

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani program magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan, saya ditempatkan sebagai *Content Creator Intern* di bawah naungan salah satu program, yaitu Rumah Marimba. Selama periode magang, saya terlibat dalam berbagai tahap kegiatan, mulai dari perencanaan tujuan, penyusunan *content plan*, hingga pengembangan strategi untuk konten yang akan dibuat. Selain itu, saya juga ikut serta dalam proses eksekusi pembuatan konten, distribusi, dan penyebaran konten melalui media sosial, serta melakukan evaluasi terhadap keseluruhan proses yang telah dijalankan.

Dalam menjalani proses magang ini, saya dibimbing langsung oleh *supervisor* yang juga menjabat sebagai Ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan, yaitu Abah Anis Faisal Reza. Pembimbingan yang diberikan memberikan saya kesempatan untuk mendapatkan arahan dan wawasan yang sangat berharga, terutama terkait dengan pengelolaan mitigasi bencana di wilayah Lebak Selatan. Abah Anis Faisal Reza, dengan pengalaman dan keahliannya dalam bidang mitigasi bencana, memfasilitasi saya untuk memahami berbagai konsep penting dalam pengurangan risiko bencana. Selain itu, beliau juga melibatkan saya dalam berbagai kegiatan lapangan dan analisis yang dilakukan oleh Gugus Mitigasi. Melalui bimbingan intensif ini, saya tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga pengalaman praktis yang sangat relevan dengan topik mitigasi bencana dan pengelolaan risiko di daerah rawan bencana.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang selama 640 jam atau setara dengan 4 bulan kerja dan penulis memulai kerja magang pada 27 September 2024. Selama berada pada posisi *Content Creator Intern*, penulis diberikan kepercayaan untuk

menerapkan pembelajaran mengenai *Marketing Communication*, dan *Social Media & Mobile Marketing* yang diterapkan dalam kegiatan Rumah Marimba.

Dalam pelaksanaannya, tugas-tugas tersebut dilaksanakan dalam beberapa waktu yang berbeda, berikut linimasa kegiatan yang dilaksanakan selama kerja magang berlangsung:

Jobdesc	September		Oktober					November				Desember
	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1
Melakukan Analisis Program Rumah Marimba												
Melakukan brainstorming untuk menentukan konten yang akan dibuat												
Menetapkan Tujuan												
Membuat Content Plan												
Membuat Timeline												
Eksekusi Pembuatan Konten												
Proses Pengeditan Konten												
Copywriting Caption												
Distribusi Konten												
Mengunggah Konten di Sosial Media												
Melakukan Evaluasi												

Tabel 3.1 Linimasa Kerja Magang
Sumber: Dokumen Pribadi

Melalui linimasa di atas, penulis terlibat dalam serangkaian kegiatan yang dilaksanakan dengan jadwal yang terperinci, mencakup beberapa bulan dengan tahapan yang jelas. Pada bulan September, penulis memulai dengan melakukan analisis Program Rumah Marimba yang bertujuan untuk memahami kebutuhan dan pengembangan program. Selain itu, penulis juga melakukan *brainstorming* untuk

menentukan konten yang relevan dan menarik untuk disusun. Pada bulan yang sama, penulis menetapkan tujuan yang jelas terkait dengan proyek yang akan dijalankan serta menyusun *Content Plan* yang mencakup langkah-langkah strategis dalam pembuatan dan distribusi konten.

Memasuki bulan Oktober, penulis melanjutkan dengan pembuatan *timeline* yang merinci jadwal pengerjaan konten dan kegiatan lainnya. Di bulan yang sama, penulis juga mengerjakan eksekusi pembuatan konten sesuai dengan rencana yang telah disusun, termasuk memproduksi konten visual dan teks yang akan digunakan dalam program. Selanjutnya, pada bulan November, penulis fokus pada proses pengeditan konten untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan standar yang ditentukan. Selain itu, penulis juga menulis dan menyusun caption yang tepat agar konten dapat lebih menarik bagi audiens yang dituju.

Di bulan Desember, penulis berfokus pada tahap distribusi konten ke berbagai *platform* sosial media yang sesuai dengan target audiens. Selain itu, penulis juga melakukan evaluasi terhadap seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan untuk mengevaluasi hasil dan efektivitas dari setiap tahapan yang telah dilalui. Evaluasi ini menjadi langkah penting untuk merencanakan perbaikan pada proyek di masa mendatang, serta memastikan keberhasilan dari seluruh kegiatan yang dilakukan sepanjang tahun tersebut.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan kerja magang selama 640 jam, penulis ditempatkan pada posisi *Content Creator Intern* dan diberikan kepercayaan untuk mengimplementasikan pembelajaran *Marketing Communications*, dan *Social Media & Mobile Marketing* di Rumah Marimba yang dimana penulis memiliki tugas dan tanggung jawab untuk membangun *brand awareness* melalui *Content Creator*. Berikut uraian tugas dan tanggung jawab penulis dalam pelaksanaan kerja magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan pada Rumah Marimba:

3.2.2.1 Rumah Marimba

Rumah Marimba adalah sebuah inisiatif yang dilaksanakan di Kampung Nagajaya, dengan fokus utama pada anak-anak sebagai target audiens. Kegiatan

yang diselenggarakan di Rumah Marimba dirancang untuk memperkenalkan anak-anak pada dunia literasi dan meningkatkan minat baca mereka. Beberapa kegiatan rutin yang dilaksanakan antara lain membaca bersama, bermain tebak gambar, bernyanyi bersama, mendengarkan dongeng, serta berbagai kegiatan kreatif lainnya yang bertujuan merangsang imajinasi dan rasa ingin tahu anak-anak. Melalui aktivitas-aktivitas ini, diharapkan anak-anak di Kampung Nagajaya dapat lebih memahami pentingnya membaca serta meningkatkan kepedulian sosial mereka terhadap sesama.

Selain kegiatan yang dilaksanakan secara langsung di lokasi, Rumah Marimba juga mengoptimalkan penggunaan media sosial, khususnya Instagram, sebagai platform untuk menyebarkan informasi terkait literasi. Melalui akun Instagram Rumah Marimba, berbagai informasi mengenai pentingnya membaca, cara-cara menyenangkan untuk belajar, serta *update* mengenai kegiatan yang sedang berlangsung, dibagikan kepada masyarakat luas. Media sosial ini tidak hanya digunakan untuk mempromosikan kegiatan Rumah Marimba, tetapi juga sebagai sarana untuk mengedukasi masyarakat mengenai isu literasi dan memberikan contoh bagaimana literasi dapat dijadikan alat untuk meningkatkan kualitas hidup.

Dengan memanfaatkan Instagram, Rumah Marimba dapat menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya anak-anak dan orang tua di Kampung Nagajaya, tetapi juga masyarakat umum yang tertarik untuk mendukung program literasi di daerah tersebut. Melalui postingan yang informatif dan menginspirasi, Rumah Marimba berharap dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pendidikan dan literasi sebagai landasan untuk menciptakan masa depan yang lebih baik. Selain itu, media sosial ini juga berfungsi sebagai sarana untuk menjalin hubungan dengan berbagai pihak yang memiliki visi serupa dalam mendukung perkembangan literasi anak-anak di pedesaan.

