4 Zodiac (short) Si banyak cabang	5	6 Product Zodiac (fun) Awes ada gemini	7	8	9 Product Zodiac Couple cringe
	10 Zodiac (short) Before after ngeliat best/BRF in public	11	12 Product Makan bareng besti (zoom in makanan)	13	14 Zodiac (short) Pake sound moon chicken	15	16 KOL Collab
	17	18 Zodiac (couple) Fight dance	19	20	21 Product Short clip makan kew+toppokki	22	23 Zodiac (medium) Tap in trend
	24 Product Foodhack	25	26 Zodiac (short) Susah kenalan sama orang baru	27	28 Zodiac (short) 2 tipe (fani-fano)	29	30 Product Product K Drama

Gambar 3.17 Content Planning Instagram Moon Chicken Bulan Juni

Sumber: Data Pribadi (2024)

BM MoonMin - Gajadi pamit



Content Pillar:
BM MoonMin

Chat pak boss:
@Fani pak saya gajadi pamit
Pak Bos : emang saya izinin pamit?

Reply komen : pas pamit langsung fyp

Caption:
Gajadi pamit guys, dukung MoonMin terus ya 🙏

Trend/Reference:
Tiktok

MoonMin Gajadi Pamit (tunjukin video roblox lagi)

Halo Guys, karena video MoonMin ternyata FYP. MoonMin memutuskan untuk ga jadi pamit. MoonMin sangat senang bekerja disini bersama dengan pak bos yang sangat baik hati.

Pak bos selalu mengajari MoonMin dengan sabar, tidak pernah memberikan tekanan, dan sangat perhatian terhadap karyawannya.

Semoga kalian tetap mendukung MoonMin dengan like, komen, save, dan share video MoonMin kepada keluarga maupun teman kalian biar MoonMin bisa FYP sampe ke Pluto.

Terima kasih.

Udah pak

Gambar 3.18 *Editorial Plan* TikTok Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)

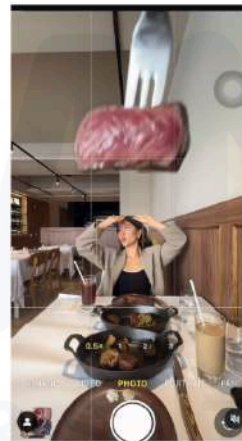
Product



Content Pillar:
Product Kdrama

COV:
Mau moon chicken ga?

Trend/Reference:
[Link](#)



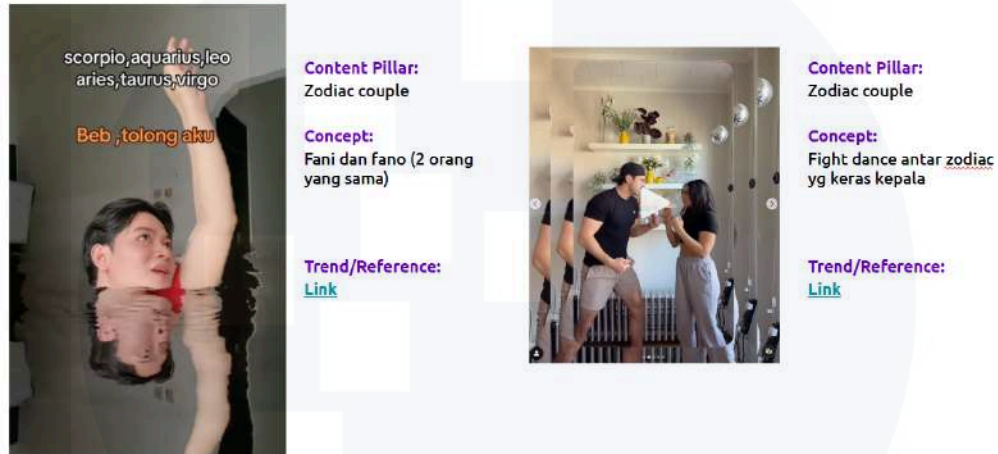
Content Pillar:
Product Zoom In

COV:
POV: Makan bareng besti

Trend/Reference:
[Link](#)

Gambar 3.19 *Editorial Plan* Instagram Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)



Gambar 3.20 *Editorial Plan* Instagram Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)

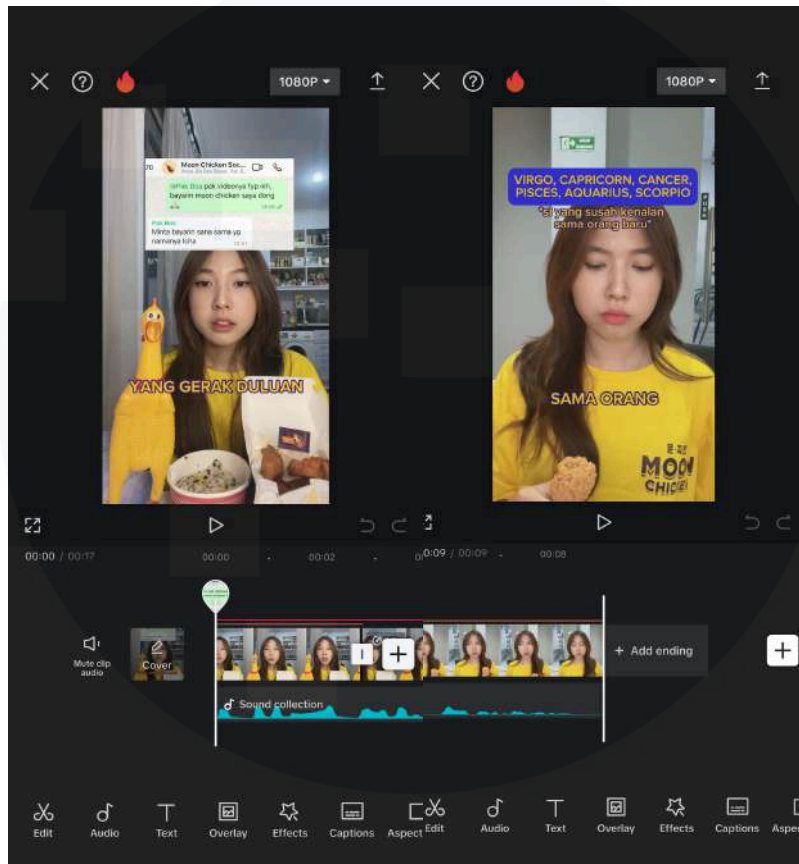
Proses produksi konten di Moon Chicken dimulai dengan tahap pengaturan sesi pengambilan gambar atau video, di mana penulis memegang tanggung jawab penuh atas semua aspek teknis dan kreatif. Ini mencakup pengaturan lighting untuk mencapai pencahayaan yang optimal, pemilihan setting yang sesuai dengan konsep konten yang telah direncanakan, dan pengarahan terhadap talenta yang terlibat dalam produksi tersebut jika diperlukan. Penulis berperan penting dalam memastikan bahwa semua elemen produksi berjalan lancar dan sesuai dengan visi serta tujuan pemasaran dari Moon Chicken. Dengan demikian, proses ini tidak hanya mencakup aspek teknis seperti pengaturan kamera dan *lighting*, tetapi juga melibatkan kekreatifan dalam memilih sudut pengambilan gambar atau video yang terbaik untuk mempresentasikan produk dan merek secara efektif kepada audiens.



Gambar 3.21 Pengaturan Lighting untuk Proses Produksi

Sumber: Data Pribadi (2024)

Setelah materi untuk konten terkumpul, penulis memulai proses *editing* untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan sesuai dengan estetika Moon Chicken. Tahap *editing* ini mencakup beberapa langkah penting seperti pemotongan klip agar sesuai dengan alur cerita yang diinginkan, penyesuaian warna dan kontras untuk mencapai tampilan visual yang optimal, serta penambahan elemen grafis jika diperlukan untuk memperkuat pesan merek yang ingin disampaikan. Selain itu, penulis juga memastikan bahwa konten yang dihasilkan memenuhi standar kualitas visual yang telah ditetapkan oleh *brand* Moon Chicken. Proses *editing* ini merupakan tahap yang krusial dalam memastikan bahwa konten akhir yang diunggah ke media sosial, baik itu Instagram maupun TikTok, memiliki daya tarik yang tinggi dan mampu menarik perhatian serta *engagement* dari audiens target.



Gambar 3.22 Tahap *Editing* Media Sosial Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)

Selain fokus pada aspek visual, penulis juga memberikan perhatian khusus terhadap narasi atau pesan yang ingin disampaikan melalui setiap konten yang diproduksi. Hal ini mencakup memastikan bahwa konten tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga kohesif dengan strategi pemasaran Moon Chicken secara keseluruhan. Dengan mempertimbangkan nilai-nilai merek, tujuan kampanye, dan preferensi audiens target, penulis mengintegrasikan pesan-pesan yang relevan dan mendukung dalam setiap produksi konten. Setiap elemen visual yang dipilih dan setiap kata dalam captionnya dirancang dengan cermat untuk memperkuat identitas merek dan meningkatkan keterlibatan dengan audiens. Proses ini tidak hanya memastikan bahwa konten terlihat menarik secara visual, tetapi juga efektif

dalam mengkomunikasikan pesan-pesan penting yang ingin disampaikan oleh Moon Chicken kepada audiensnya.

Hal tersebut sejalan dengan konsep yang dipelajari selama kuliah, khususnya dalam mata kuliah Integrated Marketing Communications (IMC) yang membahas pentingnya *promotional writing*. Dalam konteks ini, sebuah brand perlu memiliki *tagline* yang kuat untuk mengkomunikasikan identitas dan nilai-nilai merek tersebut kepada konsumen. Selain itu, dalam mata kuliah Digital Marketing, penulis mempelajari tentang content marketing yang meliputi *writing*, *design*, dan memperkuat konten.

Dalam menulis caption, penulis menerapkan konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Pertama, penulis menarik perhatian audiens (*Attention*) dengan kalimat pembuka yang menarik. Kemudian, penulis menjaga minat mereka (*Interest*) dengan informasi relevan dan menarik tentang produk atau layanan. Selanjutnya, penulis menciptakan keinginan (*Desire*) dengan menekankan manfaat dan nilai tambah dari produk atau layanan. Terakhir, penulis mendorong tindakan (*Action*) dengan ajakan yang jelas, seperti melakukan pembelian. Penerapan konsep AIDA ini membantu penulis dalam menyusun caption yang efektif dan mampu menggerakkan audiens untuk terlibat lebih jauh dengan brand.

Namun dalam praktiknya, konsep AIDA tidak selalu dapat diterapkan pada setiap konten yang dibuat. Di media sosial TikTok, penulis tidak menggunakan konsep AIDA dalam membuat caption. Caption di TikTok lebih efektif jika sederhana dan dirancang untuk menarik audiens agar berkomentar. Sementara itu, di Instagram, tidak semua konten cocok dengan konsep AIDA. Caption yang menggunakan AIDA sering kali menjadi terlalu panjang, yang dapat membuat audiens enggan membaca seluruhnya. Oleh karena itu, penting untuk menyesuaikan pendekatan penulisan caption dengan platform dan perilaku audiens masing-masing.



Gambar 3.23 Perbandingan Caption Instagram

Sumber: Instagram Moon Chicken (2024)

Pada gambar tersebut, Instagram Reels tidak menerapkan konsep AIDA. Meskipun demikian, konten tersebut berhasil meraih 662 komentar yang relevan dengan caption dan konten yang dibahas. Sebaliknya, Instagram Feeds yang menerapkan konsep AIDA hanya meraih 44 komentar. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan yang lebih sederhana dan langsung pada Reels lebih efektif dalam mendorong interaksi audiens dibandingkan dengan pendekatan AIDA yang diterapkan pada Feeds. Penyesuaian strategi konten berdasarkan platform dan preferensi audiens dapat meningkatkan *engagement* dan efektivitas kampanye media sosial.



Gambar 3.24 Caption TikTok Moon Chicken

Sumber: TikTok Moon Chicken (2024)



Gambar 3.25 Caption Instagram Moon Chicken

Sumber: Instagram Moon Chicken (2024)

Selain itu, penulis juga terlibat dalam strategi iklan di Instagram dengan melakukan *boost post ads*. Hal ini melibatkan pengelolaan kampanye iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan konten Moon Chicken. Tugas ini mencakup penetapan target audiens yang tepat, pengaturan anggaran iklan, monitoring kinerja kampanye, dan analisis hasil untuk optimalisasi lebih lanjut. Sebelum melakukan *boost post ads*, penting untuk mengetahui profil audiens dari Moon Chicken agar konten yang dibuat sesuai dengan pasar yang diinginkan.



Gambar 3.26 Profil Audiens Iklan Profile Visit

Sumber: Facebook Hangry Indonesia (2024)

Adapun profil audiens Moon Chicken untuk meningkatkan *profile visit* adalah penyuka makanan dan budaya Korea, yang berada di lokasi-lokasi dengan outlet Hangry (Jabodetabek, Bandung, Medan, Makassar, Surabaya, dan Semarang), berusia 21-50 tahun, dan mencakup semua jenis kelamin. Fokus pada audiens ini penting karena mereka lebih cenderung tertarik dengan produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan memahami dan menargetkan profil audiens ini, strategi pemasaran dapat disesuaikan untuk lebih efektif menarik perhatian mereka, meningkatkan kunjungan profil, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan.

Hal tersebut sejalan dengan konsep yang dipelajari dalam mata kuliah Digital Marketing, yang menekankan pentingnya segmentasi pasar dan penargetan yang tepat. Dengan demikian, penulis tidak hanya menjadi kreatif dalam pembuatan konten, tetapi juga berperan penting dalam memaksimalkan visibilitas dan pengaruh Moon Chicken di platform media sosial. Penulis memastikan bahwa konten yang dihadirkan menarik dan relevan bagi pengikut dan calon konsumen, sehingga kampanye iklan dapat mencapai hasil yang optimal.

Nama Kampanye	Nama Set Iklan	Penayangan	Jangkauan
MC Boost 2400 Profile Visi...	Semua	• Tidak Ditayangkan Kampanye	52.716
	June	• Tidak Ditayangkan Set Iklan	52.716
MC Boost 2400 Engageme...	Semua	• Aktif Kampanye	146.333
	June	• Aktif Set Iklan	146.141
MC Boost 2400 Reach Gen...	Semua	• Tidak Ditayangkan Kampanye	63.306
	June	• Tidak Ditayangkan Set Iklan	63.306
Hasil Total			253.554
5 / 6 baris ditampilkan			Akun Pusat Akun

Gambar 3.27 Iklan Media Sosial Instagram Moon Chicken

Sumber: Facebook Hangry Indonesia (2024)

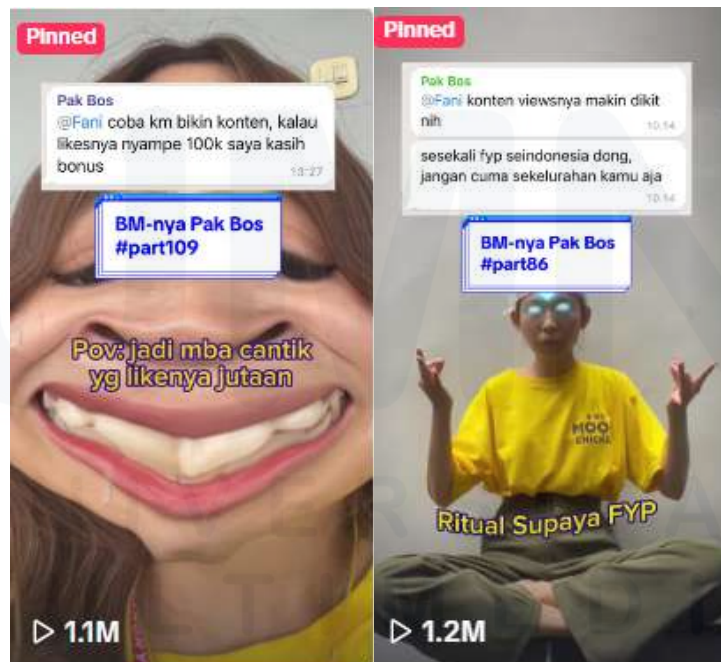
Adapun hasil yang diperoleh adalah penulis berhasil mencapai tingkat keterlibatan yang signifikan dengan menciptakan konten-konten yang sukses di platform media sosial Moon Chicken. Selama masa kerja magang sebagai content marketing intern, penulis telah menciptakan berbagai konten yang memperoleh respon positif dari audiens. Konten-konten tersebut termasuk dalam berbagai format seperti reels dan video di Instagram, serta konten TikTok.

Pencapaian tertinggi penulis adalah konten dengan jumlah views mencapai 1,3 juta views di Instagram dan 1,2 juta views di TikTok. Serta views tertinggi kedua mencapai 1 juta views di Instagram dan 1,1 juta views di TikTok. Penulis berupaya untuk menghadirkan konten yang kreatif dan relevan dengan identitas merek Moon Chicken, memastikan bahwa setiap konten tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mendukung tujuan strategis pemasaran merek. Dengan demikian, kontribusi penulis dalam mengelola konten media sosial telah memberikan dampak positif dalam meningkatkan brand *awareness* Moon Chicken.



Gambar 3.28 Konten Instagram Views Tertinggi

Sumber: Instagram Moon Chicken (2024)



Gambar 3.29 Konten TikTok Views Tertinggi

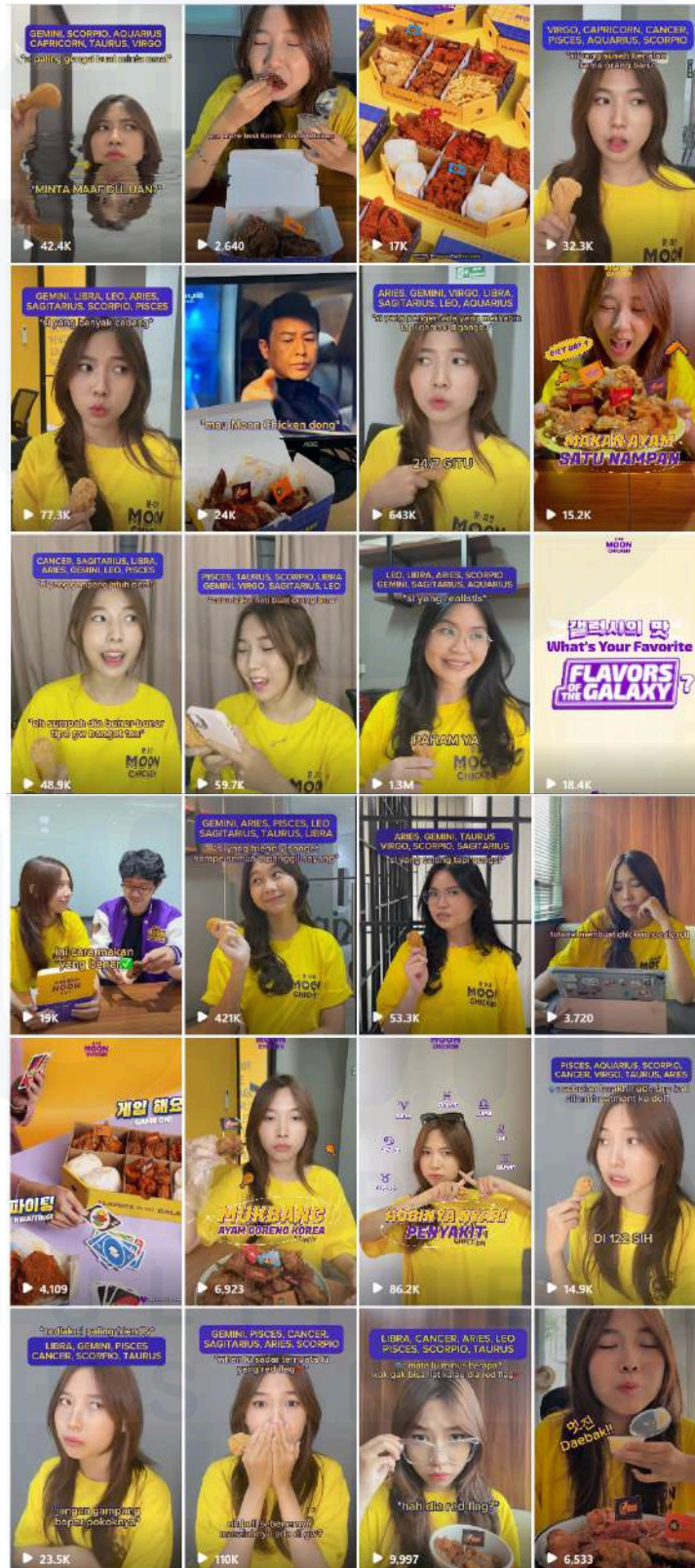
Sumber: TikTok Moon Chicken (2024)

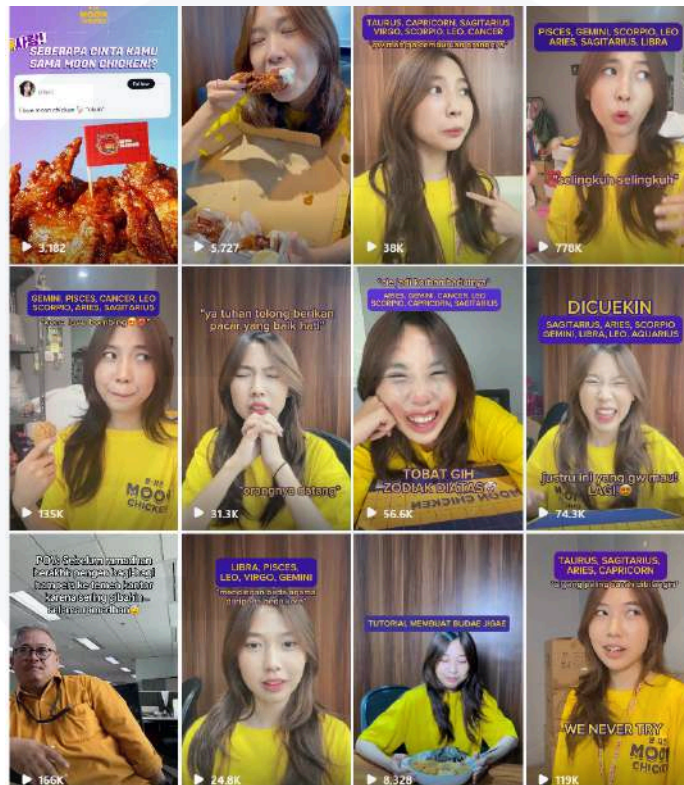


Gambar 3.30 Komentar TikTok Moon Chicken

Sumber: TikTok Moon Chicken (2024)

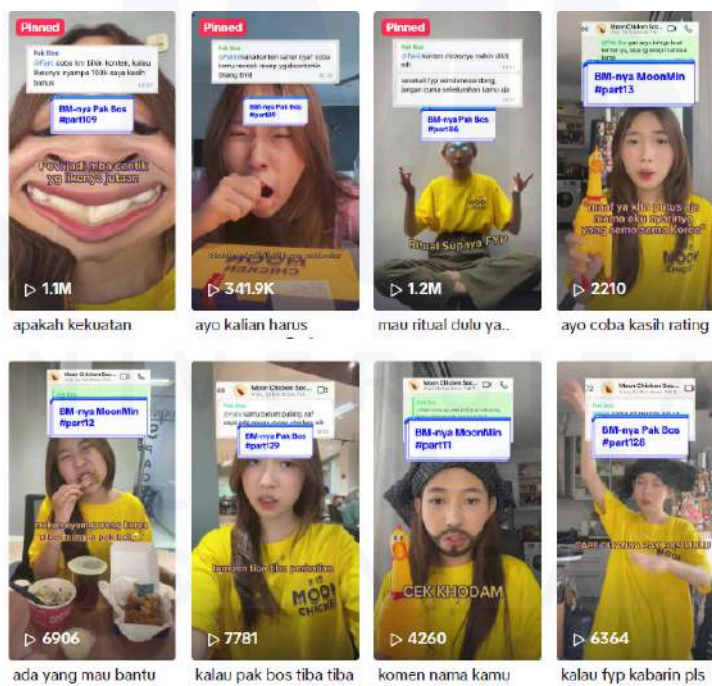
Berikut ini adalah uraian konten-konten yang telah dibuat oleh penulis selama masa kerja magang sebagai content marketing intern pada brand Moon Chicken.

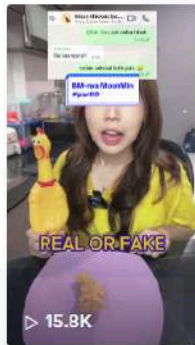




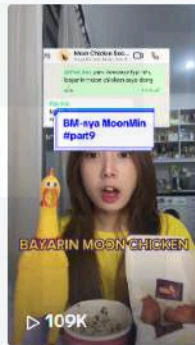
Gambar 3.31 Konten Instagram Moon Chicken

Sumber: Instagram Moon Chicken (2024)





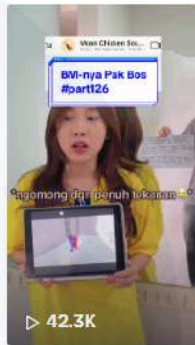
coba kalian yang



tag teman kamu yang



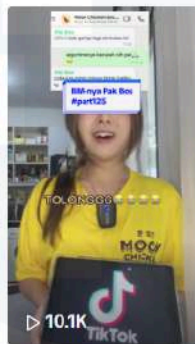
disuruh maju malah



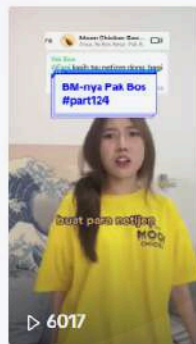
Replying to @jê Gajadi



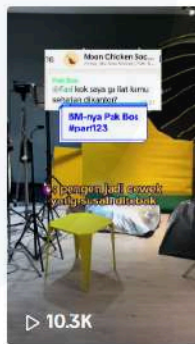
izin pamit guys 🙏😊



plis bantu like, komen,



yok keluarkan pujian



tebakkan kalian benar



Replying to



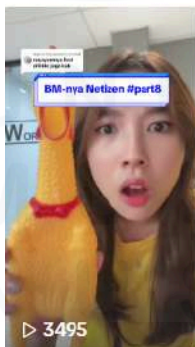
makasih ya pak



sini coba komen, biar



apakah ritual ini akan



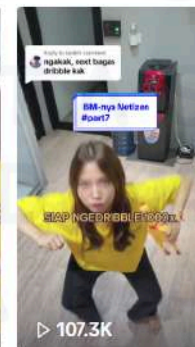
Replying to



ada saran gak pak



Replying to



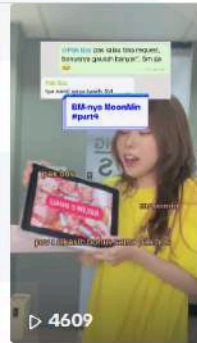
Replying to @nadiA



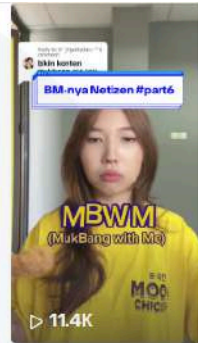
sunjae beralih profesi



coba tebak ada



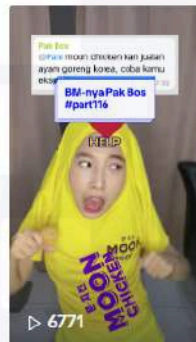
it's my dream pak..😭



Replying to



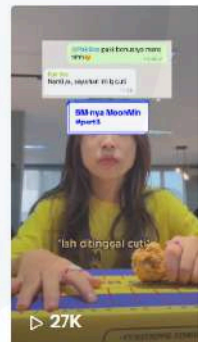
jadi nyesel tau pov isi



pls tanya keadaan



amn ni qes bonusnya



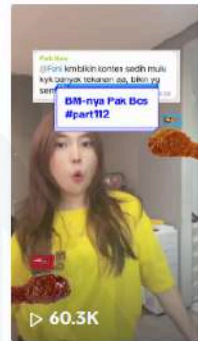
bonusnya masih



saatnya bagi"



udah jadi satu pak👉



pahal byk tekanan



lagi puter otak nih



Replying to @jleee



siapa yg smngt



iya ga nyusahin



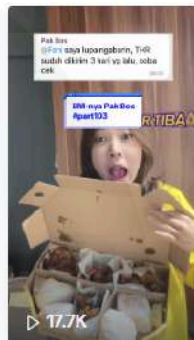
Terduduk pak bos,



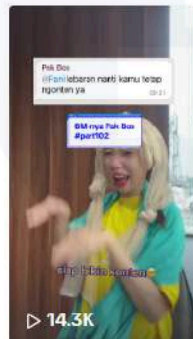
edisi neghalu efek



dimaafin jangan kalau



apakah ini saatnya? 😊



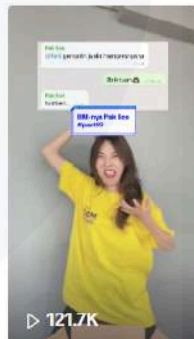
minimal THR 100x



maaf ya pak karna



kalian harus recook ya



beli hampersnya ya



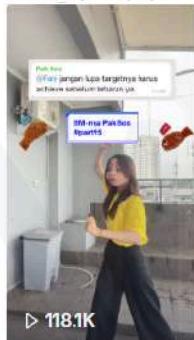
siapa bilang gampang



pak chetnya salah



Siapa yang kemarin



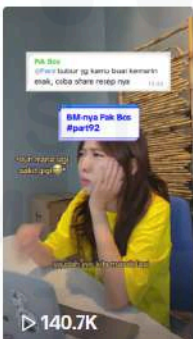
yang bener aja pak



mencium bau bau



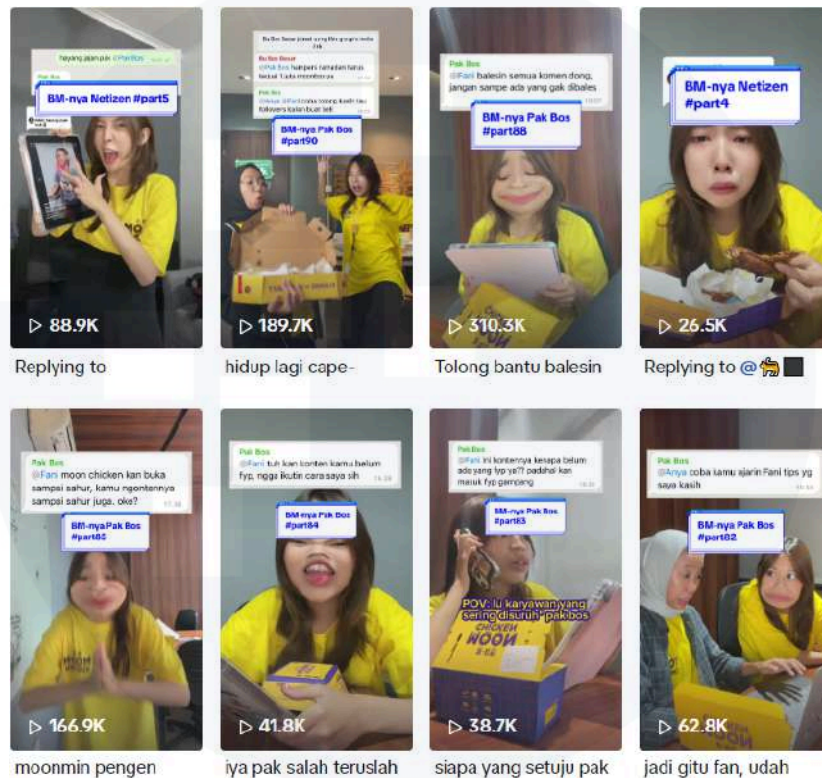
lagi lagi moonmin



demi pak bos,



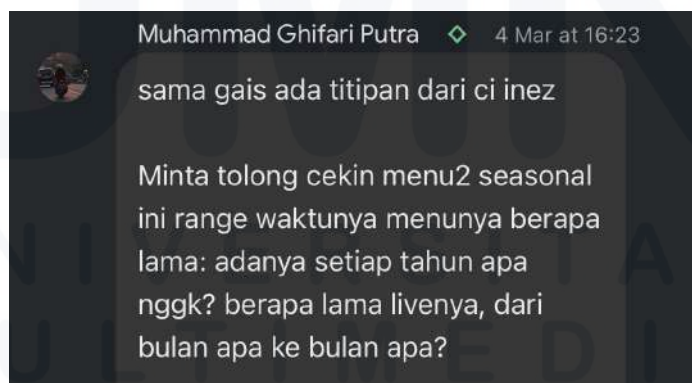
udah dekat banget



Gambar 3.32 Konten TikTok Moon Chicken

Sumber: TikTok Moon Chicken (2024)

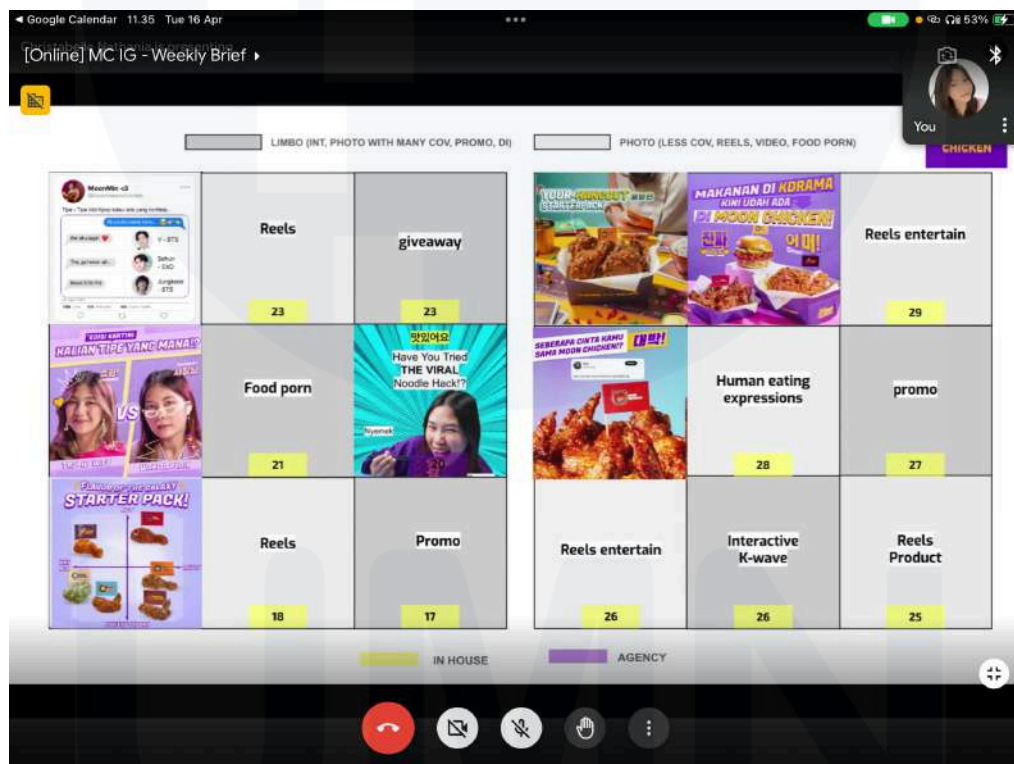
3.2.2.2 Membantu *Brand Marketing Specialist* dalam membuat materi kampanye



Gambar 3.33 Analisis Kompetitor Moon Chicken

Sumber: Google Chat Pribadi (2024)

Sebagai bagian dari tugas membantu Brand Marketing Specialist dalam membuat materi kampanye, penulis terlibat dalam berbagai aspek kreatif dan strategis. Penulis mulai dengan melakukan riset pasar untuk memahami tren terkini, preferensi konsumen, dan analisis kompetitor, yang menjadi dasar untuk merancang konsep kampanye. Dalam pengembangan konsep, penulis berkolaborasi erat dengan Brand Marketing Specialist untuk menghasilkan ide-ide kreatif yang sejalan dengan tujuan pemasaran dan identitas merek Moon Chicken.



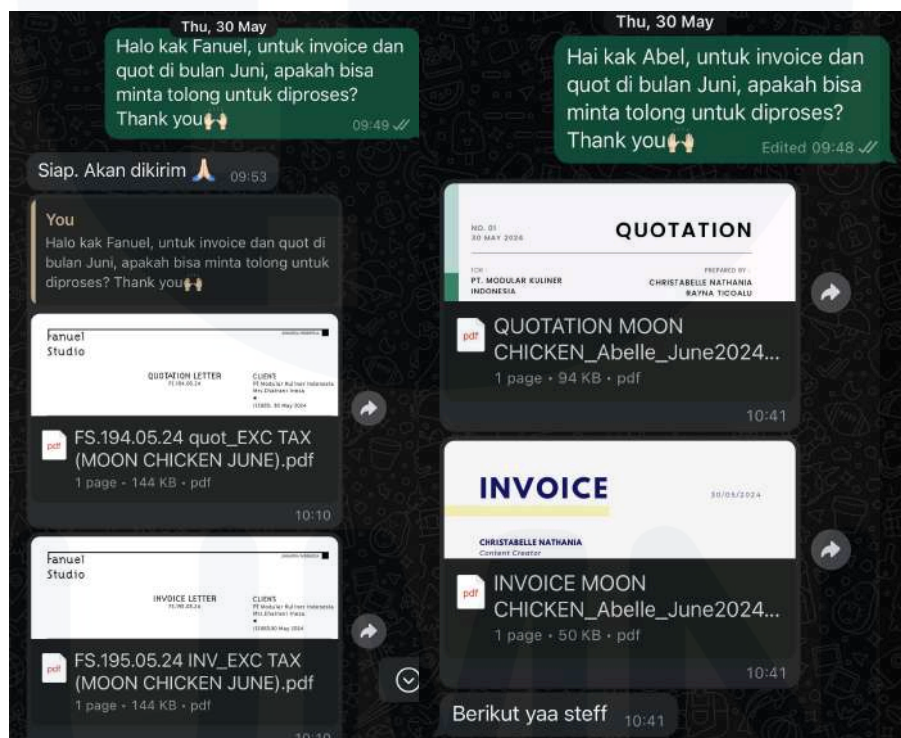
Gambar 3.34 Briefing Pembuatan Materi Promosi Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)

Selanjutnya, penulis berperan dalam diskusi terkait dengan pembuatan materi promosi, termasuk teks iklan, desain grafis, video promosi, dan konten media sosial. Penulis juga berperan dalam mengkoordinasikan produksi materi dengan tim kreatif, desainer, dan fotografer, serta mengelola jadwal unggahan konten di berbagai platform media sosial untuk memastikan konsistensi dengan pesan kampanye. Selain itu, penulis membantu dalam mengevaluasi kinerja

kampanye melalui pengumpulan dan analisis data, serta menyusun laporan hasil kampanye untuk diskusi lebih lanjut. Dengan memantau tren dan feedback konsumen, penulis memastikan bahwa strategi kampanye selalu relevan dan efektif, memberikan kontribusi signifikan dalam kesuksesan kampanye pemasaran Moon Chicken.

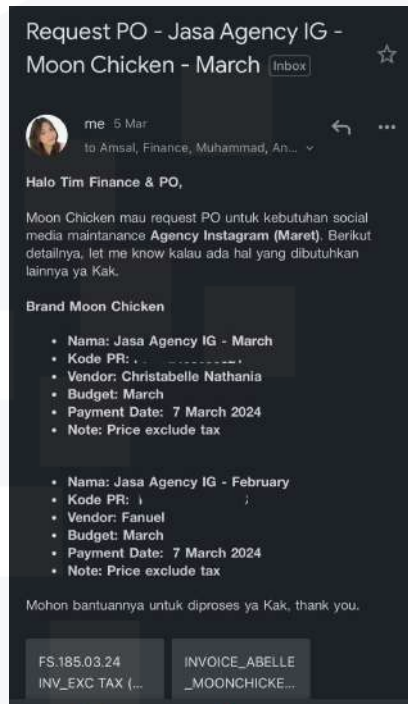
3.2.2.3 Membantu tim pemasaran dalam urusan administratif dengan pemangku kepentingan lainnya



Gambar 3.35 Pengumpulan Invoice dan Quotation Agensi

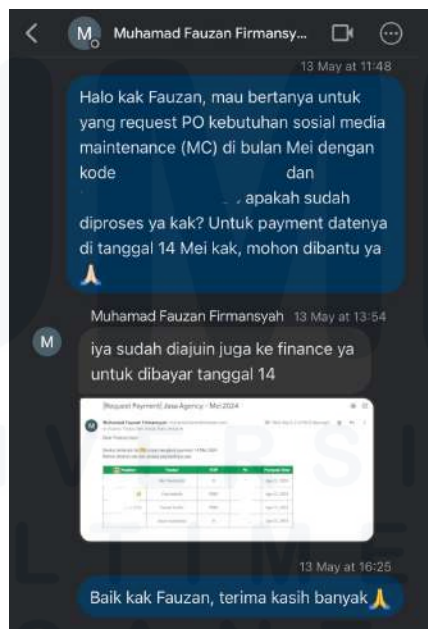
Sumber: Data Pribadi (2024)

Sebagai bagian dari peran dalam membantu tim pemasaran dengan urusan administratif yang melibatkan pemangku kepentingan lainnya, penulis bertanggung jawab atas berbagai tugas penting untuk memastikan kelancaran operasi. Tugas-tugas ini termasuk mengumpulkan, mengelola, dan mendistribusikan *invoice* dan *quotation* dari agensi kepada tim internal untuk diproses lebih lanjut.



Gambar 3.36 Mendistribusikan Invoice dan Quotation kepada Tim Internal

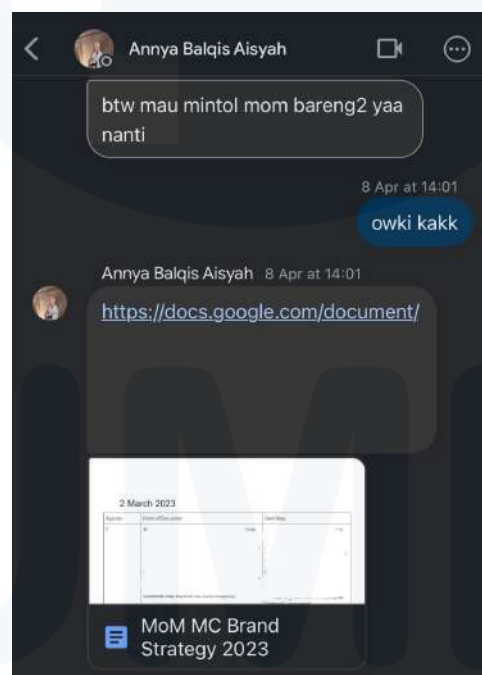
Sumber: Data Pribadi (2024)



Gambar 3.37 Berkomunikasi dengan Tim Internal

Sumber: Data Pribadi (2024)

Selain itu, penulis memelihara dan memperbarui database kontak dan dokumen administratif untuk memudahkan akses dan penggunaan oleh tim pemasaran. Hal tersebut berupa mencatat poin-poin penting selama rapat dengan pemangku kepentingan. Penulis juga bertindak sebagai penghubung antara tim pemasaran dan departemen lain, seperti keuangan dan pengadaan, untuk memastikan bahwa semua prosedur administratif diikuti dengan benar dan tidak ada detail yang terlewatkan. Dengan menjalankan tugas-tugas ini, penulis memastikan bahwa semua aspek administratif dari kampanye pemasaran berjalan lancar dan efisien, sehingga tim pemasaran dapat fokus pada tugas-tugas strategis dan kreatif mereka.



Gambar 3.38 MoM *Brand Strategy* Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)

3.2.2.4 Mendukung persiapan acara pemasaran

Selama masa magang, penulis telah menunjukkan kontribusi yang signifikan dalam mendukung persiapan dan pelaksanaan acara pemasaran. Dalam kampanye "foodhack mie teh jagung," penulis aktif membantu dalam pembuatan konten promosi untuk Instagram dan TikTok. Konten yang dibuat terbukti

menarik perhatian dengan meraih 344,5 ribu views di TikTok, menunjukkan efektivitas dan daya tarik konten tersebut kepada audiens target.



Gambar 3.39 Konten Food Hack Mie Teh Jagung

Sumber: [TikTok Moon Chicken \(2024\)](#)



Gambar 3.40 Konten April Mop Mie Teh Jagung

Sumber: [Instagram Whichissebenarnya \(2024\)](#)



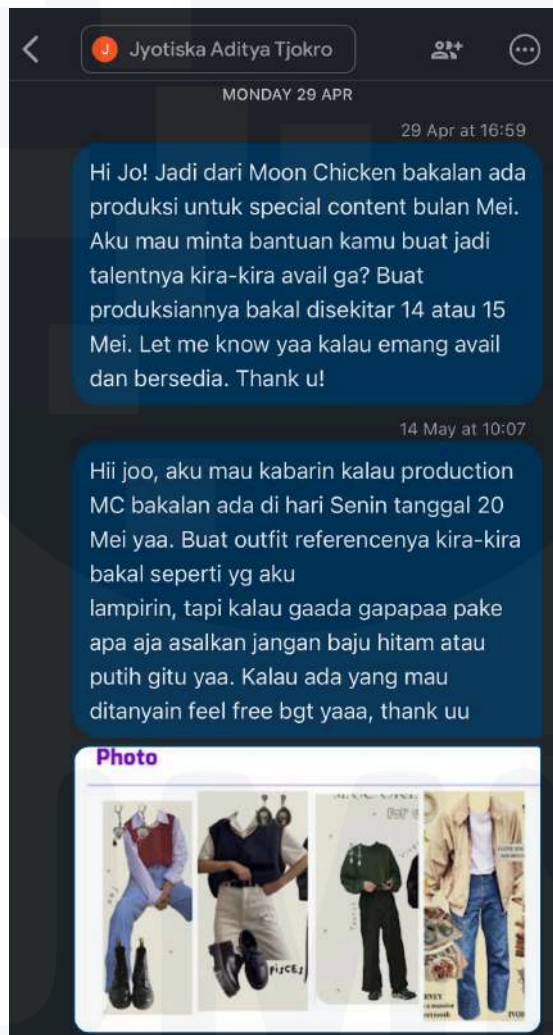
Gambar 3.41 Konten April Mop Teh Jagung

Sumber: [Instagram Whichissebenarnya \(2024\)](#)

Selain itu, penulis juga berperan dalam persiapan acara perayaan April Mop. Penulis tidak hanya membantu dalam pembuatan konten tetapi juga dalam penyusunan *Minutes of Meeting* (MoM). MoM yang disusun dengan jelas dan terperinci oleh penulis membantu menjaga keselarasan dan komunikasi yang efektif antara semua pemangku kepentingan, memastikan bahwa semua pihak tetap terkoordinasi dengan baik.

Secara keseluruhan, penulis berhasil memastikan ketersediaan materi promosi yang dibutuhkan dan berperan aktif dalam seluruh tahap persiapan acara pemasaran. Hasil ini mencerminkan kemampuan penulis dalam beradaptasi dengan cepat, bekerja sama dengan berbagai tim, dan memastikan pelaksanaan kampanye yang terorganisir dan sukses.

3.2.2.5 Membantu dalam persiapan dan pelaksanaan sesi pemotretan/pengambilan video produksi (perlengkapan, talenta, menu, dan segala sesuatu yang dibutuhkan)

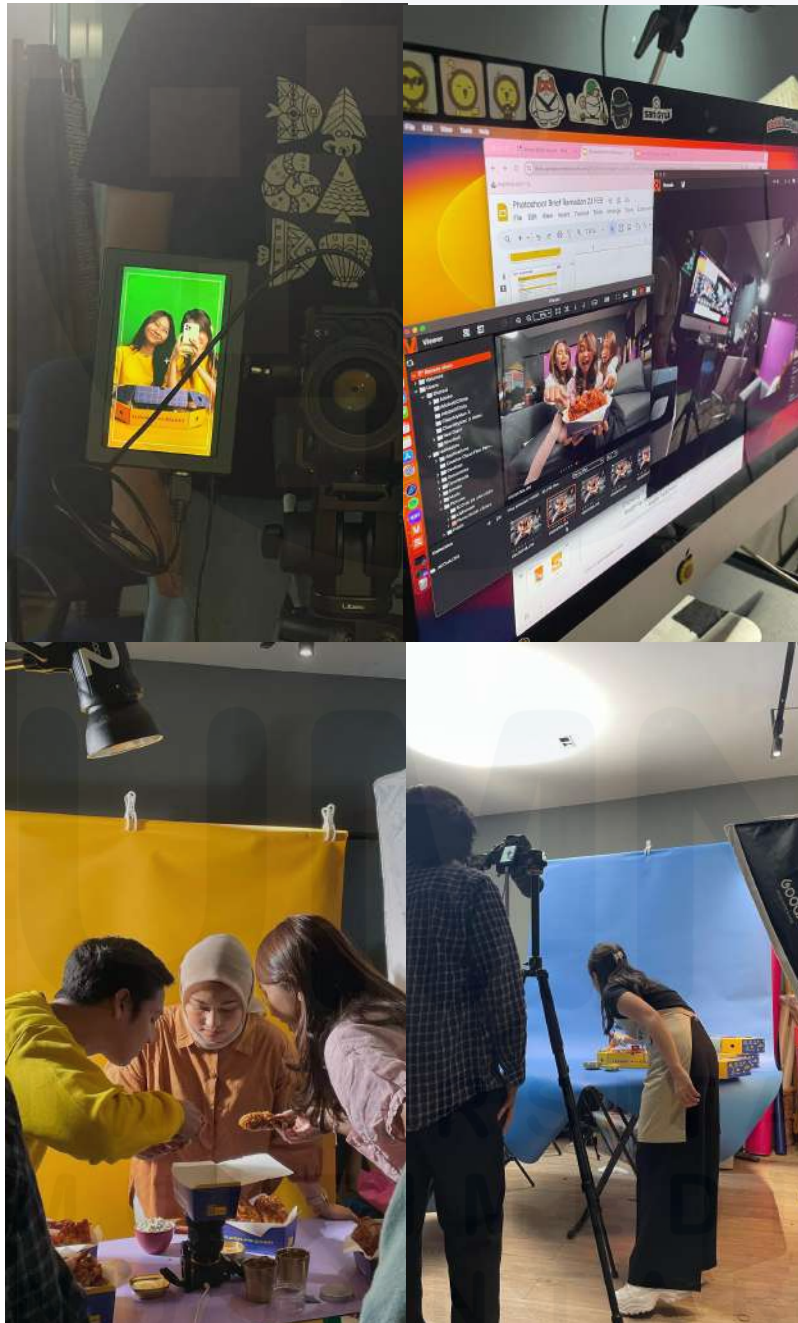


Gambar 3.42 Koordinasi dengan Talent

Sumber: Data Pribadi (2024)

Sebagai content marketing intern, penulis memiliki peran dalam membantu persiapan dan pelaksanaan sesi pemotretan atau pengambilan video produksi. Tugas utama penulis meliputi manajemen semua aspek teknis dan kreatif yang diperlukan untuk memastikan kelancaran dan kualitas produksi yang optimal. Penulis bertanggung jawab untuk berkoordinasi dengan talenta atau model yang terlibat dalam sesi, termasuk menjadwalkan kehadiran mereka dan

memberikan arahan sesuai dengan konsep serta tujuan produksi yang telah ditetapkan. Selain itu, jika diperlukan, penulis juga turut serta sebagai talenta atau model untuk sesi tersebut.





Gambar 3.43 Pelaksanaan Sesi Pemotretan

Sumber: Data Pribadi (2024)

Selain fokus pada aspek teknis, penulis juga aktif dalam persiapan menu dan set properti yang dibutuhkan selama pemotretan atau pengambilan video. Hal ini mencakup memastikan menu yang dipilih sesuai dengan tema produksi dan

mempersiapkan semua properti serta dekorasi agar sesuai dengan estetika dan pesan merek yang ingin disampaikan. Dalam beberapa kasus, penulis juga berperan sebagai *food stylist* untuk memastikan presentasi makanan sesuai dengan standar visual yang diinginkan dalam produksi.

Selama sesi berlangsung, penulis terlibat langsung dalam pengawasan semua aspek produksi. Ini meliputi monitoring pencahayaan, pengaturan set, dan memastikan kualitas pengambilan gambar atau video tetap terjaga sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dengan demikian, peran penulis tidak hanya terbatas pada aspek kreatif, tetapi juga meliputi manajemen operasional yang teliti untuk memastikan setiap sesi pemotretan atau pengambilan video berjalan dengan lancar dan memenuhi ekspektasi kualitas yang tinggi dari Hangry Indonesia.

Berikut merupakan beberapa hasil dari sesi pemotretan yang telah penulis lakukan selama masa magang di Hangry Indonesia. Hasil-hasil ini mencerminkan upaya penulis dalam menciptakan konten visual yang menarik dan sesuai dengan estetika merek Moon Chicken, serta mendukung strategi pemasaran yang telah ditetapkan. Setiap gambar dan video yang dihasilkan tidak hanya bertujuan untuk memperkuat citra merek, tetapi juga untuk menarik perhatian audiens di platform media sosial seperti Instagram dan TikTok.





Gambar 3.44 Hasil Photoshoot Moon Chicken

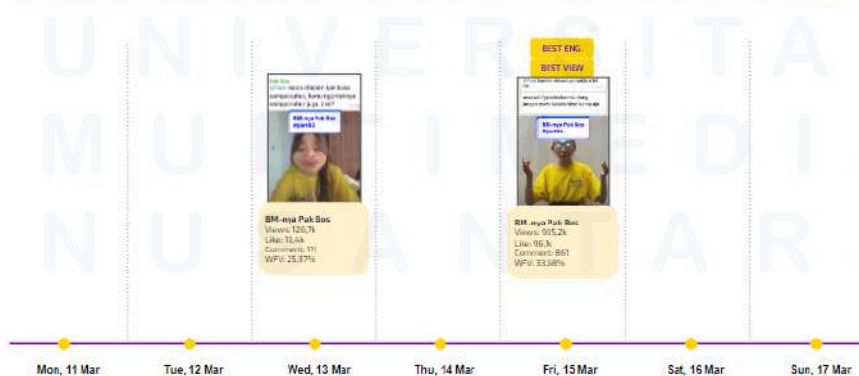
Sumber: Data Pribadi (2024)

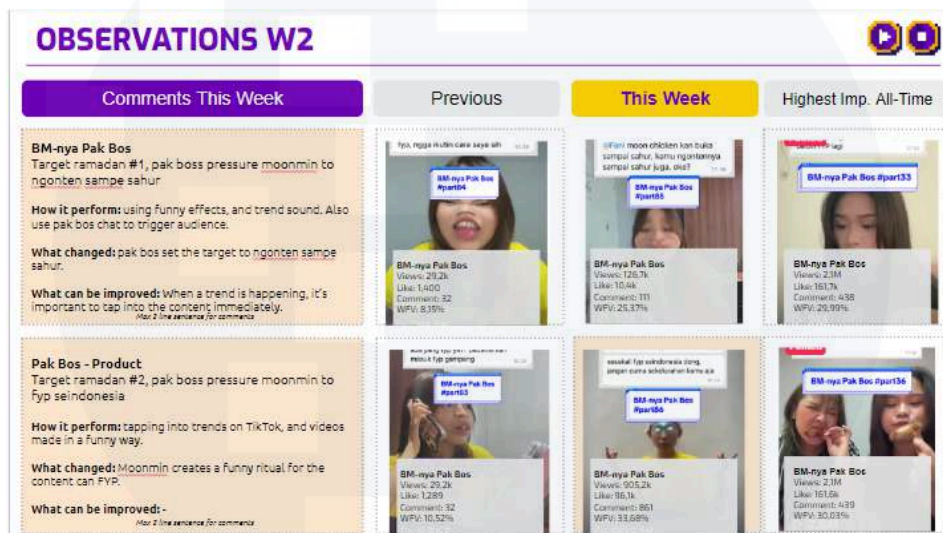
3.2.2.6 Berkontribusi dalam menyusun laporan internal

MONTH TO DATE OVERVIEW

	31-Mar-2024			
Mar 24	Month To Date	Target	Month To Date Achievement	Remaining Content #
Total views	2,900,000	1,200,000	241,67%	
Engagement	258,885	120,000	215,73%	
Like per view				
Followers Growth	+315	1,000	31,5%	

WEEK 2 MARCH





Gambar 3.45 Laporan Weekly Report Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)

Sebagai content marketing intern, penulis memiliki peran dalam menyusun laporan internal. Tugas utama penulis meliputi pengumpulan data dan informasi terkait dengan berbagai aspek operasional dan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini mencakup analisis data performa kampanye pemasaran, observasi terhadap tren pasar yang relevan, serta evaluasi terhadap strategi yang telah diimplementasikan. Proses ini memerlukan kemampuan untuk mengumpulkan, menyusun, dan menganalisis data dengan teliti untuk menghasilkan laporan yang akurat dan informatif.

PERFORMANCE OVERVIEW

Month	Followers Growth	Post	Plays	Reach	Likes	Comments	Share	Save	Total Engagement	ER
March	503	15	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
April		21	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000
21% MoM										

VIDEO VIEWS



2 Apr - Target 10M (10.9%)



19 Apr - Target Likes 100k (1.1M)

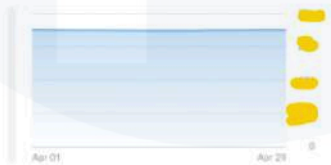


LEARNINGS

- Used main content pillars which is BM Pak Boss for daily content
- The highest views were on the 19th April, because tapping into trends on TikTok
- Make funny content to encourage netizens to comment

FOLLOWERS GROWTH

Total Followers (1-30 April): 100,000 (+10%) vs. Mar 3 - Mar 31



BEST PERFORMANCE BY VIEWS

BY VIEWS #TOP1
19 Apr - Target likes 100k



Likes: 104,000 | Comments: 477 | Shares: 300 | Saves: 267 | Views: 1,300,000 | Reach: 1,614,000 | Eng: 105,004 | ER: 9.55%

BY VIEWS #TOP2
2 Apr - Target 10M



Likes: 9,804 | Comments: 37 | Shares: 62 | Saves: 42 | Views: 116,100 | Reach: 106,000 | Eng: 9,805 | ER: 9.44%

LEARNINGS

Next steps:

Gambar 3.46 Monthly Report Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)



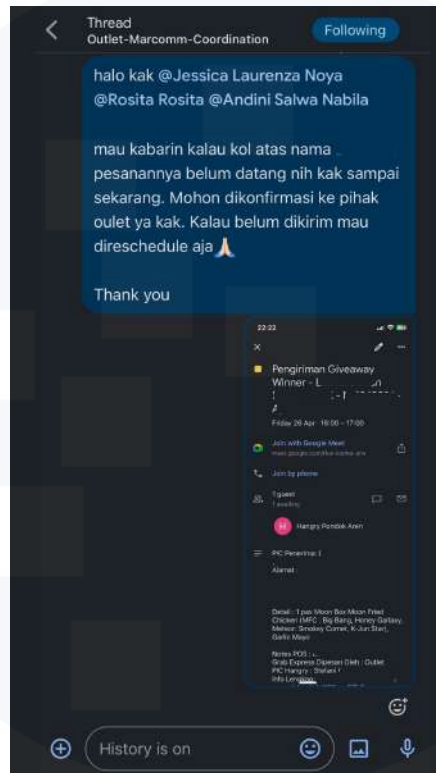
Gambar 3.47 Analisa Kompetitor TikTok Moon Chicken

Sumber: Data Pribadi (2024)

Selain itu, penulis juga terlibat dalam merumuskan rekomendasi dan strategi berdasarkan temuan dari analisis data tersebut, sehingga dapat memberikan panduan yang berharga bagi tim manajemen dalam pengambilan keputusan strategis. Dengan demikian, peran penulis dalam menyusun laporan internal tidak hanya berfokus pada aspek pengumpulan dan analisis data, tetapi juga pada kontribusi dalam mengembangkan dan memperbaiki strategi operasional dan pemasaran perusahaan.

3.2.2.7 Berkoordinasi dengan tim operasional untuk semua kebutuhan pengiriman produk

Berkoordinasi dengan tim operasional untuk semua kebutuhan pengiriman produk melibatkan serangkaian tugas yang penting dan mendetail dalam menjaga kelancaran proses logistik perusahaan. Penulis bertanggung jawab untuk memastikan semua aspek terkait pengiriman produk berjalan lancar. Ini meliputi memantau ketersediaan produk, mengatur logistik pengiriman, dan memastikan bahwa semua pesanan dikirim tepat waktu dan dikirim dalam kondisi yang baik.

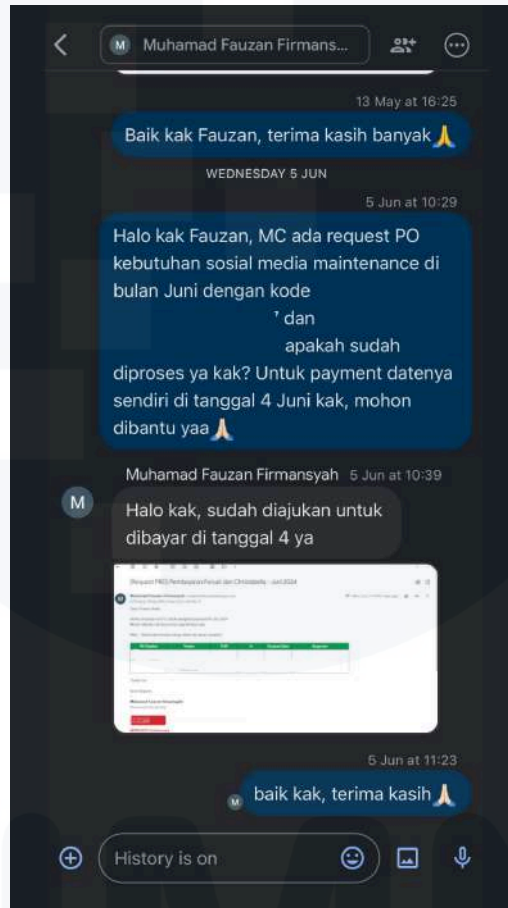


Gambar 3.48 Koordinasi dengan Tim Operasional

Sumber: Data Pribadi (2024)

Selain itu, penulis juga berperan dalam koordinasi dengan pihak internal seperti tim outlet untuk memastikan proses pengiriman berjalan sesuai rencana. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif dan menjaga koordinasi yang baik antara berbagai departemen menjadi kunci dalam menjalankan tugas ini. Dengan memastikan bahwa setiap langkah dari pengiriman produk terencana dengan baik, penulis membantu memastikan kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional yang optimal di Hangry Indonesia.

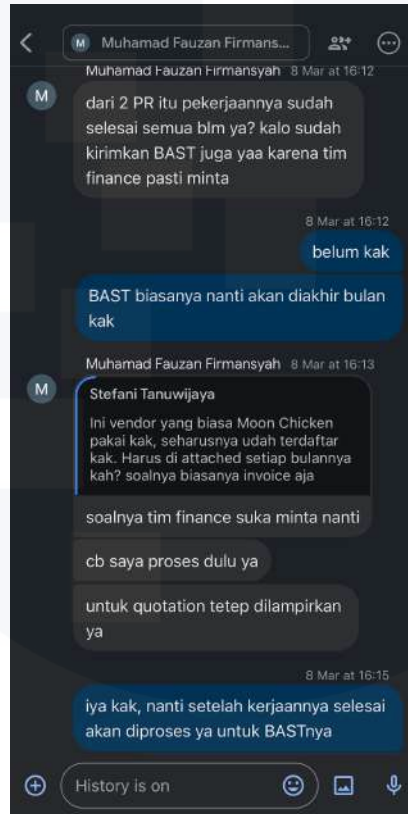
3.2.2.8 Berkoordinasi dengan tim procurement dan legal untuk mengelola proses administratif atas permintaan yang diajukan



Gambar 3.49 Koordinasi dengan Tim PO

Sumber: Data Pribadi (2024)

Penulis bertanggung jawab untuk memfasilitasi dan mengawasi proses administratif terkait dengan permintaan pembelian dan proses kontrak. Ini mencakup mengumpulkan dokumen-dokumen yang diperlukan untuk permintaan pembelian, seperti penawaran dan spesifikasi produk, serta memastikan bahwa semua dokumen tersebut lengkap dan sesuai dengan kebutuhan tim procurement.



Gambar 3.50 Monitoring Proses Administratif dengan Tim PO

Sumber: Data Pribadi (2024)

Selain itu, penulis juga berperan dalam berkomunikasi secara efektif antara tim procurement, tim legal, dan berbagai pihak terkait lainnya dalam perusahaan. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap tahap proses administratif berjalan lancar dan sesuai dengan prosedur yang ditetapkan. Kemampuan untuk mengatur informasi secara rapi dan teliti menjadi penting dalam menjalankan tugas ini, guna memastikan bahwa setiap permintaan diproses dengan tepat waktu dan akurat.



Gambar 3.51 Update Perkembangan Proses Administratif

Sumber: Data Pribadi (2024)

Selanjutnya, penulis juga mendukung dalam memantau dan melacak status permintaan yang sedang diproses, serta memberikan update terkait perkembangan kepada pemangku kepentingan yang terlibat. Ini termasuk mengkoordinasikan jadwal pengiriman atau penyelesaian kontrak agar sesuai dengan kebutuhan operasional perusahaan. Dengan demikian, peran penulis dalam mengelola proses administratif ini tidak hanya memastikan kelancaran operasional, tetapi juga memastikan kepatuhan terhadap kebijakan dan regulasi perusahaan yang berlaku di Hangry Indonesia.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan magang, penulis menghadapi berbagai kesulitan yang dapat menghambat kinerja kerja, baik dari faktor eksternal maupun internal. Meskipun menghadapi kendala tersebut, pengalaman ini membantu penulis

memahami lebih dalam tentang realitas dunia kerja. Berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi:

1. Saat memulai magang di Hangry Indonesia, salah satu kendala terbesar yang penulis hadapi adalah menyesuaikan diri dengan ritme kerja yang cepat dan dinamis. Flow kerja di *brand* Moon Chicken Indonesia mengharuskan penyelesaian tugas dalam waktu singkat, yang menuntut respons dan eksekusi yang cepat.
2. Memahami secara mendalam tugas-tugas yang diberikan juga menjadi tantangan, terutama pada awal magang. Setiap tugas memiliki spesifikasi dan kebutuhan yang berbeda, yang terkadang sulit dipahami tanpa pengalaman sebelumnya.
3. Dengan banyaknya tugas yang harus diselesaikan dalam waktu singkat, manajemen waktu menjadi tantangan tersendiri. Menentukan prioritas tugas dengan tepat adalah kunci untuk menyelesaikan semua pekerjaan tepat waktu tanpa mengorbankan kualitas.
4. Pada awal magang, keterampilan teknis penulis dalam pembuatan dan pengeditan konten perlu ditingkatkan untuk memenuhi standar kualitas yang diharapkan.
5. Konten yang diproduksi untuk TikTok mengalami *engagement* yang rendah, terutama dalam hal views. Meskipun konten tersebut mendapatkan banyak likes, jumlah views yang rendah menunjukkan bahwa konten tersebut tidak mencapai audiens yang luas.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah solusi untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi:

1. Penulis menerapkan strategi manajemen waktu yang efektif.

Penulis mulai membuat to-do list harian dan menetapkan prioritas berdasarkan urgensi dan kepentingan tugas. Dengan cara ini, penulis dapat

memastikan bahwa setiap tugas diselesaikan tepat waktu tanpa mengorbankan kualitas. Selain itu, penulis berusaha meningkatkan kecepatan kerja sambil tetap menjaga standar kualitas yang tinggi.

2. Penulis tidak ragu untuk bertanya dan meminta klarifikasi jika ada hal yang tidak penulis pahami terkait pekerjaan.

Penulis berkomunikasi secara proaktif dengan supervisor dan rekan kerja, yang memungkinkan penulis memperoleh bimbingan dan pemahaman yang lebih baik tentang tugas dan tanggung jawab penulis. Dengan bertanya, penulis dapat memastikan bahwa penulis memahami ekspektasi dan dapat menyelesaikan tugas dengan tepat.

3. Penulis memanfaatkan aplikasi manajemen proyek dan kalender digital.

Alat ini membantu penulis melacak tenggat waktu dan mengatur jadwal kerja dengan lebih efisien. Penggunaan teknologi ini memungkinkan penulis untuk bekerja lebih terorganisir, memprioritaskan tugas dengan benar, dan mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahan atau keterlambatan dalam penyelesaian tugas.

4. Penulis aktif meningkatkan keterampilan teknis terkait pembuatan dan pengeditan konten.

Penulis mengikuti tutorial *online* dan mempelajari teknik-teknik baru dalam pengeditan foto dan video. Peningkatan keterampilan ini memungkinkan penulis untuk menyelesaikan tugas lebih cepat dan menghasilkan konten yang lebih menarik dan profesional, sesuai dengan standar yang diharapkan oleh Moon Chicken.

5. Membuat konten yang sedang tren di TikTok.

Konten trendi cenderung lebih mudah mendapatkan views karena sudah menarik perhatian banyak pengguna. Selain mengikuti tren, konten juga perlu dibuat menarik dan relevan agar dapat relate dengan banyak orang. Dengan memadukan elemen tren dan daya tarik visual serta emosional, konten diharapkan dapat meningkatkan views dan *engagement* secara keseluruhan. Selain itu, memastikan bahwa setiap konten tetap konsisten dengan nilai-nilai dan estetika merek Moon Chicken membantu menjaga kualitas sambil mengikuti tren yang ada.

