

## **BAB III**

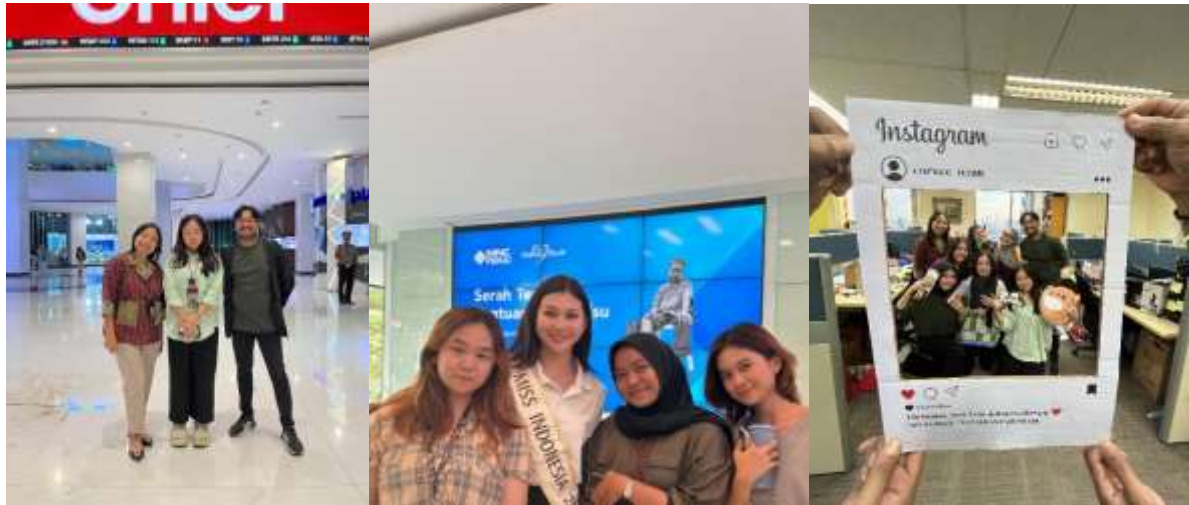
### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang**

Praktek kerja magang yang dilaksanakan penulis adalah sebagai *Social Media Intern* di PT Media Nusantara Citra Tbk. Kegiatan magang berlangsung selama 5 bulan, terhitung sejak 20 Juli hingga 30 November dan dilakukan secara WFO selama lima hari kerja setiap minggunya.

Sebuah perusahaan menerapkan strategi pemasaran dengan cara memonitor dan memfasilitasi terciptanya hubungan interaksi dan partisipasi antara pelanggan dan perusahaan. Hal ini dilakukan melalui platform media sosial yang berfungsi sebagai alat untuk menciptakan dan memperkuat merek perusahaan di mata pelanggan. Defenisi marketing yaitu Rangkaian praktik yang memungkinkan organisasi untuk berkomunikasi dan terlibat dengan audiens mereka secara interaktif dan relevan melalui dan dengan perangkat atau jaringan seluler apa pun. Selain itu fungsi dari mobile marketing adalah membangun merek, mendapatkan konsumen baru, memperoleh keuntungan dan yang terakhir menggunakan jalur dan portal media. (MMA Global, 2010)

Interaksi tersebut dapat berlangsung di situs perusahaan, jejaring sosial, serta situs pihak ketiga. Penulis mendapat kesempatan untuk mengelola media sosial Instagram akun resmi Federasi Futsal Indonesia, Persatuan Olahraga Biliar Seluruh Indonesia dan MNC Peduli. Selain itu, penulis juga berkesempatan untuk ikut berkontribusi dalam berbagai kegiatan penting perusahaan dan mendapat banyak pengalaman berharga yang belum pernah didapatkan sebelumnya. Tugas dan koordinasi *Social Media Intern* dalam membuat konten untuk ketiga akun tersebut berbeda-beda.



**Gambar 3. 1** Dokumentasi Kerja Magang

Umumnya konten yang dibuat untuk akun Federasi Futsal Indonesia dan Persatuan Olahraga Biliar Seluruh Indonesia berupa pengemasan foto dan video dari Tim Media yang sebelumnya telah ditayangkan pada layanan live streaming media televisi MNC Group, kemudian dikemas dan di posting ulang di media sosial. Selain itu, konten lain yang sering dibuat adalah *graphic design* untuk jadwal pertandingan, klasemen sementara, template skor dan lain-lain. Selain itu, FFI dan POBSI juga sering mengadakan kegiatan konferensi pers, rapat, kegiatan pembekalan atlet, dan lain-lain. Dalam acara-acara tersebut tugas penulis dan tim media sosial lainnya adalah sebagai *content creator*, yang bertugas mendokumentasikan seluruh kegiatan hingga akhir acara untuk keperluan konten di media sosial.

Setelah pembuatan konten untuk akun Federasi Futsal Indonesia dan Persatuan Olahraga Biliar Seluruh Indonesia selesai, hasil konten akan langsung di review langsung oleh *supervisor*. Setelah itu, konten yang belum maksimal harus direvisi terlebih dahulu dan konten yang telah mendapat persetujuan atau *approval* akan langsung di upload pada akun media sosial.

Sedangkan konten untuk akun MNC Peduli umumnya adalah membuat video atau foto dokumentasi kegiatan CSR perusahaan. Alur kerja tim media sosial pada MNC Peduli yaitu pertama, tim media sosial akan mendapat briefing kegiatan dan *rundown* acara. Kemudian, Tim MNC Peduli akan memberikan

arahan dan gambaran output yang diinginkan. Setelah itu, tim media sosial akan melakukan *brainstorming* dan pembagian tugas, biasanya pembagian tugas dibagi menjadi tiga yaitu, videographer, photographer dan editor. Ketika pembuatan konten berlangsung, tim media sosial akan mendokumentasikan seluruh kegiatan acara, dan mengedit konten sedemikian rupa sesuai dengan arahan dan output yang diinginkan oleh tim MNC Peduli. Hasil konten akan di review oleh tim MNC Peduli, jika konten sudah mendapat persetujuan atau approval maka konten akan langsung di unggah ke akun media sosial dan jika konten belum sesuai maka konten akan di revisi terlebih dahulu.

### **3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang**

Selama pelaksanaan kegiatan magang di PT Media Nusantara Citra Tbk, penulis berperan sebagai *Social Media Intern* yang bertugas untuk mengelola akun media sosial Federasi Futsal Indonesia, Persatuan Olahraga Biliar dan MNC Peduli. *Social Media Intern* bertanggung jawab untuk mengelola dan mempertahankan kehadiran merek atau perusahaan di berbagai platform media sosial.

Peran dan fungsinya sendiri merupakan membuat strategi media sosial yang efektif untuk meningkatkan kehadiran merek, meningkatkan keterlibatan pengguna, dan mencapai tujuan bisnis yang ditetapkan. Mereka harus memahami target audiens dan tren industri untuk mengembangkan rencana yang tepat. Pembuatan dan pengelolaan konten atau *content creating* merupakan salah satu tugas utamanya, dimana penulis banyak diminta untuk membuat dan menghasilkan konten yang menarik juga relevan untuk dipublikasikan di berbagai platform media sosial. Konten tersebut dapat berupa teks, gambar, video, atau konten interaktif lainnya. Baik *Social Media Intern* juga memegang peran dalam mengelola interaksi dengan pengguna, termasuk merespons komentar, pertanyaan, dan umpan balik. Mereka harus mampu menjaga interaksi yang positif dan membangun hubungan yang baik dengan audiens. Pekerjaan yang banyak dilakukan penulis sendiri adalah

*brainstorming, shooting content, editing content, design graphics, dan copy writing*

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama pelaksanaan kegiatan menjadi *Social Media Intern*, penulis banyak diberikan tugas untuk mengelola media sosial dan isi konten, mulai dari perencanaan konten, pembuatan konten, editing konten, dan desain grafis. Berikut adalah Rincian Pekerjaan Selama Pelaksanaan Kerja Magang yang telah dilakukan oleh penulis.

**Tabel 3. 1** Tugas Kerja Magang

NO	Kegiatan	Aktivitas	Keterangan
1.	<i>Content Creating</i>	<i>Brainstorming</i>	Mencari referensi dan ide konten dengan <i>Social Media Team</i> lainnya, dengan tetap mengikuti <i>creative brief</i> dan gambaran output dari tim media. Pada tahap ini, segala pembagian tugas, perencanaan isi konten ( <i>content plan</i> ), <i>copywriting</i> ditentukan.
		<i>Shooting Content</i>	Melakukan proses pengambilan gambar dan video pada ragam acara dari <i>corporate event</i> MNC Group. Pengambilan foto dan video dilakukan sesuai dengan <i>content plan</i> dan pembagian tugas yang telah dilakukan pada tahap <i>brainstorming</i> .
		<i>Editing content</i>	Merupakan proses pengolahan foto dan video yang dikemas sedemikian rupa sesuai dengan <i>creative brief</i> yang telah ditentukan sebelumnya melalui aplikasi <i>capcut</i> dan <i>canva</i> .
		<i>Design Graphics</i>	Membuat konten desain grafis berdasarkan dokumen, foto dan video yang di berikan oleh Unit Kerja <i>Corporate Event</i> dan Tim Media.

		<i>Copy writing</i>	Membuat caption dan hash tag menarik pada postingan yang akan di unggah.
2.	Protokoler	<i>Seating arrangement</i>	Menerima dan mengarahkan tamu prioritas ke tempat yang telah di sediakan pada event pada acara Indonesia Television Award 2023.
		<i>Usher</i>	Berperan sebagai Penyerah piala pada acara CSR HUT MNC Group 2024.
		Divisi Perkap	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membantu menyediakan segala keperluan dan perlengkapan pada kegiatan kunjungan Universitas Sampoerna.</li> <li>• Memantu menyediakan segala keperluan dan perlengkapan pada kegiatan penanaman pohon yang diselenggarakan oleh MNC Peduli.</li> <li>• Memantu menyediakan segala keperluan dan perlengkapan untuk rapat koordinasi bidang pembinaan &amp; prestasi babak kualifikasi PON XXI/2024</li> </ul>





**Tabel 3. 2** Time Line Tugas

NO	Tugas	Juli		Agustus				September				Oktober				November			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<i>Brainstorming</i>	■		■				■				■				■			
2	<i>Shooting konten</i>			■	■	■					■						■	■	
3	<i>Editing content</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
4	<i>Design Graphics</i>		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	<i>Copy writing</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	<i>Seating arrangement</i>										■								
7	<i>Divisi Perkap</i>										■		■					■	

### 3.2.2 Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum mendapat kepercayaan untuk membantu mengelola akun instagram perusahaan, penulis mendapat pengenalan lingkungan dan briefing seputar job desk yang akan dikerjakan pada hari pertama. Penulis mendapat bimbingan langsung dari *supervisor* dan rekan kerja lainnya yang sudah lebih dulu menjalani program kerja magang pada divisi tersebut. Penulis diminta untuk menganalisis konten yang telah dibuat oleh pekerja magang batch sebelumnya melalui akun instagram @federasifutsal\_id, @biliar\_indonesia, @mncpeduli.id dan akses untuk masuk ke dalam akun canva milik perusahaan, sehingga penulis dapat belajar secara otodidak untuk membuat konten dengan gaya yang serupa. Konten yang dibuat oleh *Social media Intern* sebenarnya lebih difokuskan untuk postingan media sosial Instagram, namun ada beberapa konten yang juga di post di Tik Tok dan Youtube.

Penulis diminta untuk membuat weekly report dan attendance report, yang berisi seluruh pekerjaan yang dikerjakan oleh *Social Media Intern*. Hasil laporan tersebut akan diberikan kepada pihak HRD perusahaan, yang bertujuan untuk memeriksa kualitas kinerja peserta magang setiap bulannya. Terdapat beberapa tahap untuk menguraikan pelaksanaan kerja magang, penulis akan menjelaskannya menggunakan konsep prapengerjaan, pengerjaan dan evaluasi.

### 3.2.2.1 Prapengerjaan

Untuk mempersiapkan posisi *Social Media* Intern di PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC), langkah pertama adalah melakukan analisis situasi dan tujuan. Ini melibatkan identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari strategi media sosial perusahaan, serta penetapan tujuan jangka pendek dan jangka panjang seperti peningkatan brand *awareness* dan *engagement*. Selanjutnya, riset pasar dan audiens menjadi langkah penting dengan mengidentifikasi demografi, psikografi, dan perilaku audiens target, serta melakukan analisis kompetitor dan memantau tren terkini di platform media sosial yang relevan. Strategi konten harus dikembangkan dengan menetapkan tema dan pesan utama yang konsisten dengan brand, menentukan jenis konten seperti postingan gambar, video, artikel blog, dan infografis, serta membuat kalender editorial untuk menjadwalkan postingan secara konsisten.

Dalam tahap implementasi dan eksekusi, produksi konten yang kreatif dan menarik harus dilakukan berdasarkan strategi yang telah ditetapkan, diikuti dengan pengelolaan berbagai akun media sosial perusahaan untuk memastikan konsistensi dan kualitas dari setiap postingan. Monitoring dan evaluasi kinerja konten menggunakan alat analitik akan membantu mengukur metrik seperti *engagement*, *reach*, dan konversi, diikuti dengan pembuatan laporan rutin untuk mengevaluasi efektivitas strategi dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan. Umpan balik dari audiens dan penyesuaian strategi berdasarkan data yang diperoleh menjadi bagian integral dari proses ini.

Pengembangan dan optimalisasi lebih lanjut dapat dilakukan melalui uji A/B untuk mencoba berbagai format konten, waktu posting, dan strategi untuk menemukan yang paling efektif. Kolaborasi dengan

influencer atau mitra lain yang relevan dapat membantu memperluas jangkauan. Selain itu, penting untuk terus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan tim melalui pelatihan dan pembelajaran berkelanjutan. Contoh konkret dari implementasi ini bisa berupa tujuan spesifik seperti meningkatkan engagement di Instagram sebesar 20% dalam 6 bulan dengan audiens target usia 18-34 tahun yang tertarik pada konten hiburan dan berita terkini, yang dijadwalkan secara konsisten dan dimonitor kinerjanya menggunakan alat analitik seperti Instagram *Insights*. Berdasarkan data yang diperoleh, strategi dapat disesuaikan untuk mengoptimalkan hasil.

Penulis menggunakan metode analisis SWOT untuk membedah situasi media sosial di PT Media Nusantara Citra Tbk. Menurut Robinson, analisis SWOT merupakan instrumen analisis lingkungan perusahaan secara internal maupun external, yang dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman dengan penggunaan strategi yang efektif. Gitosudarmo mengatakan bahwa kata SWOT adalah pendekatan dari *Strengths* atau dapat diartikan sebagai kekuatan, *Weakness* atau dapat diartikan sebagai kelemahan, *Opportunity* atau dapat diartikan sebagai peluang dan *Threats* atau dapat diartikan sebagai ancaman. Berikut merupakan analisis SWOT Federasi Futsal Indonesia, Persatuan olahraga Biliar Seluruh Indonesia dan MNC Peduli yang berada di bawah naungan PT. Media Nusantara Citra Tbk:

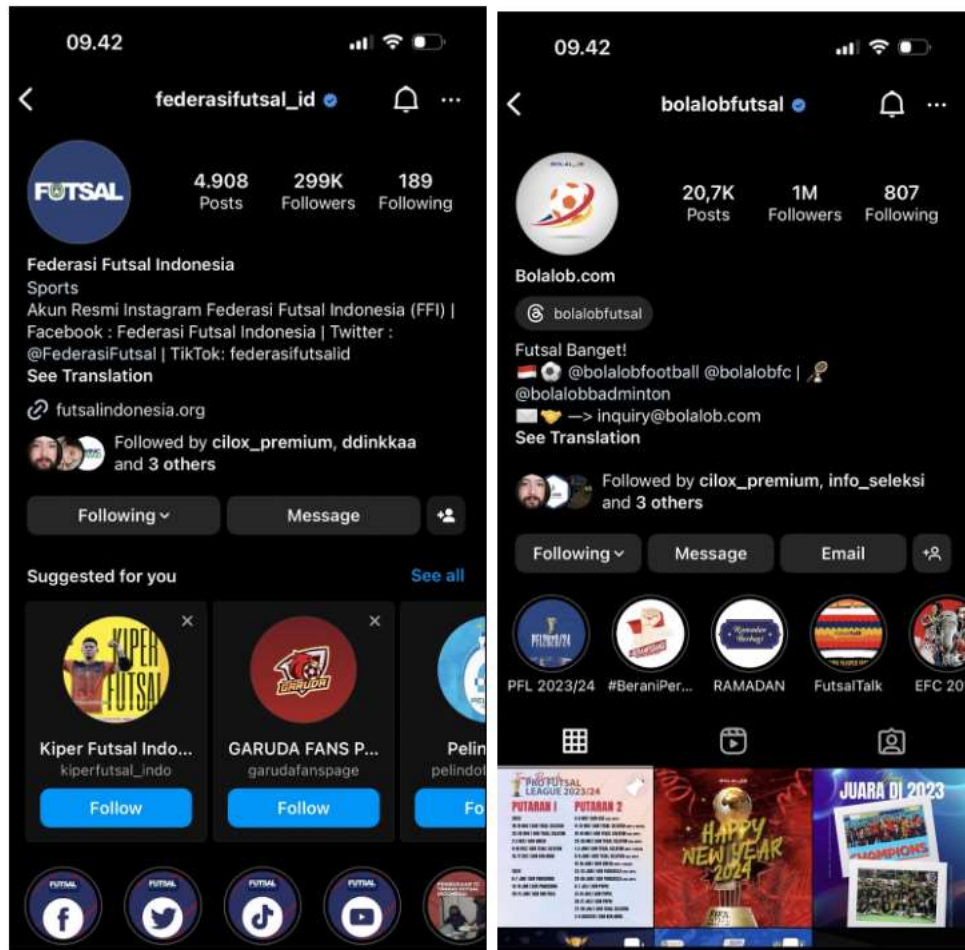


**Tabel 3. 3** SWOT Federasi Futsal Indonesia

<p><b>Strengths:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merupakan organisasi resmi yang menaungi olahraga futsal di Indonesia.</li> <li>• FFI sudah ada sejak tahun 2015 dan berada di bawah naungan PSSI.</li> <li>• Bekerjasama dengan kementerian.</li> <li>• Mengatur segala kegiatan tim nasional futsal Indonesia dan kompetisi LFP.</li> <li>• Pemegang akses siaran televisi olahraga futsal.</li> </ul>	<p><b>Weakness:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyak media olahraga futsal yang memiliki awareness lebih tinggi.</li> </ul>
<p><b>Opportunities:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membawa Futsal ke kancah internasional dan olahraga industri yang membanggakan.</li> </ul>	<p><b>Threats:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuatnya persaingan antara media olahraga dan media futsal di Indonesia.</li> </ul>

Dari analisis situasi pada akun media sosial Federasi Futsal Indonesia, penulis mengidentifikasi bahwa persaingan antara media futsal cukup kuat. Federasi Futsal Indonesia sendiri hanya berfokus menaungi olahraga futsal di Indonesia, sehingga *social media* Federasi Futsal Indonesia juga hanya menampilkan konten futsal yang sedang berlangsung di Indonesia. Berbeda dengan media olahraga futsal lainnya yang menayangkan konten nasional dan internasional, oleh karena itu banyak masyarakat lebih memilih mengikuti akun media olahraga futsal lain dibandingkan akun Federasi Futsal Indonesia sendiri. Hal tersebut dapat

dilihat dari akun Instagram media bola lain yang memiliki *engagement* dan *awareness* yang lebih tinggi dibandingkan dengan akun Instagram organisasi resmi yang menaungi olahraga futsal di Indonesia sendiri. Dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. 2 Media Olahraga Bola

Namun, Federasi Futsal Indonesia memiliki kelebihan tersendiri dibandingkan dengan media olahraga atau media olahraga futsal lainnya. Federasi Futsal Indonesia menayangkan ragam pertandingan dan liga futsal profesional secara live maupun siaran ulang pada MNCTV, Sportstars, Vision Plus dan RCTI Plus. Selain itu, akun *social media* Federasi Futsal Indonesia sebagai organisasi resmi yang menaungi olahraga futsal di

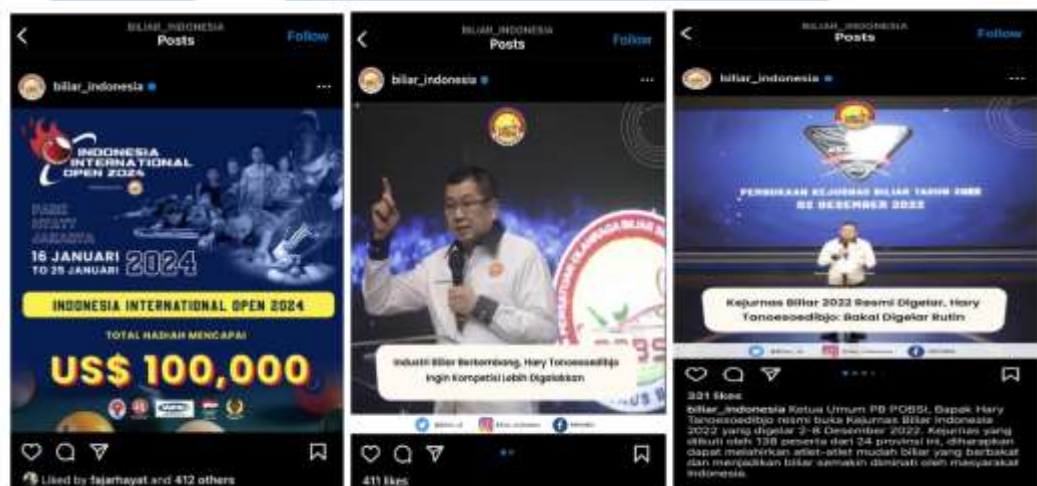
Indonesia, selalu melakukan *real-time update* terhadap situasi dan berita olahraga futsal Indonesia terkini secara akurat.

**Tabel 3. 4** SWOT Persatuan Olahraga Biliar Seluruh Indonesia

<p><b>Strength:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Merupakan media sosial organisasi resmi yang menaungi olahraga biliar di Indonesia.</li> <li>• POBSI sendiri telah berdiri sejak 1953 dan memiliki 34 pengurus provinsi.</li> <li>• Bekerja sama dengan kemenpora.</li> <li>• Memiliki <i>brand ambassador billiard</i> yaitu Raffi Ahmad.</li> </ul>	<p><b>Weakness:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Olahraga biliar belum begitu diminati dan dikenal oleh masyarakat.</li> </ul>
<p><b>Oportunities:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Memajukan cabang olahraga biliar di tingkat nasional maupun internasional dan meningkatkan awareness olahraga biliar di wilayah hukum NKRI</li> <li>• Menghapus stigma negatif masyarakat terhadap olahraga biliar.</li> </ul>	<p><b>Threats:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Stigma negatif yang melekat dengan olahraga biliar seperti tempat hiburan malam, perjudian, dan lain-lain.</li> </ul>

Dari analisis situasi pada akun media sosial Persatuan Olahraga Biliar Seluruh Indonesia, penulis mengidentifikasi bahwa olahraga biliar sangat

melekat dengan stigma negatif seperti perjudian dan tempat hiburan malam. Untuk menghapus stigma negatif masyarakat, pihak POBSI memberikan akreditasi bagi arena biliar yang memang memiliki kepentingan untuk berolahraga atau mengasah kemampuan atlet. Pihak POBSI memberikan jaminan bahwa tidak ada stigma negatif pada tempat biliar yang telah mendapat akreditasi, tempat dan arena tersebut dapat dilihat melalui Web POBSI. Selain itu, stigma buruk juga akan memudar melalui peningkatan prestasi para atlet. Ketua Umum POBSI yaitu Hary Tanoesoedibjo semakin mengencangkan kompetisi dan kejuaraan biliar indonesia, bahkan di tahun 2024 ini POBSI menggelar turnamen biliar kelas dunia pertama di Indonesia. Dibawah ini merupakan gambar terkait dengan instagram POBSI



Gambar 3. 3 Instagram POBSI

- **Pengerjaan**

Pengerjaan untuk posisi *Social Media Intern* di PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC) melibatkan beberapa tahapan penting yang harus dilaksanakan secara sistematis dan efisien. Pertama, *Social Media Intern* harus melakukan analisis situasi dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari strategi media sosial yang ada, serta menetapkan tujuan yang spesifik, terukur, dapat dicapai, relevan, dan berbatas waktu (SMART). Kedua, riset pasar dan audiens dilakukan

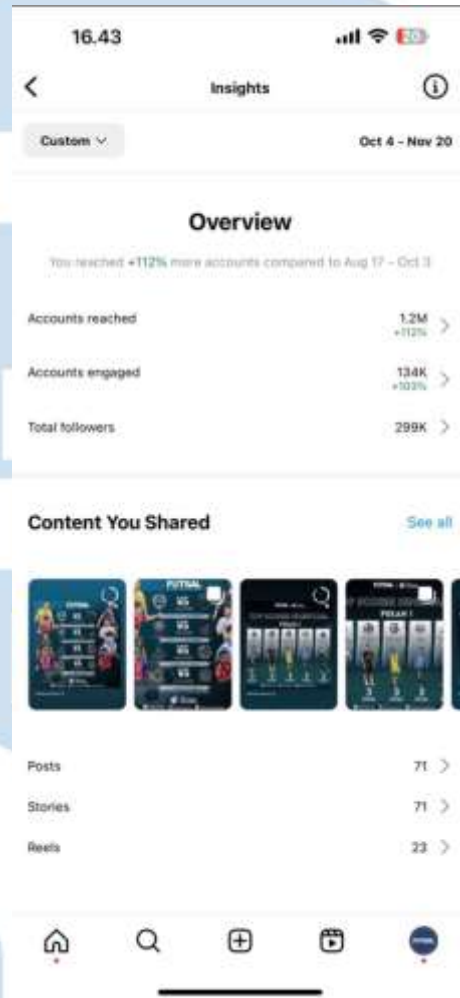
untuk memahami karakteristik demografi, psikografi, dan perilaku audiens target, serta memonitor strategi media sosial kompetitor dan tren terkini di platform yang relevan.

Setelah itu, pengembangan strategi konten melalui *brainstorming* menjadi fokus utama, dengan menetapkan tema dan pesan utama yang konsisten dengan merek perusahaan. Tim *Social Media* harus menentukan jenis konten yang akan diproduksi, seperti postingan gambar, video, artikel, dan infografis, serta menyusun kalender editorial untuk mengatur jadwal posting secara konsisten. Implementasi strategi ini melibatkan produksi konten yang kreatif dan menarik, serta pengelolaan akun media sosial untuk memastikan konsistensi dan kualitas setiap postingan.

Monitoring dan evaluasi kinerja konten harus dilakukan secara rutin menggunakan alat analitik untuk mengukur metrik seperti *engagement*, *reach*, dan konversi. Laporan kinerja perlu dibuat untuk mengevaluasi efektivitas strategi dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan setiap bulannya. Umpan balik dari audiens dan penyesuaian strategi berdasarkan data yang diperoleh sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang. Optimalisasi lebih lanjut dapat dilakukan melalui uji A/B untuk mencoba berbagai format konten dan waktu posting, serta membangun kolaborasi dengan influencer atau mitra yang relevan untuk memperluas jangkauan. Terakhir, tim media sosial harus terus mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka melalui pelatihan dan pembelajaran



berkelanjutan, memastikan bahwa strategi media sosial perusahaan selalu berada di garis depan tren industri.



Gambar 3. 4 Insight Instagram FFI

- **Evaluasi**

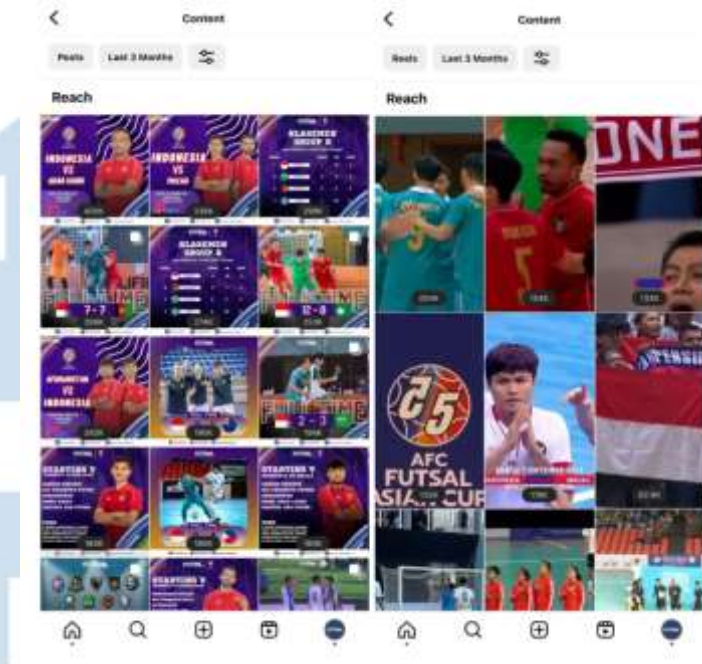
Evaluasi untuk posisi *Social Media Intern* di PT Media Nusantara Citra Tbk (MNC) merupakan proses yang kritis untuk menilai efektivitas strategi media sosial dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan. Tahapan pertama dalam evaluasi adalah pengumpulan data kinerja menggunakan alat analitik yang dapat mengukur metrik penting seperti engagement, reach, impresi, dan klik. Data ini harus dianalisis secara mendalam untuk memahami bagaimana konten dan kampanye media sosial berperforma terhadap tujuan yang telah ditetapkan.

Selanjutnya, pembuatan laporan kinerja secara berkala menjadi penting untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang perkembangan dan hasil dari strategi yang diterapkan. Laporan ini harus mencakup metrik kunci, analisis tren, dan perbandingan dengan target yang telah ditetapkan.

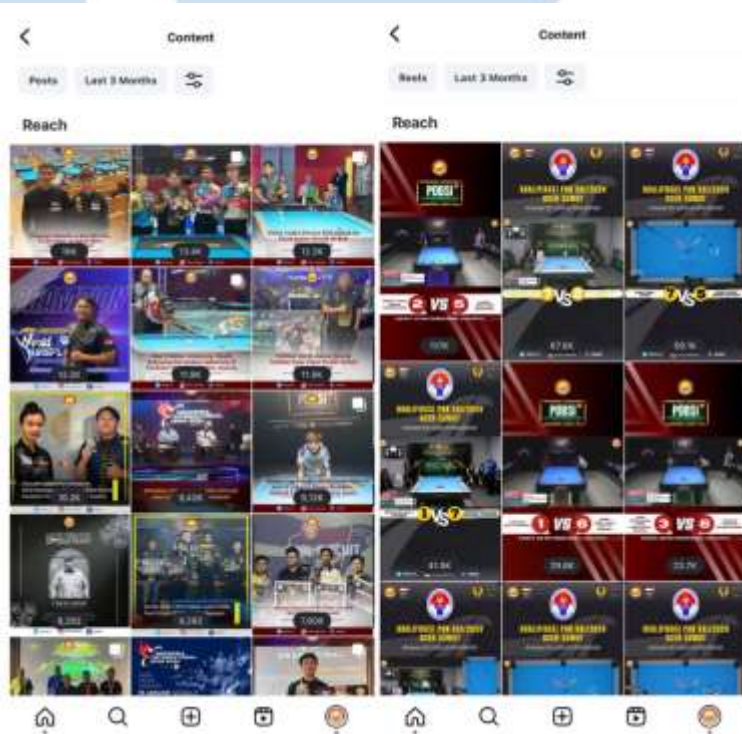
Selain metrik kuantitatif, evaluasi juga harus mempertimbangkan aspek kualitatif, seperti umpan balik dari audiens, sentimen publik terhadap brand, dan kualitas interaksi di media sosial. Analisis kompetitor juga perlu dilakukan untuk memahami posisi perusahaan di pasar dan mengidentifikasi peluang atau ancaman baru. Berdasarkan hasil evaluasi ini, tim media sosial harus membuat rekomendasi untuk perbaikan dan penyesuaian strategi. Ini bisa melibatkan perubahan dalam jenis konten, waktu posting, penggunaan anggaran iklan, atau pendekatan dalam berinteraksi dengan audiens.

Uji A/B dapat digunakan untuk menguji efektivitas perubahan yang diusulkan, dengan membandingkan hasil dari berbagai varian strategi. Terakhir, penting untuk terus mengikuti tren terbaru di media sosial dan mengintegrasikan pembelajaran ini ke dalam strategi yang sedang berjalan. Evaluasi yang berkelanjutan dan memastikan bahwa aktivitas media sosial tetap relevan, efektif, dan selalu selaras dengan tujuan bisnis perusahaan.





Gambar 3. 5 Instagram Content Reach Sepak Bola



Gambar 3. 6 Instagram Posts Reach Billiard

Konten Liga Futsal Profesional 2022/2023 pada bulan Juli-Agustus



Gambar 3. 7 Desain Feeds July-Agust

UMN  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA





Gambar 3. 8 Desain Feeds Oktober AFC Futsal Asia Cup pada bulan Oktober

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



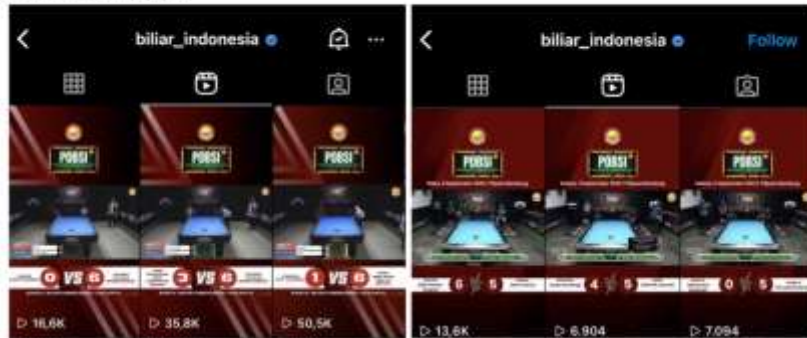
Konten Liga Futsal Profesional 2023/2024 pada bulan November  
Desember



Gambar 3.9 Desain Feeds November

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### POBSI CUP Pelajar



### PON XXI/2024 Aceh-Sumut



**Gambar 3. 10** Desain Reels Kejuaraan POBSI

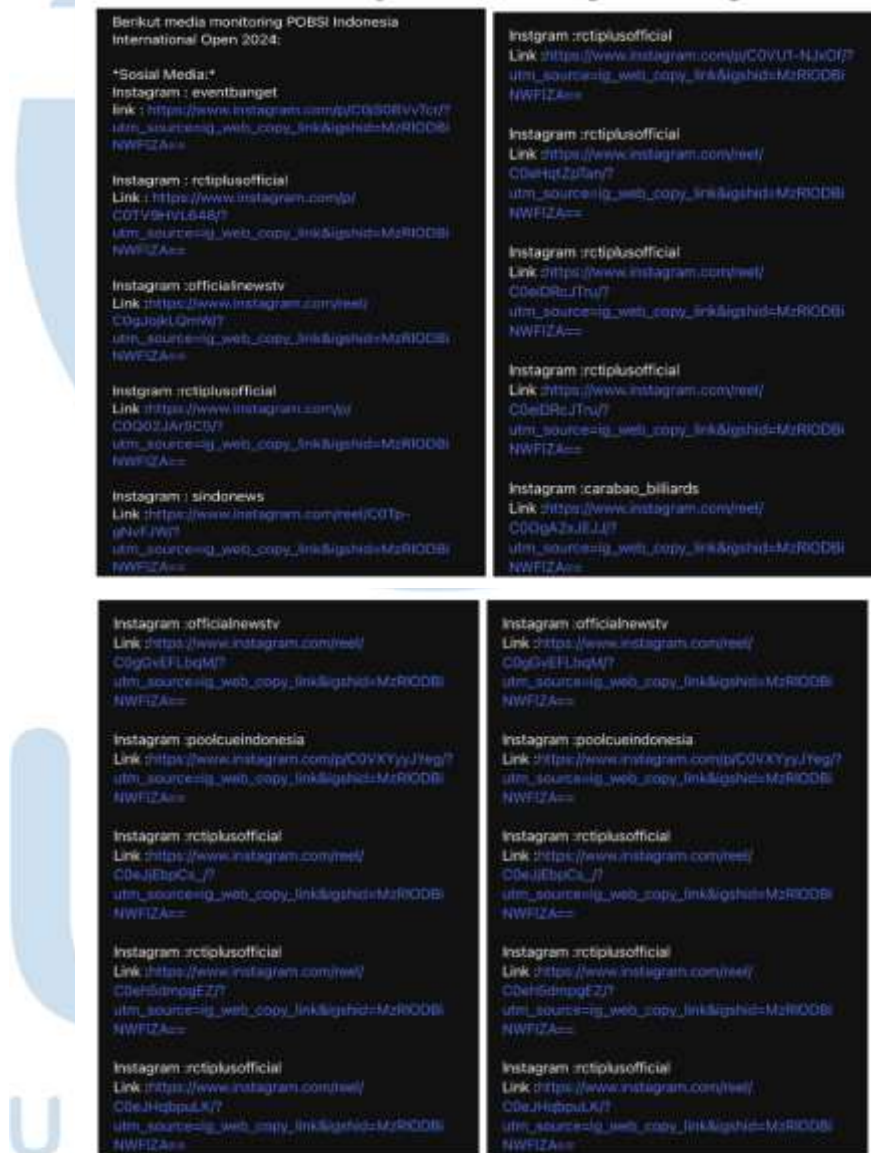
Dalam rangka meningkatkan pemasaran di media sosial, Raffi Ahmad diangkat menjadi Brand Ambassador Biliar Indonesia dan Ketua Bidang Pembinaan Artis POBSI. Karena eksistensinya di media sosial, Raffi Ahmad diberikan kepercayaan oleh Ketua Umum POBSI yaitu Hary Tanoesoedibjo untuk ikut berperan dalam memajukan biliar Indonesia dan mendekatkan cabang olahraga ini kepada masyarakat. Selain itu, Raffi Ahmad juga diminta untuk mempromosikan turnamen Indonesia International Open 2024. IIO 2024 merupakan turnamen kelas dunia pertama di Indonesia, yang akan berlangsung pada 16-26 Januari 2024. Dalam pelaksanaan taktik ini, penulis berperan mendokumentasikan kegiatan press conference IIO 2024 yang diselenggarakan pada 5 December.



**Gambar 3. 11** Pelaksanaan IIO 2024



Tahap control merupakan bagian pemeriksaan dan evaluasi, untuk mencari tau apakah konten yang telah diunggah mencapai target secara maksimal atau tidak. Pada tahap ini, penulis diajak untuk melakukan media monitoring dengan mencari dan mendata segala berita terkait perusahaan pada media sosial Instagram.



Gambar 3. 12 Media Monitoring

Kemudian data tersebut diberikan kepada pihak perusahaan, untuk dilakukan analisis. Hal ini dilakukan untuk memantau berita baik maupun buruk terhadap perusahaan, yang kemudian akan menjadi evaluasi untuk perusahaan.

### **3.2.3 Kendala Utama**

Penulis mengalami beberapa kendala ketika melakukan aktifitas magang di PT. Media Nusantara Citra Tbk, yaitu minimnya pengetahuan dan skill mengedit foto, video dan kurang desain grafis pada awal pelaksanaan kegiatan magang.

### **3.2.4 Solusi**

Penulis mendapat banyak bimbingan oleh supervisor dan rekan magang lainnya, yang sudah lebih dulu menjalankan program magang. Seiring berjalannya waktu, kemampuan penulis dalam membuat desain, *editing* foto dan video semakin membaik. Selain itu, penulis juga belajar otodidak seputar desain grafis, *editing* foto dan video.

