

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

2.4. Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan kerja magang di PT National Label, penulis ditempatkan pada divisi Promotion & Business Development dengan fokus pada bidang konten digital. Kedudukan ini memiliki posisi strategis dalam mendukung kegiatan pemasaran perusahaan melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Penulis bertugas sebagai content creator, yang tidak hanya berperan dalam pembuatan materi visual dan naratif, tetapi juga terlibat dalam menyusun strategi konten yang sejalan dengan tujuan bisnis dan citra merek perusahaan.

Sebagai content creator, penulis berada dalam koordinasi langsung dengan tim Promotion and Business Development, yang merupakan bagian dari divisi Sales Marketing. Tim ini memiliki tanggung jawab untuk merancang dan mengimplementasikan strategi promosi produk, baik secara konvensional maupun digital. Dalam praktiknya, penulis turut berkontribusi dalam perencanaan konten yang akan diunggah ke berbagai platform media sosial perusahaan, seperti Instagram, TikTok, dan LinkedIn. Setiap konten yang dirancang harus selaras dengan identitas brand, nilai perusahaan, serta kebutuhan pasar yang telah dianalisis oleh tim marketing.

Koordinasi antar divisi juga menjadi bagian penting dari proses kerja selama magang. Penulis tidak hanya berkoordinasi dengan tim Promotion and Business Development, tetapi juga menjalin komunikasi dengan tim Desain Grafis, Riset dan Pengembangan Produk (R&D), serta tim Produksi. Kolaborasi ini diperlukan agar konten yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga informatif dan akurat dalam merepresentasikan produk yang ditawarkan perusahaan. Misalnya, saat merancang konten mengenai label ramah

Peran Content Creator ..., Andita Azzahra, 2025, Universitas Multimedia Nusantara

lingkungan, penulis perlu mendapatkan data dari tim R&D mengenai bahan baku dan inovasi yang digunakan.

Selain itu, proses validasi konten juga melibatkan atasan langsung atau supervisor dari divisi pemasaran yang memastikan bahwa setiap konten telah memenuhi standar perusahaan dan mendukung strategi kampanye yang sedang berjalan. Penulis juga diberi kesempatan untuk mengikuti rapat tim, brainstorming ide konten, dan sesi evaluasi performa media sosial, yang menjadi sarana pembelajaran penting dalam memahami dinamika kerja di dunia industri, khususnya dalam konteks digital marketing.

Kedudukan sebagai content creator di bawah divisi Promotion & Business Development memberi pemahaman kepada penulis mengenai pentingnya peran konten digital dalam membangun relasi dengan konsumen, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan daya saing perusahaan di pasar. Koordinasi lintas tim yang dilakukan selama magang mencerminkan bagaimana strategi konten digital bukan hanya soal kreativitas semata, tetapi juga hasil dari kerja kolaboratif yang terstruktur dan berorientasi pada tujuan bisnis.

Dengan pengalaman tersebut, penulis tidak hanya memperoleh keterampilan teknis dalam produksi konten digital, tetapi juga memahami peran strategis content creator dalam membangun dan menjalankan strategi pemasaran digital yang efektif melalui media sosial.

2.5. Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani magang di PT National Label, penulis mendapatkan berbagai tugas yang berkaitan erat dengan peran sebagai *Content Creator* dalam mendukung strategi pemasaran digital perusahaan. Tugas-tugas tersebut tidak hanya menuntut penulis untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah didapatkan selama kuliah, tetapi juga memberikan pengalaman baru yang memperluas wawasan praktis di dunia kerja nyata.

Pada tahap awal magang, penulis mengikuti pelatihan produk dan promosi untuk memahami profil dan arah bisnis perusahaan. Setelah itu, penulis mulai mengerjakan berbagai bentuk konten digital, seperti menulis artikel untuk blog perusahaan, membuat konten video untuk kebutuhan internal maupun eksternal (TikTok dan Instagram), serta menyusun desain untuk kebutuhan giveaway dan game interaktif di Instagram Story.

Dalam proses pembuatan konten, penulis juga terlibat dalam pengembangan ide, pembuatan konsep, hingga revisi sesuai arahan pembimbing magang. Selain itu, penulis turut membantu produksi sublimasi, heat transfer, dan bordir—yang menunjukkan adanya kolaborasi antara divisi kreatif dan produksi. Penulis juga mendampingi dokumentasi tamu perusahaan dan mendesain brosur, greeting card, serta media promosi lainnya. Tidak hanya terlibat dalam proses kreatif, penulis turut menganalisis performa konten media sosial dengan membuat *insight analysis* Instagram dan TikTok, serta mengembangkan tiga kategori konten sebagai dasar strategi konten berkelanjutan. Dengan ragam kegiatan tersebut, penulis memperoleh pemahaman yang mendalam tentang pentingnya peran *content creator* dalam mendukung aktivitas pemasaran digital dan membangun citra perusahaan di media sosial.

Berikut tabel realisasi kerja magang di PT National Label:

Tabel 3. 1. Realisasi Kerja Magang di PT National Label

Minggu Ke	Tanggal (Senin–Jumat)	Rangkuman Kegiatan
1	3 – 7 Februari 2025	Training produk & promosi, membuat artikel event, produksi & revisi konten video, desain giveaway untuk Instagram story.
2	10 – 14 Februari 2025	Pembuatan dan revisi desain game Instagram story, bantu konten TikTok, produksi sublimasi.
3	17 – 21 Februari 2025	Pengembangan konsep konten TikTok & Instagram, bantu produksi sublimasi, pengerjaan sampel, develop produksi heat transfer & border.

4	24 – 28 Februari 2025	Produksi sublimasi, desain brosur, bantu produksi heat transfer, dokumentasi tamu perusahaan.
5	3 – 7 Maret 2025	Produksi sublimasi, persiapan dan pembuatan produk pameran, insight analysis untuk Instagram & TikTok.
6	10 – 14 Maret 2025	Produksi sublimasi, pembuatan greeting card, analisis dan pengelompokan konten.
7	17 – 21 Maret 2025	Riset ide konten & desain (giveaway, packaging), analisis produk, bantu produksi sublimasi & pengarsipan dokumen.
8	24 – 27 Maret 2025	Pengarsipan dokumen.
9	7 – 11 April 2025	Pembuatan katalog, strategi & ide konten, pembuatan video dan konten, dokumentasi improvement.
10	14 – 18 April 2025	Desain twibbon, revisi desain, dokumentasi tamu perusahaan, bantu produksi sublimasi & heat transfer, penyusunan label.
11	22 – 25 April 2025	Packing sample untuk kantor cabang, revisi produk katalog, bantu produksi sublimasi & heat transfer, pengembangan produk baru (lidah sepatu/TPU).
12	28 April – 2 Mei 2025	Pembuatan dan revisi desain Instagram story, kalender, bantu produksi sublimasi & heat transfer, pengarsipan dokumen.
13	5 – 9 Mei 2025	Desain untuk Instagram story, kalender, revisi, bantu syuting dan produksi sublimasi.
14	14 – 16 Mei 2025	Produksi sublimasi, pengarsipan dokumen, pembuatan sample heat transfer.
15	20 – 28 Mei 2025	Pengarsipan dokumen; sortir sample product untuk sales; riset & analisis ide konten TikTok & Instagram; bantu produksi sublimasi.

Sumber: Penulis (2025)

Berdasarkan data rekapitulasi kegiatan magang, penulis pun memiliki beberapa dokumentasi kegiatan. Berikut beberapa dokumentasi penulis:



Gambar 3. 1. Proses Melakukan Sublimasi

Sumber: Data Perusahaan, 2025



Gambar 3. 2. Pengembangan Produk Baru untuk Lidah Sepatu

Peran Content Creator ..., Andita Azzahra, 2025, Universitas Multimedia Nusantara

Sumber: Data Perusahaan, 2025



Gambar 3.3. Membuar Bordir Seinaru untuk Katalog

Sumber: Data Perusahaan, 2025



Gambar 3. 4. Mencari Ide Konten

Sumber: Data Perusahaan, 2025

No.	Nama Konten	Penjelasan	Link referensi
1.	"Ada Apa Ada Apa?" Trend - Marketing Product	Dimulai dengan keadaan yang membingungkan, contoh seseorang sedang melihat keramaian dan berkata "ada apa, ada apa?" lalu memperlihatkan kondisi dan berkata "ada apa ma? lalu masuk ke konteks untuk mempromosikan product.	TikTok
2.	Marketing core	Marketing product, dislipkan meme ibu ibu yang sedang menaruh lalu lita mempromosikan product	TikTok
3.	Trend Marketing " Aku tau maumu, Aku tau maksudmu."	Trend Mengatakan lagu 06-12, memperlihatkan 2 karyawan yang 1 memegang product, dan satu meregang uang, bisa di selipkan dengan promosi product, menjelaskan product	TikTok
4.	Trend Marketing " Ada marketing / marketing terlihat"	Marketing memperlihatkan 1 orang karyawan yang membawa banner product dengan percakapan "ada marketing, ada marketing" lalu transisi untuk mempromosikan product secara lengkap.	TikTok
5.	Trend marketing kesandung	Tren promosi kesandung yang memperlihatkan karyawan 1 yang sedang diulik dan karyawan 2 yang kesandung, lalu masuk ke dalam gedung dan promosi di dalam nya ada apa aja	TikTok
6.	Trend promosi WAIT	Konten marketing dengan menggunakan lagu wait di barengin dengan promosi product pakai dengan tulisan di video nya.	TikTok
7.	Trend Lalala promosi	Trend ini bisa digunakan untuk promosi product, menjelaskan product secara detail sambil bercanda agar tetap terlihat fun.	TikTok
8.	Promosi menggunakan pesawat kertas	Promosi ini menggunakan pesawat kertas, mengkilipin product sambil promosi, misal: pesawat kertas itu pergi untuk mempromosikan weven label, dll.	TikTok
9.	Trend Marketing core	Trend marketing dengan suasana bercanda tetapi masih sambil mempromosikan product dengan detail dan jelas.	TikTok
10.	Promosi dimotor	Marketing or promosi yang di isi dengan 3 karyawan yang berada di atas motor sambil membawa product dan membawa hp yang bertuliskan mengajak cust untuk membeli product.	TikTok
11.	Promosi "apa ga bakal kena"	Konten promosi yang terlihat 2 karyawan, 1 karyawan yang melempur satu barang lalu 1 karyawan yang merasa barang itu tidak kena dan sambil promosi product nya.	TikTok
12.	"oy jual apa tuh?"	Promosi product bisa menggunakan video atau foto, seperti 2 karyawan berdeprei bingung lalu 1 karyawan memberikan solusi dengan mempromosikan product nya, di edit dengan text font yang lucu.	TikTok
13.	Promosi product "Ga ada yang menarik"	Promosi ini menggunakan video yang mempromosikan product, seperti tidak ada label yang menarik solusi nya pesan label di National Label.	TikTok
14.	Tren promosi "jangan percaya sama temen"	Promosi di isi dengan 2 karyawan yang sedang bercanda, lalu 1 karyawan yang langsung mempromosikan product, seperti "jangan percaya sama temen, percaya sama National label yang memberikan product label yang bagus dan berkualitas."	TikTok

Gambar 3. 5. Membuat dan Mencari Ide dan Konsep Konten

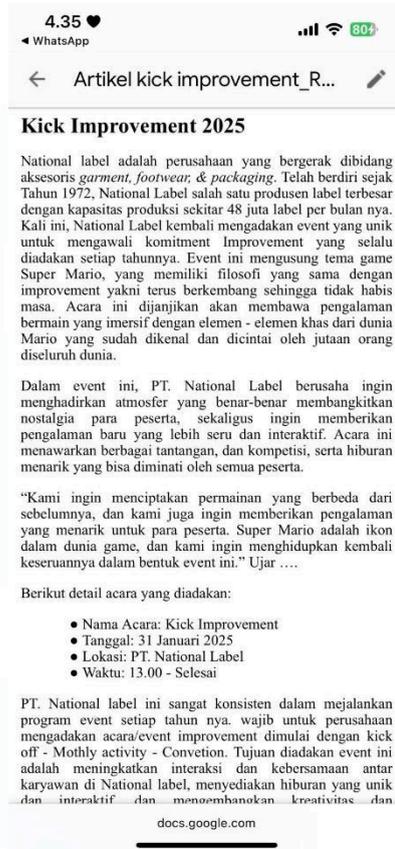
Sumber: Data Perusahaan, 2025

		Sticker Label	
Home Appliance	joker	Printing Label	https://
4			
5		Sticker label	
6	2. Televisi	Printing Label	https://
7			
8		- Sticker label	
9	3. Lemari		https://
10			
11		- Woven label	
12	4. Spring bed	- Printing label	https://
13		- Sticker label	
14		- Sticker label	
15	5. Mesin cuci		https://
16			
17		- Printing label	
18	6. Bantal dan Guling	- Woven label	https://
19			
20		- Sticker label	
21	7. Kipas Angin		https://
22			
23		- Offset Label	
24	8. Fake Plants		https://
25			
26		- Printing label	
27	9. Selimut	- sticker label	https://
28			
29		- Woven label	
30	10. Sofa	- Printing Label	https://

Gambar 3. 6. Membuat Katalog Home Appliances

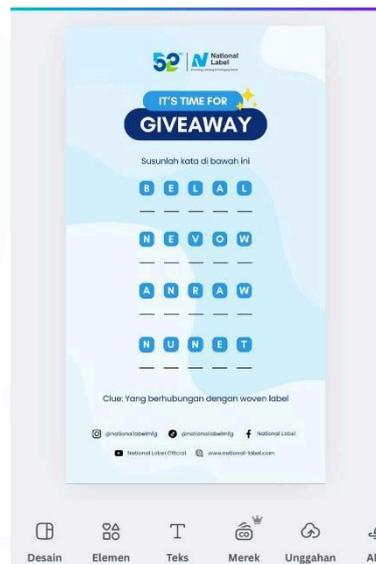
Sumber: Data Perusahaan, 2025





Gambar 3. 9. Membuat Artikel

Sumber: Data Perusahaan, 2025



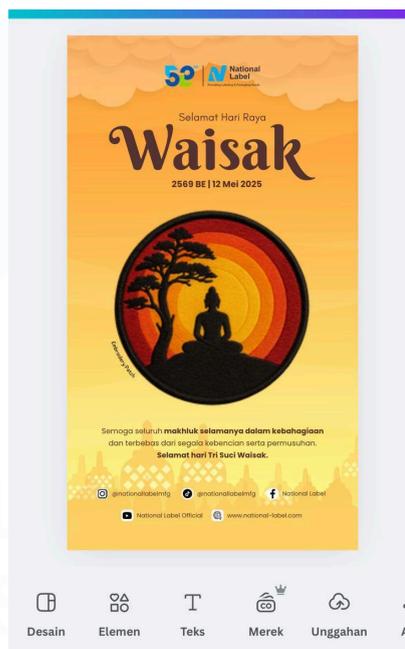
Gambar 3. 10. Membuat Desain Give Away

Sumber: Data Peneliti, 2025



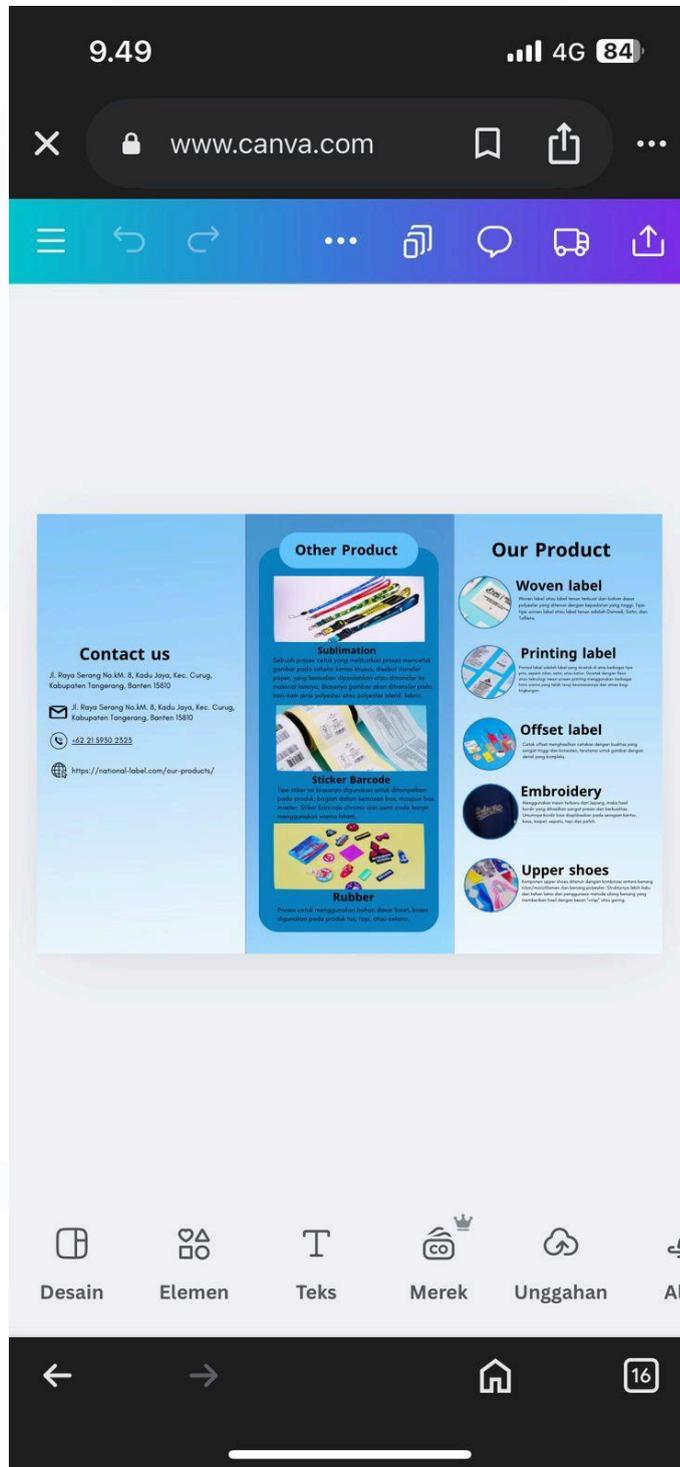
Gambar 3. 11. Membuat Desain Ngabuburead Games

Sumber: Data Perusahaan, 2025



Gambar 3. 12. Membuat Desain untuk Hari Libur Waisak

Sumber: Data Perusahaan, 2025



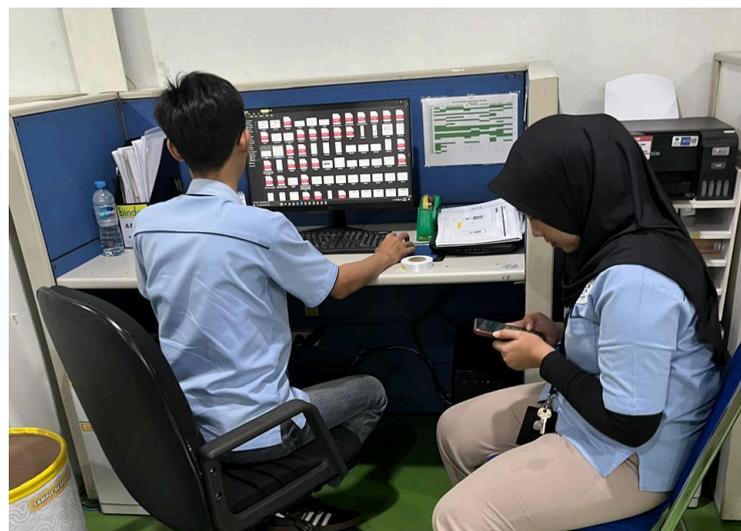
Gambar 3. 13. Membuat Desain Brosur 1

Sumber: Data Perusahaan, 2025



Gambar 3. 14. Membuat Desain Brosur 2

Sumber: Data Perusahaan, 2025



Gambar 3. 15. Diskusi Desain untuk Proses Sublimasi

Sumber: Data Peneliti, 2025



Gambar 3. 16. Suasana di Kantor

Sumber: Data Peneliti, 2025

2.6. Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani masa magang di PT National Label, penulis menghadapi beragam tantangan yang menjadi pembelajaran berharga sekaligus penguat kompetensi di dunia kerja nyata. Adapun kendala yang dialami oleh penulis di masa magang ini, yakni:

- 1) Penyesuaian terhadap budaya dan ritme kerja
 - Kesulitan beradaptasi dengan jadwal kerja yang padat
 - Perlu membiasakan diri dengan sistem komunikasi internal yang cepat
 - Standar profesional perusahaan menuntut kedisiplinan, adaptasi cepat, dan inisiatif tinggi.
- 2) Tantangan teknis sebagai content creator
 - Kendala dalam menguasai perangkat lunak desain dan editing yang digunakan perusahaan
 - Fitur-fitur lanjutan belum sepenuhnya dikuasai sehingga memperlambat pembuatan konten visual
- 3) Dinamika revisi dan perubahan konsep

- Sering mengalami perubahan mendadak dalam ide konten, narasi, visual, dan platform publikasi
 - Tidak adanya panduan konten seperti brand guideline atau tone of voice memperburuk proses kreatif
 - Proses revisi menjadi berulang akibat kurangnya arahan yang jelas
- 4) Keterbatasan akses informasi internal
- Sulit mendapatkan data akurat untuk menyusun narasi konten yang sesuai karakter perusahaan
 - Perlu komunikasi lintas divisi untuk mendapatkan informasi penting
- 5) Kurangnya sistem pemantauan performa konten
- Tidak tersedia sistem evaluasi performa konten digital secara terstruktur
 - Sulit menilai efektivitas konten, yang berdampak pada rendahnya engagement
 - Kurangnya insight untuk menentukan strategi konten yang tepat bagi audiens media sosial

2.7. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Menjawab tantangan yang dihadapi selama proses magang, penulis mengupayakan berbagai solusi yang tidak hanya bersifat reaktif, tetapi juga strategis dalam mendukung peran sebagai content creator dan kontribusi terhadap penguatan digital marketing perusahaan. Untuk mengatasi kesulitan yang dialami, penulis melakukan beberapa solusi atas permasalahan tersebut, yakni:

- 1) Adaptasi terhadap Budaya dan Ritme Kerja
- Manajemen waktu secara disiplin, dengan menyusun jadwal kerja harian dan skala prioritas tugas.
 - Aktif bertanya dan observasi terhadap kebiasaan kerja tim agar lebih cepat memahami pola kerja dan etika profesional perusahaan.
 - Meningkatkan inisiatif pribadi, seperti mencari tahu SOP atau referensi kerja tanpa harus selalu menunggu instruksi.

- 2) Peningkatan Penguasaan Perangkat Desain dan Editing
 - Belajar mandiri melalui tutorial daring, khususnya fitur-fitur lanjutan pada software yang digunakan (seperti Adobe Illustrator, Premiere Pro, dll).
 - Latihan intensif di luar jam kerja untuk mempercepat adaptasi terhadap tools yang digunakan perusahaan.
 - Diskusi dengan rekan kerja yang lebih berpengalaman untuk mendapatkan tips dan trik penggunaan software secara efisien.
- 3) Menghadapi Dinamika Perubahan Konsep Konten
 - Membuat kerangka awal atau draft ide konten yang fleksibel untuk memudahkan penyesuaian saat ada revisi.
 - Mencatat pola revisi yang sering diminta agar bisa mengantisipasi perubahan pada pembuatan konten berikutnya.
 - Mengusulkan pembuatan panduan konten sederhana (brand guideline, tone of voice, dan sebagainya) agar proses kreatif lebih terarah dan efisien.
- 4) Mengatasi Keterbatasan Akses Informasi Internal
 - Menjalin komunikasi aktif lintas divisi untuk membangun hubungan kerja yang mendukung pertukaran informasi.
 - Membuat daftar kebutuhan informasi sebelum menyusun konten agar permintaan data lebih spesifik dan efisien.
 - Menyimpan dokumentasi informasi yang sudah didapat sebagai referensi untuk konten selanjutnya.
- 5) Solusi untuk Ketiadaan Sistem Evaluasi Konten
 - Mengusulkan pembuatan laporan mingguan performa konten berdasarkan metrik dasar (likes, shares, views, dll).
 - Menggunakan alat bantu gratis seperti Instagram Insights, Meta Business Suite, atau Google Analytics sebagai data awal analisis performa.
 - Menganalisis jenis konten dengan engagement tertinggi untuk dijadikan acuan dalam membuat konten baru yang lebih efektif.