

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi Kerja Magang

Proses praktik kerja magang pada Gugus Mitigasi Lebak Selatan yang dilaksanakan dengan durasi tiga bulan atau seratus hari kerja dengan kedudukan dan koordinasi kerja magang sebagai berikut.

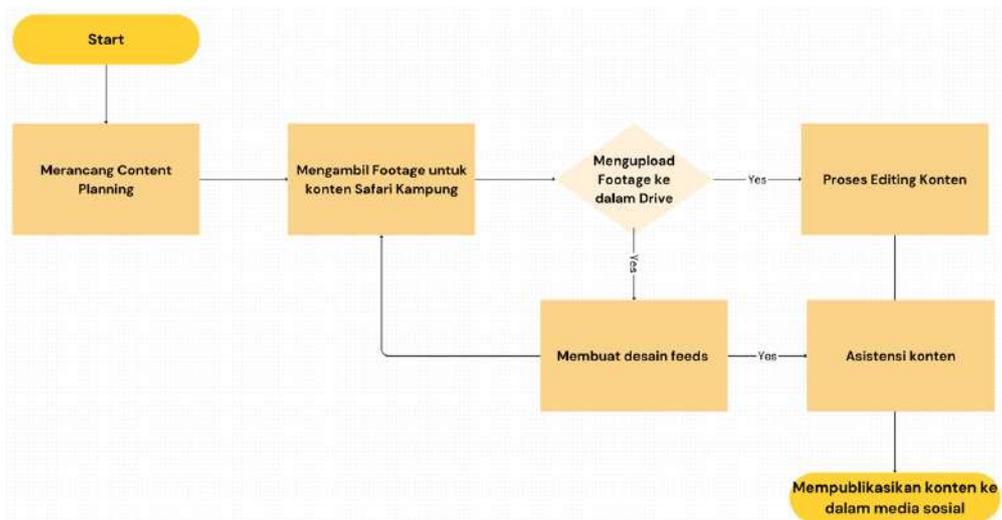
3.1.1 Kedudukan Kerja Magang

Proses kerja magang yang dilakukan dengan durasi tiga bulan pada Safari Kampung pada divisi sosial media/konten kreator *intern*. Konten Kreator merupakan seorang individu yang membuat konten untuk berbagi ide, pengalaman, tutorial dan sebagainya, baik secara gratis maupun berbayar dengan tujuan untuk membangun hubungan emosional dengan *audiens* dan memiliki pengaruh besar (Santoso, 2022).

Oleh karena itu, tugas utama yang dilakukan dalam praktik kerja magang ialah membuat konten mengenai Safari Kampung yang akan dipublikasikan pada media sosial Safari Kampung. Konten yang dibuat akan mencakup pengenalan terhadap Safari Kampung, seluruh kegiatan yang dilakukan oleh Safari Kampung, dan sebagainya. Seluruh konten akan dikemas dalam bentuk video, *story* dan postingan lainnya. Kegiatan yang dipublikasikan merupakan kegiatan *Humanity Project Batch 5* yang dibuat untuk menyebarkan salah satu kegiatan yang dijalankan oleh Safari Kampung oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan dan juga memperkenalkan Safari Kampung kepada masyarakat luas.

3.1.2 Koordinasi Kerja Magang

Selama melakukan praktik kerja magang, divisi publikasi/konten kreator beranggotakan dua orang. Masing-masing anggota bertanggung jawab terhadap satu media sosial. Oleh karena itu, laporan magang akan berfokus konten kreator untuk media sosial Instagram. Seluruh aktivitas magang diawasi oleh Anis Faisal Reza selaku ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan. Berikut alur pekerjaan yang dijabarkan sebagai berikut



Gambar 3.1 Koordinasi Kerja Magang

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.1 memperlihatkan koordinasi kerja magang yang dilakukan saat menjalankan praktik kerja magang pada divisi sosial media/konten kreator. Tahap pertama yang dilakukan adalah merancang konten yang akan dipublikasikan nantinya, lalu mengambil beberapa cuplikan gambar atau video untuk kebutuhan materi konten, mendesain postingan / melakukan proses edit, melakukan asistensi terhadap konten yang dirancang dan mempublikasikan konten yang sudah dibuat pada media sosial Safari Kampung.

3.2.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilaksanakan dengan durasi tiga bulan atau seratus hari kerja akan diklasifikasikan dan dijabarkan secara rinci sebagai berikut.

Tabel 3.1 Tugas Utama Konten Kreator

Analisis Situasi	Menganalisa situasi saat ini dengan seberapa banyak pelanggan yang mampu dipengaruhi oleh saluran <i>online</i> , kinerja pesaing dan tren yang berkembang (Chaffey & Smith, 2017).
Tujuan	Menetapkan arah dan tujuan mulai dari alasan serta manfaat serta tujuan jangka pendek dan jangka panjang yang mampu diukur (Chaffey & Smith, 2017).

Strategi	Menyusun langkah-langkah untuk mencapai tujuan meliputi segmentasi pasar, strategi komunikasi dan sebagainya (Chaffey & Smith, 2017).
Taktik	Rincian tentang bagaimana sebuah strategi akan diimplementasikan, seperti penggunaan alat pemasaran, pemilihan media dan sebagainya (Chaffey & Smith, 2017).
Aksi	Pelaksanaan taktik yang dibuat secara rinci dan langkah-langkah dalam mengelola sebuah kampanye (Chaffey & Smith, 2017).
Kontrol	Melakukan pengukuran terhadap hasil yang dicapai, memantau proses implementasi dan sebagainya (Chaffey & Smith, 2017).

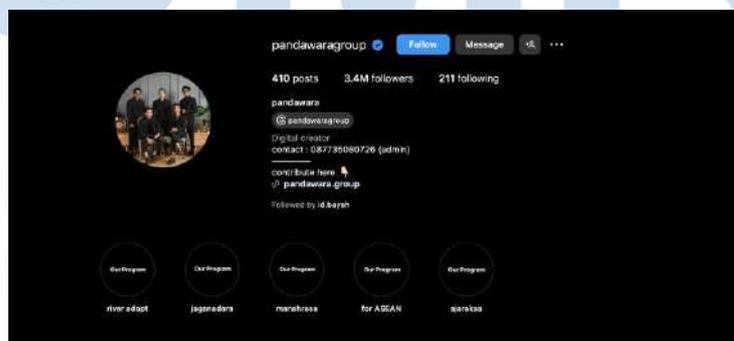
Sumber: Chaffey & Smith (2017)

Tabel 3.1 memperlihatkan tugas dan uraian kerja magang yang dilakukan saat menjalankan praktik kerja magang. Saat berlangsungnya proses kerja magang selama seratus hari dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan kontrol.

3.2.2 Referensi Karya

Referensi karya menjadi acuan untuk menjalankan praktik kerja magang sebagai media sosial/konten kreator untuk menghasilkan konten yang menarik dan juga efektif untuk Safari Kampung, oleh karena itu @pandawaragroup merupakan dijadikan sebagai referensi dalam proses praktik kerja magang karena memiliki korelevanan dengan praktik kerja magang yang dijalankan, berikut penjelasan dan penjabarannya sebagai berikut:

1. Akun Instagram @Pandawara Group

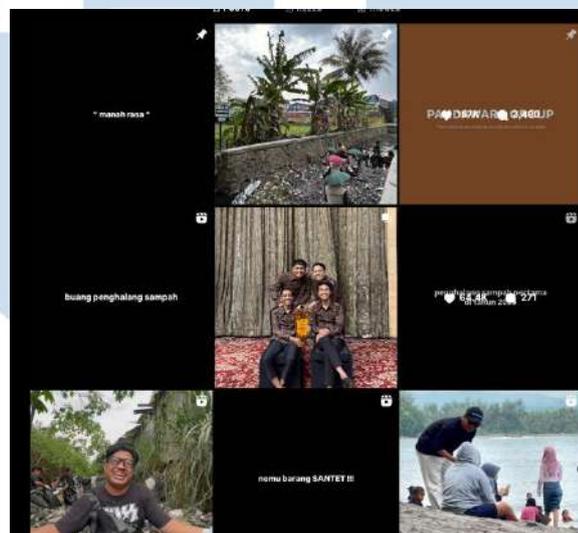


Gambar 3. 2 Instagram Pandawara Group

Sumber: Instagram (2024)

Gambar 3.2 menunjukkan referensi untuk praktik kerja magang berasal dari akun Instagram @PandawaraGroup. Terlihat bahwa Pandawara Group merupakan sebuah komunitas yang bergerak dalam kampanye sosial yang peduli terhadap lingkungan yang berasal dari Indonesia. Akun Instagram yang dimiliki memiliki jumlah followers sebanyak 3,4 juta followers.

2. Referensi Konten





Gambar 3. 3 Instagram Pandawara Group

Sumber: Instagram (2024)

Gambar 3.3 memperlihatkan akun media sosial @pandawaragroup secara rutin mempublikasikan berbagai jenis konten, seperti *feeds*, *reels*, dan *story*. Konten yang dipublikasikan meliputi edukasi, cuplikan kegiatan yang dilaksanakan, informasi mengenai komunitas, dan sebagainya. Dalam rentang waktu tiga bulan (Oktober-Desember), akun ini berhasil memposting 55 *feeds*, dengan masing-masing mendapatkan minimal 9.000 *likes*. Postingan *reels* mencapai 40, dengan minimal 13.000 *likes* dan 300.000 *views*. Sementara itu, jumlah postingan *story* tercatat sebanyak 5. Akun ini tampaknya lebih fokus pada publikasi konten melalui *reels* dan *feeds*.

3.2.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pada dasarnya seorang konten kreator perlu menjalankan beberapa tahap sebelum membuat sebuah konten yang menarik. Langkah pertama yang dilakukan ialah menganalisa situasi, menetapkan objektif, merencanakan taktik, membuat strategi, merancang aksi, dan melakukan kontrol. Berikut penjabaran yang akan dibuat secara rinci sebagai berikut.

A. *Analysis Situation*

Analisis situasi merupakan sebuah tahapan pertama yang dilakukan untuk melakukan analisa terhadap situasi saat ini dengan tujuan untuk mengidentifikasi sumber daya yang dimiliki, pesaing, perantara, kinerja dan

sebagainya dengan menggunakan metode analisis swot untuk merangkum seluruh proses identifikasi (Chaffey & Smith, 2017).

Analisis situasi diberlakukan pada praktik kerja magang yang di mana proses identifikasi dilakukan dengan menggunakan metode SWOT (*strength, Weakness, opportunity, dan threat*). Berikut identifikasi yang dilakukan yang dijelaskan secara rinci.