Secara keseluruhan, Rumah Marimba bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung anak-anak dalam mengembangkan potensi

mereka melalui kegiatan yang menyenangkan dan mendidik. Dengan pendekatan yang menyeluruh, baik secara langsung melalui kegiatan di kampung maupun secara digital melalui media sosial, Rumah Marimba berkomitmen untuk meningkatkan minat baca, kreativitas, dan kepedulian sosial anak-anak Kampung Nagajaya. Rumah Marimba juga melibatkan berbagai pihak untuk bersama-sama menciptakan perubahan positif bagi generasi mendatang.

Penulis, sebagai *content creator intern*, memiliki tanggung jawab penting untuk membangun kesadaran (*awareness*) mengenai Rumah Marimba, sebuah inisiatif yang bertujuan untuk memperkenalkan dan memperluas jangkauan program literasi di pedesaan. Dalam konteks ini, penulis fokus pada penciptaan konten yang dapat menyebarkan informasi mengenai kondisi literasi di wilayah pedesaan kepada masyarakat luas, baik secara langsung melalui kanal media sosial, maupun secara tidak langsung melalui kolaborasi dengan berbagai pihak terkait. Tujuan utama dari konten yang dibuat adalah untuk menggugah perhatian masyarakat terhadap isu literasi di daerah-daerah yang seringkali terabaikan dan kekurangan akses terhadap sumber daya pendidikan yang memadai.

Dengan harapan, konten yang disusun oleh penulis tidak hanya sekadar menyampaikan informasi, tetapi juga dapat memicu kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pendidikan dan peningkatan literasi, khususnya di wilayah pedesaan. Sebagai bagian dari upaya jangka panjang, diharapkan masyarakat yang melihat dan mengonsumsi konten ini akan semakin melek literasi, menyadari tantangan yang ada, serta termotivasi untuk mendukung upaya yang dilakukan oleh Rumah Marimba dalam mengatasi masalah tersebut. Hal ini meliputi pemahaman tentang rendahnya tingkat literasi di pedesaan, serta ketimpangan akses pendidikan yang ada di sana.

Penulis berharap konten yang dikembangkan dapat membuka mata banyak mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, untuk bersama-sama mencari solusi dan berkontribusi dalam upaya meningkatkan kualitas pendidikan di

daerah pedesaan. Selain itu, melalui distribusi konten yang tepat sasaran, Rumah Marimba diharapkan dapat menarik perhatian lebih besar, baik dari donatur, relawan, maupun kolaborator yang dapat memperluas dampak program literasi yang sedang dijalankan.

Secara keseluruhan, tujuan utama dari kegiatan *content creator* ini adalah untuk membangun platform yang memungkinkan penyebaran informasi secara luas mengenai kondisi literasi di pedesaan, serta mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam meningkatkan kualitas pendidikan di daerah-daerah yang membutuhkan. Konten yang relevan dan mudah dipahami diharapkan dapat menjadi jembatan yang menghubungkan berbagai pihak untuk bergabung dalam inisiatif ini, sehingga program Rumah Marimba dapat berkembang lebih jauh dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi masyarakat pedesaan.

3.2.2.2 Content Creator

Dalam pembuatan konten media sosial Rumah Marimba, terdapat tiga tahapan utama yang harus dilalui, yaitu Pra-produksi, Produksi, dan Pasca-produksi (Maulana et al., 2018)

1. Pra-Produksi

Tahap pertama, Pra-produksi, melibatkan perencanaan ide konten yang akan disajikan kepada audiens, serta pencarian sumber informasi yang relevan dengan tujuan program. Pada tahap ini, tim *content creator* Rumah Marimba melakukan riset mendalam tentang topik-topik yang akan diangkat, seperti literasi dan pemberdayaan komunitas, dengan menyesuaikan dengan kebutuhan audiens yang ingin dijangkau. Ide-ide konten ini kemudian dirumuskan dalam bentuk konsep yang jelas dan terstruktur (Maulana et al., 2018)

(i) Tujuan Pembuatan Konten

Tujuan utama dari pembuatan konten di Instagram @rumahmarimba adalah untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya literasi di pedesaan, khususnya di Kampung Nagajaya. Dengan menciptakan dan mendistribusikan

konten yang relevan dan edukatif, Rumah Marimba bertujuan untuk mengedukasi masyarakat tentang tantangan dan pentingnya literasi dalam menciptakan masa depan yang lebih baik bagi anak-anak di daerah tersebut. Selain itu, *content creator* juga digunakan untuk memperkenalkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Rumah Marimba, seperti membaca bersama, bermain tebak gambar, dan kegiatan edukatif lainnya yang dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam program ini. Melalui konten yang menarik, Rumah Marimba berusaha untuk meningkatkan minat baca anak-anak di Kampung Nagajaya dengan menyediakan akses ke konten yang tidak hanya edukatif tetapi juga menyenangkan. Selain itu, Rumah Marimba ingin mengajak masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam mendukung program literasi dan kegiatan sosial yang mereka jalankan, dengan mengedepankan kolaborasi antara relawan, orang tua, dan masyarakat secara umum untuk menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan literasi anak-anak.

(ii) Pemetaan Target Audiens

Pemetaan target audiens merupakan langkah krusial dalam strategi *content creator* Rumah Marimba untuk memastikan bahwa konten yang dibuat dapat menjangkau audiens yang tepat dan memberikan dampak yang maksimal. Dalam hal ini, penulis menargetkan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang menggunakan sosial media Instagram. Tujuannya agar semakin banyak mahasiswa yang aware dan mau melanjutkan Rumah Marimba pada program Humanity Project Universitas Multimedia Nusantara. Pemetaan yang tepat akan memastikan bahwa konten yang dihasilkan tidak hanya relevan dan bermanfaat, tetapi juga dapat menarik perhatian audiens yang benar-benar membutuhkan informasi dan dukungan untuk meningkatkan literasi di pedesaan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang audiens ini, Rumah Marimba dapat menciptakan pesan yang sesuai dan mengimplementasikan strategi distribusi yang efektif untuk mencapai tujuan jangka panjang.

(iii) Perencanaan Konten

Tahapan penggagasan dan perencanaan konten merupakan langkah penting dalam content marketing yang memastikan bahwa setiap konten yang dibuat memiliki arah yang jelas dan relevansi dengan audiens yang dituju. Pada tahap ini, penulis merancang ide-ide konten yang tidak hanya menarik tetapi juga mendidik dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat, terutama anak-anak di Kampung Nagajaya. Penggagasannya dimulai dengan memahami kebutuhan audiens, yakni bagaimana meningkatkan minat baca anak-anak dan memperkenalkan program literasi Rumah Marimba secara menarik. Perencanaan konten kemudian meliputi penentuan format, jenis konten, jalan cerita, dan timeline.

Pada tahap ini, penulis menyusun *content plan* untuk mempermudah proses pembuatan konten, memastikan bahwa setiap konten yang dibuat konsisten dengan tujuan dan audiens yang telah ditetapkan. Penulis juga mengintegrasikan elemen-elemen kreatif yang dapat menarik perhatian audiens, sekaligus menyampaikan pesan yang jelas dan relevan mengenai program atau kegiatan Rumah Marimba. Dengan demikian, tahap pembuatan ini tidak hanya berfokus pada kualitas konten, tetapi juga pada penyampaian pesan yang efektif dan menyeluruh, yang akan mendukung kesuksesan strategi *content marketing* yang telah direncanakan.

A. *Content Plan*

1 Latar Belakang

Rumah Marimba adalah sebuah inisiatif yang dilaksanakan di Kampung Nagajaya, dengan fokus utama untuk meningkatkan literasi di kalangan anak-anak di daerah pedesaan. Program ini melibatkan berbagai kegiatan edukatif seperti membaca bersama, bernyanyi, bermain tebak gambar, dan mendengarkan dongeng, dengan tujuan untuk membangun minat baca anak-anak serta meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya literasi. Selain kegiatan langsung, Rumah Marimba juga menggunakan platform media sosial, khususnya Instagram, untuk berbagi informasi dan menginspirasi audiens mengenai pentingnya literasi di pedesaan.

2. Tujuan Konten

- (i) Meningkatkan kesadaran tentang pentingnya literasi di pedesaan, khususnya di Kampung Nagajaya.
- (ii) Memperkenalkan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh Rumah Marimba, seperti membaca bersama, bermain, dan kegiatan edukatif lainnya.
- (iii) Meningkatkan minat baca anak-anak di Kampung Nagajaya dengan memberikan akses ke konten yang edukatif dan menyenangkan.
- (iv) Mengajak mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk berpartisipasi dalam mendukung program literasi dan kegiatan sosial Rumah Marimba.

3. Target Audiens

Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang menggunakan Instagram sebagai platform untuk mencari informasi, berinteraksi, dan berbagi pengalaman. Audiens ini cenderung aktif dalam dunia digital, terbiasa dengan konten visual, dan memiliki minat terhadap isu-isu sosial serta pengembangan diri.

4. Jenis Konten

Jenis konten yang diproduksi oleh Rumah Marimba bertujuan untuk memberikan nilai edukatif sekaligus menginspirasi audiens. Inspirasi literasi menjadi jenis konten yang fokus pada pentingnya literasi dan bagaimana membaca dapat membuka peluang baru bagi anak-anak, memberikan wawasan bagi audiens tentang bagaimana literasi dapat mengubah masa depan mereka. Selain itu, kegiatan Rumah Marimba merupakan konten yang menggambarkan berbagai aktivitas yang dilaksanakan di Rumah Marimba, seperti membaca bersama, bernyanyi, dan mendengarkan dongeng, yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga memberikan dampak positif bagi perkembangan anak-anak. Terakhir, *fun learning* berfokus pada permainan edukatif dan aktivitas menyenangkan yang dilakukan anak-anak, yang menggabungkan literasi dengan

kesenangan. Konten ini bertujuan untuk menunjukkan bahwa belajar bisa menjadi aktivitas yang menyenangkan dan interaktif, serta dapat merangsang minat baca anak-anak dengan cara yang kreatif. Ketiga jenis konten ini bersama-sama berperan dalam menciptakan pengalaman belajar yang menarik dan mendalam bagi audiens Rumah Marimba.

5. **Gaya Bahasa**

Gaya bahasa yang digunakan oleh Rumah Marimba dalam content marketing dirancang untuk menciptakan hubungan yang akrab dan menarik bagi audiens. Konten yang dibuat menggunakan gaya informal dan ramah, dengan bahasa yang mudah dimengerti dan bersahabat, sehingga dapat mengundang keterlibatan dari audiens, terutama orang tua dan anak-anak. Selain itu, konten juga mengedepankan pesan yang inspiratif dan positif, bertujuan untuk membangkitkan semangat dan motivasi audiens untuk lebih peduli terhadap literasi dan pendidikan anak-anak. Dengan gaya bahasa yang menginspirasi, penulis berharap dapat mendorong audiens untuk aktif mendukung upaya literasi di pedesaan. Tak kalah penting, konten Rumah Marimba juga bersifat edukatif, memberikan informasi yang berguna mengenai literasi serta cara-cara menyenangkan untuk meningkatkan kemampuan membaca anak-anak. Dengan kombinasi tone yang ramah, positif, dan edukatif, Rumah Marimba bertujuan untuk menciptakan pengalaman belajar yang menyenangkan dan bermakna bagi audiens.

6. **Metrik yang Diukur**

Untuk mengukur keberhasilan dari strategi *content creator* Rumah Marimba, beberapa metrik penting perlu diperhatikan. Salah satunya adalah *engagement rate*, yang mengukur tingkat interaksi audiens terhadap konten, seperti *likes*, komentar, dan *shares* di setiap postingan. Metrik ini memberikan gambaran seberapa efektif konten dalam menarik perhatian dan melibatkan audiens. Selain itu, view dan tonton *Reels/Stories* juga

menjadi indikator yang penting untuk mengevaluasi seberapa banyak orang yang melihat dan berinteraksi dengan konten video singkat yang diposting, seperti *Reels* dan *Stories*. Terakhir, *feedback audiens* yang diperoleh dari komentar dan pesan langsung juga sangat berharga, karena ini mencerminkan respons audiens terhadap konten yang dibagikan, serta memberikan wawasan untuk melakukan perbaikan atau penyesuaian pada konten berikutnya. Dengan memantau metrik-metrik ini, Rumah Marimba dapat mengevaluasi efektivitas konten dan meningkatkan strategi *content marketing* untuk mencapai tujuan yang lebih besar.

Dengan *Content Plan* ini, Rumah Marimba dapat menyusun strategi *content marketing* yang lebih terstruktur dan efektif, serta memastikan setiap konten yang diproduksi memiliki tujuan yang jelas dan dapat memberikan dampak positif terhadap audiens.

B. Content Brief

Content brief adalah perencanaan yang dibuat untuk memastikan proses pembuatan konten berjalan terarah dan fokus sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Brief ini membantu menjaga konsistensi konten dengan identitas merek, baik dari segi pesan, *tone*, maupun visual. Selain itu, *content brief* mempermudah tim kreatif dalam memahami konsep, sehingga proses eksekusi menjadi lebih efisien dan tepat sasaran. Dengan memperhatikan kebutuhan, minat, dan karakteristik target audiens, *content brief* juga memastikan konten yang dibuat relevan dan menarik. Lebih dari itu, *content brief* menyediakan panduan untuk mengukur keberhasilan konten, sehingga evaluasi hasil dapat dilakukan secara efektif. Berikut tabel *content brief* yang penulis buat untuk Rumah Marimba:

Content Pillar	Channel	Content Guideline	Caption	Upload
Live Report	Instagram Story	Melakukan dokumentasi kegiatan rumah marimba menggunakan template story lalu langsung posting real-time	Menyesuaikan jenis kegiatan	20 Oktober 2024
Live Report	Instagram Story	Melakukan dokumentasi kegiatan rumah marimba menggunakan template story lalu langsung posting real-time	Menyesuaikan jenis kegiatan	22 Oktober 2024
Kegiatan Rumah Marimba	Instagram Reels	Melakukan dokumentasi segala persiapan dan kegiatan yang berlangsung lalu dibuat recap	Halo Sobat Marimba Yuk intip keseruan Marimba di Kampung Nagajaya! Belajar sambil bermain untuk meningkatkan literasi anak-anak	23 Oktober 2024
Kegiatan Rumah Marimba	Instagram Reels	Melakukan dokumentasi segala persiapan dan kegiatan yang berlangsung lalu dibuat recap	Halo Sobat Marimba! Melalui dongeng dan permainan, anak-anak makin semangat belajar. Literasi itu menyenangkan!	25 Oktober 2024
Interactive Content	Instagram Story	Melakukan sesi this or that mengenai literasi		9 November
Inspirasi Literasi	Instagram Story	Membuat postingan berisikan motivasi mengenai Literasi	Literasi membantu meningkatkan kreativitas, berpikir kritis, dan prestasi anak!	16 November
Inspirasi Literasi	Instagram Story	Membuat postingan berisikan motivasi mengenai Literasi	Tips meningkatkan literasi anak Ciptakan lingkungan kaya bacaan. Bacakan buku setiap hari. Pilih bahan bacaan sesuai minat anak. Gunakan metode interaktif (diskusi, bercerita). Manfaatkan aplikasi edukasi literasi. Dorong anak menulis cerita atau jurnal. Kunjungi perpustakaan atau toko buku. Buat permainan berbasis literasi. Berikan apresiasi atas usaha membaca.	23 November
Live Report	Instagram Story	Melakukan dokumentasi kegiatan rumah marimba menggunakan template story lalu langsung posting real-time	Menyesuaikan jenis kegiatan	2 Desember 2024
Interactive Content	Instagram Story	Melakukan sesi QnA mengenai kegiatan yang akan dilakukan menggunakan template story	Hari ini balik lagi ke Kampung Nagajaya, kira-kira samperin siapa nih?	2 Desember 2024
Kegiatan Rumah Marimba	Instagram Reels	Melakukan dokumentasi segala persiapan dan kegiatan yang berlangsung lalu dibuat recap	Kata siapa belajar itu membosankan Dengan belajar sambil bermain, adik-adik dapat senang dan menambah ilmu lho!!	7 Desember
Fun Learning	Instagram Reels	Melakukan permainan tebak gambar bersama anak-anak	Tebak gambar bareng anak-anak nagajaya yuk!	19 Desember 2024

Tabel 3 2 Content Brief
Sumber: Dokumen Pribadi

Tabel *content brief* ini memberikan arahan yang jelas kepada penulis tentang bagaimana setiap jenis konten harus dirancang dan diproduksi. Setiap bagian dari tabel ini memiliki karakteristik yang unik, mulai dari tema hingga format, yang membutuhkan pendekatan berbeda. Untuk konten bertema *Live Report* di Instagram Story, penulis diminta untuk mendokumentasikan kegiatan rumah marimba secara langsung. Hal ini menuntut penulis untuk sigap dalam menangkap momen-momen penting dan mengemasnya. Unggahan ini bersifat spontan dan relevan dengan acara yang sedang berlangsung, sehingga penulis harus memastikan setiap detail terlihat menarik dalam waktu nyata.

Sementara itu, untuk konten Kegiatan Rumah Marimba yang akan diunggah sebagai Instagram Reels, fokusnya adalah merangkum dan mengemas ulang dokumentasi acara dengan cara yang lebih terstruktur dan kreatif. Caption seperti “Yuk intip keseruan Marimba di Kampung Nagajaya!” dirancang untuk membangkitkan rasa penasaran audiens, membuat mereka tertarik untuk menonton seluruh video. Pendekatan ini memungkinkan saya untuk menggabungkan narasi

yang informatif dengan visual yang menarik, sehingga pesan tersampaikan secara efektif.

Konten interaktif, seperti sesi tanya jawab tentang literasi, menawarkan peluang untuk melibatkan audiens secara langsung. Di sini, penulis harus memikirkan pertanyaan-pertanyaan menarik yang memancing respons audiens. Gaya bahasanya santai, tetapi tetap berorientasi pada edukasi, agar audiens merasa nyaman untuk berpartisipasi. Kemudian, untuk kategori Inspirasi Literasi, penulis bertugas menciptakan caption yang menginspirasi sekaligus memberikan motivasi kepada audiens. Misalnya, “Literasi membantu meningkatkan kreativitas, berpikir kritis, dan prestasi anak!” Pesannya harus lugas, sederhana, tetapi kuat, sehingga audiens merasa terdorong untuk mengambil tindakan nyata dalam mendukung literasi anak.

Terakhir, ada konten *Fun Learning*, yang menuntut kreativitas lebih tinggi karena harus menggabungkan unsur edukasi dengan hiburan. Tebak gambar, harus dirancang sebagai aktivitas yang menyenangkan untuk anak-anak, tetapi tetap memiliki nilai pembelajaran. Sebagai penulis, setiap elemen dalam tabel ini adalah panduan berharga untuk memastikan konten yang dihasilkan tidak hanya sesuai dengan tujuan, tetapi juga mampu menarik perhatian dan memberikan dampak positif kepada audiens. Pendekatan yang berbeda-beda untuk setiap pilar memungkinkan penulis untuk menjaga variasi dan tetap konsisten dalam menyampaikan pesan utama tentang pentingnya literasi.

2. Produksi

Setelah tahap perencanaan, tahapan berikutnya adalah Produksi, yang berfokus pada proses pembuatan konten itu sendiri. Di tahap ini, konten yang telah direncanakan mulai diwujudkan dalam bentuk foto, video, atau grafik. Proses produksi di Rumah Marimba mencakup pemilihan foto atau video yang relevan, pengambilan gambar yang berkualitas, serta penyuntingan visual agar konten menjadi lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Editing di sini juga melibatkan penataan gambar dan pemilihan elemen visual yang dapat memperkuat

pesan yang ingin disampaikan, seperti meningkatkan kualitas gambar, menambahkan teks atau ilustrasi yang mendukung tema konten, dan menyesuaikan dengan estetika feed media sosial Rumah Marimba (Sugihartono, 2015)

Setelah membuat perencanaan konten, penulis melakukan eksekusi konten berdasarkan dari *content plan* dan *content brief* yang telah ditentukan. Penulis membuat desain dan merekam konten secara langsung turun ke lapangan. Saat berada di lapangan, penulis bertanggung jawab untuk menangkap momen-momen penting dan autentik dari kegiatan yang berlangsung. Proses ini mencakup pengambilan video, foto, dan audio yang akan digunakan dalam produksi konten, dengan tetap menjaga kesesuaian tema dan pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, penulis juga bekerja sama dengan tim lain untuk memastikan setiap elemen yang dibutuhkan dalam konten telah terdokumentasi dengan baik. Dalam proses pembuatan desain, penulis memilih elemen visual yang mendukung, seperti warna, font, dan ilustrasi, agar konten terlihat menarik dan selaras dengan identitas brand atau tema literasi yang diusung.

Setelah konten direkam dan desain diselesaikan, penulis masuk ke tahap pengeditan. Pada tahap ini, penulis menggabungkan semua elemen teks, visual, dan audio untuk menciptakan konten yang utuh dan sesuai dengan pedoman dalam content brief. Caption, teks pada desain, hingga narasi video dipastikan selaras dengan pesan yang ingin disampaikan, sehingga audiens dapat memahami informasi dengan mudah dan merasa terhubung dengan konten. Selanjutnya, penulis juga memeriksa kembali hasil akhir konten untuk memastikan tidak ada kesalahan teknis atau elemen yang kurang sesuai. Jika diperlukan, dilakukan revisi agar konten yang diunggah ke platform seperti Instagram Story atau Reels benar-benar memenuhi standar kualitas yang diinginkan. Dengan demikian, konten yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memberikan nilai edukasi dan inspirasi yang maksimal kepada audiens.

(i) ***Live Report***

Dalam konten *live report*, penulis membuat *template* Instagram Story untuk memudahkan proses dokumentasi kegiatan secara real-time.

Template ini dirancang dengan elemen visual yang menarik dan konsisten dengan identitas *brand* atau tema kegiatan, seperti menggunakan warna, *font*, dan ikon yang sesuai. Tujuannya adalah untuk memastikan setiap unggahan terlihat profesional dan terorganisasi meskipun dilakukan secara langsung saat kegiatan berlangsung. Selain itu, *template* juga memungkinkan penulis untuk menjaga konsistensi visual di setiap unggahan, sehingga audiens dapat dengan mudah mengenali gaya konten tersebut. Dalam proses *live report*, penulis memastikan bahwa konten yang dibagikan tidak hanya informatif tetapi juga menarik perhatian audiens, memberikan gambaran yang jelas tentang kegiatan yang sedang berlangsung, dan mendorong mereka untuk terus mengikuti update terbaru dari acara tersebut.

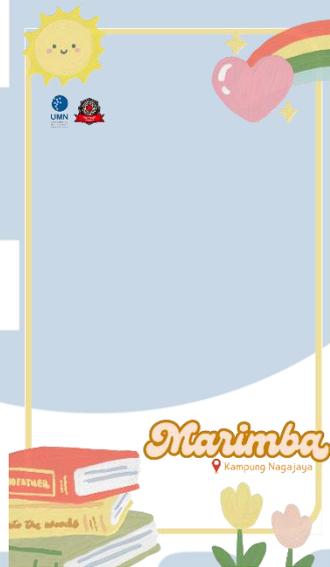


Gambar 3. 1 *Template Story Live Report*

Sumber: Dokumen Pribadi

Desain *template* Instagram Story ini dirancang untuk menciptakan suasana ceria dan ramah, sesuai dengan tema kegiatan literasi dan anak-anak. Pada *template* pertama, elemen visual seperti ilustrasi awan putih, matahari yang tersenyum, dan perbukitan hijau memberikan nuansa hangat dan menyenangkan. Logo organisasi yang terletak di bagian atas

menunjukkan identitas pembuat konten, sementara teks "Rumah Marimba" dan ikon lokasi "Kampung Nagajaya" di bagian bawah memperkuat branding serta lokasi acara. Area tengah yang kosong dirancang untuk mempermudah penempatan foto, video, atau teks secara fleksibel selama dokumentasi kegiatan berlangsung.



Gambar 3. 2 Template Story Live Report
Sumber: Dokumen Pribadi

Sementara itu, *template* kedua memperlihatkan elemen visual tambahan seperti matahari kecil, pelangi dengan hati, dan tumpukan buku yang menunjukkan tema literasi dengan jelas. Bunga-bunga kecil di bagian bawah menambahkan kesan lembut, sedangkan warna-warna cerah seperti kuning, merah, dan hijau membuat desain terlihat hidup dan menarik bagi audiens anak-anak maupun keluarga. Logo organisasi tetap konsisten di bagian atas untuk menjaga identitas, dan teks "Marimba" dengan lokasi "Kampung Nagajaya" di bagian bawah kanan memberikan konteks yang jelas tentang acara. Ruang kosong di tengah dengan bingkai emas tipis memberikan fleksibilitas untuk menambahkan konten secara real-time,

seperti foto atau video dokumentasi. Secara keseluruhan, desain ini menggabungkan elemen estetika, *branding*, dan fungsionalitas untuk menciptakan template story yang menarik dan mudah digunakan.



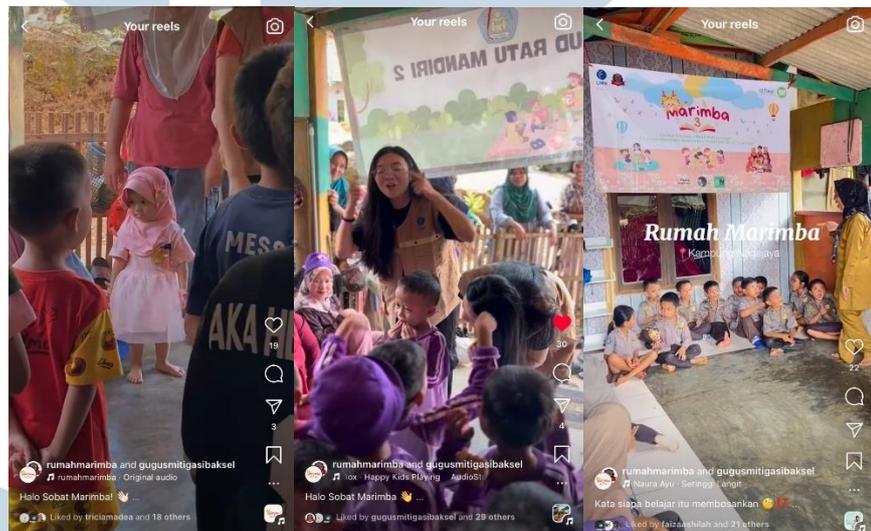
Gambar 3. 3 Live Report
Sumber: Instagram @rumahmarimba



Gambar 3. 4 Live Report
Sumber: Instagram @rumahmarimba

(ii) Kegiatan Rumah Marimba

Konten kegiatan Rumah Marimba berisi rangkuman dari berbagai aktivitas yang telah dilakukan selama acara berlangsung. Konten ini bertujuan untuk memberikan gambaran kepada audiens mengenai keseruan dan manfaat dari kegiatan tersebut, sekaligus menginspirasi dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya literasi. Selain itu, *recap* ini juga berfungsi untuk memperkuat keterlibatan audiens dengan menunjukkan momen-momen menarik, seperti permainan interaktif, dongeng, atau sesi belajar yang melibatkan anak-anak. Dengan pendekatan yang menarik dan informatif, konten ini diharapkan dapat mengundang lebih banyak partisipasi dan perhatian terhadap program literasi di masa mendatang.



Gambar 3. 5 *Content Recap*
Sumber: Instagram @rumahmarimba

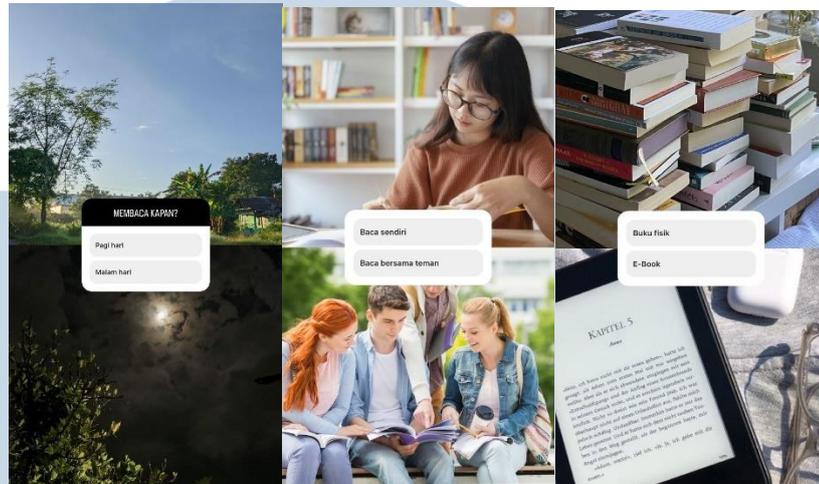
(iii) *Interactive Content*

Interactive Content dibuat untuk meningkatkan keterlibatan audiens dengan cara yang menyenangkan dan edukatif. Konten ini dirancang penulis untuk mengundang partisipasi aktif para audiens. Dengan format yang interaktif, audiens tidak hanya menjadi penonton pasif

tetapi juga terlibat secara langsung dalam aktivitas yang disediakan. Tujuannya adalah untuk membangun koneksi yang lebih kuat antara audiens dan pesan yang ingin disampaikan, sekaligus meningkatkan pemahaman mereka tentang literasi dengan cara yang menarik dan mudah diakses. Konten ini juga memberikan ruang bagi audiens untuk berinteraksi secara langsung dengan program atau inisiatif yang sedang dijalankan, sehingga tercipta rasa keterlibatan dan kesadaran yang lebih besar.



Gambar 3. 6 Polling mengenai kegiatan Rumah Marimba
Sumber: Instagram @rumahmarimba



Gambar 3. 7 This or That
 Sumber: Instagram @rumahmarimba

(iv) Inspirasi Literasi

Konten mengenai inspirasi dalam hal literasi dibuat oleh penulis dengan tujuan untuk memotivasi audiens agar lebih peduli dan terlibat dalam pengembangan literasi, baik untuk diri sendiri maupun lingkungan sekitar. Konten ini dirancang untuk menyampaikan pesan-pesan positif yang membangkitkan semangat membaca, menulis, dan belajar melalui berbagai media, seperti kutipan inspiratif, cerita sukses, atau tips praktis meningkatkan literasi. Dengan menyajikan pesan yang relevan dan menyentuh, konten ini diharapkan mampu menginspirasi audiens untuk menjadikan literasi sebagai bagian dari gaya hidup mereka, sekaligus mendorong mereka untuk menyebarkan kesadaran akan pentingnya literasi kepada orang lain.

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Gambar 3. 8 Konten Tips Meningkatkan Literasi Anak
Sumber: Dokumen Pribadi

Poster tersebut merupakan media edukasi yang dirancang untuk memberikan panduan sederhana dan efektif kepada orang tua, guru, atau pendidik dalam meningkatkan literasi anak. Dengan latar belakang biru cerah yang dihiasi ilustrasi awan kecil, pohon hijau, dan anak-anak yang sedang membaca bersama, poster ini menciptakan suasana ceria dan ramah, sesuai dengan tema literasi anak. Di bagian atas, terdapat logo "Marimba" yang memperkuat identitas pembuat konten. Poster ini menyampaikan tujuh tips utama untuk mendukung literasi anak, di antaranya menciptakan lingkungan kaya bacaan dengan menyediakan buku di rumah, membacakan buku setiap hari untuk membangun kebiasaan membaca sejak dini, serta memilih bahan bacaan yang sesuai dengan minat anak untuk menjaga motivasi mereka. Selain itu, poster ini juga mengajak orang tua menggunakan metode interaktif, seperti permainan atau diskusi, serta memanfaatkan aplikasi edukasi literasi untuk mempermudah akses pembelajaran. Kegiatan seperti mengunjungi perpustakaan juga disarankan untuk memperkenalkan

anak pada lingkungan yang kaya bacaan, dan memberikan apresiasi atas usaha membaca anak sebagai bentuk motivasi. Dengan desain yang menarik dan informasi yang jelas, poster ini bertujuan untuk menginspirasi audiens menciptakan lingkungan yang mendukung kebiasaan membaca pada anak-anak.



Gambar 3. 9 Konten Motivasi Literasi
Sumber: Dokumen Pribadi

Poster tersebut menggambarkan pesan edukatif mengenai pentingnya literasi dalam mendukung perkembangan anak. Dengan visual yang sederhana namun menarik, poster ini menampilkan seorang anak yang sedang membaca buku, dikelilingi oleh elemen-elemen pendukung literasi seperti rak buku, tanaman hias, dan latar interior yang hangat. Pencahayaan dari tiga lampu gantung di bagian atas memberikan kesan fokus pada aktivitas membaca, menyoroti inti pesan yang ingin disampaikan. Di bagian tengah, terdapat teks utama berbunyi "Literasi membantu meningkatkan kreativitas, berpikir kritis, dan prestasi anak!" yang ditulis dengan font ramah

dan mudah dibaca, menegaskan pentingnya literasi dalam membentuk kemampuan berpikir dan keberhasilan anak. Logo "Marimba" di bawah teks utama menunjukkan branding program, memperkuat keterkaitan antara pesan dan kegiatan yang mendukung literasi. Secara keseluruhan, poster ini tidak hanya informatif tetapi juga menginspirasi, memberikan dorongan kepada audiens untuk lebih peduli pada pengembangan literasi anak-anak mereka.

(v) ***Fun Learning***

Pada konten *fun learning*, penulis mengajak anak-anak Kampung Nagajaya untuk bermain tebak gambar. Anak-anak membuat barisan dan bergantian untuk menjawab, menciptakan suasana yang menyenangkan dan interaktif. tujuan konten ini adalah untuk memperkuat citra positif program literasi, menunjukkan dampaknya secara nyata, dan menarik perhatian audiens yang lebih luas untuk ikut mendukung atau berpartisipasi. Dengan menyajikan momen-momen ceria dan edukatif melalui konten ini, diharapkan audiens merasa terinspirasi dan terhubung secara emosional, sehingga memotivasi mereka untuk membagikan konten, mengikuti kegiatan serupa, atau bahkan menjadi bagian dari program literasi di masa depan. Konten ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya literasi melalui pendekatan yang kreatif dan relevan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3. 10 Konten *Fun Learning*
Sumber: Instagram @rumahmarimba

3. Pasca-Produksi

Tahap terakhir adalah Pasca-produksi, yang merupakan proses evaluasi dan penyempurnaan dari konten yang telah dibuat. Setelah konten disusun dan diedit, tim Rumah Marimba melakukan evaluasi untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan sudah jelas dan sesuai dengan tujuan organisasi. Dalam evaluasi ini, tidak hanya dilihat dari segi visual, tetapi juga dari sisi caption yang mendampingi konten tersebut. Caption yang menarik dan informatif sangat penting untuk menjelaskan konteks dan menggugah perhatian audiens. Setelah seluruh proses tersebut dinyatakan selesai dan sesuai dengan standar kualitas, konten siap dimasukkan ke dalam jadwal posting untuk dipublikasikan kepada publik, dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam program-program yang dijalankan oleh Rumah Marimba (Maulana et al., 2018)

Setelah konten selesai diproduksi, penulis mendistribusikannya melalui media sosial Instagram @rumahmarimba. Instagram dipilih sebagai *platform* utama karena memiliki basis pengguna yang luas dan aktif, dengan

mayoritas penggunanya berasal dari target audiens program literasi ini, seperti keluarga, pendidik, dan komunitas yang peduli terhadap perkembangan anak. Selain itu, Instagram adalah platform yang sangat visual, memungkinkan penyampaian pesan literasi secara kreatif dan menarik, sehingga sesuai dengan karakteristik konten yang telah dirancang. Dalam mendistribusikan konten, penulis memanfaatkan beberapa fitur Instagram seperti Instagram Story, dan Reels. Instagram Story digunakan untuk membagikan momen secara *real time*, seperti dokumentasi kegiatan dan konten interaktif. Fitur ini sangat efektif untuk melibatkan audiens secara langsung melalui polling dan tanya jawab, karena sifatnya yang ringan dan mudah diakses. Selain itu, Story yang bersifat sementara sering menjadi konten pertama yang dilihat oleh pengguna, sehingga membantu mempertahankan keterlibatan audiens secara konsisten. Reels juga menjadi bagian penting dalam distribusi konten. Fitur ini dimanfaatkan untuk membagikan video pendek, seperti cuplikan fun learning dan rangkuman kegiatan. Reels dipilih karena memiliki potensi menjangkau audiens yang lebih luas, bahkan di luar pengikut akun, berkat algoritma yang mendorong video Reels ke lebih banyak pengguna. Dengan format yang kreatif dan menghibur, Reels mampu menarik perhatian audiens baru dan memperluas jangkauan program literasi ini. Melalui kombinasi fitur-fitur tersebut, Instagram menjadi platform strategis untuk menyampaikan pesan literasi, membangun keterlibatan audiens, dan memperluas dampak program Rumah Marimba kepada komunitas yang lebih besar.

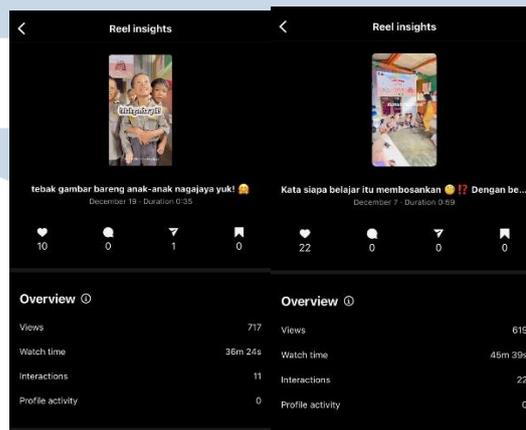
Dalam mendukung pendistribusian konten, diperlukan aspek aspek yang digunakan untuk mendukung penguatan kontennya. Penulis menggunakan hastag yang dimasukan kedalam caption konten Instagram. *Hashtags* memiliki peran penting dalam content marketing, terutama di platform seperti Instagram, karena mereka membantu memperluas jangkauan konten dan memudahkan audiens menemukan informasi yang relevan dengan minat atau topik tertentu. Dengan menggunakan *hashtags*

yang tepat, Rumah Marimba dapat meningkatkan visibilitas konten mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang belum mengikuti akun namun tertarik dengan isu literasi atau pendidikan anak. Hashtags juga memudahkan audiens untuk mengikuti topik tertentu dan terlibat dalam percakapan online seputar program-program yang dijalankan, meningkatkan kesadaran tentang pentingnya literasi di perdesaan. Beberapa hashtag yang digunakan oleh Rumah Marimba antara lain #RumahMarimba, yang menandai setiap konten terkait dengan kegiatan dan misi Rumah Marimba, serta #AnakMelekLiterasi, yang menekankan tujuan untuk meningkatkan literasi di kalangan anak-anak. Hashtag #MinatBacaAnak mengarahkan fokus pada peningkatan minat baca anak-anak, sementara #ProgramLiterasi mengaitkan Rumah Marimba dengan gerakan literasi yang lebih luas. #TumbuhBersama digunakan untuk menggambarkan kolaborasi antara anak-anak, relawan, dan masyarakat dalam program literasi, dan #MariMembaca mengajak audiens untuk lebih aktif dalam membaca dan mendukung literasi. Dengan penggunaan hashtag ini, Rumah Marimba dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan keterlibatan audiens dalam kampanye literasi mereka.

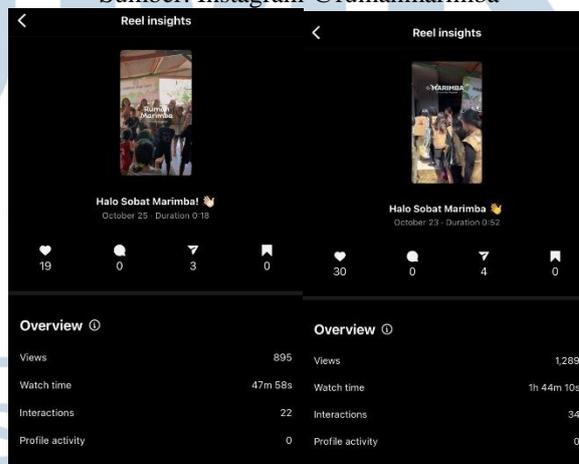
Selain itu, penulis juga memanfaatkan fitur *polling* pada Instagram Story untuk meningkatkan interaksi dengan audiens. *Polling* ini dirancang untuk mengundang partisipasi aktif audiens dengan pertanyaan sederhana namun relevan, seperti memilih buku favorit, memberikan pendapat tentang literasi, atau sekadar mengajukan tantangan interaktif. Dengan cara ini, audiens tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga merasa dilibatkan dalam kegiatan dan diskusi yang menyenangkan. Penulis juga selalu membalas komentar-komentar dari audiens sebagai bentuk apresiasi dan upaya membangun hubungan yang lebih personal. Dengan membalas komentar, penulis menunjukkan bahwa pendapat dan partisipasi audiens dihargai, sehingga mendorong mereka untuk lebih sering berinteraksi. Selain itu, membalas komentar juga menciptakan suasana komunitas yang

hangat dan inklusif, di mana audiens merasa terhubung dengan program dan lebih termotivasi untuk terus mengikuti konten yang dibagikan. Interaksi ini tidak hanya meningkatkan engagement, tetapi juga memperkuat citra positif dan kredibilitas program di mata audiens.

Evaluasi pemasaran konten menjadi langkah penting untuk mengukur efektivitas strategi yang telah diterapkan. Dengan menganalisis metrik seperti views, engagement, dan waktu tonton, kita dapat memahami sejauh mana konten berhasil menarik perhatian dan melibatkan audiens, sekaligus menemukan peluang untuk meningkatkan strategi di masa mendatang. Berikut adalah hasil evaluasi pemasaran konten Rumah Marimba.

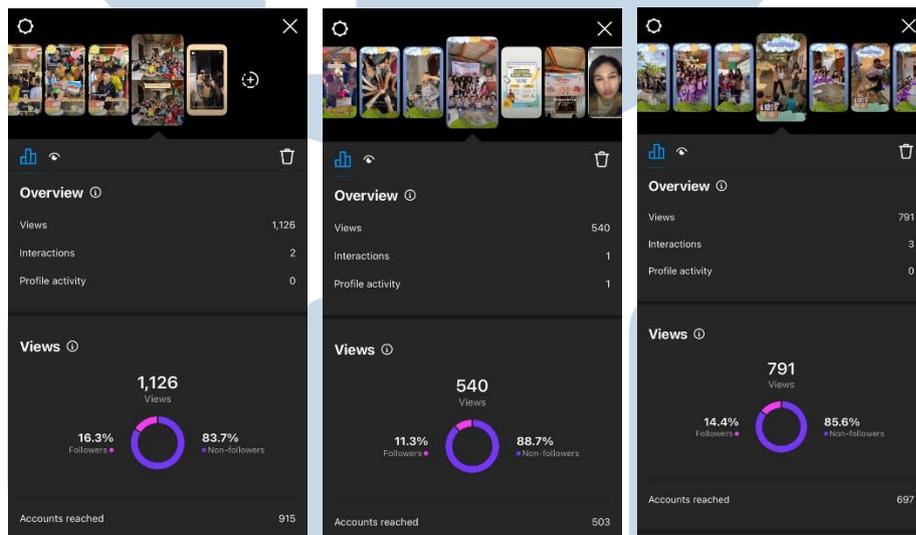


Gambar 3. 11 *Insight* Konten Reels
Sumber: Instagram @rumahmarimba



Gambar 3. 12 *Insight* Konten Reels
Sumber: Instagram @rumahmarimba

Berdasarkan data dari empat konten Reels yang diunggah oleh Rumah Marimba, terdapat total 3,520 views yang berhasil dicapai, menunjukkan bahwa konten video cukup menarik perhatian audiens secara keseluruhan. yang diunggah pada 23 Oktober 2024 menjadi yang paling sukses, memperoleh 1,289 views dan 34 interaksi, termasuk likes dan shares. Secara total, interaksi dari keempat Reels ini mencapai 89, dengan rata-rata engagement rate sekitar 2.5%. Angka ini tergolong lumayan untuk konten organik di Instagram. Dari sisi waktu tonton (*watch time*), konten ini mencatat total waktu tonton kumulatif selama 4 jam 53 menit 11 detik, yang mengindikasikan bahwa audiens tidak hanya melihat sekilas, tetapi juga meluangkan waktu untuk menikmati konten yang disajikan.



Gambar 3. 13 Insight Instagram Story
Sumber: Instagram @rumahmarimba

Berdasarkan data dari tiga konten Instagram Story yang memiliki insight tertinggi, evaluasi dilakukan dengan mengacu pada metrik yang telah disebutkan sebelumnya, yakni views, interactions, dan profile activity. Story pertama memperoleh 1,126 views, dengan 16.3% berasal dari followers dan 83.7% dari non-followers. Interaksi yang dihasilkan adalah 2, tanpa aktivitas profil tambahan. Story ini memiliki performa yang baik

dalam menjangkau audiens baru, seperti terlihat dari tingginya persentase non-followers yang mencapai konten tersebut, namun tingkat interaksinya masih tergolong rendah. Story kedua mendapatkan 791 views, dengan 14.4% berasal dari followers dan 85.6% dari non-followers, serta menghasilkan 3 interaksi. Jumlah interaksi sedikit lebih tinggi dibandingkan Story pertama, meskipun angka views lebih rendah. Hal ini menunjukkan bahwa konten ini memiliki tingkat keterlibatan audiens yang lebih baik meskipun jangkauannya lebih kecil. Sementara itu, Story ketiga mencatat 540 views, dengan 11.3% berasal dari followers dan 88.7% dari non-followers. Konten ini menghasilkan 1 interaksi dan 1 profile activity, yang menunjukkan adanya respons minimal dari audiens. Dari ketiga konten ini, Story pertama memiliki jangkauan tertinggi, namun tingkat interaksi yang rendah menunjukkan bahwa audiens mungkin belum cukup tergerak untuk memberikan respons. Sebaliknya, Story kedua menunjukkan potensi keterlibatan yang lebih baik meskipun jangkauannya lebih kecil.

Untuk meningkatkan efektivitas pemasaran konten Rumah Marimba, beberapa perbaikan dapat dilakukan berdasarkan hasil evaluasi. Pertama, engagement dapat ditingkatkan dengan menambahkan *call-to-action* yang lebih spesifik dalam setiap caption, seperti "Apa pendapat kalian tentang kegiatan ini?" atau "Yuk, bagikan pengalaman seru belajar!" Ajakan ini bertujuan untuk mendorong audiens memberikan komentar, sehingga interaksi menjadi lebih aktif. Selain itu, analisis waktu unggahan perlu dilakukan untuk menentukan kapan audiens paling aktif, sehingga konten dapat dijadwalkan pada waktu-waktu optimal untuk menjangkau lebih banyak pengguna. Selanjutnya, fokus dapat diarahkan pada format konten yang telah terbukti paling sukses, seperti yang menonjolkan interaksi komunitas. Jenis konten ini memiliki tingkat interaksi tertinggi, menunjukkan bahwa audiens merasa lebih terhubung dengan suasana yang akrab dan kolaboratif. Untuk memperkuat hal ini, perlu dikembangkan lebih banyak konten yang menampilkan kegiatan seru dan inspiratif dengan

elemen storytelling yang menarik. Dengan menceritakan kisah di balik setiap kegiatan, audiens tidak hanya terhibur, tetapi juga terinspirasi, sehingga memperkuat dampak program literasi yang dijalankan.

3.3 Kendala Utama

Selama menjalani kerja magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan pada Rumah Marimba, penulis menghadapi beberapa kendala dalam proses pelaksanaannya. Kendala tersebut muncul akibat minimnya pemahaman dan pengalaman yang dimiliki penulis. Namun, melalui tantangan tersebut, penulis berhasil memperoleh pengalaman serta pembelajaran baru yang sangat berharga. Berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi oleh penulis:

1. Kurangnya pemahaman penulis mengenai literasi berbasis komunitas
2. Kurangnya pemahaman penulis mengenai jenis konten yang cocok untuk membahas mengenai literasi

3.4 Solusi

Selama pelaksanaan kerja magang di Gugus Mitigasi Lebak Selatan pada Rumah Marimba, penulis menghadapi berbagai kendala dalam proses pelaksanaannya. Namun, kendala-kendala tersebut menjadi kesempatan bagi penulis untuk mengasah kemampuan problem solving. Berikut adalah solusi untuk setiap kendala yang dihadapi.

1. Penulis membaca referensi terpercaya, serta melakukan diskusi dengan ahli atau praktisi di bidang literasi untuk memperdalam pemahaman.
2. Penulis melakukan riset tren konten di media sosial, mempelajari kebutuhan audiens melalui survei atau polling, serta menganalisis jenis konten literasi yang sukses di platform lain untuk mengembangkan ide kreatif yang relevan.