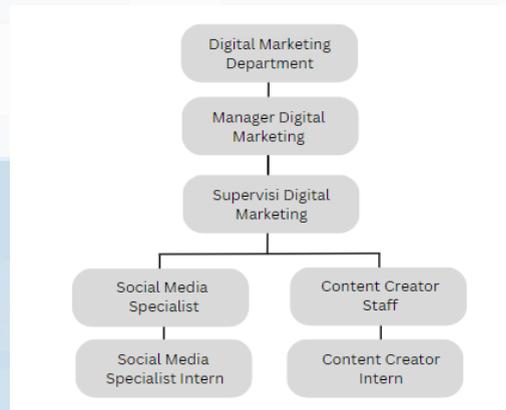


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3. 1 Digital Marketing Department Structure

Sumber : Dokumen Penulis, 2024

Proses kerja magang penulis adalah sebagai Social Media Intern pada divisi Digital Marketing yang dipimpin oleh Beatrice Clarissa sebagai *Digital Marketing Supervision* di *digital Marketing department*. Dalam posisi tersebut, penulis bertanggung jawab dalam memberikan ide, merancang konsep desain, dan melakukan proses edit untuk konten yang akan digunakan oleh brand, serta memberikan *update* pekerjaan kepada *Supervisi Digital Marketing*. Dimana pada akhirnya *Supervisi Digital Marketing* memberikan hasil penilaian dari konten yang telah dikerjakan oleh *Social Media Intern*.

Tugas utama penulis adalah sebagai *editorial planner* dan membuat story Instagram untuk setiap brand yang dipegang oleh penulis. Sebagai *editorial planner*, penulis memiliki tanggung jawab penting dalam mengatur dan merencanakan konten editorial yang akan dipublikasikan oleh perusahaan. Penulis melakukan tugas tersebut dilibatkan langsung oleh tim social media untuk melakukan *brainstorming*

memastikan bahwa konten dibuat dengan tepat waktu dan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan. Selain itu, penulis juga terlibat dalam analisis kinerja konten untuk mengevaluasi efektivitasnya dan membuat perubahan strategis.

Penulis memiliki jadwal rutin yang telah ditetapkan oleh Perusahaan dalam menjalankan konten yang akan dibuat dan di unggah ke media sosial setiap bulannya. Setiap hari penulis membuat 3 story Instagram untuk seluruh brand yang di pegang. Konten yang dibuat memiliki konsep yang berbeda-beda setiap merek memiliki konsep unik yang membedakan mereka dalam pasar. Kemudian, pada minggu pertama dan kedua, penulis memiliki tugas untuk melakukan edit foto untuk konten diunggah kedalam media sosial.

Minggu ketiga, penulis memiliki tugas untuk membuat editorial planner beserta caption selama 1 bulan untuk beberapa brand yang dipercayakan kepada penulis untuk dipegang. Serta pada minggu keempat, penulis memiliki tugas untuk membantu memberikan pengarahan terhadap photoshoot model untuk beberapa brand sesuai dengan moodboard yang telah ditentukan oleh setiap editorial planner. Selama proses kerja magang berlangsung, *editorial planner* yang telah dibuat oleh penulis akan diajukan kepada *Supervisi Digital Marketing* untuk disetujui. Setelah direncanakan oleh *editorial planner* dan mendapatkan persetujuan, maka konten akan diproduksi langsung oleh penulis bersama *content creator staff*.

Penulis memiliki tanggung jawab penuh dalam menjalankan seluruh proses produksi konten, mulai dari penyusunan ide hingga pelaksanaan akhir. Dalam menjalankan tugasnya, penulis berkolaborasi erat dengan staf kreator konten untuk menghasilkan konten yang menarik dan berkualitas. Proses ini melibatkan pengembangan ide, penulisan, penyuntingan, dan penyelesaian akhir konten sebelum akhirnya dipublikasikan atau disebarkan kepada audiens target. Setelah produksi konten selesai, *advertisement & campaign planner* melakukan analisis dengan membuat laporan yang akan disampaikan kepada *Digital Marketing Manager*. Penulis hanya diberikan gambaran dari hasil analisis konten sebelumnya untuk digunakan

sebagai referensi selama brainstorming untuk rencana *editorial planner* di bulan berikutnya.

3.2 Tugas, Uraian dan Teori/Konsep Kerja Magang

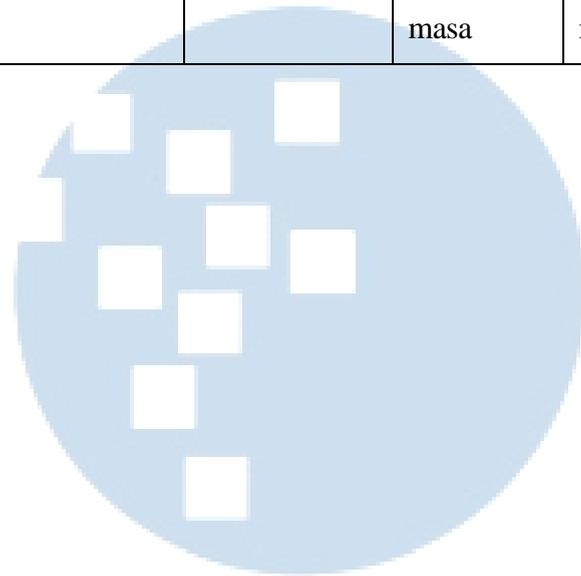
3.2.1. Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penulis melakukan praktek magang pada PT Prioritas Jaya Indonesia secara WFO (*Work From Office*) sebagai *Social Media Intern* yang dilaksanakan setiap hari senin-jumat yang berlokasi di Gading Serpong selama 4 bulan, terhitung sejak 9 Januari 2024. Sebagai seorang *Social Media Intern*, penulis diberikan tugas sebagai berikut:

No	Tugas	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi	Hasil
1.	Brainstorming	melakukan <i>brainstorming</i> dengan rekan kerja untuk menghasilkan ide konten <i>final</i> yang akan dimasukkan ke dalam jadwal manajemen konten.	Ka Haviz, Ka Era	Setiap bulan pada hari senin – jumat selama minggu ketiga.	Penulis mempelajari cara menganalisis dan menentukan berbagai konten yang sesuai dengan setiap brand. Dengan memiliki rencana yang terperinci, tim pemasaran dapat mengelola konten secara efektif dalam memaksimalkan keterlibatan pengguna, dan meningkatkan kehadiran merek dalam platform media sosial.
2.	Menyusun	Merancang	Ka	Setiap	Penulis Menyusun Editorial

	<p><i>Editorial Plan</i></p>	<p>konten feeds, caption dan hastag untuk setiap brand selama 1 bulan untuk di produksi dan di unggah pada media sosial</p>	<p>Beatrice</p>	<p>bulan pada hari senin – jumat selama minggu ketiga.</p>	<p>Plan bertujuan untuk merencanakan konten feeds, caption, dan hashtag yang akan diposting dalam satu bulan ke depan. Tujuannya mengatur konten dengan terstruktur dan efisien, mengikuti tema dan strategi pemasaran yang telah ditetapkan, serta menjaga konsistensi dan relevansi dengan merek dan audiens target. Editorial plan mencakup jadwal publikasi, topik konten, gambar atau video yang akan digunakan, serta caption dan hashtag yang sesuai untuk setiap posting. Pada tahapan ini penulisan <i>caption</i> juga dilakukan sehingga diperlukan kemampuan <i>copywriting</i>.</p>
--	------------------------------	---	-----------------	--	--

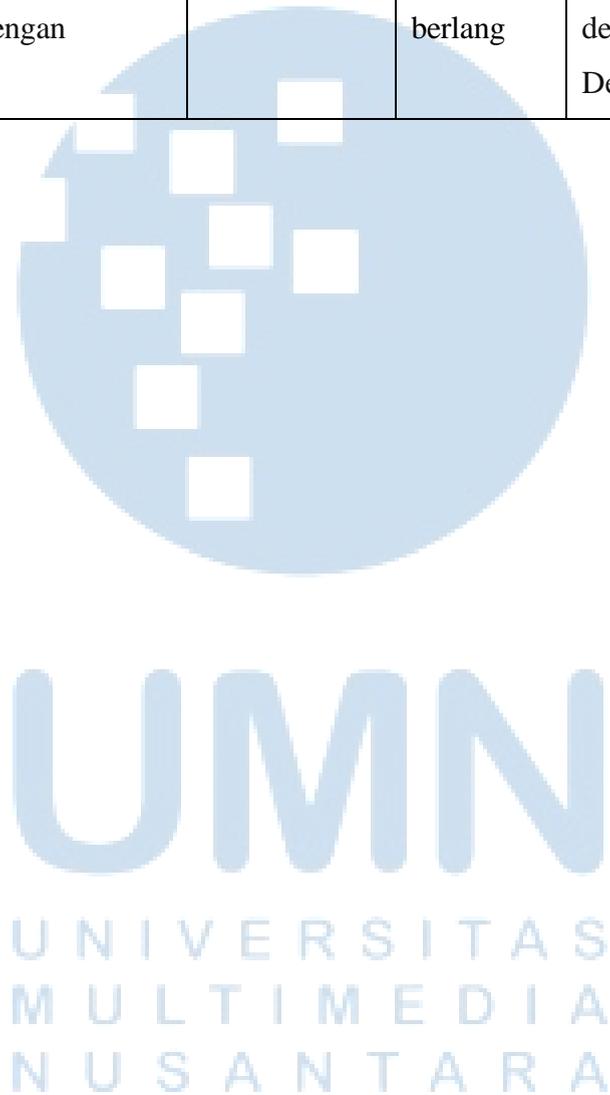
3.	Membuat story Instagram	Meningkatkan keterlibatan pengikut dan audiens	Ka Beatrice	Setiap hari senin-jumat selama masa	Instagram digunakan untuk menyampaikan konten yang menarik dan menarik perhatian pengikut. Penggunaan story dapat meningkatkan interaksi
----	-------------------------	--	-------------	-------------------------------------	--



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

				magang berlang sung	dengan pengikut, mendorong mereka untuk terlibat dengan merek, dan menyampaikan pesan atau cerita dengan cara yang kreatif dan menarik.
4.	Membuat konten untuk <i>campaign</i> <i>Valentine</i>	Memperole h perhatian dan partisipasi dalam kampanye.	Ka Beatrice, Ka Stephanie Ongki	Sebulan sekali.	Pembuatan konten khusus untuk kampanye Valentine bertujuan untuk memancing perhatian pengguna dan mendorong partisipasi dalam kampanye tersebut. Konten dirancang dengan kreatif dan relevan, menekankan tema Valentine dengan cara yang menarik dan menarik perhatian, sehingga membangun keterlibatan dan memperkuat citra merek terkait dengan perayaan tersebut.

5.	Melakukan <i>digital marketing boost content</i> yang dilakukan	Meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan	Ka Stephanie Ongki	Setiap hari Jumat selama magang berlangsung	Melalui Instagram Ads, tujuan utamanya adalah untuk memperluas jangkauan konten dan meningkatkan interaksi dengan audiens target. Dengan menggunakan fitur
----	---	---	--------------------	---	--



	pada Instagram Ads.	audiens.		sung.	promosi ini, konten akan dipromosikan kepada pengguna yang lebih luas, yang memungkinkan merek untuk mencapai audiens potensial yang belum dikenal sebelumnya.
6.	Melakukan rekap data dari Instagram Ads	Menganalisis kinerja kampanye dan optimasi pengeluaran	Ka Stephanie Ongki	Setiap hari Jumat.	Penulis mempelajari cara melakukan rekap data dari Instagram Ads bertujuan untuk menganalisis kinerja kampanye yang dilakukan melalui platform tersebut. Dengan mengumpulkan dan menganalisis data, tim digital marketing dapat mengevaluasi efektivitas kampanye, mengidentifikasi tren, dan memahami perilaku pengguna lebih baik. Informasi yang diperoleh dari rekap data ini juga digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran berikutnya, termasuk alokasi anggaran dan targeting audiens yang lebih tepat.

7.	Photoshoot Model	Membantu dalam membuat konten visual yang menarik dan berkualitas.	Ka Stephanie Ongki, Ka Haviz	Setiap bulan di minggu ke empat.	Melalui photoshoot model, penulis dapat memiliki gambar-gambar yang menarik untuk <i>brand</i> agar dapat meningkatkan daya tarik kampanye pemasaran, memperkuat identitas <i>brand</i> , dan meningkatkan keterlibatan audiens. Photoshoot juga membantu dalam memperkenalkan produk baru atau memperbarui katalog produk, serta menciptakan konten yang dapat digunakan dalam berbagai media pemasaran.
----	------------------	--	------------------------------	----------------------------------	---

8.	Editing Foto	Meningkatkan kualitas dan estetika foto dengan berbagai teknik penyuntingan	Ka Adit	Setiap hari senin, rabu dan kamis.	Penulis mempelajari cara pada proses editing melibatkan penyesuaian warna, kontras, kecerahan, dan ketajaman, penghapusan noda atau objek yang mengganggu, pemotongan atau penyesuaian komposisi, dan penambahan efek kreatif sesuai kebutuhan. Dengan hasil editing yang baik, foto
----	--------------	---	---------	------------------------------------	--



					akan lebih menarik, profesional, dan dapat menarik perhatian pemirsa secara lebih efektif.
--	--	--	--	--	--



9.	Melakukan penjualan produk sebagai Host Live Streaming	Tujuan penjualan produk sebagai Host Live Streaming adalah untuk meningkatkan interaksi langsung, mempercepat penjualan, dan membangun kepercayaan brand. Melalui live streaming, host dapat menunjukkan produk, menjelaskan manfaat,	Ka Era	Setiap hari.	Penulis sebagai host bertanggung jawab untuk menjaga kelancaran acara, mengatur percakapan, mengajukan pertanyaan kepada tamu atau audiens, dan menjawab komentar atau pertanyaan dari penonton secara interaktif. Kemampuan berkomunikasi yang baik, keberanian, dan keterampilan mengelola situasi adalah kunci sukses menjadi host live streaming. Dengan menjadi tuan rumah yang baik, host dapat membangun ikatan yang kuat dengan audiens, meningkatkan keterlibatan, dan mempersuasi pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan.
----	--	---	--------	--------------	---

		<p>dan menjawab pertanyaan secara real-time, menciptakan urgensi dengan promosi khusus, serta mencapai audiens lebih luas dan meningkatkan konversi.</p>			
10.	Talent konten Instagram dan TikTok	Menciptakan dan mengelola konten yang menarik.	Ka Era	Ketika diperlukan.	Penulis membantu dalam memproduksi konten Instagram dan Tiktok seperti merancang dan membuat konten yang menarik minat pengikut mereka, mengikuti tren terbaru, dan memanfaatkan fitur-fitur kreatif dari Instagram dan TikTok.