Tabel 3.2 Analisis SWOT

NO	SWOT ANALISIS	KETERANGAN
1	Strength	<ol style="list-style-type: none"> 1. Safari Kampung melibatkan partisipasi masyarakat terutama ibu-ibu dan anak-anak secara langsung, seperti bermain dan pemaparan materi bencana sehingga mampu menjadi daya tarik utama dalam pembuatan konten. 2. Gugus Mitigasi Lebak Selatan memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat Kampung Nagajaya sehingga memudahkan akses pembuatan konten. 3. Pemanfaatan media sosial mampu menjangkau masyarakat lebih luas sehingga kegiatan Safari Kampung mampu dikenal oleh masyarakat luas. 4. Publikasi Safari Kampung menjadi perdana untuk dilakukan pada <i>Humanity Project Batch 5</i>.
2	Weakness	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat keterbatasan dalam pembuatan konten dengan kualitas tinggi karena ada keterbatasan kamera profesional dan dana. 2. Tidak semua masyarakat Lebak Selatan bisa mengakses konten yang diproduksi karena ada keterbatasan internet. 3. Kurangnya kolaborasi dengan tim 1 yang mengelola konten Safari Kampung sehingga rencana konten tidak lengkap dan tidak sesuai..
3	Oppurtunity	<ol style="list-style-type: none"> 1. Safari Kampung yang dinaungi oleh Gugus Mitigasi Lebak Selatan mampu membuka peluang kerja sama dengan pihak eksternal. 2. Mampu mengundang partisipasi masyarakat luas untuk mengikuti kegiatan kemanusiaan.
4	Threat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi cuaca yang tidak menentu mampu menghambat proses pengambilan konten.

		2. Algoritma Instagram yang tidak menentu sehingga mempengaruhi <i>engagement</i> sehingga tidak dapat dipastikan.
--	--	--

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Tabel 3.2 menunjukkan analisis situasi yang dirancang sebagai langkah awal sebelum masuk ke tahap berikutnya. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai aspek yang dapat mempermudah proses implementasi praktik kerja magang. Dari analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan Safari Kampung dapat dijalankan melalui praktik kerja magang sebagai media sosial atau konten kreator, karena memiliki peluang besar untuk menjangkau masyarakat secara luas serta menjadi perdana untuk dilakukan. Meskipun demikian, terdapat beberapa keterbatasan teknis dan hambatan eksternal yang ditemukan di lapangan. Kegiatan ini tetap memiliki potensi besar untuk menjalin kerja sama dengan berbagai pihak dan akan terus diupayakan semaksimal mungkin guna mencapai tujuan, meskipun menghadapi tantangan seperti ketidakpastian algoritma media sosial dan kondisi cuaca yang tidak menentu.

B. Objective

Dilansir dari buku Digital Marketing Excellence (Chaffey & Smith, 2017) hal kedua yang perlu dilakukan ialah menetapkan objektif, objektif merupakan sebuah langkah untuk menentukan hal apa yang ingin dicapai yang dapat diukur dengan menggunakan format SMART (*specific, measurable, achievable, realistic dan time bound*).

Penetapan objektif menjadi langkah yang penting untuk dirancang agar mampu mengetahui dan mempermudah proses pengimplementasian praktik kerja magang sehingga mampu mencapai tujuan yang ada. Penetapan objektif akan disesuaikan dengan referensi karya yang sudah dibahas sebelumnya pada 3.2.2 referensi karya yang menjadikan akun media sosial Instagram Pandawara Group sebagai salah satu acuan dalam menentukan objektif. Berikut objektif yang dirancang dengan menggunakan metode SMART. Pertama, dalam aspek *Specific*, rencana ini difokuskan

pada menghasilkan konten menarik dan interaktif mengenai kegiatan Safari Kampung. Konten ini bertujuan untuk mengundang serta menargetkan masyarakat luas, memberikan informasi yang komprehensif mengenai kegiatan tersebut, sekaligus mengundang partisipasi masyarakat dalam berkontribusi pada keberhasilan kegiatan.

Kedua, dari segi *Measurable*, target yang ditetapkan meliputi 1.500 *followers* dalam 3 bulan, dengan target 20 postingan *feeds* dan 10 postingan *reels* selama periode yang sama. Setiap postingan *feeds* mendapatkan minimal 200-300 *likes*, sementara setiap postingan *reels* mendapatkan minimal 1.500-2.000 *views* dengan jumlah *likes* minimal 200-300 *likes*. Selain itu, memposting 12 *story* dalam 3 bulan.

Ketiga, pada aspek *Achievable*, target ini dianggap dapat dicapai dengan memanfaatkan kemampuan tim sosial media dan konten kreator melalui penggunaan alat sederhana seperti gadget dan aplikasi pengeditan, serta berkolaborasi dengan masyarakat Kampung Nagajaya dalam proses pembuatan konten.

Keempat, dari sisi *Realistic*, strategi ini memaksimalkan penggunaan sumber daya yang ada serta media sosial melalui konten interaktif dan penggunaan bahasa yang menarik. Terakhir, dalam aspek *Time Bound*, target pembuatan konten dimulai pada Oktober 2024 dengan evaluasi konten yang dipublikasikan selesai pada Desember 2024. Strategi ini dirancang untuk memastikan bahwa tujuan kegiatan Safari Kampung dapat tercapai secara terukur, realistis, dan tepat waktu.

C. Strategy

Strategi merupakan sebuah cara untuk mencapai sebuah tujuan yang diinginkan dan yang telah ditetapkan sebelumnya yang meliputi target segmentasi, *positioning*, *Key Approach*. Serta mampu mempermudah proses perancangan taktik yang akan dilakukan selanjutnya (Chaffey & Smith, 2017).

Strategi menjadi langkah ketiga yang perlu untuk dilakukan sebelum perancangan konten yang diinginkan. Agar, konten yang dirancang mampu tepat sasaran dan memiliki keunikan serta nilai yang diharapkan agar mampu mewujudkan objektif yang diinginkan sebelumnya. Berikut penjabaran strategi yang dilakukan untuk konten Safari Kampung.

Tabel 3.3 Analisis Strategi

No	STRATEGY	KETERANGAN
1	Target Audiens	<p>1. Demografi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usia: 20-45. • Jenis Kelamin: Pria dan Wanita. • Pendidikan: lulusan SD, SMP/SMA, Perguruan Tinggi. • Pekerjaan: Karyawan, Ibu Rumah Tangga, Petani, Pengusaha, dan sebagainya. • Pendapatan: Semua jenis pendapatan. <p>2. Geografi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi: Seluruh wilayah di Indonesia • Lingkungan: Perkotaan, Pedesaan, dan sebagainya. <p>3. Psikografi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Minat/Hobi: Gemar untuk mengikuti komunitas sosial, gemar akan edukasi bencana dan sebagainya • Gaya Hidup; Seseorang yang aktif di media sosial, tradisional, <i>modern</i> dan sebagainya. • Kepribadian: Seseorang yang gemar untuk bersosialisasi, seseorang yang suka dengan sesuatu hal yang baru, seseorang yang suka dengan lingkungan dan kemanusiaan.
2	Positioning	Safari Kampung merupakan sebuah komunitas dan juga merupakan kegiatan yang melakukan kegiatan kemanusiaan yang memberikan edukasi mengenai bencana dan juga menyenangkan bagi masyarakat.
3	Key Approach	1. Topik Utama: Edukasi bencana yang mampu diikuti oleh seluruh kalangan, mitigasi bencana, keterlibatan sebuah komunitas Safari Kampung untuk kegiatan kemanusiaan

		2. Gaya konten: Video pendek dengan menggunakan Instagram dan juga postingan <i>story</i> serta postingan <i>feeds</i> yang berisikan pengenalan Safari Kampung, dokumentasi kegiatan yang dikemas secara interaktif dan kreatif.
--	--	---

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Tabel 3.4 memperlihatkan analisis strategi yang dirancang agar mampu mempermudah proses perancangan taktik sebelum proses aksi dilakukan. Perancangan strategi dilakukan untuk memberikan arahan rinci mengenai hal apa yang akan dilakukan.

D. Tactics

Taktik merupakan rincian dan dijabarkan dari cara pengimplementasian dari strategi yang sudah dirancang sebelumnya yang berisikan rencana konten yang akan dilakukan meliputi jenis konten, *copywriting* yang akan digunakan, jadwal postingan, tagar yang digunakan dan sebagainya (Chaffey & Smith, 2017).

Taktik akan dijelaskan secara rinci dan juga lengkap dan menjadi bentuk pengimplementasian dari strategi yang sudah dirancang sebelumnya pada 3.4. Taktik perlu dibuat secara rinci dan spesifik agar mampu mempermudah proses implementasi pada bagian *action* nantinya.

Content Feeds Safari Kampung

No	Content	Content Pillar	Content Guideline	Caption	Upload	Link Content	Format Content
1		Promotional	<p>Key Idea: Logo Safari Kampung.</p> <p>Key Message: Memberikan visual terkait Logo Safari Kampung.</p>	<p>"🌍🌳 Safari Kampung: Edukasi Bencana untuk Masa Depan 🌱📖 Safari Kampung hadir untuk mengajak anak-anak dan ibu-ibu belajar bersama tentang mitigasi bencana melalui permainan dan kegiatan edukatif. Di sini, kita tidak hanya bermain, tetapi juga membekali diri dengan pengetahuan dan keterampilan yang penting untuk menghadapi bencana. Mari beraksi untuk keselamatan dan ketahanan bersama! 🌱🌳 #SafariKampung #MitigasiBencana #EdukasiBencana #BersamaSelamat #SiapSiaga #GugusMitigasiLebakSelatan #LebakSelatan #Banten</p>	13/11/2024 / - 13.00 PM	https://www.instagram.com/share_a1wIQDPu	Feeds
2		Infomational	<p>Key Idea: Foto kegiatan Safari</p>	<p>"🌱 Apa itu Safari Kampung? 🌳 Safari Kampung adalah program</p>	14/11/2024 / - 13.00 PM	https://www.instagram.com/share/BBT	Feeds (Carousel 2 content)

Gambar 3. 4 Perencanaan Konten Feeds

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.4 memperlihatkan perencanaan konten untuk postingan *feeds* yang telah dibuat secara rinci. Perencanaan konten yang dirancang dibuat secara rinci menggunakan tabel yang terdiri dari konten pilar, pilar konten, *caption*, jadwal postingan, *link* postingan, dan jenis konten. Total terdapat 9 postingan *feeds* yang dirancang menggunakan aplikasi edit yaitu Canva yang direncanakan akan diupload pada bulan November dengan menggunakan *colour palette* yang seragam dan sesuai. Konten tersebut akan dibuat secara berurutan dimulai dari publikasi logo Safari Kampung, perkenalan mengenai Safari Kampung yang dibuat *carrousel*, visi dan misi yang dibuat *carrousel*, publikasi kegiatan dari hari pertama sampai

dengan hari ketiga yang dibuat secara *carousel*, dan tiga postingan *behind the scenes* yang dibuat satu *row*. *Caption* yang dirancang menyesuaikan dengan kegiatan dan juga isi konten yang dipublikasikan serta menggunakan tagar yang relevan dengan kegiatan yang dilakukan dan jadwal postingan yang ditetapkan disesuaikan dengan proses pengerjaan praktik kerja magang. Perencanaan konten yang detail akan dilampirkan lebih lanjut pada lampiran.

Content Reels Safari Kampung

No	Content	Content Pillar	Content Guideline	Caption	Upload	Link Content	Format Content
1		Community	<p>Key Idea:</p> <p>Aktivitas Safari Kampung</p> <p>Key Message:</p> <p>Memberikan gambaran keseruan Safari Kampung bersama dengan Masyarakat Kampung Nagajaya pada hari pertama.</p>	<p>Cuplikan kegiatan safari kampung terkait edukasi mitigasi kebencanaan Bersama anak-anak dan ibu-ibu di Kampung Nagajaya. Bersama kita bangun masa depan yang Tangguh dan lebih aman 🌍💪</p> <p>#GugusMitigasiLebakSelatan #SafariKampung #PendidikanAnak #SiagaBencana #GenerasiTangguh</p>	19/10/2024 - 13.00	https://www.instagram.com/share/_iBFvjkdU	Reels
2		Community	<p>Key Idea:</p> <p>Aktivitas Safari Kampung</p> <p>Key Message:</p> <p>Memberikan gambaran keseruan Safari Kampung bersama dengan Masyarakat Kampung Nagajaya pada</p>	<p>Recap video Kegiatan Safari Kampung hari ke-2 terkait edukasi mitigasi kebencanaan bersama ibu-ibu Kampung Cisitu, Lebak Selatan. Bersama kita bangun masa depan yang tangguh dan lebih aman 🌍💪</p> <p>#GugusMitigasiLebakSelatan#SafariKampung#PendidikanTangguh#SiagaBencana#GenerasiTangguh</p>	22/10/2024 - 13.00	https://www.instagram.com/share/BALkBxheo	Reels

Gambar 3. 5 Perencanaan Konten Reels

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.5 memperlihatkan perencanaan konten untuk postingan *reels* yang dirancang secara rinci mulai dari konten pilar, arahan konten,

caption, jadwal postingan, *link* konten, dan jenis konten. Konten *reels* direncanakan akan dipublikasikan melalui media sosial Safari Kampung dengan total tiga konten *reels* yang berdurasi 30 detik sampai dengan 1 menit. Konten *reels* berisikan dokumentasi saat kegiatan Safari Kampung berlangsung yang diedit menggunakan aplikasi Capcut.

Konten pertama yang dipublikasikan pada 19/10/2024 akan dibuat secara manual tanpa menggunakan *template* secara horizontal dan konten *reels* yang akan dipublikasikan pada 22/10/2024 serta 24/10/2024 akan dibuat menggunakan *template* secara vertikal. *Caption* dan tagar menyesuaikan dengan isi konten yang dihadirkan serta jadwal postingan yang disesuaikan dengan proses pengerjaan praktik kerja magang. Umumnya jadwal postingan direncanakan akan dipublikasikan langsung setelah proses pengambilan *footage* saat hari kegiatan dijalankan. Perencanaan konten *reels* akan dilampirkan secara rinci pada bagian lampiran

Content Story Safari Kampung

No	Tanggal Publikasi	Topik	Link
1	23/10/2024	Publikasi Kegiatan Safari Kampung	https://www.instagram.com/s/GlnaGspz2h0QjE4MDQ4ODU0Mjg0ODE5NTU34?story_media_id=348571472930931827&igsh=MWV5djlE2oGJzenhicw==
2	24/10/2024	Sesi Perkenalan	https://www.instagram.com/s/GlnaGspz2h0QjE4MDQ4ODU0Mjg0ODE5NTU34?story_media_id=348571293516909587&igsh=MWV5djlE2oGJzenhicw==
3	24/10/2024	Publikasi Kegiatan	https://www.instagram.com/s/GlnaGspz2h0QjE4MDQ4ODU0Mjg0ODE5NTU34?story_media_id=3485713152744479886&igsh=MWV5djlE2oGJzenhicw==
4	24/10/2024	Tepuk Semangat	https://www.instagram.com/s/GlnaGspz2h0QjE4MDQ4ODU0Mjg0ODE5NTU34?story_media_id=3485714534760411291&igsh=MWV5djlE2oGJzenhicw==
5	24/10/2024	Belajar Alphabetic	https://www.instagram.com/s/GlnaGspz2h0QjE4MDQ4ODU0Mjg0ODE5NTU34?story_media_id=3485715089774634735&igsh=MWV5djlE2oGJzenhicw==
6	24/10/2024	Fun Games	https://www.instagram.com/s/GlnaGspz2h0QjE4MDQ4ODU0Mjg0ODE5NTU34?story_media_id=3485716580321238734&igsh=MWV5djlE2oGJzenhicw==
7	24/10/2024	Tepuk Gempa	https://www.instagram.com/s/GlnaGspz2h0QjE4MDQ4ODU0Mjg0ODE5NTU34?story_media_id=3485716580321238734&igsh=MWV5djlE2oGJzenhicw==
8	24/10/2024	Fun Games	https://www.instagram.com/s/GlnaGspz2h0QjE4MDQ4ODU0Mjg0ODE5NTU34?story_media_id=3485716580321238734&igsh=MWV5djlE2oGJzenhicw==

Gambar 3. 6 Perencanaan Konten *Story*

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.6 memperlihatkan perencanaan konten *story* yang dirancang yang berisikan jadwal postingan, topik postingan dan juga *link* konten yang dipublikasikan. Umumnya, postingan yang dilakukan berisikan kegiatan yang dijalankan pada saat kegiatan Safari Kampung dilaksanakan dari awal hingga akhir kegiatan yang akan berupa video cuplikan kegiatan dan foto kegiatan. Seluruh perencanaan konten akan dilampirkan secara rinci pada bagian lampiran.

E. Action

Dilansir dari buku Digital Marketing Excellence (Chaffey & Smith, 2017) menjelaskan bahwa aksi menjadi bentuk implementasi dari strategi yang sudah dirancang secara rinci sebelumnya. Berikut bentuk implementasi yang dilakukan dalam menjalankan praktik kerja magang untuk kegiatan Safari Kampung.



Gambar 3. 7 Postingan *Feeds* Pertama

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

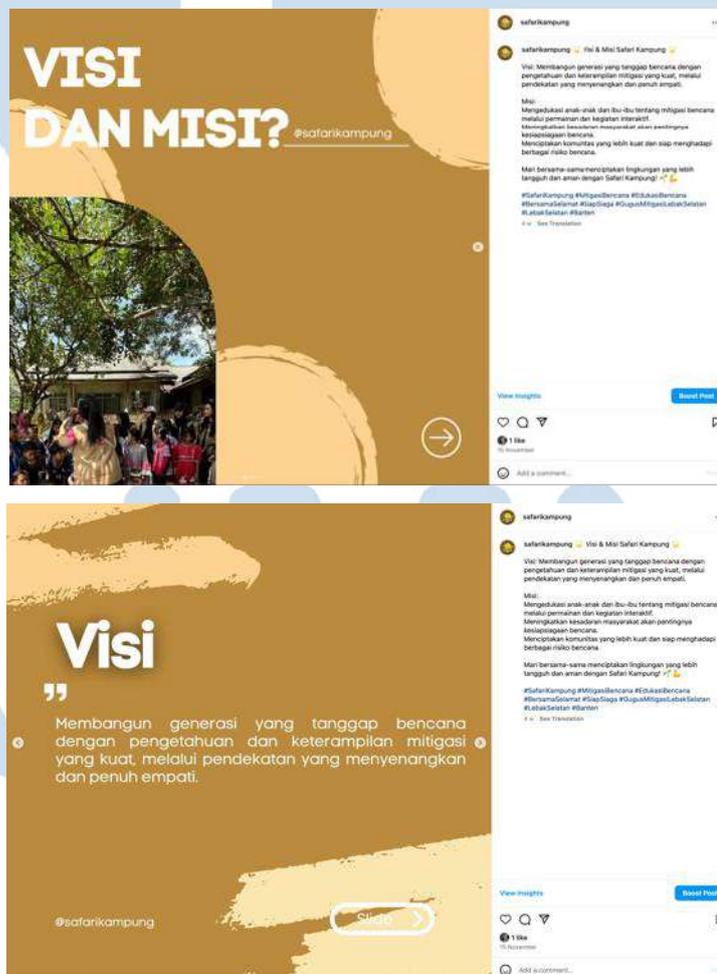
Gambar 3.7 menunjukkan bentuk implementasi dari postingan *feeds* yang dilakukan. Konten *feeds* pertama yang dipublikasikan adalah logo Safari Kampung yang dipublikasikan pada tanggal 13 November 2024 dengan menggunakan aplikasi edit Canva. Selanjutnya, penggunaan *caption* berisikan perkenalan terhadap logo Safari Kampung yang sesuai dengan isi konten yang dipublikasikan beserta dengan tagar yang disesuaikan dengan konten *feeds*.



Gambar 3. 8 Postingan *Feeds* Kedua

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.8 memperlihatkan postingan *feeds* kedua yang dipublikasikan melalui akun media sosial Instagram Safari Kampung. Konten kedua berisikan konten yang dibuat secara *carrousel* yang berisikan informasi mengenai perkenalan dan juga kegiatan yang dilakukan oleh Safari Kampung. Postingan kedua dilakukan pada tanggal 14 November 2024 dengan menggunakan *caption* yang berisikan perkenalan dan pemberian informasi mengenai Safari Kampung yang sesuai dengan isi konten yang dipublikasikan serta tagar yang mengikuti.

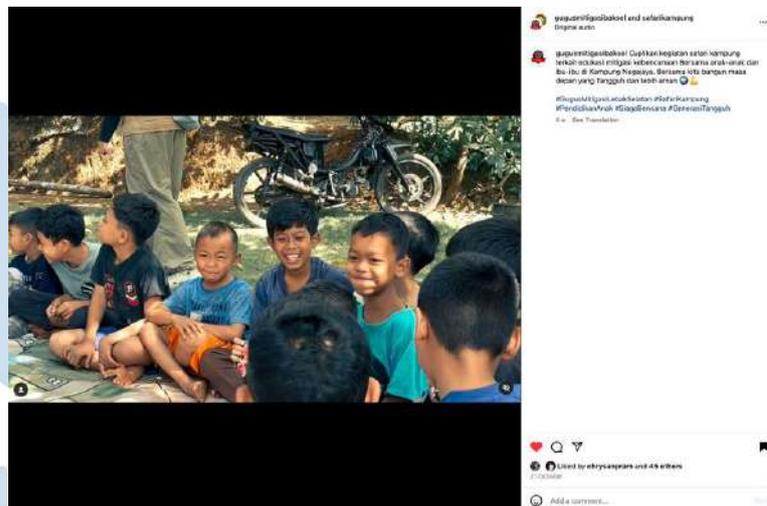




Gambar 3. 9 Postingan *Feeds* Ketiga

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.9 memperlihatkan bentuk implementasi postingan *feeds* yang ketiga dan berisikan informasi mengenai visi dan misi yang dimiliki oleh Safari Kampung. Postingan tersebut dipublikasikan pada 15 November dengan menggunakan *caption* untuk mendukung isi konten mengenai visi dan misi yang dimiliki serta menggunakan tagar yang relevan dan sama dengan postingan lainnya.



Gambar 3. 10 Postingan *Reels* Pertama

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.10 memperlihatkan postingan *reels* pertama yang dipublikasikan pada kegiatan Safari Kampung. Postingan tersebut berisikan

video yang interaktif yang berisikan kompilasi dari kegiatan yang dilakukan oleh Safari Kampung dan dipublikasikan pada tanggal 21 October 2024. Video *reels* tersebut berdurasi satu menit dengan menggunakan *footage* horizontal akibat seluruh *footage* dari kegiatan hari pertama tersebut diambil dengan ukuran horizontal. Postingan tersebut diedit menggunakan secara manual menggunakan aplikasi edit Capcut dengan menggunakan transisi, efek dan juga menggunakan lagu yang sesuai. *Caption* yang digunakan disesuaikan dengan konten yang dipublikasikan yang berisikan cuplikan kegiatan dengan tagar yang mengikuti.



Gambar 3. 11 Postingan *Reels* Kedua

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.11 memperlihatkan postingan kedua yang dipublikasikan pada akun Safari Kampung di Instagram. Terlihat konten yang dipublikasikan menggunakan aplikasi Capcut dengan menggunakan *template* yang dimiliki oleh aplikasi tersebut. Video tersebut dibuat dengan durasi 50 detik. Konten yang dipublikasikan merupakan sebuah kompilasi kegiatan yang dilakukan pada hari kedua bersama dengan masyarakat di Kampung Nagajaya yang pengambilan *footage* diambil secara vertikal.

Caption dari konten tersebut disesuaikan dengan kegiatan yang dipublikasikan dengan tagar yang mengikuti kegiatan yang dilaksanakan.



Gambar 3. 12 Postingan *Reels* Ketiga

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.10 memperlihatkan postingan terakhir *reels* yang dipublikasikan melalui media sosial Instagram yang dimiliki Safari Kampung. Postingan tersebut berisi video dokumentasi kegiatan yang dilakukan pada hari ketiga yang berdurasi 30 detik yang diedit menggunakan aplikasi edit Capcut dengan menggunakan *template* yang ada. Seluruh kegiatan didokumentasikan secara vertikal dan dipublikasikan menggunakan *caption* yang sesuai dengan konten tersebut yang berisi *recap* kegiatan hari ketiga, serta didukung dengan tagar yang relevan dengan kegiatan dan Safari Kampung.

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. 13 Postingan *Story* Pertama

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.11 memperlihatkan bukti publikasi kegiatan melalui fitur *story* pada akun media sosial Safari Kampung. Dokumentasi yang dilakukan merupakan sebuah bentuk publikasi kegiatan yang dijalankan oleh Safari Kampung dan menjadi bukti pelaksanaan kegiatan. Konten dibuat dengan menggunakan fitur *grid* di Instagram dan menampilkan kedekatan masyarakat bersama dengan Safari Kampung dalam menjalankan program tersebut. Seluruh kegiatan telah dikompilasi pada fitur *highlights* yang telah dibuat dengan judul “*Recap tim 2*”.

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. 14 Postingan *Story* Kedua

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.12 memperlihatkan bentuk implementasi konten *story* yang sudah dirancang sebelumnya. Konten tersebut berisikan gambaran kegiatan yang dimulai dari sesi perkenalan Safari Kampung kepada masyarakat terkhususnya anak-anak di Kampung Nagajaya. Video *story* dibuat secara vertikal dan berisikan sebuah teks untuk memberikan keterangan terhadap kegiatan yang dijalankan. Seluruh kegiatan telah dikompilasi menjadi satu di *highlights* seperti konten *story* sebelumnya.

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. 15 Postingan *Story* Ketiga

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Gambar 3.12 memperlihatkan postingan *story* ketiga yang dipublikasikan pada akun media sosial Safari Kampung. Postingan tersebut merupakan sebuah bentuk implementasi yang telah dirancang sebelumnya yang berisikan bukti kegiatan yang dijalankan oleh Safari Kampung bersama dengan masyarakat Kampung Nagajaya terkhususnya anak-anak. Konten tersebut dibuat dengan menggunakan video yang diambil secara vertikal dan memperlihatkan situasi dan juga menampilkan kedekatan Safari Kampung dan anak-anak saat bermain bersama.

Seluruh postingan *feeds*, *reels* dan juga *story* telah diimplementasikan dan telah dieksekusi yang terdiri dari 9 postingan *feeds*, 3 *reels* dan 12 *story*. Implementasi dari penggunaan media sosial dalam praktik kerja magang akan diperlihatkan secara rinci pada bagian lampiran.

F. Control

Kontrol merupakan tahapan untuk memantau seluruh proses implementasi yang dilakukan sejalan dengan tujuan yang sudah dirancang sebelumnya. Pada bagian penentuan objektif untuk mengukur keberhasilan dan juga melakukan evaluasi mengenai masalah yang ada (Chaffey & Smith, 2017).

Kontrol menjadi langkah yang penting untuk melakukan evaluasi objektif yang sudah ditetapkan sebelumnya serta mengidentifikasi masalah yang ditemukan dalam pengerjaan praktik kerja magang. Berikut daftar tabel yang dibuat secara rinci.

Tabel 3. 4 Analisis Kontrol

No	Konten	Jadwal Postingan	Link	Likes	Comment	Shared	View	Account Reached
1	<i>Feeds</i> (Logo Safari Kampung)	13/11/24	https://www.instagram.com/share/_a1wIQDPu	6	0	0	0	0
2	<i>Feeds</i> (Apa itu Safari Kampung)	14/11/24	https://www.instagram.com/share/BBT0bRXgma	5	0	0	60	27
3	<i>Feeds</i> (Visi dan Misi Safari Kampung)	15/11/24	https://www.instagram.com/share/_3pgX8Fzr	1	0	0	57	24
4	<i>Feeds</i> (Recap kegiatan hari pertama)	16/11/24	https://www.instagram.com/share/_fAgXS5g2	3	0	0	59	28

5	<i>Feeds</i> (Recap kegiatan hari kedua)	16/11/24	https://www.instagram.com/share/BAHVoebj00	5	0	0	60	29
6	<i>Feeds</i> (Recap kegiatan hari ketiga)	16/11/24	https://www.instagram.com/share/3Vh-LzYv	3	0	0	55	24
7	<i>Feeds</i> (Behind The Scenes)	17/11/24	https://www.instagram.com/share/hP1V74f4	5	0	0	40	24
8	<i>Feeds</i> (Behind The Scenes)	17/11/24	https://www.instagram.com/share/BAMnuWXiH3	4	0	0	39	25
9	<i>Feeds</i> (Behind The Scenes)	17/11/24	https://www.instagram.com/share/yBZbcVP2	4	0	0	38	25
10	<i>Reels</i> (Recap kegiatan hari pertama)	21/10/24	https://www.instagram.com/share/iBFvjkdU	46	0	3	2,364	1,360
11	<i>Reels</i> (Recap kegiatan hari kedua)	23/10/24	https://www.instagram.com/share/BALkBlxheo	48	0	5	2,290	1,416
12	<i>Reels</i> (Recap kegiatan hari ketiga)	25/10/24	https://www.instagram.com/share/zq231pTL	33	0	6	1,793	1,056

Sumber: Data Aktivitas Magang (2024)

Berdasarkan tabel yang terdapat pada bagian 3.5, data *key performance indicator* menunjukkan bahwa objektif yang telah dijalankan sebelumnya tidak sejalan dengan implementasi dan hasil yang diperoleh. Postingan *feeds* tidak mencapai target 20 postingan, hanya mencapai 9 postingan, dengan jumlah *likes* yang diperoleh minimal 1-6, *likes* dari target awalnya adalah 200-300 *likes*. Selanjutnya, postingan *reels* hanya mencapai 3 postingan, dengan jumlah *likes* minimal 33-48, yang sebelumnya ditargetkan mencapai 200-300 *likes*. Namun, jumlah *views* untuk *reels* berhasil mencapai objektif yang telah ditentukan, dengan total *views* antara 1.793 hingga 2.364, sedangkan target awalnya adalah 1.500-2.000 *views*.

Dapat disimpulkan bahwa konten *feeds* dan *reels* tidak sesuai dengan objektif yang telah dirancang, begitu pula dengan jumlah pengikut yang hanya mencapai 20 dari target 1.500 pengikut. Akun media sosial Safari Kampung lebih banyak diikuti oleh mahasiswa yang menjalankan praktik kerja magang dan bukan masyarakat Indonesia secara luas. Namun, postingan *story* berhasil mencapai objektif yang telah direncanakan, dengan total 12 postingan dalam kurun waktu 3 bulan.

3.2 Kendala Utama

Saat menjalankan praktik kerja magang sebagai Sosial Media/Konten Kreator terdapat beberapa kendala yang ditemukan di lapangan dalam tahap implementasi di antaranya:

1. Algoritma dari media sosial Instagram tidak menentu sehingga mempengaruhi *key performance indicator* yang dimiliki dan sulit untuk merealisasikan tujuan yang sudah ditetapkan sebelumnya.
2. Kurangnya koordinasi dengan tim 1 yang menjalankan program Safari Kampung sehingga menyulitkan proses pembuatan konten dan juga rencana konten.

3. Tidak adanya supervisi secara langsung dari *supervisor* lapangan dikarenakan seluruh praktik kerja magang merupakan tanggung jawab dan di supervisi oleh ketua Gugus Mitigasi Lebak Selatan.

3.3 Solusi Kendala Utama

Berdasarkan kendala yang dihadapi sebelumnya, terdapat beberapa solusi yang mampu diberlakukan untuk mengatasi kendala tersebut:

1. Postingan perlu untuk dilakukan secara berkala dengan membuat konten sebanyak mungkin untuk mendapatkan algoritma yang diinginkan.
2. Membentuk rapat bersama dengan tim Safari Kampung untuk mampu menyamakan dan juga membahas ide konten agar serupa dan memiliki tujuan yang sama.
3. Memberikan saran kepada supervisi agar divisi media sosial/konten kreator ke depannya mampu dibimbing secara langsung dalam praktik kerja magang.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA