

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Berikut merupakan penjelasan mengenai kedudukan, alur koordinasi beserta peran yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang di perusahaan Casa Live Indonesia :

3.1.1 Kedudukan

Penulis melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di perusahaan Casa Live Indonesia yang bergerak di bidang perdagangan underwear atau pakaian dalam wanita. Dimana seluruh penjualan dilakukan melalui offline dengan sistem jemput bola dan melalui bazar. Untuk itu penulis mengusulkan kepada perusahaan untuk melakukan promosi melalui sosial media guna meningkatkan brand awareness perusahaan yang telah berdiri sejak 1990 untuk tetap mempertahankan eksistensinya di era teknologi saat ini. Selama melaksanakan praktik kerja magang di Casa Live Indonesia penulis bekerja sebagai marketing intern yang bertugas menjalankan sosial media Instagram Casa Live Indonesia dan melakukan pekerjaan lain yang berkaitan dengan marketing dalam pengawasan Junita Simarmata selaku Manager Marketing dan Inas Rakha selaku supervisor.

3.1.2 Koordinasi

Selama pelaksanaan praktik kerja magang, penulis memiliki alur koordinasi yang cukup jelas dikarenakan Casa Live Indonesia memiliki struktur organisasi sehingga setiap jabatan dalam perusahaan memiliki tugas dan pekerjaan masing-masing sesuai dengan jabatannya. Untuk laporan pekerjaan sehari-hari atau daily task penulis memberikan laporan progress kepada Inas Rakha selaku *supervisor* melalui laman merdeka umn. Proses koordinasi mengenai alur kerja dan tanggung jawab yang dilakukan oleh penulis setiap harinya dilakukan secara langsung dikantor.

Selanjutnya, dikarenakan Casa Live Indonesia belum memiliki tim *marketing communication* melalui sosial media maka dari itu penulis selama magang mengusulkan untuk dilakukan pembuatan sosial media Instagram untuk meningkatkan *brand awareness* Casa Live Indonesia dengan username @casaliveindonesia_ yang berisikan edukasi yang berkaitan dengan underwear dan konten mengenai informasi terbaru Bazarda. Selain sebagai admin dari Instagram Casa Live Indonesia penulis juga melakukan pekerjaan lain yang berkaitan dengan proses marketing pada Casa Live Indonesia yaitu, melakukan rekap stock cabang surabaya melalui bon sales dengan menggunakan excel, membuat faktur tagihan untuk diberikan kepada kolektor yang berguna untuk menagih pembayaran kepada customer, melakukan pembukuan bon dan faktur untuk selanjutnya dijadikan data sebagai acuan dalam proses penjualan. Penulis juga diarahkan untuk terjun langsung ke gudang yang berada di Cipondoh untuk belajar melakukan sortir produk sebelum didistribusikan kepada sales untuk dijual. Penulis juga diberikan kesempatan untuk banyak bertanya mengenai pekerjaan yang diberikan sehingga penulis lebih mudah untuk menyelesaikan pekerjaan tersebut. Seluruh pekerjaan yang dilakukan dipantau langsung oleh Junita Simarmata selaku manager marketing.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Berikut merupakan uraian pekerjaan yang rutin dilakukan penulis selama melakukan praktik kerja magang di Casa Live Indonesia :

3.2.1 Tugas yang dilakukan

Tabel dibawah ini merupakan penjelasan rincian pekerjaan yang dilakukan penulis sebagai marketing intern selama praktik magang dimulai dari tanggal 15 Januari – 28 Juni 2024 di Casa Live Indonesia :

Tabel 3.1 Pekerjaan Rutin Penulis selama Magang di Casa Live Indonesia

| No. | Jenis Pekerjaan | Keterangan | Koordinasi |
|-----|------------------------------|---|------------------|
| 1. | Sosial Media Admin | <p>1.) Mencari ide pembuatan video konten yang sesuai.</p> <p>2.) Mengunggah konten untuk posting di <i>instagram story, feeds</i> dan <i>reels</i>.</p> <p>3.) Melakukan <i>repost story reels</i> melalui <i>instagram story</i>.</p> <p>4.) Mengelola seluruh kegiatan media sosial Instagram @casaliveindonesia</p> | Junita Simarmata |
| 2. | Sosial Media Content Creator | <p>1.) Menjadi talent dalam pembuatan video konten Bazarda.</p> <p>2.) Merekam pembuatan video konten.</p> <p>3.) Membuat dan mengedit konten <i>feeds, reels dan story</i>.</p> | Junita Simarmata |
| 3. | Copywriting | <p>1.) Membuat caption untuk Instagram feeds yang relevan dengan target konsumen dan berisikan informasi terkait postingan.</p> <p>2.) Membuat <i>caption</i> saat melakukan posting Instagram <i>story</i>.</p> <p>3.) Memastikan bahwa seluruh caption telah sesuai dengan konten.</p> | Junita Simarmata |
| | | 1.) Melakukan pengecekan bon dan pembukuan bon | |

| | | | |
|----|----------------------------------|--|---------------------|
| 4. | <i>Inventory</i> | 2.) Membuat faktur tagihan dan pembukuan faktur. 3.) Melakukan hitung stock barang gudang dan barang yang tersedia. 4.) Mengerjakan stock checking form gudang. 5.) Mengerjakan peninputan data hasil stock barang sales 6.) Melakukan rekap bon cabang Surabaya | Junita Simarmata |
| 5. | <i>Quality Control</i> Produk | 1.) Melakukan sortir produk 2.) Merapihkan asetat produk 3.) Memilah produk sesuai grade 4.) Menempelkan dan memasang barcode 5.) Mempersiapkan produk untuk pembukaan counter Bazarda. | Junita Simarmata |

3.2.2 Uraian

Selama melaksanakan proses kerja magang penulis melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan digital marketing melalui media sosial Instagram sebagai media untuk meningkatkan brand awareness Casa Live Indonesia dan pekerjaan tambahan lainnya yang berkaitan dengan inventory. Berikut uraian lengkap mengenai pekerjaan yang dilakukan selama proses kerja magang :

3.2.2.1 Uraian Pekerjaan Rutin

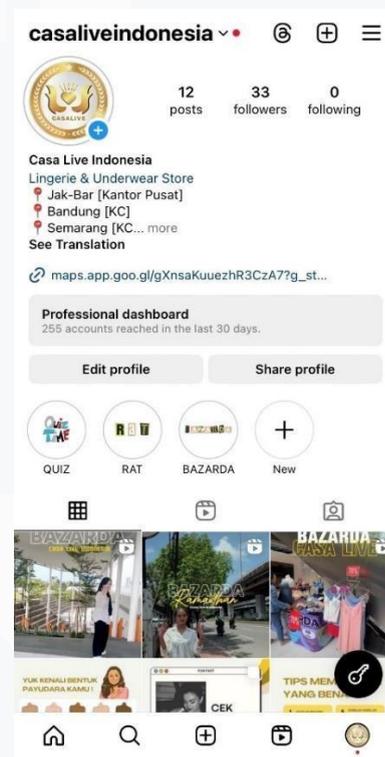
Berikut merupakan uraian mengenai job description yang dipaparkan pada table 1.1 diatas :

1.) Social Media Admin

Berdasarkan website dailysocial.id, peran seorang admin media sosial meliputi pembuatan dan penerbitan konten yang relevan dan menarik untuk audiens target perusahaan. Tugas ini mencakup pembuatan teks, gambar, dan video yang dirancang untuk mendorong interaksi serta meningkatkan kesadaran merek. Admin media sosial bertanggung jawab untuk memastikan bahwa konten yang dibuat tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mendorong keterlibatan aktif dari *audiens*, yang pada gilirannya dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi perusahaan di platform media sosial. Dengan strategi konten yang tepat, admin media sosial membantu perusahaan mencapai tujuannya dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Selama magang di Casa Live Indonesia, penulis bertanggung jawab untuk menghasilkan konten video yang kreatif dan menarik yang sesuai dengan brand dari Casa Live Indonesia. Untuk itu, penulis aktif mencari ide-ide baru untuk pembuatan konten video yang relevan dengan target audiens. Setelah mendapatkan ide-ide tersebut, penulis membuat, mengedit, dan mengunggah konten ke media sosial instagram, termasuk Instagram *story*, *feeds*, dan *reels*. Penulis juga melakukan reposting konten *story reels* melalui Instagram story untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan pengikut. Selain itu, penulis terlibat dalam mengelola seluruh kegiatan media sosial di akun Instagram, @casaliveindonesia. Ini melibatkan perencanaan konten, interaksi dengan pengikut, analisis kinerja konten, dan penyesuaian strategi berdasarkan hasil

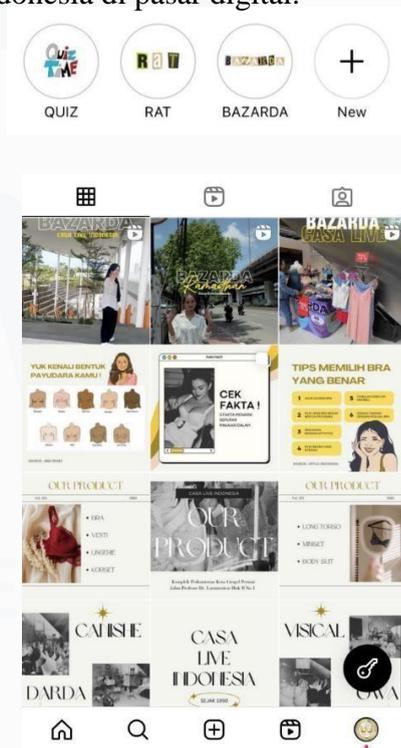
analisis tersebut. Penulis juga memastikan bahwa konten sesuai dengan visi dan misi perusahaan serta mendukung tujuan perusahaan dalam meningkatkan brand awareness. Dengan dedikasi dan kreativitas, penulis berusaha untuk memberikan kontribusi positif bagi pertumbuhan dan keberhasilan Casa Live Indonesia melalui platform media sosial Instagram.



Gambar 3.1 Bukti pembuatan akun sosial media Instagram
Sumber : Diolah oleh penulis, 2024

Penulis memiliki tanggung jawab utama dalam pembuatan dan pengelolaan akun Instagram @casaliveindonesia. Inisiatif untuk membuat akun ini sebenarnya berasal dari usulan penulis sendiri, yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan. Sebelumnya, Casa Live Indonesia tidak aktif di media sosial, dan melalui ide tersebut, penulis ingin

membawa perusahaan ke dalam ranah digital yang lebih luas. Di dalam akun tersebut, penulis bertanggung jawab untuk menghasilkan beragam konten, termasuk posting di Instagram feeds, story, reels, dan highlights. Dengan kreativitas dan dedikasi, penulis mengembangkan strategi konten yang sesuai dengan visi dan nilai-nilai perusahaan, serta berupaya untuk membangun keterlibatan yang kuat dengan audiens melalui berbagai fitur yang tersedia di platform Instagram. Dengan keputusan tersebut, perusahaan dapat memanfaatkan potensi besar dari platform media sosial untuk berinteraksi dengan pelanggan, memperluas jangkauan merek, dan memperkuat kehadiran online mereka. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa peran penulis tidak hanya sebagai pelaksana, tetapi juga sebagai penggerak strategis dalam upaya untuk memperkuat posisi Casa Live Indonesia di pasar digital.



Gambar 3.2 Bukti unggahan konten Instagram

Sumber : Diolah oleh penulis, 2024

Di akun Instagram @casaliveindonesia, penulis menciptakan beragam konten yang menarik dan bervariasi untuk berinteraksi dengan target konsumen. Melalui Instagram story, penulis membagikan momen-momen kegiatan perusahaan serta mengadakan kuis interaktif untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Pada Instagram feeds, penulis memperkenalkan merek Casa Live Indonesia dengan konten yang informatif mengenai produk underwear, serta memberikan edukasi kepada pengikut tentang pemilihan dan perawatan underwear yang tepat. Di Instagram reels, penulis menyajikan video-video informatif tentang acara-acara bazar yang sedang berlangsung, untuk memberikan informasi langsung kepada target konsumen. Penulis juga menggunakan highlight untuk menyimpan story yang tidak akan hilang dalam waktu 24 jam, sehingga target konsumen dapat melihatnya kapan saja dan memperoleh akses cepat ke konten yang mereka minati.

2.) Social Media Content Creator

Menurut Huotari et al. (2015, p. 372), pembuatan konten didasarkan pada kegiatan berupa penyebaran informasi gabungan berupa gambar, video, artikel yang dipahami sebagai konten, kemudian didistribusikan secara digital. platform media seperti YouTube, Instagram dan media lainnya

Selama magang di Casa Live Indonesia, penulis terlibat dalam berbagai tugas yang berhubungan dengan produksi konten video untuk instagram @casaliveindonesia.

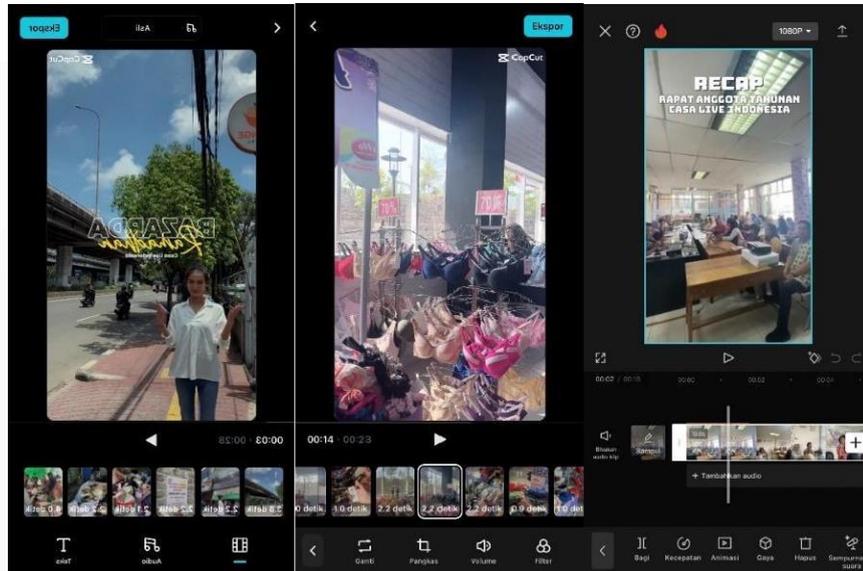
Sebagai seorang pekerja magang, saya menjadi salah satu talent yang aktif dalam pembuatan video konten untuk Bazarda. Penulis terlibat langsung dalam proses merekam pembuatan konten video. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab untuk membuat dan mengedit konten feeds, reels, dan story untuk memastikan konten-konten tersebut sesuai dengan estetika dan visi merek Casa Live Indonesia. Melalui pengalaman magang ini, penulis memiliki kesempatan untuk belajar langsung tentang proses produksi konten video dan meningkatkan keterampilan dalam pembuatan dan pengeditan konten yang menarik bagi target konsumen.



Gambar 3.3 Penulis menjadi talent untuk konten reels

Sumber : Diolah oleh penulis, 2024

Penulis bertugas sebagai talent dalam pembuatan video untuk konten instagram *reels* mengenai Bazarda. Pada konten tersebut penulis menunjukkan posisi Bazarda berlangsung pada One District at Puri.

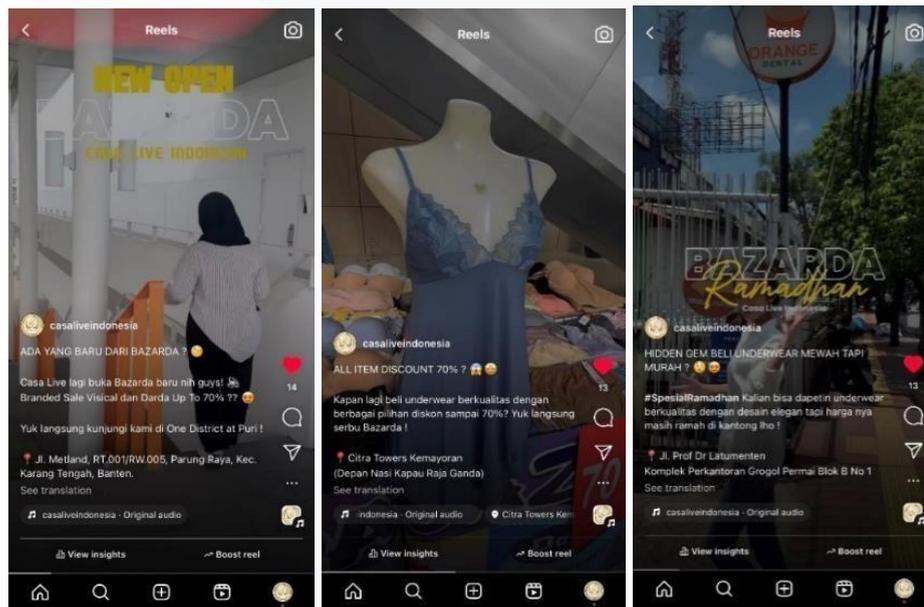


Gambar 3.4 Proses editing video menggunakan Capcut
Sumber : Diolah oleh penulis, 2024

3.) Copywriting

Selama magang di perusahaan Casa Live Indonesia, penulis bertanggung jawab untuk membuat konten Instagram yang menarik dan relevan dengan target konsumen, yang terutama berfokus pada informasi mengenai lokasi Bazarda. Salah satu tugas penulis adalah membuat caption yang informatif dan menarik untuk setiap postingan di Instagram @casaliveindonesia. Menurut website *gramedia.com*, caption Instagram berfungsi untuk meningkatkan kredibilitas gambar atau video yang diberi keterangan. Caption membuat gambar atau video tersebut terlihat lebih nyata dan autentik. Dengan penjelasan tambahan melalui caption, konten yang diunggah akan lebih dipercaya oleh audiens, karena memberikan konteks dan detail yang membuat visualisasi tersebut terasa lebih nyata dan dapat diandalkan. Hal ini membantu meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan dari pengikut di media sosial.

Penulis selalu memastikan bahwa caption tersebut tidak hanya menyampaikan informasi terkait postingan, tetapi juga mencakup elemen yang menarik bagi target konsumen, seperti, tips memilih bra yang tepat, jenis-jenis produk yang dijual atau fakta menarik tentang underwear sebagai media edukasi. Selama menjalankan tugas ini, penulis selalu memastikan bahwa seluruh caption yang dibuat telah sesuai dengan konten yang akan diposting. Penulis memperhatikan agar caption tidak hanya sesuai dengan merek dan gaya visual Casa Live Indonesia, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan dan minat dari target konsumen. Dengan demikian, penulis berusaha untuk membangun identitas merek yang kuat dan konsisten di platform Instagram, serta meningkatkan keterlibatan pengikut melalui konten yang relevan dan menarik.



Gambar 3.5 Caption untuk konten Bazarda pada Instagram Reels

Sumber : Diolah oleh penulis, 2024

4.) Inventory

Menurut Jacobs dan Chase (2016), persediaan adalah stok barang atau sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dan digunakan dalam berbagai kegiatan produksi dan operasional. Persediaan mencakup segala sesuatu yang diperlukan untuk menjaga kelancaran proses produksi serta operasional perusahaan, memastikan bahwa semua kegiatan dapat berjalan sesuai rencana tanpa hambatan karena kekurangan bahan atau barang. Persediaan yang efektif memungkinkan perusahaan untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan tepat waktu, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan meminimalkan biaya operasional. Pengelolaan persediaan yang baik juga membantu dalam menjaga keseimbangan antara permintaan dan penawaran, serta menghindari kelebihan atau kekurangan stok yang dapat berdampak negatif pada efisiensi operasional perusahaan.

Selama menjalani magang di Casa Live Indonesia, penulis terlibat dalam berbagai aspek manajemen inventaris dan administrasi yang melibatkan tugas-tugas yang memerlukan akurasi dan ketelitian. Salah satu dari tanggung jawab utama penulis adalah melakukan pengecekan bon transaksi serta melakukan pembukuan bon secara cermat dan terperinci. Tugas ini melibatkan pencocokan antara bon fisik dengan catatan pembukuan untuk memastikan bahwa semua transaksi terdokumentasi dengan tepat, serta pembayaran yang telah dilakukan sesuai dengan yang tercatat. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam proses pembuatan faktur tagihan untuk klien dan mencatatnya dalam sistem pembukuan perusahaan. Proses ini memerlukan ketelitian yang tinggi dalam mencatat detail transaksi dan menyusun faktur secara akurat guna memastikan bahwa semua

informasi yang diperlukan tersedia dan dapat diakses dengan mudah. Selama periode magang, penulis juga aktif terlibat dalam manajemen stok barang di gudang perusahaan. Hal ini melibatkan melakukan perhitungan rutin terhadap stok barang yang tersedia di gudang dan yang siap untuk dijual. Penulis bertanggung jawab dalam menjaga ketersediaan barang, serta memastikan bahwa semua barang tercatat dengan benar dalam sistem inventaris perusahaan. Sebagai bagian dari tugasnya, penulis juga memegang peran penting dalam mengisi formulir stock checking untuk gudang. Proses ini melibatkan pemeriksaan langsung terhadap barang-barang yang ada di gudang, serta mencatat hasil pemeriksaan dengan rinci dan akurat. Tujuan utama dari tugas ini adalah untuk memastikan bahwa tidak ada kesalahan atau kehilangan dalam pencatatan stok barang. Selain itu, penulis juga terlibat dalam peninputan data hasil penjualan barang. Proses ini mencakup pencatatan setiap transaksi penjualan dengan akurat dalam sistem perusahaan, serta memastikan bahwa stok barang yang terjual direkam dengan benar. Hal ini memerlukan konsistensi dan ketelitian dalam mengelola data inventaris perusahaan. Terakhir, penulis juga bertanggung jawab dalam menyusun rekapitulasi bon transaksi dari cabang Casa Live Indonesia di Surabaya. Ini melibatkan pengumpulan data transaksi dari cabang tersebut yang kemudian direkap melalui excel. Proses ini membantu manajemen perusahaan dalam memahami performa cabang, serta membuat keputusan yang tepat untuk pengembangan bisnis di masa mendatang. Dengan melalui berbagai tugas tersebut, penulis mendapatkan pengalaman berharga dalam manajemen inventaris dan administrasi yang akan menjadi modal penting dalam karier profesionalnya ke depan.

perusahaan. Tidak hanya itu, penulis juga bertugas memperbaiki setiap produk agar penampilannya menarik bagi pelanggan. Proses selanjutnya adalah memilah produk berdasarkan grade atau kualitasnya. Ini merupakan tahap kritis dalam memastikan bahwa hanya produk-produk dengan kualitas tinggi yang akan dipilih untuk disajikan kepada pelanggan. Penulis harus memiliki pemahaman yang baik tentang kriteria evaluasi kualitas produk tersebut dan kemampuan untuk membuat keputusan yang tepat dalam memilih produk yang layak untuk ditampilkan. Setelah produk dipilih, penulis bertanggung jawab untuk menempelkan dan memasang barcode pada setiap produk. Ini adalah langkah penting dalam proses manajemen stok dan penjualan. Barcode memungkinkan produk teridentifikasi secara unik dan memfasilitasi proses pelacakan inventaris yang akurat. Dengan adanya barcode, proses penjualan juga menjadi lebih efisien karena memungkinkan transaksi yang cepat dan tanpa kesalahan. Selama persiapan untuk pembukaan counter Bazarda, penulis memiliki peran yang sangat penting dalam mempersiapkan produk secara menyeluruh. Mulai dari proses sortir hingga pemasangan barcode, setiap langkah harus dilakukan dengan cermat dan teliti. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap produk yang dipresentasikan kepada pelanggan memiliki standar kualitas yang tinggi dan siap untuk dipasarkan. Keseluruhan proses ini membutuhkan tingkat ketelitian dan perhatian terhadap detail yang tinggi, serta keterampilan organisasi yang baik. Melalui kontribusi penulis dalam mempersiapkan produk untuk pembukaan counter Bazarda, diharapkan perusahaan dapat menampilkan produk-produk berkualitas tinggi yang memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan citra merek perusahaan.



Gambar 3.7 Proses kerja selama di quality control gudang

Sumber : Diolah oleh penulis, 2024

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama melakukan praktik kerja magang penulis menemukan beberapa kendala, yaitu :

1. Penulis sebelumnya belum pernah memiliki pengalaman bekerja untuk itu penulis merasa cukup kesulitan untuk menyesuaikan diri dari mahasiswa menjadi seorang pekerja kantoran. Seperti kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan dan kesulitan untuk bersosialisasi dengan seluruh staff dikantor.
2. Penulis memiliki kesulitan dalam koordinasi pembuatan konten Instagram yang ingin dibuat dikarenakan pada perusahaan Casa Live Indonesia belum ada akun Instagram dan tidak terdapat tim social media yang dapat membantu penulis maupun memberikan arahan kepada penulis untuk menciptakan konten sosial media yang dibutuhkan oleh Casa Live Indonesia sehingga penulis harus menciptakan akun Instagram dan membuat konten sendiri dengan bekal

pengetahuan yang telah diberikan oleh bapak dan ibu dosen di Universitas Multimedia Nusantara selama penulis belajar sebagai mahasiswa.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Adapun solusi atas kendala yang ditemukan penulis selama proses kerja magang, yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis berusaha untuk selalu berani bertanya apabila ada pekerjaan yang belum dimengerti dan belajar untuk bersosialisasi dengan baik kepada seluruh staff yang ditemui di kantor. Selain itu, penulis juga fokus pada melatih kemampuan berkomunikasi, baik lisan maupun tulisan, untuk memastikan setiap informasi dan instruksi dapat dipahami dengan jelas dan tepat. Penulis berupaya meningkatkan kompetensi diri dengan seluruh proses yang diselenggarakan oleh perusahaan, serta mencari kesempatan untuk belajar dari pengalaman rekan kerja yang lebih senior. Penulis bersyukur mendapatkan lingkungan kerja magang di mana seluruh staff banyak membantu penulis untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja, memberikan saran yang berguna, dan mendukung perkembangan profesional penulis. Hal ini membuat penulis lebih percaya diri dan siap menghadapi tantangan di dunia kerja.

2. Ketika penulis kesulitan untuk menemukan ide konten, penulis banyak mencari inspirasi melalui media sosial perusahaan lain yang bergerak di industri underwear. Mengamati bagaimana kompetitor dan perusahaan sejenis mengelola konten mereka memberikan penulis banyak wawasan berharga. Penulis melihat berbagai jenis postingan, mulai dari foto produk, video promosi, hingga cerita pelanggan. Melalui analisis ini, penulis dapat mengidentifikasi tren terkini dalam pemasaran underwear, seperti gaya fotografi yang sedang populer, cara menyajikan informasi produk yang menarik, dan tipe interaksi yang paling efektif dengan audiens.

Penulis juga memperhatikan bagaimana perusahaan-perusahaan tersebut menggunakan platform yang berbeda. Misalnya, Instagram sering digunakan untuk menampilkan foto produk yang estetik dan cerita visual melalui fitur Stories, sementara TikTok lebih fokus pada video pendek yang kreatif dan menghibur. Penulis mencatat elemen-elemen yang membuat konten mereka menarik, seperti pencahayaan yang baik, model yang sesuai dengan citra merek, dan penggunaan caption yang engaging. Penulis juga belajar dari cara mereka merespons komentar dan berinteraksi dengan pengikut, yang membantu menciptakan komunitas yang kuat di sekitar brand mereka.

Selain itu, penulis memanfaatkan ilmu yang telah dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara sebagai mahasiswa manajemen marketing. Selama kuliah, penulis telah mendapatkan banyak pengetahuan mengenai pembuatan konten di media sosial. Misalnya, penulis belajar tentang pentingnya memahami target audiens dan bagaimana menciptakan konten yang relevan dan menarik bagi mereka. Dalam kelas-kelas pemasaran digital, penulis mempelajari berbagai teknik untuk meningkatkan *engagement*, seperti menggunakan *call-to-action* yang efektif, mengadakan kontes atau giveaway, dan memanfaatkan *user-generated content*.

Ilmu lain yang sangat berguna adalah tentang *storytelling*. Dalam kursus pemasaran, penulis belajar bahwa setiap konten yang dibuat harus memiliki narasi yang jelas dan menarik. Misalnya, penulis menerapkan konsep ini dengan membuat cerita di balik setiap produk yang dipromosikan, seperti bagaimana produk tersebut dibuat, bahan yang digunakan, dan manfaat khusus yang ditawarkan. Ini tidak hanya membuat konten lebih menarik tetapi juga membantu membangun hubungan emosional dengan audiens.

Penulis juga memanfaatkan pengetahuan tentang analisis data yang dipelajari di universitas. Dengan menggunakan alat analitik seperti *Google Analytics* dan insights dari media sosial, penulis dapat mengevaluasi kinerja

konten yang telah dibuat. Data ini membantu penulis untuk memahami konten mana yang paling berhasil, kapan waktu terbaik untuk memposting, dan jenis postingan apa yang paling banyak mendapat interaksi. Dengan demikian, penulis dapat terus mengoptimalkan strategi konten berdasarkan hasil analisis tersebut.

Selama proses ini, penulis juga mencoba berbagai format konten untuk melihat mana yang paling efektif. Misalnya, penulis mencoba postingan berupa foto produk yang diambil dari berbagai sudut, video unboxing yang menunjukkan detail produk secara lebih nyata, serta postingan edukatif yang memberikan tips tentang cara memilih dan merawat *underwear*. Dari percobaan ini, penulis menemukan bahwa video tutorial dan konten yang melibatkan cerita pribadi pelanggan cenderung mendapatkan respons yang lebih baik dari audiens.

Penulis juga selalu berusaha untuk menggabungkan kreativitas dengan prinsip-prinsip pemasaran yang telah dipelajari. Misalnya, penulis menggunakan *A/B testing* untuk mencoba dua versi konten yang berbeda dan melihat mana yang lebih efektif. Selain itu, penulis selalu memastikan bahwa setiap konten yang dibuat selaras dengan branding perusahaan, baik dari segi visual maupun pesan yang disampaikan.

Dalam menjalankan semua ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari lingkungan kerja magang. Tim di tempat magang sering memberikan masukan yang konstruktif dan berbagi pengalaman mereka sendiri dalam membuat konten yang sukses. Ini membantu penulis untuk terus belajar dan berkembang. Dengan menggabungkan inspirasi dari media sosial, ilmu dari perkuliahan, dan pengalaman langsung di tempat magang, penulis dapat mengatasi kesulitan dalam menemukan ide konten dan menghasilkan konten yang kreatif dan efektif.