

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melaksanakan magang sebagai *Social Media Analyst* di PT Primarajuli Sukses, penulis berperan dalam merancang serta mengelola kampanye pemasaran digital perusahaan. Proses rekrutmen dimulai dengan melamar melalui platform pencari kerja, kemudian mengikuti tahapan wawancara dan seleksi. Setelah dinyatakan diterima, penulis memperoleh surat penerimaan kerja dan menandatangani kontrak kerja sebelum secara resmi menjalankan tugas magang.

Dalam pelaksanaannya, penulis bekerja sama dengan tim *marketing* lainnya untuk menyusun konsep kampanye digital yang sesuai dengan citra dan sasaran perusahaan. Konten yang dirancang dibuat berdasarkan tren media sosial terkini dan karakteristik target pasar yang telah ditentukan. Setelah proses perancangan selesai konten tersebut dipublikasikan melalui akun resmi media sosial perusahaan. Selanjutnya seluruh hasil kerja diserahkan kepada supervisor untuk dilakukan evaluasi, sebelum akhirnya ditinjau ulang oleh manajer untuk memastikan kualitas dan kesesuaiannya. Kolaborasi yang baik antar tim *marketing* serta atasan memastikan bahwa seluruh proses berjalan secara terstruktur dan terarah.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Magang di PT Primarajuli Sukses sebagai *Social Media Analyst* bertujuan untuk mengembangkan strategi konten media sosial yang efektif, meningkatkan keterampilan dalam pembuatan dan pengelolaan konten digital, serta menganalisis kinerja media sosial agar dapat meningkatkan *engagement*.

1. *Briefing* untuk *plan* konten harian

Pekerjaan ini melibatkan kegiatan *briefing* atau pengarahan untuk merencanakan konten harian yang akan dipublikasikan, baik di media sosial maupun *platform* digital lainnya. Dalam *briefing* ini, tim akan mendiskusikan ide, tema, jadwal posting, serta format konten yang sesuai dengan tujuan komunikasi dan target audiens. Tujuannya adalah memastikan semua pihak memiliki pemahaman yang sama agar konten yang dihasilkan konsisten, relevan, dan efektif.



Gambar 3.2.1 *Briefing* Harian

Sumber : Duwi Mita Andani, 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2. Merekap dan merapikan *manual book*

Pekerjaan ini mencakup kegiatan merekap dan merapikan *manual book*, yaitu mengumpulkan, menyusun, dan memperbaiki isi dari buku panduan agar lebih sistematis dan mudah dipahami. Tugas ini melibatkan pengecekan isi manual, memastikan tidak ada informasi yang terlewat atau salah, serta menyusun ulang tampilan dan format agar lebih rapi dan profesional, sehingga manual book siap digunakan sebagai referensi atau panduan bagi pengguna.



Gambar 3.2.2 Rekap *manual book*

Sumber : Duwi Mita Andani, 2025

3. Meeting dengan PT Brin dan mendokumentasikan untuk di upload ke sosial media

Pekerjaan ini melibatkan mengikuti *meeting* dengan PT Brin serta mendokumentasikan jalannya pertemuan, baik dalam bentuk foto, video, maupun catatan penting. Dokumentasi tersebut kemudian disusun dan diedit agar menarik serta informatif, untuk selanjutnya diunggah ke media sosial sebagai bagian dari publikasi kegiatan perusahaan dan membangun citra profesional di hadapan publik.



Gambar 3.2.3 *Meeting* dengan PT Brin

Sumber : Duwi Mita Andani, 2025

4. Mengadakan kerjasama dengan pihak eksternal (Universitas Atma Jaya) untuk meningkatkan pelatihan dan pendidikan.

Pekerjaan ini mencakup menjalin dan mengadakan kerja sama dengan pihak eksternal, dalam hal ini Universitas Atma Jaya, dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pelatihan dan pendidikan. Prosesnya meliputi komunikasi, negosiasi, serta penyusunan kesepakatan program kolaboratif yang saling menguntungkan, seperti seminar, workshop, atau pelatihan yang mendukung pengembangan sumber daya manusia.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

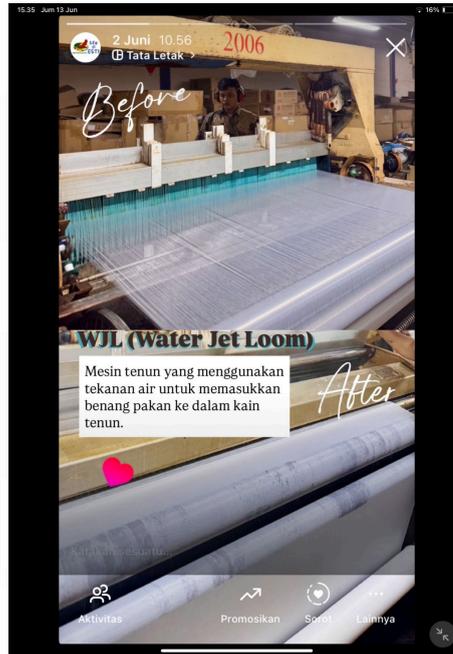


Gambar 3.2.4 *Meeting* dengan Atma Jaya

Sumber : Duwi Mita Andani, 2025

5. *Upload* konten ke sosial media

Pekerjaan *upload* konten ke media sosial dilakukan setelah konten selesai dibuat, mencakup penjadwalan, pemilihan waktu unggah yang strategis, serta memastikan format dan ukuran konten sesuai dengan standar masing-masing *platform*. Sebelum dipublikasikan, konten akan ditinjau ulang untuk menghindari kesalahan penulisan atau visual. Setelah diunggah, dilakukan pemantauan awal terhadap respons audiens, seperti jumlah like, komentar, dan share, sebagai bahan evaluasi performa konten.



Gambar 3.2.5 Upload Konten Yang Telah Dibuat

Sumber : Duwi Mita Andani, 2025

3.3 Kendala yang Ditemukan

Salah satu tantangan yang dihadapi sebagai *Social Media Analyst* yaitu

1. Kesulitan dalam membuat konten yang sesuai dengan tren dan target pasar.

Hal ini terjadi terutama ketika audiens utama perusahaan bukan berasal dari generasi Z, yang lebih akrab dengan tren digital dan media sosial. Perbedaan preferensi dan gaya komunikasi membuat pembuatan konten menjadi lebih menantang, karena konten yang populer di kalangan Gen Z mungkin tidak selalu relevan atau menarik bagi audiens yang lebih tua.

2. Terbatasnya kolaborasi dengan tim kreatif

Tantangan lainnya adalah ketika harus bekerja secara *remote*, sehingga komunikasi dengan tim desain dan konten menjadi kurang efektif. Hal ini

bisa menyebabkan miskomunikasi dalam menentukan target audiens, waktu posting, atau gaya visual yang sesuai.

3. Kendala dalam menggunakan perangkat lunak

Beberapa *tools* analitik sosial media memiliki fitur terbatas pada versi gratis atau membutuhkan VPN untuk akses dari jaringan tertentu. Jika perusahaan tidak menyediakan fasilitas tersebut, analisis jadi kurang mendalam atau tidak maksimal.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi tantangan ini,

1. Kesulitan dalam membuat konten yang sesuai dengan tren dan target pasar.

Solusinya yaitu melakukan riset audiens secara rutin melalui survei, analisis *insight* sosial media, dan *feedback* dari pelanggan. Selain itu, penting untuk menggabungkan elemen tren yang sedang populer dengan gaya komunikasi yang sesuai dengan karakteristik target pasar, agar konten tetap relevan namun tetap menarik.

2. Terbatasnya kolaborasi dengan tim kreatif

Solusinya yaitu menjadwalkan pertemuan rutin secara virtual, menggunakan *tools* kolaboratif seperti *Google Workspace*, dan membuat panduan visual serta brief konten yang jelas agar semua tim memiliki acuan yang sama.

3. Kendala dalam menggunakan perangkat lunak

Solusinya yaitu dengan mengoptimalkan penggunaan *tools* gratis yang masih bisa diakses, mencari alternatif *open-source*, serta mengusulkan anggaran untuk versi berbayar atau akses VPN demi menunjang efektivitas kerja