Tabel 3. 1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.2. Uraian Tugas

Penulis diberikan tugas-tugas yang membutuhkan pengetahuan dasar tentang marketing, terutama digital marketing selama masa magang di PT Prioritas Jaya Indonesia. Penulis wajib memiliki keahlian dalam mengaplikasikan platform media sosial terutama Instagram serta kemampuan menulis dan komunikasi yang baik untuk menciptakan konten menarik. Berikut merupakan uraian pekerjaan yang diterima oleh penulis selama masa periode praktik kerja magang:

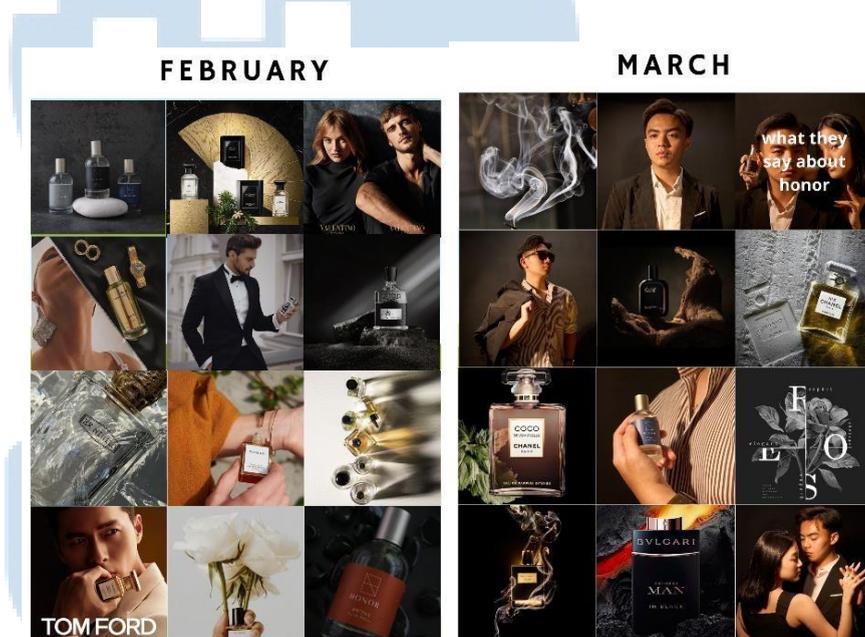
1. **Brainstorming**

Tim *social media* dan *content creator* mengadakan sesi *brainstorming* untuk menghasilkan ide konten final yang akan dimasukkan ke dalam jadwal manajemen konten. Sesi *brainstorming* ini dijadwalkan secara rutin pada hari Senin hingga Jumat selama minggu ketiga setiap bulan untuk memastikan bahwa seluruh tim memiliki waktu yang cukup untuk berkontribusi dan berbagi ide kreatif. Penulis akan mempelajari cara menganalisis tren terbaru dan menentukan berbagai jenis konten yang sesuai dengan identitas dan tujuan setiap brand. Proses ini melibatkan peninjauan mendalam terhadap data kinerja konten sebelumnya, analisis perilaku audiens, dan pemahaman mendalam tentang pesan dan suara merek yang ingin disampaikan.

Tim sosial media akan membuat rencana konten yang komprehensif setelah ide-ide konten terkumpul dan dievaluasi. Rencana ini mencakup format konten, jadwal publikasi, dan strategi distribusi yang tepat untuk setiap platform media sosial. Dengan rencana yang terorganisir dan terstruktur, tim dapat mengelola konten secara lebih efisien dan memastikan bahwa setiap postingan

menarik perhatian dan memaksimalkan keterlibatan pengguna. Selain itu, strategi ini membantu mencapai tujuan pemasaran jangka panjang dan meningkatkan kehadiran merek di media sosial dan hubungan dengan audiens. Tim sosial media dapat terus berinovasi dan menjaga konten tetap relevan dan menarik bagi audiens target melalui kolaborasi yang baik dan kerja sama yang kuat selama sesi brainstorming.

2. Menyusun Editorial Plan



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 2 Monthly Moodboard

Sumber: Dokumen Penulis,2024

Penulis menyusun editorial plan yang dilakukan setiap bulan pada minggu ketiga dengan rentang waktu dari hari senin hingga jumat. Proses ini melibatkan perancangan konten feeds, caption, dan hashtag untuk setiap brand selama satu bulan ke depan dengan

tujuan memastikan bahwa konten di media sosial terstruktur dan efisien. Penulis bertanggung jawab untuk merencanakan dan menyusun editorial plan yang mendetail dan terorganisir. Proses ini dimulai dengan mengidentifikasi tema dan strategi pemasaran yang telah ditetapkan untuk bulan tersebut. Tema ini harus sesuai dengan kampanye pemasaran yang sedang berjalan, musim, atau acara khusus yang relevan, seperti hari valentine, liburan, dan tanggal peluncuran produk baru. Setelah tema ditetapkan, penulis akan menentukan topik konten yang akan dipublikasikan setiap hari.

No. Week	Type of Content	Total Slide/ Total Picture	Caption	Event (Boost/Not)	Hashtags	Product Variant	Status (Appro
Week 1 - Mon	Model	2	Embrace the adventure of fragrance discovery and embark on a quest to find your perfect scent. From exploring new fragrances to revisiting old favorites, let your intuition guide you on a sensory journey of self-discovery and expression. Dare to be different, dare to be bold.	puasa reminder (hampers)	#FreshnessEssence #BeAnHONOR #ScentMystery #MustTry #EnchantingElixir	BACCARAT	Approved
Week 1 - Wed	Product Knowledge	1	Dive into a world of sophistication with ALPHA! Let the refreshing blend of bergamot and orange whisk you away to a world of elegance.		#FreshnessEssence #BeAnHONOR #FragranceInspiration #TimelessElegance	ALPHA	Approved
Week 1 - Fri	Product Knowledge	1	Experience the essence of coolness with Bronx! Infused with invigorating notes of green apple and mint, complemented by a warm touch of tonka bean and vetiver. Discover the art of balancing freshness and depth in one captivating fragrance.	Puasa	#FreshnessEssence #BeAnHONOR #ScentedSymphony #MustTry #ScentMystery	BRONX	Approved
Week 2 - Mon	Inspire	1	Embrace the power of fragrance to inspire confidence and creativity. Like a whisper of elegance, our fragrances are designed to awaken your senses and ignite your imagination.	nyepi (story)	#FreshnessEssence #BeAnHONOR #HonorExplored #EnchantingElixir #ScentedSymphony		Approved
Week 2 - Wed	Model	2	Unlock the secrets of self-expression with our luxurious fragrances. Discover the nuances of each scent and how they can transform your mood and elevate your style.		#FreshnessEssence #BeAnHONOR #MustTry #FragranceInspiration #TimelessElegance	ROYCE	Approved
Week 2 - Fri	Product Knowledge	1	Embrace the spirit of adventure with Denali! From its vibrant opening to its deep, comforting base, this fragrance is a true journey.		#FreshnessEssence #BeAnHONOR #ScentMystery #MustTry #EnchantingElixir	DENALI	Approved
Week 3 - Mon	Product Knowledge	1	Elevate your presence with Layton! Unveil layers of sophistication as spicy cardamom mingles with aromatic notes of saffron and cedarwood.		#FreshnessEssence #BeAnHONOR #FragranceInspiration #TimelessElegance	LAYTON	Approved
Week 3 - Wed	Product Knowledge	1	Indulge in the luxurious charm of Baccarat! With truly accords that exude cheerfulness and warmth, this fragrance is a true delight.		#FreshnessEssence #BeAnHONOR #HonorExplored #EnchantingElixir #ScentMystery	BACCARAT	Approved
Week 3 - Fri	Model	2	Transform your presence with the allure of our signature scents. Whether it's a boardroom meeting or a romantic date, our fragrances are designed to leave a lasting impression.		#FreshnessEssence #BeAnHONOR #ScentMystery #MustTry #EnchantingElixir	ALPHA	Approved
Week 4 - Mon	Convince	2-3	Experience the undeniable allure of our premium fragrances. Crafted with the finest ingredients and accords, they are designed to captivate your senses and elevate your style.		#FreshnessEssence #BeAnHONOR #FragranceInspiration #TimelessElegance		Approved
Week 4 - Wed	Model	1	Invest in quality fragrances that not only elevate your personal style but also leave a lasting impression. From classic scents to bold, contemporary blends, we have something for everyone.		#FreshnessEssence #BeAnHONOR #HonorExplored #EnchantingElixir #ScentMystery		Approved
Week 4 - Fri	Entertainment	2	Experience the magic of fragrance with our exquisite collection that caters to every taste and preference. From fresh, citrusy scents to warm, spicy blends, we have something for everyone.	Good Friday (story)	#FreshnessEssence #BeAnHONOR #FragranceInspiration #TimelessElegance		Approved

Gambar 3. 3 Monthly Content Ideas

Sumber: Dokumen Penulis,2024

Setiap topik harus relevan dengan audiens target dan mendukung tujuan pemasaran merek. Konten dapat mencakup berbagai format, seperti gambar, video, infografis, atau cerita pengguna. Penulis bekerja sama dengan tim kreatif untuk memastikan bahwa setiap elemen visual sesuai dengan standar merek dan menarik bagi audiens. Jadwal ini harus dirancang sedemikian rupa sehingga konten diposting secara konsisten dan pada waktu yang optimal untuk mencapai audiens target. Penulis harus memahami perilaku audiens, termasuk kapan mereka paling

aktif di media sosial, untuk menentukan waktu publikasi yang paling efektif. Selanjutnya, penulis akan menyusun caption untuk setiap postingan.

No. Week	Type of Content	Slide/ Total Picture	Caption	Event (Boost/Not)	Hashtags	Status (Approve/Not)
Week 1 - Mon	Product Knowledge	3	Confidence looks good on her, like a second skin that she wears with pride, radiating an inner glow that lights up every room she enters.		#FluffBeauty #FluffGlow #FluffMagic #SkinLove #SkinCare	Approved
Week 1 - Fri	model	1	Confidently conquering the world, one smile at a time.		#FluffBeauty #FluffGlow #FluffMagic #SkinLove #SkinCare	Approved
Week 2 - Mon	Entertainment	1	she's a true powerhouse of positivity, spreading joy and inspiration wherever she goes.		#FluffBeauty #FluffGlow #FluffMagic #SkincareProducts #NaturalSkincare	Approved
Week 2 - Fri	Product Knowledge	1	ruling the world with confidence and grace, commanding respect and admiration wherever she goes.		#FluffBeauty #FluffGlow #FluffMagic #BeautyRoutine #SkincareAddict	Approved
Week 3 - Mon	model	2	She's not just a girl, she's a force of nature, a whirlwind of energy and passion who leaves an indelible mark on everyone she meets.		#FluffBeauty #FluffGlow #FluffMagic #SkinLove #SkinCare	Approved
Week 3 - Fri	Product Knowledge	1	Chasing dreams with style and grace, she's a dreamer and a doer, turning her aspirations into reality with determination and a touch of glamour.		#FluffBeauty #FluffGlow #FluffMagic #SkincareProducts #NaturalSkincare	Approved
Week 4 - Mon	Inspire	2	Sparkle like you mean it, she's the kind of girl who lights up every room she enters, with a smile that's as infectious as it is dazzling.		#FluffBeauty #FluffGlow #FluffMagic #BeautyRoutine #SkincareAddict	Approved
Week 4 - Fri	Convince	1	Living boldly, loving fiercely, she approaches every challenge with unwavering determination and a heart full of		#FluffBeauty #FluffGlow #FluffMagic #SkincareProducts #NaturalSkincare	Approved

Gambar 3. 4 Monthly Copywriting
Sumber: Dokumen Penulis, 2024

Penulisan caption memerlukan kemampuan copywriting yang kuat, karena caption harus menarik, informatif, dan memotivasi audiens untuk berinteraksi dengan postingan. Caption harus sesuai dengan suara dan gaya merek, serta mendukung pesan yang ingin disampaikan. Penulis juga harus menyertakan call-to-action yang jelas untuk mendorong keterlibatan, seperti ajakan untuk berkomentar, membagikan, atau mengklik tautan. Selain caption, penulis juga bertanggung jawab untuk memilih hashtag yang sesuai. Hashtag harus relevan dengan konten dan membantu meningkatkan visibilitas postingan.

Dengan menyusun editorial plan yang terperinci dan terorganisir, penulis membantu menjaga konsistensi dan relevansi konten dengan merek dan audiens target. Editorial Plan ini menjadi panduan bagi tim pemasaran untuk mengelola konten media sosial

secara efektif, memastikan bahwa setiap postingan mendukung tujuan pemasaran dan meningkatkan keterlibatan dengan audiens. Secara keseluruhan, proses penyusunan Editorial Plan mencakup perencanaan topik konten, pembuatan caption yang menarik, pemilihan hashtag yang tepat, dan penjadwalan publikasi yang efisien. Dengan pendekatan yang terstruktur ini, *brand* dapat memastikan bahwa konten media sosial mereka selalu konsisten, relevan, dan efektif dalam mencapai tujuan pemasaran.

3. Membuat Story Instagram

Penulis membuat story Instagram yang dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat selama masa magang berlangsung, dengan tujuan utama meningkatkan keterlibatan pengikut dan audiens. Penggunaan fitur story di Instagram memungkinkan merek untuk menyampaikan konten yang menarik dan interaktif, yang dirancang khusus untuk menarik perhatian pengikut secara efektif. Setiap hari, penulis merancang story yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan dengan audiens. Proses ini melibatkan brainstorming ide-ide segar yang sesuai dengan tema dan pesan yang ingin disampaikan. Konten story bisa berupa gambar, video pendek, animasi, atau kombinasi dari semuanya, yang dibuat dengan tujuan untuk memaksimalkan engagement.





Gambar 3. 5 Instagram Story

Sumber: Dokumen Penulis,2024

Story Instagram menawarkan berbagai fitur interaktif seperti polling, tanya jawab, kuis, dan stiker reaksi yang memungkinkan pengikut untuk berpartisipasi langsung. Penggunaan fitur-fitur ini membantu mendorong interaksi dengan pengikut, membuat mereka merasa lebih terlibat dan terhubung dengan merek. Story Instagram juga digunakan untuk menyampaikan pesan atau cerita dengan cara yang kreatif dan menarik. Misalnya, sebuah cerita bisa dibagi menjadi beberapa segmen yang menceritakan perbedaan produk, manfaat produk dan menampilkan testimoni dari pelanggan yang puas.

Dengan menambahkan elemen-elemen seperti teks yang menarik, musik yang sesuai, dan efek visual yang menarik, story dapat menjadi lebih hidup dan memikat. Pembuatan story secara konsisten setiap hari kerja juga membantu menjaga kehadiran merek di depan audiens. Dengan konten yang selalu segar dan menarik, pengikut akan lebih cenderung untuk tetap terhubung dan mengikuti update terbaru dari merek. Ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan audiens.

Secara keseluruhan, pembuatan story Instagram setiap hari Senin hingga Jumat selama masa magang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pengikut dan audiens melalui konten yang menarik dan interaktif. Dengan memanfaatkan fitur-fitur kreatif dan interaktif yang ditawarkan oleh Instagram, merek dapat mendorong partisipasi, menyampaikan pesan dengan cara yang menarik, dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pengikut. Dengan demikian, story Instagram menjadi alat yang efektif dalam strategi pemasaran digital untuk mencapai tujuan branding dan engagement.

4. Membuat konten *campaign*



Gambar 3. 6 Valentine Campaign

Sumber: Dokumen Penulis, 2024

Campaign dengan tema Valentine dilakukan untuk brand parfum Vlagio. Penggunaan campaign ini merupakan langkah strategis yang bertujuan untuk memperoleh perhatian dan partisipasi pengguna secara maksimal. Pembuatan konten khusus untuk kampanye Valentine ini dirancang untuk memancing minat dan keterlibatan audiens melalui pendekatan yang kreatif dan relevan. Konten yang dihasilkan menekankan tema Valentine dengan cara yang menarik, yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memperkuat citra merek yang dikaitkan dengan perayaan romantis ini.

Proses pembuatan konten dimulai dengan brainstorming ide-ide kreatif yang berkaitan dengan tema Valentine. Berbagai ide ini kemudian dikembangkan menjadi konsep visual dan naratif yang memikat. Konten yang dibuat oleh penulis berupa gambar romantis, video singkat yang menceritakan kisah cinta, dan kutipan tentang kasih sayang dan hubungan. Setiap elemen konten dirancang dengan teliti untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan konsisten dan selaras dengan tema Valentine serta identitas merek. Penggunaan warna-warna khas Valentine seperti merah, pink, dan putih, serta simbol-simbol seperti hati, bunga, dan pasangan yang sedang jatuh cinta, membantu menciptakan suasana yang romantis dan menyentuh hati audiens.

Selain visual yang menarik, konten juga dibuat untuk mendorong partisipasi aktif dari pengguna. Campaign ini berupa ajakan untuk berpartisipasi dalam membagikan cerita cinta mereka dengan menggunakan hashtag khusus dari kampanye. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan engagement tetapi juga membantu memperluas jangkauan kampanye melalui partisipasi pengguna yang aktif. Dengan pendekatan yang interaktif, pengguna tidak

hanya menjadi penonton pasif tetapi juga terlibat langsung dalam kampanye. Hal ini menciptakan rasa keterlibatan yang lebih dalam dan membantu membangun hubungan yang kuat antara merek dan audiens.

Konten yang dirancang secara kreatif dan relevan ini tidak hanya menarik perhatian tetapi juga memberikan pengalaman yang berarti bagi pengguna, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka terhadap merek. Secara keseluruhan, pembuatan konten untuk kampanye Valentine bertujuan untuk menarik perhatian dan mendorong partisipasi pengguna dengan menekankan tema-tema yang relevan dan menarik. Melalui konten yang dirancang dengan cermat dan interaktif, kampanye ini mampu membangun keterlibatan yang tinggi dan memperkuat citra merek selama perayaan Valentine.

5. Melakukan *digital marketing boost content* yang dilakukan pada Instagram Ads

Penggunaan digital marketing boost content melalui Instagram Ads merupakan strategi penting untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi dengan audiens. Aktivitas ini dilakukan setiap hari Jumat selama periode magang berlangsung, memastikan bahwa konten yang dipromosikan mendapatkan eksposur maksimal pada waktu yang strategis. Tujuan utama dari menggunakan Instagram Ads adalah memperluas jangkauan konten dan meningkatkan interaksi dengan audiens target.

Melalui fitur promosi ini, konten yang dibuat akan dipromosikan kepada pengguna yang lebih luas di luar pengikut yang sudah ada. Hal ini memberikan kesempatan bagi merek untuk mencapai audiens potensial yang sebelumnya belum dikenal dan

memperkenalkan produk atau layanan mereka kepada lebih banyak orang. Penulis mempelajari proses ini dimulai dengan penentuan konten yang akan di-boost. Konten ini dipilih berdasarkan relevansi, kualitas, dan potensinya untuk menarik perhatian audiens. Setelah konten dipilih, akan ditentukan target audiens yang spesifik berdasarkan berbagai parameter seperti usia, lokasi, minat, dan perilaku.

Penargetan yang tepat sangat penting untuk memastikan bahwa iklan mencapai orang-orang yang paling mungkin tertarik dan berinteraksi dengan konten tersebut. Selanjutnya akan menetapkan anggaran dan durasi kampanye. Dengan alokasi anggaran yang tepat, kampanye dapat berjalan dengan efisien dan memberikan hasil yang maksimal. Analisis berkelanjutan juga dilakukan selama kampanye untuk memantau kinerja iklan, termasuk metrik seperti impresi, klik, dan interaksi.

Data ini digunakan untuk melakukan penyesuaian dan optimasi secara real-time guna meningkatkan efektivitas iklan. Dengan menggunakan Instagram Ads, merek dapat memanfaatkan algoritma dan alat canggih yang disediakan oleh platform untuk memaksimalkan jangkauan dan interaksi. Iklan yang dirancang dengan baik dan ditargetkan secara efektif dapat menarik perhatian audiens, meningkatkan kesadaran merek, dan mendorong tindakan seperti kunjungan situs web atau pembelian produk.

Secara keseluruhan, boosting content melalui Instagram Ads merupakan bagian integral dari strategi digital marketing yang bertujuan untuk memperkuat kehadiran merek di media sosial. Dengan strategi yang terstruktur dan data-driven, merek dapat memastikan bahwa konten yang dimiliki tidak hanya menjangkau audiens yang lebih luas tetapi juga beresonansi dengan para

audiens, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan dan mendukung tujuan pemasaran jangka panjang.

6. Melakukan rekap data dari Instagram Ads

April Instagram Ads Report														
Brand	Duration			Content type	Interaction						Current Followers	Reach	Cost/ Result	Total Spend
	Start	End	Total Day		Views	Likes	Shares	Comments	Saves	Profile Visit				
HONOR	5/4/2024	11/4/2024	7	reels	7.280	93	2	2	11	222	369	5.306	Rp1.000,78	Rp222.173
	13/4/2024	19/4/2024	7	reels	25.577	255	12	0	6	250	370	21.593	Rp894,77	Rp223.692
	24/4/2024	30/4/2024	7	reels	16.100	139	3	3	8	289	400	12.468	Rp790,25	Rp228.382
VLAGIO	5/4/2024	11/4/2024	7	reels	7.422	93	4	0	10	159	1.493	5.449	Rp1.408,63	Rp224.028
	13/4/2024	19/4/2024	7	reels	16.703	253	1	0	12	377	1.573	13.267	Rp593,35	Rp223.692
	24/4/2024	30/4/2024	7	reels	8.638	121	2	8	17	215	1.702	6.355	Rp606,99	Rp130.504
FLUFF	5/4/2024	11/4/2024	7	reels	8.022	45	1	0	5	214	168	6.532	Rp1.045,30	Rp224.028
	13/4/2024	19/4/2024	7	reels	20.909	57	2	0	4	309	178	15.626	Rp723,92	Rp223.691
	24/4/2024	30/4/2024	7	reels	25.761	82	8	2	8	257	199	20.519	Rp889,49	Rp228.599
THAI	5/4/2024	11/4/2024	7	reels	17.426	128	1	0	6	447	19.253	12.784	Rp501,17	Rp224.028
	13/4/2024	19/4/2024	7	reels	15.015	100	9	2	26	199	19.265	10.440	Rp1.124,05	Rp223.692
	24/4/2024	30/4/2024	7	reels	14.640	173	2	2	17	289	19.300	14.640	Rp790,24	Rp228.379
FUKU	5/4/2024	11/4/2024	7	reels	10.032	43	0	0	3	167	17.052	7.773	Rp1.341,49	Rp224.028
	13/4/2024	19/4/2024	7	reels	8.682	110	6	0	15	240	17.055	8.682	Rp932,05	Rp223.692
	24/4/2024	30/4/2024	7	reels	10.700	86	4	4	14	250	17.053	7.811	Rp913,53	Rp228.382
ECOSINDO	5/4/2024	11/4/2024	7	reels	10.297	75	4	2	8	207	54	8.337	Rp1.082,26	Rp224.028
	24/4/2024	30/4/2024	7	reels	20.819	28	5	1	3	181	69	16.182	Rp1.255,36	Rp227.220
	5/4/2024	11/4/2024	7	reels										
PJI	5/4/2024	11/4/2024	7	reels										
	13/4/2024	19/4/2024	7	reels	5.271	25	2	0	8	240	1.987	3.873	Rp933,45	Rp224.028

Gambar 3. 7 Monthly Advertisement Recap

Sumber: Dokumen Penulis, 2024

Melakukan rekap data dari Instagram Ads merupakan langkah krusial dalam menganalisis kinerja kampanye pemasaran dan mengoptimalkan pengeluaran. Penulis telah mempelajari berbagai teknik untuk melakukan proses ini dengan efisien. Tujuan utama dari rekap data ini adalah untuk menyusun informasi yang terperinci mengenai kinerja kampanye yang telah dijalankan melalui platform Instagram Ads.

Proses pengumpulan data melibatkan analisis berbagai metrik seperti jumlah impresi, klik, tindakan pengguna (misalnya pengunjungan situs web, pemasangan aplikasi, atau pembelian), serta biaya yang dikeluarkan untuk setiap kampanye. Dengan memperoleh data ini, tim digital marketing dapat melakukan evaluasi mendalam terhadap efektivitas kampanye, mengidentifikasi tren yang relevan, dan memahami perilaku pengguna yang merespons iklan.

Selain itu, informasi yang diperoleh dari rekap data Instagram Ads juga digunakan untuk mengoptimalkan strategi pemasaran berikutnya. Analisis data membantu tim untuk menentukan strategi yang lebih efektif dalam hal alokasi anggaran, penargetan audiens yang lebih tepat, dan penyempurnaan konten iklan.

Dengan memahami faktor-faktor apa yang bekerja dan tidak bekerja dalam kampanye sebelumnya, tim dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dan berbasis data untuk kampanye berikutnya. Pemahaman yang mendalam tentang data dari Instagram Ads juga memungkinkan penulis untuk memberikan rekomendasi yang lebih tepat guna kepada tim pemasaran.

Dengan demikian, proses rekap data dari Instagram Ads tidak hanya menjadi langkah rutin untuk melacak kinerja kampanye, tetapi juga menjadi pondasi yang kuat untuk pengambilan keputusan strategis dalam upaya pemasaran digital. Melalui pendekatan berbasis data ini, penulis dapat terus mengembangkan dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran, serta menghasilkan hasil yang lebih optimal untuk merek atau produk yang dipromosikan.

7. Photoshoot model

Photoshoot model merupakan proses penting dalam menciptakan konten visual yang menarik dan berkualitas tinggi. Dalam kegiatan ini, penulis memiliki kesempatan untuk menghasilkan gambar-gambar yang estetik dan profesional yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan pemasaran. Melalui photoshoot model, *brand* dapat meningkatkan daya tarik kampanye pemasaran mereka dengan menampilkan visual yang memukau dan menarik perhatian audiens.

Proses photoshoot model membantu memperkuat identitas merek dengan menghasilkan gambar yang konsisten dengan gaya

dan estetika yang diinginkan. Ini penting untuk membangun citra merek yang kuat dan kohesif di mata audiens. Dengan menampilkan visual yang sesuai dengan identitas merek, perusahaan dapat menyampaikan pesan dan nilai-nilai mereka secara lebih efektif.





Gambar 3. 8 Photoshoot Model

Sumber: Dokumen Penulis,2024

Saat melakukan photoshoot model, penulis memainkan peran penting dalam memberikan arahan pada model dalam mengambil pose agar lebih sesuai dengan tema yang digunakan oleh para *editorial planner*. Gambar-gambar berkualitas tinggi yang dihasilkan dari photoshoot dapat menyoroti detail dan fitur produk dengan jelas, memberikan konteks penggunaan, dan membuat produk terlihat lebih menarik. Hal ini sangat membantu dalam menarik minat calon pelanggan dan meningkatkan kemungkinan pembelian.





3



Gambar 3. 9 photoshoot of the author as a model

Sumber: Dokumen Penulis,2024

Selain memberikan arahan kepada model saat melakukan photoshoot, penulis juga ikut berperan sebagai model dalam beberapa brand untuk kebutuhan perusahaan. Dalam setiap sesi photoshoot, penting untuk merencanakan dan mengatur segala sesuatunya dengan matang. Ini termasuk pemilihan lokasi, pencahayaan, kostum, dan makeup yang sesuai, serta berkolaborasi dengan fotografer profesional dan model yang berpengalaman. Dengan perencanaan yang baik dan eksekusi yang tepat, photoshoot model dapat menghasilkan gambar yang tidak hanya menarik tetapi juga mendukung tujuan pemasaran dan branding secara keseluruhan.

Photoshoot model juga menciptakan konten yang fleksibel dan dapat digunakan dalam berbagai media pemasaran. Gambar-gambar ini dapat digunakan dalam kampanye media sosial, iklan digital, situs web, brosur, dan banyak lagi. Dengan memiliki stok foto berkualitas tinggi, tim pemasaran memiliki sumber daya visual yang berharga untuk berbagai kebutuhan promosi, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang.

Melalui proses ini, merek dapat meningkatkan keterlibatan pengguna dengan konten visual yang kuat dan menarik. Dengan demikian, photoshoot model merupakan investasi penting dalam upaya memperkuat posisi merek di pasar dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran.

8. Editing photo

Editing foto adalah suatu proses yang penting untuk meningkatkan kualitas dan estetika gambar dengan menggunakan berbagai teknik penyuntingan. Penulis belajar berbagai teknik ini untuk melakukan penyesuaian warna, kontras, kecerahan, dan

ketajaman agar foto terlihat lebih hidup dan menarik. Langkah awal dalam proses ini adalah mengatur keseimbangan warna untuk mencapai tampilan yang alami dan harmonis.

Selanjutnya, penyesuaian kontras dilakukan untuk memberikan kedalaman dan dimensi pada foto, sehingga elemen-elemen penting dapat lebih menonjol. Tahap selanjutnya dalam proses editing adalah menghapus noda atau objek yang mengganggu. Hal ini bisa meliputi penghilangan jerawat, bekas kotoran, atau elemen latar belakang yang tidak diinginkan yang dapat mengalihkan perhatian dari subjek utama foto. Dengan menggunakan alat seperti kloning dan penyembuhan, noda-noda tersebut dapat dihapus tanpa meninggalkan jejak, menghasilkan gambar yang bersih dan profesional.

Salah satu bagian penting dari editing foto adalah pemotongan atau penyesuaian komposisi. Dengan memotong gambar, penulis dapat mengubah fokus dan proporsi gambar untuk membuat komposisi yang lebih seimbang dan menarik; penyesuaian ini juga membantu menyoroti elemen penting dalam foto dan memperbaiki tata letak visualnya. Penulis belajar menambahkan efek kreatif sesuai kebutuhan selain penyesuaian dasar. Ini bisa termasuk efek vintage, hitam putih, blur, atau berbagai filter artistik lainnya yang dapat memberikan nuansa khusus pada foto.

Dengan hasil editing yang baik, foto akan terlihat lebih menarik, profesional, dan mampu menarik perhatian pemirsa secara lebih efektif. Foto yang diedit dengan baik tidak hanya meningkatkan kualitas visual tetapi juga dapat menyampaikan pesan yang lebih kuat, membangkitkan emosi, dan memikat audiens. Proses editing

yang teliti dan kreatif ini menjadikan setiap foto karya seni yang dapat dinikmati dan diapresiasi.

9. Melakukan penjualan produk sebagai *host live streaming*

Penulis beberapa kali mendapat tugas tambahan sebagai host live streaming yang bertanggung jawab atas penjualan produk. Tugas utama seorang host live streaming adalah mengatur percakapan, mengajukan pertanyaan kepada tamu atau audiens, dan secara interaktif menjawab pertanyaan dan komentar penonton. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik sangat penting untuk keberhasilan dalam pekerjaan ini. Keberanian juga penting karena host harus dapat tampil di depan kamera dan berinteraksi secara langsung dengan audiens dalam situasi live yang tidak terduga.

Host harus dapat berbicara dengan jelas, percaya diri, dan menyampaikan informasi produk dengan cara yang menarik dan persuasif. Selain itu, sangat penting untuk memiliki kemampuan mengelola situasi saat menghadapi berbagai masalah yang mungkin muncul selama siaran langsung. Kemampuan ini termasuk menangani masalah teknis, menjaga tempo percakapan, dan memastikan bahwa semua aspek acara berjalan sesuai rencana. Selain itu, host harus dapat berpikir cepat dan merespons pertanyaan atau komentar penonton dengan tepat dan informatif.

Saat melakukan live streaming host perlu mempersuasi konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan juga sangat penting. Sehingga dapat menjelaskan dengan jelas mengapa produk tersebut bernilai bagi audiens, host harus memahami fitur dan manfaat produk secara mendalam. Dengan menggunakan teknik penjualan yang efektif dan memanfaatkan momen interaksi

langsung, host dapat mendorong konsumen untuk membeli produk tersebut.

10. Menjadi *talent content* Instagram dan TikTok

Penulis memainkan peran penting dalam membantu proses pembuatan konten ini, termasuk merancang dan membuat materi konten yang dapat menarik pengikut di platform sosial media. Seorang talent konten di Instagram dan TikTok bertanggung jawab untuk membuat konten yang menarik dan memikat audiens. Tugas ini membutuhkan pemahaman mendalam tentang audiens target, serta apa yang mereka anggap relevan dan menarik. Penulis akan secara aktif mengikuti tren terbaru di Instagram dan TikTok, memastikan konten yang dibuat selalu up-to-date dan relevan. Ini termasuk mengikuti hashtag populer, tantangan viral, dan gaya konten yang sedang diminati oleh pengguna. Dengan mengikuti tren ini, penulis dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan setiap postingan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Penulis menilai bahwa terdapat beberapa kendala yang telah dirasakan selama melakukan praktik magang di PT Prioritas Jaya Indonesia, yaitu:

1. Waktu *Approval* kurang efisien

Penulis merasa bahwa proses persetujuan setiap konten yang telah dibuat memakan waktu yang cukup lama dan sering kali mendekati waktu keputungan penulis dari perusahaan. Setiap hari penulis bertanggung jawab untuk membuat tiga story Instagram untuk beberapa brand, dengan batas waktu pengumpulan di jam 11.00. Hal ini bertujuan agar jika terdapat revisi, postingan story

masih dapat diunggah setelah jam makan siang. Namun, persetujuan dan revisi yang dilakukan oleh supervisi sering kali baru dilakukan pada jam 13.00 dan menyebabkan penundaan dalam proses unggah konten.

Selain story Instagram, penulis juga bertanggung jawab untuk mengumpulkan moodboard dan berbagai konten media sosial lainnya. Jadwal pengumpulan konten ini ditetapkan pada jam 15.00 sehingga supervisi memiliki cukup waktu untuk melakukan persetujuan atau revisi sebelum waktu keputungan perusahaan. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa semua konten dapat ditinjau dengan cermat dan mendapatkan umpan balik yang diperlukan tanpa harus mendekati akhir hari kerja.

Kenyataannya, supervisi sering kali melakukan persetujuan atau revisi mendekati waktu keputungan perusahaan. Hal ini menyebabkan tim dan penulis harus melakukan revisi di luar jam kerja perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi (*work-life balance*). Situasi ini juga menimbulkan tekanan tambahan bagi penulis dan tim untuk menyelesaikan revisi dengan cepat agar konten dapat segera diunggah sesuai jadwal.

Penulis merasa bahwa efisiensi dalam proses persetujuan konten sangat penting untuk menjaga produktivitas dan kepuasan kerja. Jika persetujuan dan revisi dapat dilakukan lebih awal sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan, penulis dan tim akan memiliki cukup waktu untuk melakukan perbaikan yang diperlukan tanpa harus bekerja di luar jam kerja. Hal ini juga akan membantu mengurangi stres dan meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan, karena tim memiliki waktu yang cukup untuk memastikan setiap detail sesuai dengan standar perusahaan.

2. Kurang tegasnya supervisi dalam melakukan *Approval*

Tugas yang dimiliki oleh penulis sebagai pekerja magang terbilang sama dengan tugas yang dimiliki oleh staf tetap. Penulis bertanggung jawab untuk membuat konten, merancang strategi media sosial, dan melibatkan audiens melalui berbagai platform, sama seperti rekan-rekan staf lainnya. Namun, penulis merasa bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam cara penilaian konten yang dibuat oleh penulis dan tim magang dibandingkan dengan konten yang dihasilkan oleh staf tetap.

Konten yang dibuat oleh staf tetap bisa mendapatkan persetujuan dengan lebih mudah meskipun terkadang konten tersebut tidak mencapai standar kualitas yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Hal ini terlihat dari beberapa contoh konten yang, meskipun kurang memenuhi kriteria kualitas, tetap lolos dan dipublikasikan tanpa banyak revisi atau umpan balik yang kritis.

Sebaliknya, konten yang dibuat oleh penulis dan tim magang memiliki standar yang lebih tinggi untuk mendapatkan persetujuan dari supervisi. Setiap detail konten yang dihasilkan oleh tim magang diperiksa dengan teliti, dan sering kali penulis dan tim harus melalui beberapa tahap revisi sebelum konten tersebut dianggap layak untuk dipublikasikan. Standar penilaian yang lebih ketat ini mencakup berbagai aspek, mulai dari kesesuaian dengan identitas merek, kualitas visual dan naratif, hingga kepatuhan terhadap strategi pemasaran yang telah ditetapkan.

Situasi ini menyebabkan penulis merasa adanya ketidakadilan dalam proses penilaian dan persetujuan konten. Penulis harus bekerja lebih keras dan dengan lebih banyak perhatian terhadap

detail untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan tidak hanya memenuhi tetapi melampaui ekspektasi supervisi. Sementara itu, staf tetap memiliki lebih banyak kelonggaran dan kemudahan dalam mendapatkan persetujuan untuk konten mereka, meskipun kualitasnya mungkin tidak selalu konsisten dengan standar perusahaan.

3. Pergantian penggunaan website Notion ke Ms. Excel

Pada awalnya, tim media sosial menggunakan Ms. Excel untuk mengelola dan berbagi informasi terkait proyek dan tugas mereka. Namun pada bulan Januari 2024, tim memutuskan untuk beralih ke Notion yang merupakan sebuah platform kolaborasi yang memungkinkan anggota tim untuk saling terhubung dan bekerja bersama melalui satu platform yang terintegrasi dan dapat diakses oleh seluruh anggota tim. Penggunaan Notion ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan koordinasi di antara anggota tim dengan menyediakan fitur-fitur canggih seperti database, kalender, dan alat kolaborasi lainnya.

Penulis bergabung sebagai karyawan magang pada bulan Januari, penggunaan Notion baru saja diterapkan. Hal ini membuat penulis bersama dengan staf lainnya harus mempelajari cara menggunakan aplikasi tersebut dari awal. Meskipun Notion menawarkan banyak kelebihan dalam hal fleksibilitas dan fitur, banyak staf yang masih awam dengan penggunaannya. Mereka merasa kesulitan untuk menavigasi dan memanfaatkan semua fungsi yang disediakan oleh Notion. Situasi ini menimbulkan kebingungan, terutama bagi penulis yang tidak memiliki banyak orang untuk ditanya atau diajak diskusi mengenai penggunaan aplikasi ini.

Kesulitan dalam adaptasi ini menyebabkan sejumlah hambatan dalam pekerjaan sehari-hari. Tim merasa bahwa alur kerja menjadi lebih rumit dibandingkan ketika menggunakan Ms. Excel, yang telah mereka kuasai sebelumnya. Penulis dan rekan-rekan staf mengalami penurunan produktivitas karena harus meluangkan waktu tambahan untuk belajar dan beradaptasi dengan Notion, sementara tugas dan deadline tetap harus diselesaikan.

Setelah beberapa waktu mencoba beradaptasi dengan Notion dan menilai efektivitasnya, tim memutuskan untuk kembali menggunakan Ms. Excel. Keputusan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Ms. Excel lebih mudah dipahami dan digunakan oleh seluruh anggota tim.

4. Pencarian konten untuk konsep yang sama

Pada bulan pertama, penulis bertugas membuat editorial plan dengan merancang isi konten untuk tiga brand yang berbeda. Tugas ini mencakup perencanaan 12 konten Instagram untuk tiga brand dalam satu bulan, sehingga total keseluruhan konten yang harus ditentukan adalah 36 konten. Penulis juga bertanggung jawab untuk menyusun caption dan hashtag yang sesuai untuk setiap konten serta memastikan bahwa setiap postingan selaras dengan identitas dan pesan yang ingin disampaikan oleh merek. Penulis juga memiliki tugas untuk membuat dan merancang 3-4 ide konten untuk *story* Instagram setiap hari untuk dua *brand*.

Proses perencanaan ini dimulai dengan memahami karakteristik dan tujuan masing-masing brand. Penulis harus melakukan riset mendalam untuk mengidentifikasi tema, tren, dan topik yang relevan dengan audiens target setiap brand. Setelah tema bulanan ditentukan, penulis kemudian memecahnya menjadi topik-topik mingguan dan harian, memastikan bahwa konten tetap segar dan

menarik sepanjang bulan. penulis menghadapi kendala besar dalam merancang ide konten yang konsisten dan kreatif untuk 36 postingan dalam satu bulan. Mengelola volume konten yang besar ini membutuhkan kemampuan organisasi yang tinggi dan kreativitas yang terus-menerus. Penulis perlu memastikan bahwa setiap konten tidak hanya unik dan menarik tetapi juga mendukung tujuan pemasaran dan branding dari setiap brand.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Penulis menghadapi beberapa kendala, namun mampu mengatasi masalah tersebut dengan beberapa Solusi, yaitu: waktu approval, tegas, notion, konsep

1. Untuk mengatasi masalah persetujuan konten yang memakan waktu lama dan sering mendekati waktu kepulangan, penulis dapat mengambil langkah-langkah proaktif. Hal yang dilakukan yaitu meningkatkan komunikasi dengan supervisi terkait batas waktu pengumpulan konten dan pentingnya umpan balik tepat waktu. Kemudian, meminta supervisi untuk meninjau konten lebih awal agar tim memiliki waktu untuk revisi tanpa harus bekerja di luar jam kerja. Penulis dapat mengelola waktu pribadi dengan efektif selama menunggu persetujuan konten untuk mengurangi tekanan dan stres.

Dengan langkah-langkah ini, penulis dapat meningkatkan efisiensi persetujuan konten dan menghindari revisi di luar jam kerja. Secara keseluruhan, mempercepat proses persetujuan dan revisi konten tidak hanya akan meningkatkan produktivitas tim tetapi juga membantu menjaga keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi. Penulis berharap bahwa dengan perubahan ini, tim dapat

bekerja lebih efisien dan efektif, serta menghasilkan konten yang lebih berkualitas dan sesuai dengan standar perusahaan.

2. Penulis merasa bahwa konten yang dibuat oleh tim magang dinilai dengan standar yang lebih tinggi dibandingkan dengan konten yang dibuat oleh staf tetap. Untuk mengatasi ini, penulis meningkatkan komunikasi dengan supervisi untuk memahami ekspektasi dan standar yang diharapkan. Penulis berfokus pada meningkatkan kualitas konten dengan melakukan penelitian lebih mendalam dan brainstorming ide-ide kreatif secara rutin.

Dalam rangka menciptakan lingkungan kerja yang lebih adil dan mendukung, penting bagi perusahaan untuk mengevaluasi kembali prosedur penilaian dan persetujuan konten. Dengan menetapkan standar yang konsisten dan memberikan umpan balik konstruktif kepada semua anggota tim, perusahaan dapat memastikan bahwa setiap orang merasa dihargai dan termotivasi untuk mencapai standar kualitas yang tinggi. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan moral dan semangat kerja tetapi juga memastikan bahwa semua konten yang dipublikasikan memenuhi ekspektasi kualitas yang diinginkan.

3. Ketika tim beralih dari Ms. Excel ke Notion, banyak anggota tim yang masih awam dengan aplikasi tersebut, termasuk penulis. Untuk mengatasi ini, penulis mempelajari penggunaan Notion secara mandiri dan mencari sumber belajar tambahan seperti tutorial online. Penulis dan anggota tim juga mengadakan sesi diskusi dan pelatihan internal untuk berbagi pengetahuan dan mempercepat proses adaptasi tim.
4. Untuk mengatasi kendala dalam merancang banyak ide konten untuk 1 bulan, penulis menggunakan strategi berikut. Pertama, gunakan template editorial plan yang terstruktur untuk mengatur topik konten, jenis konten, dan jadwal publikasi. Ini membantu

dalam merencanakan konten dengan lebih terorganisir. Kedua, manfaatkan sumber inspirasi seperti tren industri, observasi kompetitor, dan data analitik untuk menghasilkan ide-ide yang relevan. Ketiga, lakukan sesi brainstorming dengan tim atau pihak terkait untuk memperkaya variasi konten. Terakhir, buat jadwal rutin untuk merancang ide konten secara teratur. Dengan menggunakan strategi ini, penulis dapat mengelola tugas dengan lebih efisien dan menghasilkan konten yang berkualitas sesuai dengan identitas merek.

The image shows a large, faint watermark of the Universitas Multimedia Nusantara (UMN) logo in the background. The logo consists of a blue circular emblem with a stylized globe and a grid pattern, positioned above the text 'UMN' in large, bold, blue letters. Below 'UMN' are the words 'UNIVERSITAS', 'MULTIMEDIA', and 'NUSANTARA' stacked in smaller, blue, all-caps letters.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA