

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama menjalani program magang di PT Southern TriStar selama empat bulan dengan sistem kerja *hybrid*, posisi yang dijalani adalah sebagai *Social Media Content Creator Internship*. Kegiatan magang ini dilakukan bersama salah satu dari empat tim media sosial yang ada di perusahaan tersebut. Dalam tim ini, Kirana Cintyawati bertanggung jawab untuk melakukan pengecekan akhir terhadap konten sebelum dipublikasikan, Fransiska Viviana berperan sebagai pemimpin tim *Social Media Marketing*, Belly terlibat sebagai anggota tim, dan saya, Natasha Kesya menjalani peran sebagai *Social Media Content Creator Intern*. Seluruh proses kerja dilakukan secara kolaboratif, dengan komunikasi dan koordinasi antar anggota tim yang berjalan secara aktif dan saling mendukung dalam setiap tahapan pekerjaan.

Tanggung jawab utama selama menjalani magang sebagai *Social Media Content Creator Internship* mencakup pengelolaan akun media sosial perusahaan, merancang ide-ide konten yang menarik, mengedit dan membuat konten, memantau perencanaan konten, serta mengevaluasi respons terhadap konten yang telah diunggah untuk mengidentifikasi potensi kendala, dan menyusun strategi pengembangan media sosial. Sepanjang masa magang, proses kerja juga melibatkan diskusi dan tukar pikiran bersama tim di departemen media sosial terkait tren yang sedang berlangsung

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani magang selama enam ratus empat puluh jam di PT Southern Tristar, saya terlibat dalam berbagai aktivitas kerja, mulai dari sesi *brainstorming* seputar tren terkini, menyusun ide-ide konten yang relevan dalam bentuk konsep awal, hingga mengunggah konten ke media sosial perusahaan secara rutin setiap minggunya. Setiap proses yang dijalankan dalam kegiatan ini memerlukan pemahaman dasar tentang dunia media sosial dan *Content Planning*,

yang menjadi bekal penting dalam mendukung kelancaran tugas selama magang berlangsung.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tanggung jawab utama seorang *Social Media Content Creator* selama magang di PT Southern TriStar secara garis besar adalah mengelola *platform* media sosial perusahaan dan menciptakan ide serta konten menarik guna memastikan media sosial perusahaan tetap *up-to-date*. Setiap pekerjaan dalam program magang dilakukan dengan arahan dari *Social Media Manager* yang juga bertindak sebagai *Supervisor* magang. Berikut merupakan tanggung jawab utama yang dijalankan oleh *Social Media* selama masa magang di PT Southern TriStar:

Tabel 3.1 Tugas Utama *Social Media Content Creator*

Content Strategy	<ul style="list-style-type: none"> ● Brainstorming <p>Mencari ide berdasarkan <i>talking point</i> yang menjadi dasar pembahasan atau ide-ide utama yang akan diangkat dalam konten, seperti unggahan, kampanye, atau materi promosi.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● Content Planning <p>Membuat perencanaan konten yang menarik untuk mendapatkan <i>engagement</i> agar lebih meningkat dari sebelumnya dan mencari perkembangan konten menarik yang sesuai dengan industri perusahaan.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> ● Editing <p>Memodifikasi dan mengubah elemen-elemen dalam sebuah konten agar sesuai dengan tujuan sebelum diunggah. Konten media sosial dapat disesuaikan agar lebih efektif, menarik, dan sesuai dengan strategi pemasaran atau komunikasi yang telah ditetapkan. Hal ini tentu membantu memastikan bahwa konten yang ditampilkan memenuhi standar kualitas dan kesesuaian dengan karakteristik platform media sosial yang digunakan.</p>

Sumber: Peneliti (2025)

Tabel 3.2 Timeline Aktivitas Kerja Magang Social Media Content Creator

Content Strategy	Waktu Pelaksanaan 2025 (Berdasarkan Minggu)																		
	Feb				Mar				Apr				Mei			Juni			
Minggu ke-	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
<i>Brainstorming</i>	■				■				■				■				■		
<i>Content Planning</i>	■				■				■				■				■		
<i>Editing</i>		■	■	■		■	■	■		■	■	■		■	■	■		■	■

Sumber: Data Primer, 2025

Tabel 3.3 Aktivitas Kerja Magang

NO	DATE	TASK DESCRIPTION
1	03-02- 2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mempelajari tentang PT Southern Tristar mulai dari <i>company overview</i>-nya, <i>product</i>, <i>content calender</i>, <i>content planning</i>, dll. - Melakukan meeting dengan Bu Vivi dan Bu Siti untuk sistem kerjanya seperti apa dan membahas apa saja target yang harus dikerjakan. - Merapikan slide presentasi (TKDN) bagian <i>cable</i> dan <i>studbolt</i> dari PT Southern TriStar. - Melakukan <i>Tour</i> kantor. - Mencari <i>footage</i> video <i>company profile</i>.
2	04-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Membahas <i>to do list</i> untuk 1 bulan kedepan. - Mengirim email ke <i>Country Manager</i> untuk <i>update-an MoM</i> dan notulen. - Revisi TKDN untuk slide presentasi. - Mempresentasikan ke SPV <i>Marketing</i> dan <i>manager</i> tentang <i>project</i> kampus apa yang pernah dikerjakan (yang berhubungan dengan magang). - Membahas soal <i>content planner</i>. - Melakukan meeting untuk membahas kegiatan meeting dengan tim desain ditanggal 7 Februari 2025.
3	05-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengirim email ke <i>Country Manager</i>.

		<ul style="list-style-type: none"> - Mengisi dan mengerjakan <i>content planner</i>. - Membuat caption untuk post-an di Instagram untuk memperingati "Hari K3 National". - Membahas soal katalog yang akan diganti dengan katalog yang baru. - Mengecek konten yang ada di <i>google drive</i>. - Mengirim referensi dari <i>dummy</i> untuk konten yang akan dikerjakan 1 bulan kedepan.
4	06-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan dan mengedit konten yang akan di post. - Membahas mengenai jam <i>meeting</i> dan <i>take</i> konten jam brp. - Melakukan kerjaan harian
5	07-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan meeting secara <i>online</i> dengan tim <i>desain</i>. - Melakukan kerjaan harian. - Membuat konten.
6	10-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan meeting dengan spv <i>marketing</i> untuk melakukan content planner bersamaa Bu Vivi dan Bu Jovita. - Membuat MoM dan notulen tanggal 10 Februari 2025. - Melakukan update pada content planner. - Melakukan editing untuk konten mingguan. - Meminta file STS untuk melihat desain konten agar selaras dengan company profilenya STS. - Meminta guideline untuk membuat konten. - Mengerjakan konten sesuai dengan guideline. - Melakukan revisi pada konten.
7	11-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan follow up pada spv untuk konten brg bersama Pak Alvin. - Mengerjakan desain Hex Bolt. - Membuat beberapa opsi untuk konten Hex Bolt. - Send konten dari Pak Belly ke Bu Vivi.
8	12-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Membahas mengenai desain dengan Pak Belly. - Membahas dengan Bu Vivi untuk desain dari konten hex bolt mengenai background or slide show.

9	13-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Meminta verifikasi ke Bu vivi. - Mengerjakan konten harian dan melakukan follow up dengan Bu Vivi.
10	14-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Membahas dengan Bu vivi untuk melakukan meeting dengan tim desain di hari senin tanggal 17 Februari 2025. - Mengerjakan dan mengedit konten. - Memikirkan konsep untuk konten sesuai content planner
11	17-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan meeting mingguan dengan Bu Vivi dan Pak Belly untuk membahas desain yang harus buat untuk konten berikutnya. - Membicarakan konsep untuk konten tersebut. - Membahas mengenai katalog yang baru. - Memilih file video pre anniv dan new year dinner STS untuk dijadikan konten.
12	18-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan revisi pada content planner. - Menyusun jadwal bulan maret. - Memilih video untuk diberikan kepada Pak Bel. - Melakukan update pada MoM. - Mengedit konten pre anniv dan new year.
13	19-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mencari referensi dari instagram untuk membuat konten. - Final membuat konten New Year's Dinner. - Membuat caption untuk konten New Year's Dinner. - Melakukan kerjaan konten mingguan.
14	20-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Memastikan tanggal untuk visit ke cikarang (take footage). - Mengvaluasi konten planner, dll. - Memikirkan konsep untuk konten berikutnya. - Konsultasi dengan Bu Vivi mengenai take footage besoknya
15	21-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan discuss dengan Bu Vivi mengenai konsep yang akan di ambil. - Melakukan revisi pada content planner. - Mengupload footage yang sudah di take ke dalam content planner. - Melakukan factory tour STS.

		- Melakukan shoot footage di pabrik langsung.
16	24-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan meeting mingguan dengan Bu Vivi mengenai konten. - Melakukan update terhadap content planner. - Membagi pembagian kerjaan. - Membahas konsep yang digunakan untuk membuat reels hex bolt,dll. - Membuat caption untuk reels dan feeds instagram. - Memasukkan file footage ke dalam drive.
17	25-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan start editing konten "Factory Tour". - Membahas mengenai konten studbolt untuk minggu ketiga di bulan Maret. - Mengupdate kerjaan kepada Bu Vivi dan Bu Kirana.
18	26-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan editing pada konten "Factory Tour". - Melakukan revisi video konten "Factory Tour". - Menanyakan hasil video konten Factory Tour kepada Bu Kirana dan Bu Vivi. - Membahas untuk take ulang contet factory tour. - Memilih konten yang ingin dimasukkan ke dalam Gdrive.
19	27-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Memilih foto yang harus dipakai untuk konten "Coming Soon Factory Tour" dari file STS. - Mengedit konten Coming Soon untuk konten mingguan. - Melakukan diskusi dengan Bu Vivi dan Bu Kirana untuk konten reels instagram coming soon. - Melakukan revisi pada content planner. - Melakukan revisi pada copywriting. - Melakukan penjadwalan untuk post konten.
20	28-02-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengupdate konten yang udah di post ke grup content STS. - Memberikan revisian konten coming soon untuk di follow up kembali. - Melakukan revisi lagi (menaikkan konten agar

		<p>ada jeda).</p> <ul style="list-style-type: none"> - Post Konten mingguan di story dan feeds instagram.
21	03-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mereschedule meeting mingguan. - Mengirim final konten coming soon. - Melakukan revisi pada content planner (coating studbolt dan standard material). - Melakukan perkenalan dengan QC STS untuk menanyakan mengenai revisi content planner tersebut. - Merancang dan membuat konten untuk video bagi" sembako & bukber. - Melakukan revisi copywriting pada content planner.
22	04-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Meminta foto kepada Bu Siti mengenai bukber dan bagi" sembako tahun lalu untuk di jadikan footage. - Melakukan diskusi dengan Bu Kirana dan Bu Vivi mengenai ramadhan tahun ini. - Melakukan revisi pada konten coming soon. - Meminta referensi video kepada Bu Vivi untuk video ramadhan.
23	04-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan bimbingan dengan Bu Henilia. - Mengupdate laporan magang kepada Bu Henilia dan teman-teman untuk bab 1. - Menanyakan pertanyaan yang tidak mengerti kepada Bu Henilia. - Membahas mengenai bimbingan yang harus tercapai targetnya. - Membahas untuk bimbingan berikutnya dan update laporan magang berikutnya.
24	05-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan revisi konten Pak Bel. - Mengerjakan konten mingguan. - Mengfollow up mengenai konten ramadhan kepada Bu Vivi.
25	06-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengupdate kerjaan ke grup STS. - Konten untuk minggu ini yang udah ready. - Mengerjakan konten berikutnya.
26	07-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Membahas project ke Cilegon untuk take footage projectnya Pak Ian.

		<ul style="list-style-type: none"> - Mengupdate ke grup STS. - Membahas ke Bu Vivi mengenai ke Cilegon. - Mengtake down konten coming soon karena ada revisi dari atasan. - Mengupload konten tgl 2 minggu ke depan menjadi di hari ini yaitu studbolt material. - Post konten di Instagram Feeds dan Instagram Story. - Membahas mengenai desain studbolt material ke Grup STS. - Memastikan project untuk hari senin mendatang yaitu project Pak Ian boleh untuk ditake footage. - Membahas untuk konten selanjutnya mau di naik berdasarkan tanggal atau revisi ulang.
27	10-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan meeting mingguan bersama Pak Alvin, Bu Vivi, Bu Kirana mengenai content planner. - Melakukan revisi pada content planner. - Membahas mengenai konten yang akan naik hari jumat. - Memberikan copywriting ke Pak Alvin. - Revisi copywriting untuk konten minggu ini. - Mengupdate pertanyaan yang akan diberikan kepada Pak Hadi dan Pak Ian. - Mengerjakan Flange Management. - Membuat script Pak Ian dan Pak Ian. - Mengurus Icloud penyimpanan untuk take content berikutnya.
28	11-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Memnberikan script ke Bu Jovita untuk di update kepada bapak-bapak manager (Pak Hadi dan Pak Ian) yang akan menjadi narasumber di konten STS. - Memastikan konten studbolt coating sudah diberikan kepada Pak Alvin untuk di review. - Membuat MoM dari meeting kemarin. - Membuat konten mingguan. - Revisi Script sesuai dengan saran dari Bu Jovita.
29	12-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan link GDocs kepada Grup STS mengenai script untuk Pak Hadi dan Pak Ian (konten introduction STS). - Mencocokkan tanggal, hari, dan jam untuk

		<p>melakukan take content.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Memberikan kerjaan Flange management kepada Bu Vivi. - Memikirkan ide konten untuk minggu" berikutnya
30	13-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Memastikan konten minggu ini sudah selesai dan akan diberikan kepada Pak Alvin untuk di review. - Melakukan revisi flange management. - Memastikan tanggal bukber dan bagi" sembako ditanggal brp kepada Bu Kirana. - Revisi content planner. - Memberikan MoM kepada grup STS yg udh dipindahkan ke Gdocs. - Diskusi dengan team konten untuk konten studbolt coating. - Menambahkan email dan linkedin di flange management TOP 15. - Berpikir mengenai ide konten bukber dan bagi" sembako
31	14-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Post konten mingguan - Mengerjakan konten mingguan - Mengupdate pengerjaan ke grup content STS - Membahas mengenai konten ramadhan, bukber, dan bagi" sembako - Membahas mengenai konten studbolt coating (copywritingnya) - Menyiapkan script konten untuk Bu Jovita, Pak Hadi, dan Pak Ian
32	17-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Meeting mingguan jam 11 - Mengerjakan konten mingguan - Melakukan pengerjaan pada flange management - Mengkoordinasikan untuk take konten introduction STS dengan Pak Ian dan Pak Hadi - Mempersiapkan untuk shooting di hari rabu. - Mempersiapkan untuk konten minggu depan - Membahas mengenai dokumentasi konten ramadhan untuk hari kamis
33	18-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan konten mingguan - Membuat dan memikirkan konten untuk bagi" sembako + bukber

		<ul style="list-style-type: none"> - Mencari ide/preferensi lainnya untuk konten ramadhan - Melakukan diskusi untuk mengepost konten sekaligus di youtube
34	19-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Take konten Pak Hadi (Introduction STS part 1) - Take konten Pak Ian (Introduction STS part 2 [about NanoGalv]) - Membahas mengenai dokumentasi bukber dan bagi" sembako - Mengconfirm ke Bu Jovita mengenai script konten - Pastiin konten minggu ini - Mempersiapkan content Mastercode untuk content mingguan - Pikirin ide editing introduction STS - Mendiskusikan mengenai konten mau post di youtube.
35	20-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan copywriting untuk mingguan - Merevisi content planner - Melakukan pengerjaan konten mingguan - Memikirkan ide untuk konten kedepannya - Menyicil edit konten Introduction STS part 1 Pak Hadi
36	21-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan post konten mingguan yaitu Mastercode - Membuat caption untuk konten Mastercode - Menanyakan update mengenai capcut pro, dll - Menanyakan dokumentasi bukber ke Bu Vivi - Melakukan revisi pada content planner - Mendiskusikan lagi mengenai konten yang mau post di Youtube untuk ngeback up konten yang post di linkedin dan instagram - Menginput Daily Task Magang ke website merdeka umn
37	24-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Minta Footage Ramadhan ke Bu Siti - Minta Approve Daily Task ke Bu Vivi - Cicil editing konten - Melakukan check untuk drive konten yg baru saja di take
38	25-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Edit konten Bukber dan Bagi" Sembako

		<ul style="list-style-type: none"> - Buat Copywriting konten bukber - Melakukan Re-Check untuk footage Pak Hadi dan Pak Ian - Pikirin konten untuk satu bulan kedepan - Revisi konten Planner
39	26-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyiapkan konten untuk Hari Raya Nyepi - Menyiapkan copywriting untuk konten Hari Raya Nyepi - Editing konten - Membahas kebutuhan konten di Grup STS - Update content planner - Mendata apa saja yang akan dilakukan untuk minggu depan
40	27-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyiapkan untuk post konten bukber reels - Menyiapkan untuk post konten hari nyepi - Mempersiapkan konten untuk hari raya idul fitri - Mengkomunikasi kepada ci vivi dan bu kirana mengenai konten bukber - Membuat copywriting - Melakukan update pada content planner
41	28-03-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Input Daily Task Magang - Post Konten Sharing Blessings in Ramadhan - Persiapan post konten untuk hari berikutnya - Edit footage content introductions STS Part 1 - Update content planner - Membahas konten bukber brg Ci Vivi dan Bu Kirana - Melakukan revisian konten brg yang diminta Ci Vivi - Membuat konten dalam bentuk reels
42	01-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Menyiapkan konten mingguan - Mengerjakan konten Intro STS untuk di upload di hari jumat - Melakukan diskusi di Grup STS dengan Ci Vivi dan Bu Kirana - Melakukan update pada content planner - Meminta Ci Vivi untuk approve daily task - Pikirin konten untuk 1 bulan kedepan
43	03-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Edit konten mingguan - Melihat template yang udh diberikan Ci Vivi

		<ul style="list-style-type: none"> - Membahas to do list untuk 1 bulan kedepan - Mengisi dan mengerjakan content planner - Mengerjakan kerjaan harian
44	04-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan editing konten Intro STS (Jovita Pak Hadi) - Melakukan meeting bersama Ci Vivi - Mengerjakan kerjaan harian - Meminta saran dari Ci Vivi mengenai konten yang akan di post
45	07-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Ngedit konten - Melakukan meeting mingguan - Mereview dan melihat template konten podcast - Melakukan check and re-check pada template opening - Melakukan revisi pada content planner - Input Daily Task Magang - Pikirin konsep untuk konten berikutnya
46	08-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Ngedit konten - Revisi Content Planner - Siapin copywriting untuk konten minggu ini. - Input Daily Task magang - Melakukan diskusi dengan Bu Vivi dan Bu Kirana
47	09-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Lanjutin ngedit konten - Melakukan diskusi dengan Bu Vivi - Input Daily Task magang - Ngerjain copywriting untuk content planner
48	10-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan editing konten - Diskusi dengan Bu Vivi - Input Daily Task - Mengupdate mengenai konten ke Bu Vivi dan Bu Kirana - Melihat footage konten Bu Jovita dan Pak Hadi - Melakukan revisi pada konten yang akan di post besok
49	11-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan post konten podcast Pak Hadi - Bu Jovita (Talk 1) - Input Daily Task Magang

		<ul style="list-style-type: none"> - Minta Bu Vivi untuk check about konten yang bakal di post - Input Daily Task bimbingan - Edit konten Pak Hadi-Jovita - Melakukan revisi content planner - Meminta tolong kepada Bu Vivi untuk memberikan nilai kepada saya melalui website merdeka - Edit konten lainnya
50	14-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat caption untuk konten Introduction STS (Bu Jovita-Pak Hadi) - Edit konten Introduction STS talk 2 - Input daily task magang - Melakukan meeting dan brainstorming mingguan - Meminta tolong kepada Bu Vivi untuk mengapprove di website merdeka - Saling mengumpulkan ide untuk dipilih jadi stok konten - Mengkonfirmasi bareng Bu Vivi untuk akun capcut pro - Melakukan revisi pada konten planner
51	15-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Input daily task magang - Edit konten - Revisi content planner - Melakukan diskusi dengan Bu Vivi - Merecheck untuk konten minggu depan
52	16-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Minta approve daily task kepada Bu Vivi - Mengkonfirmasi mengenai template capcut kepada Bu Vivi - Meminta pass tiktok kepada Bu Vivi untuk login di capcut beda device - Melakukan editing pada konten podcast Pak Hadi - Bu Jovita - Melakukan Input daily task magang - Melakukan revisi pada content planner
53	17-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mendiskusikan mengenai template capcut bersama Bu Vivi - Meminta Bu Vivi untuk approve mengenai daily task di web merdeka - Meminta surat keterangan kerja kepada Bu Siti

		<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan editing content untuk konten mingguan - Input daily task magang - Membuat caption untuk konten reels Bu Jovita - Pak Hadi - Melakukan diskusi harian dengan Bu Vivi mengenai konsep dari podcast project berikutnya
54	18-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan editing content - Melakukan input daily task magang - Meminta Bu Vivi untuk melakukan approve pada website merdeka - Melakukan revisi pada content planner - Update harian kepada Bu Vivi dan Bu Kirana - Diskusi bersama grup STS mengenai podcast project berikutnya - Meminta barcode capcut Bu Vivi untuk melakukan editing content sementara
55	21-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan meeting mingguan bersama Bu Vivi dan Bu Kirana - Melakukan input daily task magang - Melakukan perlengkapan dokumen yang dibutuhkan kampus yang akan diminta kepada Bu Siti - Melakukan editing content Pak Hadi - Bu Jovita - Melakukan revisi pada content planner - Membahas pekerjaan yang diberikan dari Pak Alvin - Diskusi dengan Bu Kirana mengenai kehambatan dalam editing content
56	22-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan input daily task magang - Melakukan revisi pada content planner - Membahas mengenai content kartini - Revisi ppt deck - konfirmasi dengan Bu Vivi kalau ppt deck udah sudah selesai - Mengerjakan kerjaan dari email Pak Alvin - Membuat caption untuk content minggu ini yang akan tayang - Melakukan editing content mingguan - Membahas dengan Bu Vivi mengenai katalog, company profile, dll

57	23-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Membahas dengan Bu Vivi kendala editing konten Bu Jovita dan Pak Hadi - Melakukan revisi pada ppt deck - Melakukan meeting online dengan Bu Vivi untuk mencari team designer catalog dan company profile - Melanjutkan editing dengan bantuan Bu Vivi - Menambahkan subtitkle dalam konten Bu Jovita - Pak Hadi - Melakukan editing content mingguan
58	24-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan editing content - Melakukan revisi content planner - Diskusi mengenai konten bersama Bu Vivi - Melakukan input daily task magang - Merangkai caption untuk konten mingguan
59	25-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - upload konten pak hadi - bu jovita - revisi konten - revisi content planner - kerjain kerjaan dari pak alvin - memberikan final caption untuk konten mingguan - laporan ke grup sts bahwa konten udah di upload
60	28-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan meeting mingguan bersama Bu Vivi dan Bu Kirana - Mendiskusikan mengenai konten dan caption untuk minggu ini - Membuat MoM - Input daily task magang di web merdeka - Edit konten - Membuat copywriting
61	29-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan update kepada Bu Vivi mengenai ppt deck sesuai permintaan dari Pak Alvin - Melakukan editing content mingguan - Melakukan revisi content planner - Pikirin konten untuk bulan depan
62	30-04-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan editing content mingguan - Melakukan diskusi dengan Bu Vivi mengenai konten minggu ini seperti apa - Melengkapi content planner - Input daily task magang

