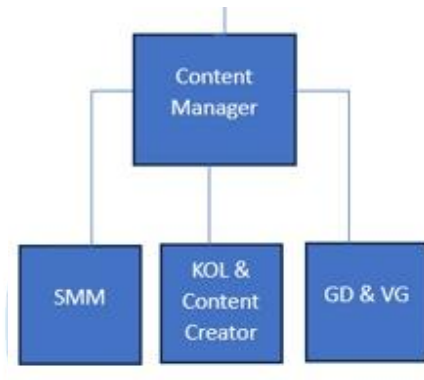


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan Dalam Kerja Magang



Gambar 3. 1 Kedudukan Dalam Kerja Magang

Selama menjalani program magang di PT Anugrah Inti Makmur, saya ditempatkan sebagai *Content Creator Intern* di bawah pengawasan Zalfa Zahira, yang menjabat sebagai *Social Media Manager* di perusahaan ini. Selama magang ini, Zalfa Zahira membimbing dan mengarahkan saya dari awal hingga akhir setiap tugas yang diberikan. Dia memberikan dukungan dan mengajari saya cara menjalankan tugas-tugas tersebut dengan efektif.

Selain menjalankan tugas yang telah ditugaskan, saya didorong oleh Zalfa Zahira untuk aktif memberikan ide-ide kreatif dan inovatif untuk konten media sosial. Ini merupakan bagian dari strategi pemasaran perusahaan untuk mencapai target audiens yang lebih luas dan beragam.

Selama kurang lebih 4 bulan menjalani program magang, saya melaksanakan berbagai tanggung jawab. Mulai dari membuat rencana konten, menyusun brief kreatif, berpartisipasi dalam forum mingguan bersama tim pemasaran dan CEO, mengikuti proses shooting iklan dan konten reguler, mengelola akun media sosial,

serta menulis caption untuk postingan Instagram. Saya juga aktif dalam menciptakan konten organik yang menarik untuk platform Instagram dan TikTok.

Selain tugas-tugas tersebut, saya terlibat dalam kegiatan lain selama magang, seperti berpartisipasi dalam kegiatan CSR di Panti Sosial Tresna Werdha (PSTW) Budi Mulia 2. Dalam kegiatan CSR ini, saya bertindak sebagai anggota panitia acara dan juga sebagai MC, sambil melaporkan jalannya acara CSR. Selain itu, saya juga bertanggung jawab dalam mendesain konten kreatif untuk *Instagram Stories*, serta memproduksi konten video dari pencarian *footage* hingga proses *editing*.

Selama magang, komunikasi efektif dijaga melalui percakapan pribadi di platform seperti WhatsApp, grup Telegram, dan pesan langsung di platform lainnya. Hal ini memfasilitasi diskusi, sesi *brainstorming*, dan koordinasi yang cepat dengan supervisor dan anggota tim lainnya.

3.2 Tugas Dan Uraian Dalam Kerja Magang

Selama magang berlangsung selama delapan ratus dua puluh tiga jam 17 detik ini, saya terlibat dalam berbagai jenis pekerjaan yang mencakup seluruh tahapan dari perencanaan hingga eksekusi. Setiap proses melibatkan berbagai pihak dan membutuhkan kemampuan serta pengetahuan dasar terkait Strategi Pemasaran Media Sosial dan Mobile.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Dalam menjalani magang ini, penulis memulai kegiatan pada tanggal 1 Maret 2024 dan berakhir pada tanggal 30 Juni 2024 di PT Anugrah Inti Makmur, dengan posisi sebagai Content Creator Intern. Berikut adalah rincian tugas yang saya emban, mulai dari yang paling besar hingga yang lebih kecil:

- 1) Membuat Konten di Luar Kantor
 - a. Penulis bertanggung jawab untuk membuat berbagai jenis konten di luar kantor. Ini termasuk merencanakan lokasi, mengambil gambar atau video, serta memastikan semua peralatan dan kebutuhan teknis terpenuhi.
 - b. Penulis juga sering berperan sebagai talent dalam konten, yang berarti penulis harus siap tampil di depan kamera dan berinteraksi dengan audiens.
- 2) Mengunggah dan Mengelola *Story* Instagram
 - a. Penulis harus membuat postingan *story* di Instagram, yang melibatkan pengambilan gambar atau video, mengeditnya sesuai dengan estetika merek, dan menambahkan elemen-elemen interaktif seperti stiker, teks, atau tautan.
 - b. Setelah konten siap, penulis mengunggahnya ke Instagram pada waktu yang optimal untuk mencapai *engagement* maksimal.
- 3) Merencanakan Konten untuk TikTok
 - a. Penulis bertanggung jawab untuk membuat perencanaan konten TikTok. Ini mencakup *brainstorming* ide, menentukan jenis konten yang akan dibuat, dan merencanakan jadwal pengunggahan.
 - b. Penulis juga harus menyiapkan konsep untuk konten organik, yang merupakan konten non-berbayar yang dibuat untuk menarik audiens secara alami.
- 4) Mencari Referensi dan Ide Konten
 - a. Untuk memastikan konten selalu segar dan relevan, penulis harus terus mencari referensi dan ide konten dari berbagai sumber. Ini bisa berupa tren terbaru di TikTok, konten viral di Instagram, atau inspirasi dari kompetitor.

- b. Penulis juga perlu mencari ide untuk konten video organik yang akan diunggah ke TikTok, memastikan konten tersebut menarik dan sesuai dengan preferensi *audiens*.
- 5) Membuat dan Mengedit Video Konten Organik
- a. Penulis bertugas untuk membuat video konten organik, mulai dari pembuatan *storyboard*, pengambilan video, hingga proses editing.
 - b. Penulis harus memastikan video tersebut memiliki kualitas yang baik, menarik, dan sesuai dengan strategi pemasaran yang telah ditetapkan.
- 6) Membuat dan Mengedit Video Konten Organik
- a. Selain membuat konten baru, penulis juga harus mencari referensi untuk *story* Instagram agar selalu *up-to-date* dengan tren dan menarik bagi audiens.
 - b. Penulis bertanggung jawab untuk melakukan revisi pada konten video organik yang sudah ada, memastikan bahwa semua konten yang diunggah berkualitas tinggi dan bebas dari kesalahan.

Tabel 3. 1 Timeline Kegiatan Magang

No	Tugas	Penjelasan Kegiatan	Waktu Pelaksanaan Magang			
			MARET	APRIL	MEI	JUNI
1.	<i>Content Ceator</i>	Membuat konten				
		Mengelola <i>stoty</i> instagram				
		Mengedit Video				
		Membuat <i>Content plan</i>				
2.	Membuat <i>Content Plann</i>	Merencanakan konten				
		Mencari referensi				
3.	<i>Social media analytics</i>	Mengecek Kembali keunggulan dari postingan-postingan				
		Melakukam pengumpulan data <i>Insight</i> instagram				

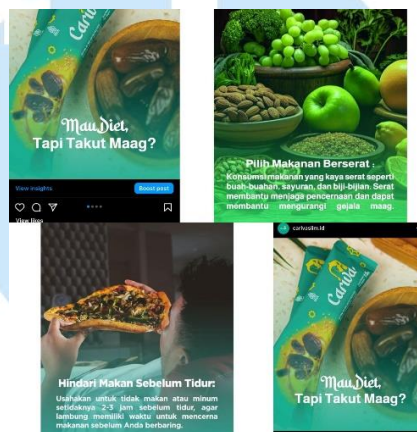
Dengan menjalankan tugas-tugas tersebut, penulis berperan penting dalam memastikan bahwa konten yang dihasilkan selalu menarik, berkualitas, dan sesuai dengan target *audiens*. Penulis tidak hanya harus kreatif dan inovatif, tetapi juga terorganisir dan mampu bekerja secara efisien dalam tim.

3.2.2 Detail Informasi Tugas Kerja Magang

Berdasarkan pemaparan mengenai tugas penulis sebagai *content creator intern* sebelumnya, berikut merupakan rincian detail mengenai beberapa hasil pekerjaan yang penulis lakukan:

- A. Mengunggah konten: Mengunggah konten dalam kegiatan pemasaran di sebuah perusahaan adalah hal yang krusial. Proses ini tidak hanya sekadar memuat konten untuk memasarkan produk, tetapi juga merupakan bagian integral dari strategi pemasaran. Menurut Ilona (2021), konten pemasaran merupakan bagian dari komunikasi pemasaran secara keseluruhan. Dalam pembuatan konten pemasaran, penulis menerapkan strategi SOSTAC. Menurut Chaffey dan Smith (2017), SOSTAC adalah kerangka kerja perencanaan pemasaran yang ringkas namun efektif dalam mengidentifikasi langkah-langkah kunci yang diperlukan untuk menganalisis dan merencanakan pemasaran serta mencapai tujuan bisnis. Strategi SOSTAC terdiri dari enam tahap, yaitu: *Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action*, dan *Control*.
- B. Marketing dalam penawaran produk adalah hal yang wajib dilakukan oleh Perusahaan agar dapat menambahkan nilai minat beli pada konsumen. Menurut Julia dan Teady (2021) Konten *Marketing* dalam hasil pembelian melewati minat beli memiliki pengaruh positif. Maka dalam hal ini seorang *content creator* perlu untuk memilah-milah dalam pembuatan konten agar konten yang diunggah nanti dapat dinilai positif, terdapat informasi yang jelas

mengenai produk dan juga menarik untuk ditonton. Maka dari itu penulis perlu melakukan referensi konten yang menarik lalu konten yang menarik tersebut dapat dieksekusi menjadi konten *brand* dari produk yang ditawarkan oleh PT Anugrah Inti Makmur pada merek Cariva Fiber. Contoh konten yang telah dibuat oleh penulis dalam masa praktek kerja magangnya adalah sebagai berikut:



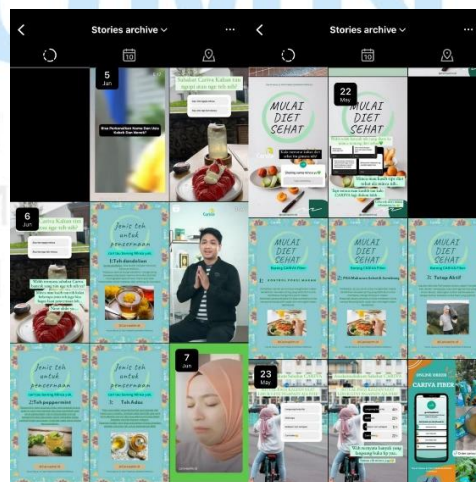
Gambar 3. 2 Instagram Cariva

Gambar 3.2 merupakan hasil konten postingan berupa poster yang dibuat oleh penulis dengan tujuan menginformasikan kepada konsumen mengenai pengetahuan cara diet yang sehat tanpa takut maag, dan dalam unggahan tersebut penulis juga menyematkan produk dan khasiatnya.



Gambar 3. 3 Instagram Cariva

Pada gambar 3.3 penulis mengunggah pembuatan konten pemasaran yang diolah sendiri dari mulai pengambilan video sampai pengeditan yang diambil untuk kepentingan konten tersebut.



Gambar 3. 4 Instagram Cariva

Selama masa magang, penulis bertanggung jawab untuk mengembangkan konten pemasaran lebih intensif melalui *Instagram Stories*, sebagaimana terlihat pada Gambar 3.4. Konten-konten yang diunggah harus menarik dan konsisten. Penulis juga sering melibatkan interaksi dengan pemirsa seperti *polling*, kuis, dan pertanyaan, untuk memastikan penonton terlibat aktif dan merasa dekat dengan *brand* tersebut.



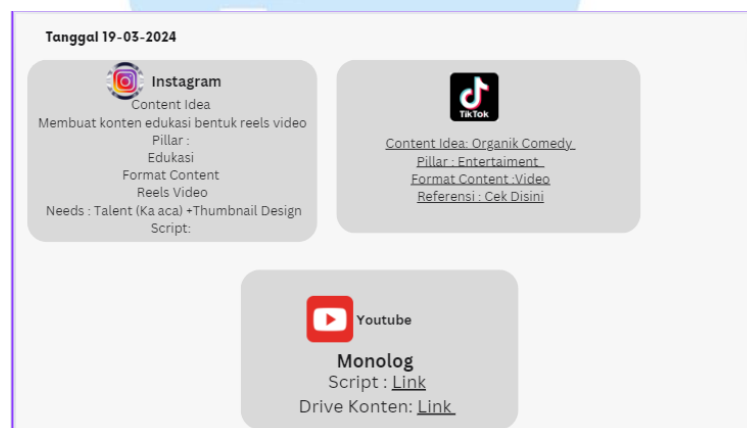
Gambar 3. 5 Instagram Cariva

Dalam gambar 3.5, penulis melakukan tugasnya sebagai *talent* serta penulis juga melakukan tugasnya untuk mengedit video yang akan diunggah ke sosial media.

- C. Membuat Rencana Konten: Selama menjalani magang, penulis bertanggung jawab untuk menyusun rencana konten yang teratur, menarik, dan sesuai dengan tema serta tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian audiens, sesuai dengan kutipan dari buku Tracy L.

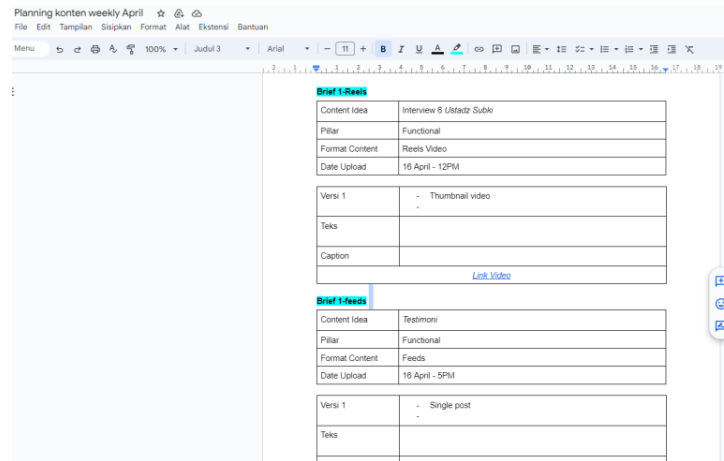
Tuten & Michael R. Solomon yang mengungkapkan bahwa pengalaman strategis merupakan cara di mana pemasar media sosial mendorong audiens target untuk terlibat dengan merek, berinteraksi, dan idealnya, membagikan pengalaman mereka dengan orang lain. Pengalaman ini dapat disajikan melalui aplikasi, permainan, hiburan merek, atau format lainnya, namun konten tetap menjadi bentuk yang paling umum.

Perencanaan konten melibatkan keputusan taktis untuk menerapkan strategi pengalaman tersebut. Dengan membuat rencana konten, penulis dapat menghasilkan konten yang terstruktur, konsisten, dan menarik bagi audiens sehari-hari. Sebagai contoh, berikut ini adalah Rencana Konten yang telah penulis buat:



Gambar 3. 6 Content Plan Cariva

Pada Gambar 3.6 penulis melakukan penautan pada *link content plan* pada bulan Maret, kemudian *link* tersebut dikirimkan oleh pengawas kepada penulis untuk dapat menambahkan penautan *Content Plan* pada *platform* TikTok.

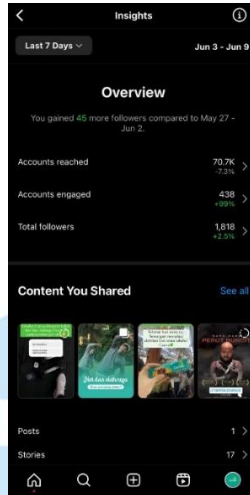


Gambar 3. 7 Content Plan Cariva

Dalam Gambar 3.7, penulis membantu pengawas dalam melakukan pembuatan *content plan* untuk jangka waktu sebulan yaitu dimana *Content Plan* tersebut untuk bulan April

- D. Analisis Media Sosial: Tugas-tugas yang diterima dan dikerjakan oleh penulis selama praktik kerja magang juga meliputi analisis media sosial. Dalam tugas ini, penulis diminta untuk memeriksa alat ukur minat audiens terhadap konten-konten yang telah diposting menggunakan fitur *Insight* di Instagram. Hal ini dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas pemasaran yang telah dilakukan melalui postingan-postingan di platform Instagram, serta sebagai bahan pembelajaran untuk meningkatkan kualitas konten menjadi lebih menarik dan efektif.

Menurut Aziz, Mursityo, & Rachmadi (2018) serta jurnal Muhamad Fitra Alfajri, Viranda Adhiazni, Qurrotul Aini (2019), penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran dapat signifikan mengurangi biaya pemasaran dibandingkan dengan saluran pemasaran tradisional seperti reklame dan iklan di media elektronik. Dengan menggunakan fitur *Insight* secara rutin, perusahaan dapat lebih baik memahami cara untuk berkembang dan menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 3. 8 Insight Instagram Cariva

Penulis Melakukan tugas *Social Media Analytics* dengan cara membuka fitur *Insight* pada Instagram bisnis Cariva seperti pada gambar 3.8

INSTAGRAM						
WEEK	Reach	Engage	Followers	ER	Link tap	Total post
MEI 1-12	207,838	1,432	1663	14,5%	252 (20%)	F: 12 / S: 26 / V: 5
Mei 13-19	169,516	932	1.703	18,1%	156 (35,6%)	F: 8 / S: 14 / V: 3
Kesimpulan	Untuk report dalam 1 minggu ini terdapat peningkatan followers menjadi 1.703 dan peningkatan er dalam 1 minggu ini menjadi 18,1%, konten selama 1 minggu adalah organik.					

Note: Monthly Engagement rate = Acc engage per month / follower x 100

Gambar 3. 9 Insight Instagram Cariva

Dalam gambar 3.9 penulis melakukan *Social Media Analytics* secara lebih detail, dengan mencari tahu akan unggahan postingan dari yang banyak digemari oleh audiens sampai yang sedikit digemari.

3.2.3 Kendala Utama

Selama masa praktik kerja magang sebagai content creator di PT Anugrah Inti Makmur, penulis menghadapi beberapa kendala, antara lain:

- 1) Kesulitan dalam mengelola akun media sosial karena kurangnya *footage* yang disediakan.
- 2) Kurang pemahaman dalam menulis *caption* atau mengambil *footage* yang sesuai dengan brand syariah yang dipegang, mengingat penulis bukan muslim.
- 3) Di awal masa magang, penulis diminta untuk menggunakan hijab saat membuat konten.
- 4) Ketika melakukan konten di luar kantor, penulis menggunakan kendaraan pribadi, namun sistem rembesan yang diterima terlambat.

3.2.4 Solusi

Selama praktik kerja magang, penulis menemukan beberapa solusi untuk mengatasi kendala-kendala yang dihadapi, antara lain:

- 1) Penulis mencoba meningkatkan jumlah *footage* produk agar pengelolaan media sosial dapat dilakukan secara maksimal.
- 2) Setelah membuat *caption* untuk *feeds* Instagram atau *story* Instagram, penulis memastikan kebenarannya dengan meminta konfirmasi dari pengawas terkait dengan sistem penulisan yang digunakan.
- 3) Penulis mencoba untuk membuat konten yang tidak menampilkan wajah, dan setelah sebulan melakukan hal tersebut, pengawas memahami dan tidak lagi meminta penulis untuk menggunakan hijab dalam proses pembuatan konten.
- 4) Penulis tetap bersabar dan mengikuti upaya untuk memastikan sistem reimburse yang seharusnya diterima tepat waktu.