		<ul style="list-style-type: none"> - Meminta tolong Bu Vivi untuk mengapprove di website merdeka - Memikirkan konsep untuk konten hari-hari besar
63	01-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan diskusi dengan Bu Vivi untuk konten yang di upload di hari Jumat - Melakuka input daily task magang - Editing content - Menanyakan kepada Bu Vivi mengenai kerjaan dari Pak Alvin
64	02-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan upload konten - Melakukan editing konten - Melakukan revisi sesuai permintaan Bu Vivi - Mendiskusikan konten untuk berikutnya
65	05-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan meeting mingguan - Melakukan diskusi dengan Bu Vivi dan Bu Kirana mengenai perkembangan social media STS - Input daily task magang - Meminta Bu Vivi untuk melakukan approvel daily task magang di website merdeka - Edit konten mingguan - Cicil editing konten podcast talk 3
66	06-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan bimbingan dari kampus - Melakukan input daily task magang pada website merdeka - Melalukan editing konten mingguan - Melakukan diskusi dengan Pak Bel untuk konten mingguan
67	07-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan editing content mingguan - Melakukan input daily task magang - Mempersiapkan konten untuk di minggu ini - Revisi Content Planner
68	08-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan editing konten mingguan - Cicil konten podcast talk 3 - Diskusi dengan Bu Vivi mengenai konten
69	09-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan upload konten - Laporan kepada Bu Vivi untuk sudah uploading content minggu ini - Melakukan input daily task magang

		<ul style="list-style-type: none"> - Cicil konten minggu depan - Meminta Bu Vivi untuk mengapprove daily task magang yang ada di website merdeka
70	13-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan cicil editing konten - Melakukan revisi konten - Melakukan updating konten bersama Bu Vivi - Melakukan input daily task magang - Meminta approve kepada Bu Vivi di website merdeka
71	14-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Cicil editing konten - Revisi content planner - Chat Bu Vivi untuk konten minggu ini - Input daily task magang - Mendiskusikan kepada Bu Vivi untuk konten minggu ini akan di post seperti apa
72	15-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengecek grup yang udah Pak Bel kirim untuk desain minggu ini - Input daily task magang - Revisi content planner - Mempersiapkan untuk konten minggu ini - Melakukan editing konten
73	16-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Editing konten - Revisi content planner - Diskusi dengan Bu Vivi mengenai konten - Membahas catalog dengan Bu Vivi yang diminta oleh Pak Alvin
74	19-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Post konten yang belum di post - Editing konten Bu Jovita - Pak Hadi - Melakukan meeting mingguan bersama Bu Vivi
75	20-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Editing konten - Mengerjakan kerjaan dari Pak Alvin - Mikirin ide konten untuk kedepannya - Input Daily Task magang - Meminta tolong Bu Vivi untuk approve website merdeka.
76	21-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan kerjaan dari Pak Alvin - Mikirin ide konten untuk kedepannya - Editing konten - Input Daily Task magang

		<ul style="list-style-type: none"> - Meminta tolong Bu Vivi untuk approve website merdeka. - Bahas bareng max mengenai catalogue STS
77	22-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Mengerjakan kerjaan dari Pak Alvin - Mikirin ide konten untuk kedepannya - Editing konten - Revisi Content Planner - Melakukan diskusi untuk konten - Input Daily Task Magang
78	23-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Post konten - Input daily task - Diskusi desain catalogue - Revisi konten untuk minggu depan
79	26-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan meeting mingguan - Diskusi mengenai konten STS - Membahas jadwal konten - Melakukan editing konten
80	27-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan update kepada Bu Vivi mengenai konten - Melakukan editing content mingguan - Input daily task - Pikirin konten untuk bulan depan - Meminta approve web merdeka kepada Bu Vivi
81	28-05-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Editing konten mingguan - Follow up content planner ke Bu Vivi - Input daily task
82	02-06-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan diskusi harian kepada Bu Vivi - Input daily task - Meminta approve web merdeka kepada Bu Vivi - Follow up mengenai catalog kepada Bu Vivi - Melakukan meeting mingguan
83	03-06-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan editing mingguan - Melakukan input daily task - Update mengenai catalog permintaan Pak Alvin - Memintta approve kepada Bu Vivi
84	04-06-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Input Daily Task Magang

		<ul style="list-style-type: none"> - Melakukan editing konten mingguan - Diskusi mengenai konten minggu depan - Meminta approve web merdeka kepada Bu Vivi
85	05-06-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Edit konten final buat besok - Input daily task magang - Meminta approve Bu Vivi mengenai website merdeka - Update content planner
86	06-06-2025	<ul style="list-style-type: none"> - Update isi content planner - Melakukan post konten mingguan - Melakukan input daily task magang - Meminta approve website merdeka kepada Bu Vivi - Meminta surat pelepasan magang kepada Bu Siti

Sumber: Peneliti (2025)

Selama menjadi proses magang selama enam ratus puluh jam, berbagai tugas telah diselesaikan, mulai dari sesi brainstorming, perencanaan konten, hingga pelaksanaannya. Seluruh kegiatan ini membutuhkan kemampuan serta pemahaman dasar tentang media sosial, penyusunan rencana konten, dan juga proses pengeditan.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah rincian tanggung jawab utama yang dijalankan oleh seorang *Social Media Content Creator* selama menjalani praktik kerja magang di PT Southern Tristar:

➤ Content Strategy

Mill (Chaffey & Mill, 2012, #) mengatakan, di era *digital marketing*, penting untuk membangun konten yang berkualitas karena konten berkualitas adalah aset paling berharga dalam era ini. Sehingga penting untuk kita pahami bahwa langkah awal yang tepat adalah membuat konten yang berkualitas untuk membangun brand awareness audiens di sosial media. Sederhananya konten bukan sekedar pengisi sosial media tetapi jantung dari strategi pemasaran digital.

Pulizzi (2009) menyatakan bahwa *Content Marketing Strategy* merupakan teknik pemasaran yang dirancang untuk menciptakan serta menyebarkan konten yang relevan dan dinilai menarik untuk membangun keterlibatan dengan audiens yang sudah ditentukan dan dipahami dengan baik. Di era media sosial yang terus mengalami perkembangan, tentu diperlukan strategi dalam menyusun konten, dimulai dari ide awal hingga konsep yang matang.

Memiliki tujuan strategi yang jelas untuk setiap konten yang diunggah merupakan bagian penting dari strategi konten yang terencana, yang membantu menghindari pendekatan yang acak dan menjaga fokus dalam upaya mencapai hasil terbaik dengan sumber daya yang tersedia. Strategi ini menyusun langkah-langkah khusus untuk meraih tujuan yang telah ditetapkan. Seorang pembuat konten perlu menyusun dan mengelola konten yang akan dipublikasikan di media sosial. Untuk menetapkan arah yang jelas bagi setiap konten, pembuat konten di PT Southern Tristar menerapkan strategi konten berikut:

- ***Brainstorming***

Pada saat menjalani praktek kerja magang di PT Southern Tristar, salah satu tugas utama yang dilakukan oleh pembuat konten sosial media adalah mencari ide. Mereka melakukan ini bersama Tim Sosial Media. Kirana Cintyawati dan Fransiska Viviana bertanggung jawab untuk mengawasi atas konten yang ada dan sosial media. Di tengah perkembangan pesat dunia pemasaran digital saat ini, konten memegang peran penting dalam menarik perhatian audiens serta membangun kedekatan yang kuat dengan pelanggan.

Tujuan dari sesi *brainstorming* ini adalah merumuskan ide-ide strategis serta kreatif yang dapat mendukung perkembangan konten yang menarik. Pembahasan yang akan dibahas tentunya mencakup hal-hal yang relevan dengan perkembangan di industri manufaktur, seperti konsep yang menitikberatkan pada konstruksi, kelautan, presisi, kekuatan material, serta sertifikasi kualitas.

Selain itu, mencakup pemecahan masalah yang perlu diatasi serta pendekatan baru dalam menyajikan konten yang menarik, seperti ide-ide dengan cakupan konsep yang luas, meninjau sisi kehidupan internal industri sebagai sumber inspirasi, meskipun tidak selalu berkaitan langsung dengan industri manufaktur, namun tetap relevan bagi audiens. Selanjutnya, juga mencakup konsep konten yang mengikuti tren di media sosial namun tetap dipadukan dengan karakteristik khas perusahaan. Contohnya adalah konten Instagram yang memanfaatkan lagu viral atau tren video yang tengah populer.

Brainstorming merupakan metode diskusi yang memberikan peluang bagi setiap individu untuk menyampaikan gagasannya, menyelesaikan masalah, dan menghargai pandangan orang lain (Rosmiati, 2013, #). Dengan metode ini tim bisa menggali ide-ide dari setiap anggotanya untuk mencapai tujuan bersama.

Menurut Eva (Eva Y., 2020, #), *brainstorming* merupakan proses menggabungkan berbagai gagasan untuk menyelesaikan suatu permasalahan melalui diskusi kelompok dalam waktu yang singkat, sehingga dalam waktu tersebut peserta dapat saling berbagi ide-ide kreatif yang kemudian dikumpulkan dan dibahas guna menghasilkan keputusan atau ide akhir.

Sesi *brainstorming* diadakan untuk membantu tim menciptakan pemikiran baru dan kreatif yang belum pernah muncul secara pribadi. Mekanisme kerja sama tim ini mendukung penggabungan berbagai sudut pandang dan pemahaman yang berguna untuk mengembangkan solusi kreatif dalam pembuatan konten. Tim media sosial berkumpul untuk membahas gagasan yang akan diajukan dalam sesi *brainstorming* dengan suasana bebas kritik, sehingga tim memiliki lebih banyak waktu untuk mengeksplorasi ide-ide mereka tanpa tekanan dari batasan waktu.

Brainstorming dilaksanakan di ruang rapat setiap awal bulan dengan suasana yang santai namun tetap fokus untuk saling berbagi ide agar dapat menemukan gagasan penting untuk konten media sosial. Ide-ide

yang sudah terkumpul secara jelas akan diteruskan ke tahap selanjutnya. Dalam sesi *brainstorming* ini, penggunaan laptop dan catatan sangat diperlukan untuk mencatat ide-ide penting. Aturan selama sesi ditetapkan oleh *supervisor* di awal pertemuan. Tim diberikan kebebasan untuk mengemukakan ide tanpa takut mendapat kritik, sehingga menciptakan suasana yang mendukung munculnya gagasan baru.

Pada sesi *brainstorming* tim, tidak ada waktu istirahat yang dijadwalkan secara khusus. Suasana santai sangat dijaga agar setiap anggota merasa rileks tapi tetap fokus. Kreativitas muncul secara alami karena suasananya menyenangkan semua orang bebas menyampaikan ide tanpa khawatir dinilai atau kritik, karena aktivitas ini terasa seru, menyenangkan, dan tidak kaku, tim tidak merasa butuh waktu rehat khusus. Justru karena dijalani dengan penuh antusiasme dan suasana fun, proses *brainstorming* berjalan lancar dan penuh semangat. Ini sangat membantu dalam menghasilkan ide-ide yang kuat. Dalam diskusi, tim juga didorong untuk saling berbagi wawasan dan tren terbaru, terutama yang berkaitan dengan industri manufaktur. Lewat kolaborasi dan tukar pikiran ini, tim bisa menangkap tren-tren penting di media sosial yang kemudian bisa dijadikan inspirasi untuk membuat konten yang relevan dan menarik.

Dengan tujuan agar setiap individu didengar dan kontribusinya dihargai, *Supervisor* menggunakan pertanyaan terbuka dan dorongan positif selama sesi ini. Selama proses membuat ide tim secara teratur menyimpan catatan tentang semua ide yang dibuat. Untuk mencatat ide-ide, tim biasanya menggunakan laptop dan tv yang disediakan untuk mempresentasikan seluruh ide-ide ke tim dan memudahkan evaluasi tema ataupun konsepnya. Setelah tim mengumpulkan banyak ide yang menarik, itu akan dipilih berdasarkan tujuan utamanya dan sesuai dengan nilai-nilai strategis.



Gambar 3.1 Aktivitas *Brainstorming* Tim Sosial Media

Sumber: Peneliti 2025

Di mata kuliah *Art Copywriting & Creative Strategy*, dijelaskan mengenai proses pencarian ide yang ada bisa dieksplorasi secara menyeluruh dengan berbagai kemungkinan yang terbuka.. Menurut Cotton (Cotton, 2016, #), terdapat konsep *Brain-Friendly Brainstorming* yang memperhatikan cara kerja otak agar tercipta suasana yang produktif, menghindari dominasi satu individu dalam diskusi, serta mendorong inovasi.

Sesi *brainstorming* di PT Southern TriStar merupakan bagian yang sangat krusial. Dalam sesi ini, gagasan baru dikumpulkan dari seluruh anggota tim tanpa adanya dominasi pendapat tertentu. Tujuannya dari sesi ini adalah untuk bersama-sama menyelesaikan masalah serta meningkatkan kesadaran audiens terhadap konten yang dibuat untuk akun media sosial perusahaan. Dalam menggabungkan macam-macam sudut pandang, tim mampu meningkatkan langkah inovasi yang efektif. Pada akhirnya memperkuat keterlibatan serta kesadaran audiens terhadap merek perusahaan.

Selama magang saya di PT Southern TriStar, sesi *brainstorming* digunakan untuk mendorong pemikiran kreatif sekaligus realistis. Sesi ini juga sering dianggap sebagai bentuk fantasi. Dengan demikian, berpikir kreatif menjadi pendekatan untuk mengatasi masalah nyata melalui cara

yang unik. Keadaannya yang nyaman tetapi tetap fokus dalam situasi *brainstorming* membantu menciptakan gagasan konten yang segar dan kreatif. Kombinasi berbagai gagasan dapat membantu tim dalam menganalisis masalah dengan lebih baik, menggali pemikiran yang lebih kreatif, mengamati efisiensinya, dan berhasil menciptakan konten yang berdampak positif pada perspektif audiens terhadap perusahaan.

- **Content Planning**

Tugas *Social Media Content Creator* selama menjalani magang di perusahaan Southern TriStar adalah membuat *Content Planning*. Kegiatan *brainstorming* ini dilakukan setiap minggu pada hari Senin. Proses merancang *content planning* dilakukan dengan pendekatan kolaboratif bersama tim *Social Media Marketing*.

Pembuatan perencanaan konten bertujuan untuk merancang strategi produksi konten secara terstruktur dalam jangka waktu satu bulan kedepan. Tujuan spesifik dari proses ini adalah memastikan konten yang disusun memiliki arah yang jelas, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan, minat, serta preferensi audiens. Dengan perencanaan yang matang, konten memiliki peluang lebih besar untuk meningkatkan interaksi audiens, seperti komentar, berbagi, dan bentuk keterlibatan lainnya. Hal ini secara tidak langsung dapat memperluas jangkauan konten serta memperkuat kesadaran terhadap merek.

Oleh sebab itu, penyusunan *content planning* menjadi komponen utama yang tidak bisa diabaikan. Hal ini dikarenakan produksi konten tidak hanya terbatas pada satu atau dua materi saja. Dengan adanya perencanaan konten, proses pengembangan ide dapat dilakukan secara lebih mendetail dan terstruktur. Akibatnya, konten yang dihasilkan cenderung lebih bermutu, memberi wawasan, dan mampu memikat perhatian audiens, sehingga berperan dalam memaksimalkan kualitas keseluruhan konten yang diunggah.

Perencanaan *content planning* dilakukan secara tatap muka oleh tim di ruang rapat dengan memanfaatkan *Google Sheets* yang telah

dirancang khusus. Sistem kerja ini berjalan dalam suasana santai namun tetap memacu kreativitas, dengan fokus pada pengembangan konsep yang terorganisir dan mudah dipahami. Tim berusaha membentuk lingkungan kerja yang nyaman namun tetap berfokus pada pencapaian tujuan yang telah ditentukan.

Dalam *content planning*, tim tidak sekedar mencatat informasi dasar seperti judul konten atau jadwal tayang, tetapi juga menggali ide-ide kreatif dan inovatif secara mendalam. Gagasan-gagasan yang diperoleh dari sesi brainstorming disusun menjadi konsep menarik untuk dijadikan konten. Konsep tersebut kemudian dirinci ke dalam berbagai kategori seperti hari dan tanggal posting, judul, platform, status, format, *content pillar*, isi konten, *copywriting*, *content brief*, referensi, tautan posting, dan catatan. Setiap ide disusun dengan rapi di *Google Sheets* sesuai dengan klasifikasi konten yang telah ditetapkan.

Menurut Ariyadi (Ariyadi, 2020, #) bahwa seni kemampuan menulis teks yang persuasif dengan tujuan memancing audiens untuk memancing pembaca melakukan tindakan tertentu. Untuk membuat caption yang menarik pada konten dibutuhkan teks yang menarik dan membangkitkan minat pembaca untuk mencari tahu lebih mengenai perusahaan tersebut, sehingga konten dan caption yang diposting menjadi efektif.

Copywriting merupakan aktivitas yang erat kaitannya dengan promosi dalam rangka branding, karena pesan disampaikan melalui tulisan tersebut. Kegiatan ini ditandai dengan kemampuan mengolah kata menjadi sebuah karya seni yang mampu memberikan efek persuasif. Melalui *copywriting*, pesan yang ingin disampaikan dapat dibuat lebih jelas dan diperkuat secara visual. Secara singkat, tujuan dari *copywriting* adalah untuk membentuk perilaku sesuai dengan target yang telah ditentukan (Maulana, 2022, #).

Dengan memanfaatkan alat kolaboratif yaitu *Google Sheets* yang dibuat khusus untuk perencanaan konten, tim dapat mengelola informasi

Gambar 3.2 *Content Planning* Southern TriStar 2025

Sumber : Dokumen Perusahaan (2025)

Menurut (Crocker, 2017, #) *Content Planning* merupakan langkah strategis dalam menyusun serta mengatur konten yang akan diunggah secara *daring*. Di Sesi ini, proses yang dilakukan mencakup beberapa langkah penting, seperti menetapkan tujuan konten, memahami target audiens, memilih media atau *platform* publikasi yang sesuai, mengembangkan ide konten, menyusun kalender editorial, memproduksi konten, serta membagikan, memantau, dan mengevaluasi kinerjanya. Di PT Southern TriStar, perencanaan konten bertujuan untuk menekankan pentingnya konsistensi dan keunikan dalam menerbitkan konten, sekaligus mengatasi berbagai tantangan yang mungkin muncul. Dengan perencanaan yang matang, perusahaan bisa mempersiapkan waktu, memaksimalkan penggunaan sumber daya manusia, serta menghasilkan konten yang lebih berkualitas dan seimbang. Oleh karena itu, peran perencana konten sangat krusial dalam mengarahkan strategi bisnis menuju keberhasilan dalam bidang publikasi konten.

Menurut (Konhand, 2024, #) Saat membuat rencana konten, jangan fokus pada pembuatan judul yang bagus, tujuan utamanya adalah menghasilkan ide-ide, tentu saja dalam rencana konten yang telah dibuat sebelumnya. Termasuk pesan penulisan apapun yang ingin disampaikan dapat menarik audiens dengan cara yang sesuai dan efektif, sehingga audiens harus memahami apa yang ditulis. Dalam kaitannya dengan penulisan konten, menggunakan strategi konten yang terintegrasi membantu mencapai tujuan penerbitan konten secara keseluruhan.

Menurut (Georgieva & Djoukanova, 2014, #) salah satu proses dalam membuat *content marketing* adalah *Content Planning*. Dengan adanya *content planning* mempermudah *content creator* dalam mengatur konten yang ingin diposting, sehingga tepat dalam menentukan arah dan tujuan.

Menurut (Talent, 2022), proses penulisan konten untuk bermacam-macam tujuan seperti menghibur, memberikan edukasi, atau sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk meningkatkan kekuatan merek disebut *content writing*. Isi konten meliputi tulisan panjang seperti artikel, blog, studi kasus, *e-book*, dan *white papers*, maupun tulisan pendek seperti posting di media sosial. Dengan merencanakan berbagai format konten, PT Southern TriStar bertujuan meningkatkan keterlibatan audiens dan kesadaran merek. Proses ini menggunakan *Google Sheets* untuk kolaborasi secara *real-time* dan membutuhkan pemahaman mendalam tentang audiens serta tren industri. Melalui pembuatan konten yang edukatif dan menarik, transparansi tetap dijaga tanpa menyembunyikan tujuan komersial. Hal ini menegaskan bahwa strategi, pemahaman audiens, dan kolaborasi kreatif sangat penting dalam menciptakan konten berkualitas tinggi.

Pada mata kuliah *Social Media & Mobile Strategy*, diperkenalkan konsep perencanaan kampanye media sosial yang disebut SOSTAC. Awalnya, SOSTAC dikembangkan sebagai kerangka kerja untuk strategi pemasaran secara umum tanpa fokus khusus pada aktivitas digital (Chaffey & Chadwick, 2022, #). Di setiap komponen 'roda' tersebut, mereka menyederhanakan bahwa aktivitas pemasaran digital penting yang harus dilakukan perusahaan sebagai bagian dari perubahan era digital. Elemen-elemen perencanaan SOSTAC dalam konteks strategi pemasaran digital meliputi *Situation Analysis, Objective, Strategies, Tactics, Actions, dan Control*.

Menurut (Smith, 2018, #), SOSTAC adalah teknik yang banyak digunakan secara global untuk menyusun rencana dan komunikasi. Metode ini tidak hanya sederhana, jelas, mudah diingat, dan terstruktur, tetapi juga membantu mempermudah proses perencanaan bagi semua pihak. Selain itu, SOSTAC memiliki tingkat fleksibilitas yang tinggi. Bagian yang paling fleksibel adalah "strategi," di mana pengguna dapat

memilih komponen-komponen yang ingin diterapkan guna mengembangkan strategi yang paling efektif.

Dalam pelaksanaan kerja magang, tidak seluruh konsep yang diperoleh oleh mata kuliah *Social Media & Mobile Strategy* dapat diaplikasikan secara langsung. Meskipun penerapan model SOSTAC tidak dilakukan secara menyeluruh dalam proses perencanaan konten di PT Southern Tristar, beberapa komponen dari konsep tersebut tetap digunakan sebagai acuan dalam menyusun strategi konten.

Dalam pengerjaan kaitannya dengan konsep SOSTAC, Tim media sosial PT Southern Tristar menemukan adanya kesamaan dan perbedaan dalam penerapan model ini untuk merancang dan mengelola konten media sosial secara efektif. Pada tahap *Situation Analysis*, tim mengumpulkan informasi mengenai kondisi perusahaan dan karakteristik audiens, serta melakukan evaluasi terhadap performa konten sebelumnya. Tahap *Objective* digunakan untuk menetapkan sasaran yang jelas dan relevan, misalnya meningkatkan *brand awareness*. Di tahap *Strategies*, dilakukan identifikasi terhadap segmen audiens yang tepat, dengan penekanan pada penggunaan platform Instagram dan LinkedIn agar strategi konten lebih tepat sasaran. Pada tahap *Tactics*, fokus diberikan pada jenis konten seperti edukasi, serta konten yang mencerminkan identitas merek perusahaan. Sementara itu, tahap *Actions* memiliki sedikit perbedaan, karena dalam praktiknya lebih merepresentasikan langkah nyata dari taktik yang telah dirancang (seperti proses *shooting*), meskipun pada tahap perencanaan konten, semua masih disusun dalam bentuk tulisan. Dalam konteks ini, tahap *Actions* di terjemahkan ke dalam bentuk *script* ataupun *Draft Concept* yang menggambarkan ide konten nyata, seperti *shooting* mengenai informasi produk. Terakhir, pada tahap *Control*, tim menjamin kualitas konten melalui tahap *Quality Control* sebelum dipublikasikan, yang berfungsi untuk mengoreksi kesalahan dan meningkatkan mutu secara keseluruhan. Dengan menggunakan metode SOSTAC, tim sosial

media PT Southern Tristar bisa menjalankan perencanaan dan pengelolaan konten secara lebih terstruktur dan efektif.

- **Editing**

Kegiatan yang dijalankan *Social Media Content Creator* pada saat menjalankan praktik kerja magang di PT Southern Tristar adalah fase *editing*. Sebagai bagian dari tanggung jawabnya, *Social Media Content Creator* memiliki kewajiban untuk melakukan penyuntingan konten setelah selesainya tahap pembuatan atau proses *shooting*. Proses ini, krusial untuk menjamin mutu gambar yang optimal, menjaga konsistensi mengusung identitas merek, dan mengintegrasikan komponen-komponen pendukung penyampaian pesan yang terkandung dalam konten tersebut.

Tim pembuat konten sosial media membagi tugas untuk setiap bagian konten yang perlu diedit, seperti konten *feeds* dalam bentuk gambar atau video. Namun, Natasha Kesya melakukan proses *editing* secara pribadi. Setelah gagasan awal konten selesai dibuat, pengeditan konten gambar dilakukan setiap hari. Tujuan pengeditan gambar adalah untuk mencapai estetika yang diinginkan dengan memastikan bahwa gambar yang digunakan dalam konten memiliki kualitas visual yang ideal, komposisi yang tepat, pesan yang jelas dan kuat, serta kualitas visual yang jelas. Pengeditan gambar juga mencakup pengaturan warna, kontras, pencahayaan, dan penyempurnaan detail. Sementara itu, konten video biasanya diedit sehari setelah sesi pengambilan gambar. Ini memberi Anda waktu yang cukup untuk mengumpulkan semua materi yang diperlukan sebelum memulai proses *editing*.

Proses *editing content* umumnya dilakukan dalam ruangan kerja. Untuk konten visual berbasis gambar, aplikasi seperti Adobe Photoshop dan Canva seringkali menjadi pilihan utama. Sementara itu, untuk konten video, CapCut dan Canva merupakan perangkat lunak yang mudah digunakan. Pemilihan perangkat lunak dalam proses *shooting* konten didasarkan pada jenis konten yang sedang dikerjakan dan preferensi individual *editing*. Untuk *editing* dilakukan menggunakan Laptop dan Tab

dimana tampilan layar lebih luas sehingga kapabilitas *editing* lebih nyaman. Sesekali, jika dibutuhkan *editing* juga bisa dilakukan melalui *smartphone* karena kemudahan akses dan kecepatan yang ditawarkan oleh aplikasi editing seperti CapCut. Kedua jenis perangkat ini memiliki keunggulan masing-masing yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik dari proses *editing* yang sedang dilakukan.

Tujuan pengeditan konten adalah untuk memastikan konten yang diunggah berkualitas tinggi dan memenuhi standar visual yang telah ditetapkan. Untuk memastikan hasil akhir yang optimal, proses *editing* sangat penting. Dalam tahap ini, berbagai elemen teknis seperti ketajaman gambar, resolusi, pencahayaan, kontras, serta komposisi ditinjau dan disempurnakan. Konten yang telah melalui proses pengeditan dengan baik akan terlihat lebih profesional, mampu menarik perhatian audiens, serta memperkuat citra perusahaan.

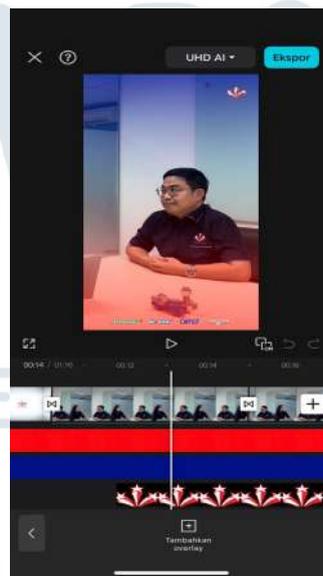
Dalam proses penyuntingan video, aplikasi yang umum digunakan adalah CapCut. Pengeditan menggunakan CapCut biasanya meliputi pemotongan klip, penggabungan beberapa klip, penambahan efek visual dan audio, pengaturan kecepatan video, serta penyuntingan tampilan secara keseluruhan. CapCut memiliki fitur-fitur yang mudah dioperasikan sehingga tidak memerlukan keahlian mendalam dalam editing. Dengan demikian, video dapat disesuaikan dengan gaya visual yang selaras dengan pesan perusahaan. Selain itu, penting untuk menyesuaikan format dan ukuran video agar sesuai dengan platform media sosial yang akan digunakan.

Setiap klip yang dipotong harus memberikan informasi baru, seperti detail penting dari proses yang ingin disampaikan.



Gambar 3.3 Detail klip penting podcast (2025)
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Selanjutnya penggabungan klip atau adegan dalam video harus memiliki motivasi yang jelas. Hal ini menghubungkan klip secara logis sehingga alur podcast terjaga.



Gambar 3.4 Detail penggabungan klip perubahan situasi(2025)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Saat melakukan *editing*, perlu memperhatikan bagaimana objek dan karakter di dalam suatu bingkai gambar. Memastikan visual yang menarik dan mendukung pesan perusahaan yang ingin disampaikan. Contohnya menyusun klip dengan fokus yang tepat pada detail penting atau menyusun klip dalam pola yang menarik secara visual.



Gambar 3.5 efek suara dalam video (2025)

Sumber: Dokumen perusahaan (2025)

Selain penggabungan klip dengan visual, juga dibutuhkan suara yang digunakan di dalam klip mendukung suasana yang ingin disampaikan perusahaan. Misalnya menambahkan efek suara yang sesuai dengan adegan di dalam video, perlu dipastikan juga bahwa kualitas suara dalam video terdengar jelas dan bersih.

Saat melakukan pemotongan klip, penting untuk memastikan bahwa setiap bagian yang disertakan menyajikan informasi baru yang

relevan, seperti halnya klip yang menampilkan rincian penting dari suatu proses yang ingin disampaikan. Selain menggabungkan klip secara visual, elemen suara dalam video juga harus mendukung suasana yang ingin dibangun oleh perusahaan. Contohnya, penambahan efek suara yang sesuai dengan adegan dalam video perlu diperhatikan, serta memastikan bahwa audio terdengar jelas dan bebas gangguan. Pemilihan sudut pengambilan gambar pada tiap klip harus dilakukan secara cermat demi menjaga konsistensi tampilan visual. Misalnya, penggunaan *angle* yang sama saat menggabungkan klip akan membantu menghindari perubahan visual yang mencolok dan mengganggu pengalaman menonton. Selain itu, kesinambungan visual antara satu klip dan lainnya harus dipastikan agar alur cerita tetap konsisten dan tidak terjadi gangguan visual.



Gambar 3.6 bukti postingan pada Instagram (2025)

Sumber: Peneliti (2025)

Pemakaian Canva sangat mendukung dalam mengakses berbagai *template*, elemen grafis, teks, dan filter visual yang memungkinkan pembuatan gambar menarik sesuai kebutuhan konten. Aplikasi ini juga

mempermudah dalam menyesuaikan ukuran gambar, menambahkan teks, menggabungkan elemen grafis, serta mengatur warna dan kontras agar sesuai dengan estetika visual yang diinginkan. Selama proses penyuntingan menggunakan CapCut dan Canva, penempatan logo perusahaan, pemilihan warna, serta konsistensi desain yang mencerminkan identitas merek menjadi lebih mudah diwujudkan, sehingga setiap konten visual yang dihasilkan tetap mencerminkan citra perusahaan secara konsisten.

Editing merupakan fondasi dari penceritaan visual dan audio, dimana setiap potongan adalah keputusan yang memengaruhi emosi dan ritme secara keseluruhan (Dancyger, 2018, #). Bukan hanya sekedar mengedit tetapi juga membentuk waktu, ruang, dan makna dari materi mentah. Di PT Southern Tristar, bertanggung jawab atas pemilihan, memotong, dan menyusun adegan sesuai aturan yang telah ditetapkan. Sehingga perlu diperhatikan bahwa proses menuju penyempurnaan sangat penting untuk menghasilkan alur yang tepat.

Dengan menggunakan narasi visual yang koheren dan menarik, *editing* video bertujuan untuk menyampaikan pesan atau cerita kepada penonton dengan cara yang menarik dan efektif. Proses ini tidak hanya melibatkan pemilihan gambar dan suara yang tepat, tetapi juga pengaturan ritme dan alur yang dapat meningkatkan daya tarik visual. Menurut (Looring, 2020, #), konten yang mampu menarik perhatian orang saat ini sangat bergantung pada kekuatan cerita dan narasi yang disampaikan. Dengan demikian, pengeditan video yang baik harus mampu menggabungkan elemen-elemen tersebut untuk menghasilkan pengalaman yang mendalam dan berkesan bagi *audiens*.

Informasi, Motivasi, Komposisi pada *Shot*, *Angle* Kamera, Kontinuitas, dan Suara adalah enam elemen *editing* yang dapat membantu dalam mengedit berbagai jenis konten (Alibasah D. & Prayuda Y., 2018, #). Tentu saja, ada banyak perbedaan dan persamaan dalam melakukan editing, kecuali jika Anda melakukan *editing* dengan cukup sesuai dengan

enam elemen *editing*. Konten yang menarik tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga harus efektif dalam menyampaikan pesan dan memberikan pengalaman baru kepada audiens.

Selama menjalani program magang, penggunaan aplikasi *editing* video seperti CapCut dan Canva lebih disarankan, meskipun aplikasi tersebut tidak secara khusus diajarkan dalam kurikulum mata kuliah *Digital Graphic Communication*. Hal ini menimbulkan perbedaan dalam proses pengeditan antara materi yang diberikan di perkuliahan dan praktik yang diterapkan di lokasi magang. Walaupun demikian, pengetahuan tentang Adobe Photoshop yang diperoleh dari mata kuliah tetap dapat dimanfaatkan dalam pengeditan gambar, meskipun intensitas penggunaannya tidak sebanyak Canva.

3.2.3 Kendala Utama

Berikut ini adalah hambatan utama yang ditemukan berdasarkan analisis yang dilakukan untuk membandingkan konsep dengan prosedur yang digunakan selama praktik kerja magang:

- Brainstorming
 - Menghadapi tantangan dalam menemukan solusi yang inovatif dan efektif disebabkan oleh jumlah anggota tim yang relatif sedikit, sehingga tim dapat mengalami kebuntuan dalam mencari ide atau cenderung menghasilkan gagasan-gagasan yang umum dan kurang kreatif.
 - Industri manufaktur menghadapi masalah yang kompleks yang memerlukan kemampuan tim untuk berpikir secara mendalam dan kreatif untuk menemukan solusi. Bergerak bisnis ke bisnis (B2B), yang membuat sulit untuk menarik *audiens* karena bukan bidang yang mereka butuhkan atau tidak terkait dengan kehidupan mereka.
- Editing

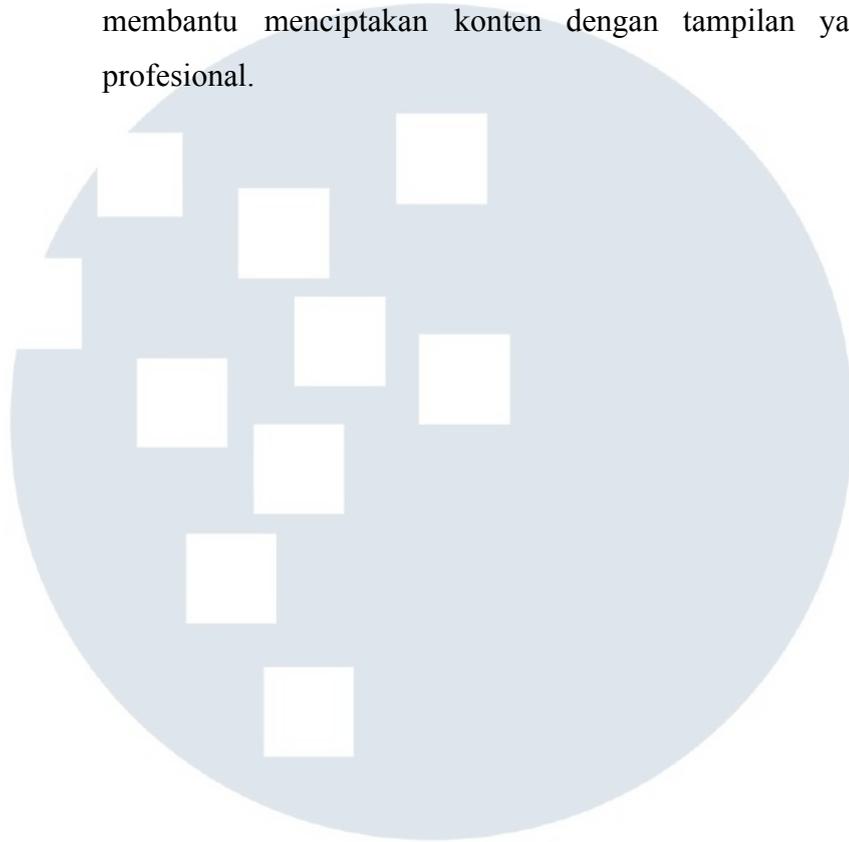
- Ada perbedaan kecil antara pelajaran yang diajarkan di kampus dan praktik di lapangan. Mata kuliah ini lebih berfokus pada teori tentang cara belajar mengedit foto dengan Adobe Photoshop.
- Di awal masuk praktik magang, adanya kesulitan dalam editing secara maksimal karena kurangnya fasilitas di perusahaan, sedangkan pembelajaran di mata kuliah hanya diajarkan editing standar saja.

3.2.4 Solusi

Solusi untuk masalah pada tahap *brainstorming*, berdasarkan kendala yang telah disebutkan sebelumnya, adalah sebagai berikut:

- *Brainstorming*
 - Kita dapat menghasilkan ide-ide konten yang kreatif dengan mencari lebih banyak referensi konten yang dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi yang kuat. Melihat tren atau situasi yang sedang berlangsung, baik di dalam maupun di luar industri, dapat melatih pikiran untuk membuat sesuatu yang baru dan menarik perhatian *audiens*.
 - Meskipun tidak disarankan untuk mencari referensi dari sumber eksternal, tetapi dapat meninjau kembali unggahan-unggahan dalam konten sebelumnya. Fokus pada konten yang relevan, seperti yang diunggah sebelumnya "informasi" dengan fakta-fakta yang menarik. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan bahwa konten selanjutnya menggunakan pilar informasi yang sama namun dengan fokus yang berbeda, seperti memberikan saran dan trik.
- *Editing*
 - Menggunakan aplikasi pengeditan video atau foto yang paling dikuasai merupakan langkah yang tepat. Contohnya, pemanfaatan aplikasi seperti CapCut dan Canva dapat mendukung peningkatan efisiensi dalam proses pengeditan konten. Selain itu, penggunaan template serta fitur pendukung yang tersedia dalam perangkat

lunak editing video juga bisa mempercepat proses kerja dan membantu menciptakan konten dengan tampilan yang lebih profesional.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA