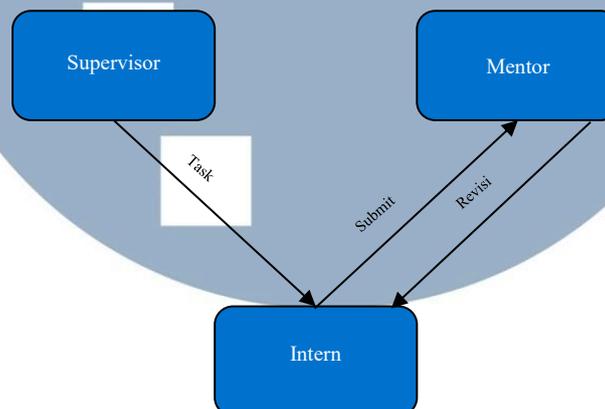


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani program magang di posisi *Digital Fundraising* yang berada dibawah bimbingan *Digital Fundraising Coordinator* Vicky Febriantama. Penulis berperan utama dalam merancang konten untuk akun media sosial, khususnya Instagram dengan nama pengguna @jel.tim. Proses ini mencakup tahapan mulai dari perencanaan ide konten, pembuatan materi visual dan naratif, hingga tahap publikasi dan promosi agar konten dapat menjangkau audiens secara efektif.



Gambar 3. 1 *Workflow Digital Fundraising Intern YPII*

Pada Yayasan Plan International Indonesia, penulis akan melaksanakan kerja magang WFH atau *Work From Home* dengan periode 5 bulan tercatat dari 3 Februari 2025 hingga 27 Juni 2025. Penulis akan bekerja setiap harinya mulai dari Senin hingga Jumat dengan minimal jam magang 8 jam dalam satu harinya.

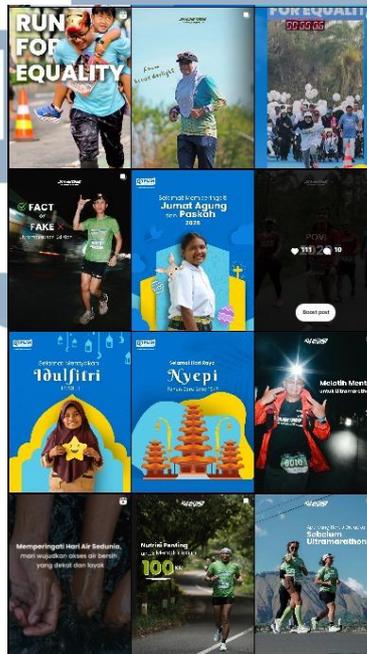
Penulis diterima oleh Yayasan Plan International Indonesia pada divisi *Resource Mobilization* tepatnya department *Digital Fundraising* di program magang *Digital Fundraising*. Penulis ditugaskan untuk membantu produksi dan perancangan konten di media sosial Instagram @jel.tim.

## 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Penulis di posisi *Digital Fundraising Internship* memiliki berbagai tanggung jawab dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness* di platform media sosial Instagram @jel.tim .

Penulis diberikan tanggung jawab kepada akun Instagram @Jel.tim. Dalam menjalankan tugas *Digital Fundraising*, penulis bertugas untuk membuat perencanaan dan produksi konten Instagram serta membantu evaluasi konten setiap bulannya.



Gambar 3. 2 Akun Instagram @Jel.Tim  
Sumber: Instagram @jel.tim

Berikut merupakan tabel linimasa pekerjaan yang dilakukan oleh penulis dalam divisi *Digital Fundraising Internship*. Tabel tersebut menunjukkan tanggung jawab penulis berdasarkan frekuensi selama program magang.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 3. 1 Linimasa Program Magang Penulis

No	Tugas	Feb				Mar				Apr				Mei				Jun			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Perencanaan Produksi Konten Media Sosial @Jel.tim</b>																					
1	Pembuatan Time Table Content	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
2	Produksi Konten & Editing Content	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
3	Evaluasi Konten	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
<b>Data Management untuk Event Run for Equality</b>																					
1	Data Management	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
<b>Dokumentasi Kegiatan Soccer for Equality</b>																					
1.	Pelaksanaan dokumentasi	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█

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

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan linimasa yang terdapat pada Tabel 3.1, penulis menjalankan beberapa tanggung jawab yang diberikan, dan berikut merupakan uraian selama menjalani program magang.

#### A. Perencanaan produksi Konten Media Sosial @Jel.tim

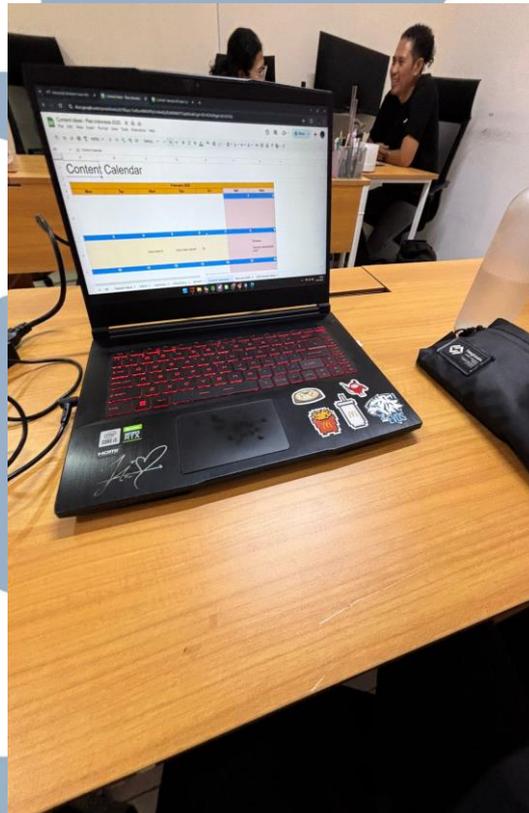
##### 1. Pembuatan *Timetable*

Sebelum memulai proses produksi konten, salah satu tugas penting yang dilakukan penulis selama masa magang adalah menyusun time table atau jadwal konten media sosial secara terstruktur. Penyusunan *timetable* ini merupakan bagian dari tahapan perencanaan strategis yang dilakukan bersama tim *Digital Fundraising* untuk memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan memiliki waktu tayang yang tepat, relevan dengan momentum, serta terkoordinasi dengan baik dalam keseluruhan kalender komunikasi organisasi. Menurut Tuten dan Solomon (2021), penyusunan *content calendar* adalah praktik penting dalam strategi pemasaran digital yang memungkinkan organisasi menjaga konsistensi dan efektivitas pesan di berbagai platform sosial.

June 2025						
Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat	Sun
						1
2	3	4	5	6	7	8
	oprec volunteer rfe	tiktok	yla project safe girls fund	idul adha	rfe issue tiktok	
9	10	11	12	13	14	15
tiktok	your action for equality	hari bermain internasional girls football tiktok jeltim teaser	promo rfe	tiktok collab kitker		tiktok
16	17	18	19	20	21	22

Gambar 3. 3 *Content Calender* Instagram @Jel.Tim

*Time table* konten mencakup rincian tanggal unggah, tema atau topik konten, jenis platform yang digunakan (seperti Instagram, TikTok, dan X), serta bentuk kontennya (gambar, infografik, video, atau carousel). Dalam penyusunannya, penulis perlu memperhatikan momen penting seperti hari besar nasional, kampanye tematik yayasan, serta agenda internal yang relevan dengan isu-isu yang diangkat oleh Plan Indonesia seperti perlindungan anak, pemberdayaan remaja, dan kesetaraan gender. Gunarso et al. (2021) dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa penerapan kalender konten dengan pendekatan strategi SOSTAC dapat membantu organisasi dalam menyusun dan menyajikan pesan-pesan secara lebih sistematis dan relevan dengan konteks sosialnya.



Gambar 3. 4 *Meeting* Asistensi Tim Visual

Proses ini menuntut kolaborasi dan *brainstorming* dengan tim untuk memperoleh informasi dan data yang akurat, serta keterampilan dalam mengelola waktu agar konten dapat diproduksi dan dipublikasikan sesuai jadwal. Menurut Simarmata (2022), *brainstorming* merupakan metode pengumpulan ide yang dilakukan secara kolaboratif untuk menghasilkan solusi kreatif dalam konteks pembelajaran maupun produksi konten digital. Selain itu, *time table* juga menjadi alat koordinasi antar tim (produksi, desain, dan komunikasi) agar seluruh tahapan dari perencanaan hingga publikasi konten berjalan dengan sinkron dan efisien. Dalam konteks organisasi nirlaba, Needle (2023) menekankan bahwa manajemen waktu dan konsistensi konten menjadi krusial dalam membangun citra merek yang kuat dan mendorong partisipasi publik terhadap kampanye sosial.

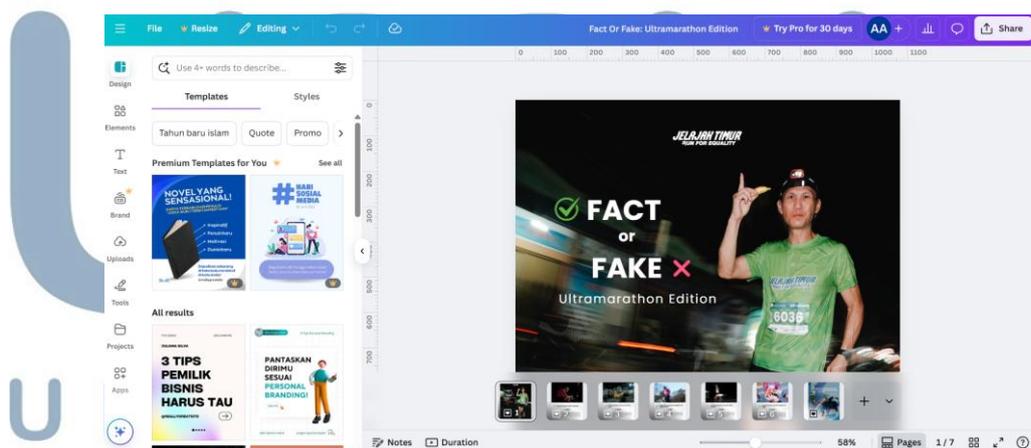
Konten yang dibuat memiliki tujuan untuk membranding akun Instagram @jel.tim untuk pihak eksternal calon pendaftar yang secara tidak langsung membantu program donasi yang menjadi tujuan utama dari Yayasan PLAN International Indonesia. Maka dari itu, penulis membuat konten dengan konten yang mudah dipahami dan juga dapat menarik perhatian dari pihak calon pendaftar yang memiliki kemungkinan untuk mengikuti program yang tersedia.

## 2. Produksi Konten Media Sosial & Editing

Salah satu tanggung jawab utama penulis selama magang merupakan memproduksi konten media sosial yang materi telah disiapkan oleh *Digital Fundraising* berdasarkan data perusahaan. Setelah menjelaskan perencanaan *timetable* yang telah dirancang sebelumnya dan telah menerima approval dari tim *Digital Fundraising*. Menurut Ashley dan Tuten (2020), proses produksi konten media sosial tidak hanya bergantung pada kecepatan

pembuatan materi, tetapi juga pada strategi komunikasi yang mampu memicu keterlibatan audiens (*audience engagement*) secara emosional dan visual.

Tahap produksi konten meliputi semua langkah awal dalam menciptakan materi digital—mulai dari riset topik, pembuatan *storyboard* atau kerangka konten, hingga pembuatan materi visual seperti gambar, dan infografik. Proses ini menuntut pemahaman yang kuat terhadap target audiens dan pesan utama yang ingin disampaikan untuk mendukung misi yayasan seperti pemberdayaan anak dan kesetaraan gender. Özdil (2021) menekankan bahwa tahapan-tahapan ini penting untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi memiliki struktur yang terarah dan visual yang sesuai dengan karakteristik audiens digital. Akurasi data dan relevansi konten terhadap konteks sosial sangat penting demi menjaga reputasi dan profesionalisme organisasi. Prinsip editorial yang dijelaskan oleh Kalsnes (2022), di mana transparansi dan tanggung jawab dalam pembuatan konten harus dijaga agar tidak menimbulkan bias atau kesalahan representasi.



Gambar 3. 5 Pengerjaan Produksi Konten Instagram

Setelah konten dibuat, tahap *editing* konten (dikenal juga sebagai “*content editing*” atau “*developmental editing*”) memastikan bahwa materi memenuhi standar kualitas komunikasi. Sebagaimana

dijelaskan dalam Tuten dan Solomon (2021), *content editing* tidak hanya berfungsi sebagai koreksi teknis, tetapi juga memperhatikan struktur pemaparan, gaya bahasa, alur narasi, serta konsistensi visual agar konten mudah dipahami dan mampu menggugah audiens. Ini penting untuk memastikan bahwa pesan sosial yayasan dapat tersampaikan secara efektif dan memberikan dampak sesuai dengan tujuan komunikasi organisasi. *Content editing* tidak hanya memperbaiki kesalahan teknis, tapi juga memperhatikan struktur pemaparan, gaya bahasa, alur narasi, dan konsistensi visual sehingga konten mudah dipahami dan menggugah audiens. Ini penting untuk memastikan bahwa pesan sosial yayasan tersampaikan secara efektif dan berdampak.



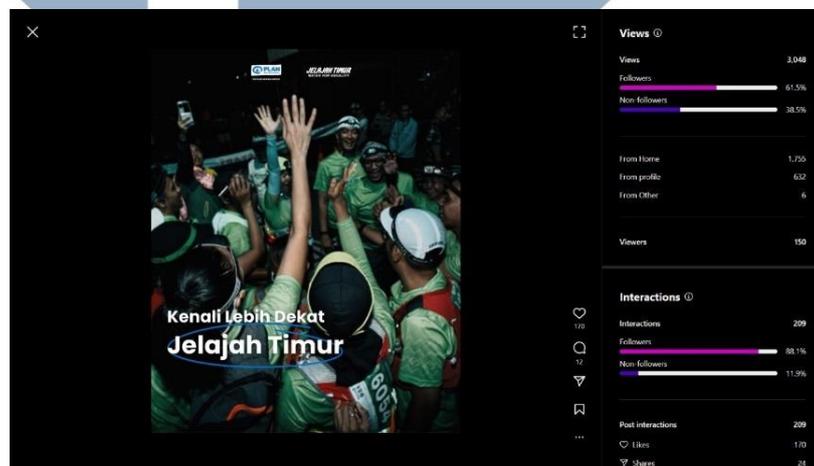
Gambar 3. 6 Konten yang telah di Approve  
Sumber: Instagram @jel.tim

Narasi atau *copywriting* yang digunakan dalam konten digunakan untuk membantu menarik perhatian dari calon pengikut untuk akun Instagram @jel.tim. Seperti yang dikatakan Dalam praktik *copywriting*, penting untuk memperhatikan struktur kalimat, emosi audiens, serta teknik persuasif. Asmara (2023) menjelaskan bahwa *copywriting* yang efektif dapat meningkatkan daya tarik komunikasi digital, terutama dalam kampanye berbasis media

sosial. Maka dari itu, penulis mengutamakan kalimat yang persuasif atau menggunakan simbol untuk menarik minat membaca.

### 3. Evaluasi Konten

Setelah konten dipublikasikan, tahapan penting selanjutnya dalam siklus manajemen media sosial adalah evaluasi konten. Selama masa magang, penulis turut berperan dalam proses evaluasi ini untuk menilai efektivitas dan dampak dari setiap materi yang telah diunggah. Evaluasi konten dilakukan secara mingguan dengan menggunakan data analitik dari masing-masing platform media sosial seperti Instagram Insights dan TikTok Studio. Sano dan Nakayama (2020), metrik performa seperti *impressions*, *reach*, dan *engagement rate* merupakan indikator utama dalam menganalisis keberhasilan konten visual pada platform seperti Instagram.



Gambar 3. 7 Evaluasi Konten Instagram @Jel.Tim

Beberapa indikator yang dianalisis meliputi jumlah tayangan (*impressions*), jangkauan (*reach*), interaksi (*engagement*) seperti likes, komentar, dan shares, serta rasio klik (CTR) jika konten berisi tautan. Dari hasil evaluasi ini, tim dapat mengetahui jenis konten mana yang paling berhasil menarik perhatian audiens, serta mengenali pola-pola performa berdasarkan waktu publikasi, gaya visual, atau topik yang diangkat. Kurniawan dan Priyatna (2021)

menyebutkan bahwa proses evaluasi harus dilakukan secara terstruktur, melibatkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk menghasilkan pemahaman yang utuh mengenai perilaku audiens dan efektivitas konten.

Penulis juga dilibatkan dalam membuat ringkasan laporan performa konten sebagai bahan diskusi internal tim. Laporan ini tidak hanya mencatat data kuantitatif, namun juga menyertakan analisis kualitatif seperti respons audiens, komentar publik, serta rekomendasi untuk perbaikan di masa mendatang. Evaluasi ini menjadi dasar pengambilan keputusan untuk menyusun strategi konten berikutnya agar lebih tepat sasaran dan berdampak. Menurut Gerlitz dan Helmond (2020), evaluasi berbasis metrik sosial bukan hanya instrumen pengukuran, tetapi juga alat refleksi organisasi untuk memahami resonansi pesan dan penyesuaian taktik komunikasi. Dalam konteks digital marketing yang lebih luas, Chaffey dan Ellis-Chadwick (2022) menekankan bahwa analisis performa media digital menjadi bagian integral dalam proses optimalisasi strategi konten di era berbasis data seperti saat ini.

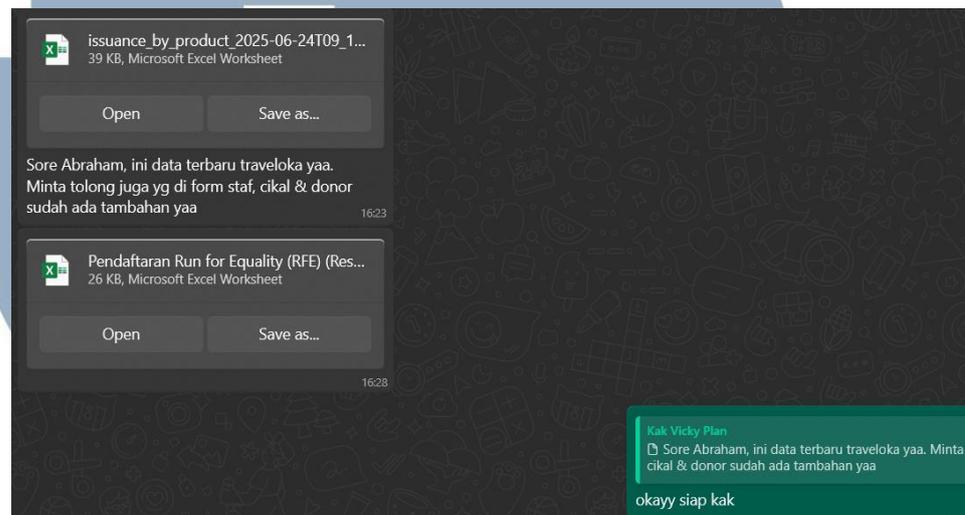
## **B. Data Management untuk Event Run for Equality**

### **1. Data Management**

Selama masa magang, penulis juga terlibat dalam pengelolaan data peserta untuk kegiatan tahunan Plan Indonesia bertajuk Run for Equality, yaitu kampanye penggalangan dana dan kesadaran publik yang mengusung isu kesetaraan gender dan hak anak. Kegiatan ini memerlukan pengelolaan data dalam skala besar karena melibatkan ribuan peserta dari berbagai daerah.

Tugas penulis dalam proses ini berfokus pada manajemen data pendaftaran, termasuk merapikan dan mengkonsolidasikan data

dari berbagai sumber seperti formulir daring, bukti transaksi, serta daftar transfer dari pihak mitra atau platform eksternal ke dalam satu file master data. Proses ini memerlukan ketelitian tinggi untuk menyelaraskan nama, nomor transaksi, pilihan kategori lari, dan domisili peserta agar tidak terjadi redundansi, kesalahan input, maupun kekeliruan administratif lainnya.



Gambar 3. 8 Bukti Pemberian Task dari Supervisor

Penulis menggunakan perangkat lunak spreadsheet seperti Microsoft Excel dan Google Sheets untuk menyusun, membersihkan (*data cleaning*), dan mengelompokkan data sesuai kebutuhan. Proses ini juga melibatkan penggunaan fitur lanjutan seperti *pivot table*, *data validation*, serta *conditional formatting* untuk mempermudah identifikasi data yang belum lengkap atau perlu verifikasi ulang. Selain itu, penulis juga menyusun penamaan kode peserta dan sistem pelacakan berdasarkan urutan pendaftaran dan metode pembayaran.

U  
M  
M  
N  
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. 9 Dokumentasi Pengerjaan *Data Management*

Manajemen data ini sangat krusial untuk keperluan logistik acara, pelaporan internal, dan komunikasi dengan peserta. Oleh karena itu, koordinasi dengan tim *Digital Fundraising* serta pihak ketiga seperti mitra event dan penyedia pembayaran menjadi bagian penting dalam memastikan akurasi dan integritas data.

Melalui keterlibatan dalam proses ini, penulis tidak hanya mengembangkan keterampilan teknis dalam pengelolaan data, tetapi juga memahami pentingnya data governance dalam mendukung kelancaran pelaksanaan program dan reputasi organisasi.

### C. Dokumentasi Kegiatan

#### 1. Pelaksanaan Dokumentasi

Dalam menjalani program magang di Yayasan Plan International Indonesia, penulis diberikan kepercayaan untuk

terlibat dalam kegiatan *event* Soccer for Equality. Kegiatan acara ini merupakan salah satu event utama tahunan yang diselenggarakan oleh PLAN Indonesia yaitu turnamen mini soccer yang menjadi bagian dari kampanye dan penggalangan dana untuk mendukung isu kesetaraan gender. Event ini dikemas dalam bentuk turnamen olahraga yang dimana keikutsertaan eksternal akan menjadi dukungan untuk isu kesetaraan gender tersebut.



Gambar 3. 10 Hasil Dokumentasi Pada acara Soccer For Equality

Pada acara ini, penulis diberikan kepercayaan untuk mendokumentasikan dalam bentuk produksi visual dalam kebutuhan media sosial story Instagram @PlanIndonesia. Konten yang dihasilkan bertujuan untuk memberikan gambaran langsung mengenai jalannya acara, atmosfer partisipasi peserta, hingga pesan-pesan tematik yang ingin disampaikan kepada publik. Proses

dokumentasi dilakukan secara dinamis dan responsif di lapangan, menyesuaikan dengan alur acara dan arahan dari panitia penyelenggara.



Gambar 3. 11 Booth PLAN Indonesia di Event Soccer For Equality

Tugas ini menuntut keteknis dalam pengambilan gambar, pengeditan cepat, serta pemahaman terhadap gaya komunikasi digital Plan Indonesia yang bersifat informatif, inspiratif, dan mudah diakses oleh audiens muda. Selain itu, penulis juga dituntut untuk menjaga kualitas visual dan narasi konten agar sejalan dengan nilai-nilai organisasi. Melalui kegiatan ini, penulis tidak hanya mengembangkan kompetensi di bidang produksi media sosial, tetapi juga memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan komunikasi visual sebagai alat kampanye sosial yang strategis dan berdampak.

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan kerja magang sebagai *Digital Fundraising* di Instagram @jel.tim, penulis menghadapi beberapa kendala yang dapat mempengaruhi efektivitas dan efisiensi dalam bekerja. Berikut merupakan kendala yang ditemukan:

1. Salah satu tantangan utama yang dialami penulis selama masa magang adalah penetapan tenggat waktu yang terlalu singkat dalam proses produksi konten. Perusahaan kerap memberikan deadline yang mepet tanpa mempertimbangkan kebutuhan waktu untuk proses kreatif, seperti riset mendalam dan pengembangan ide. Kondisi ini menyulitkan penulis dan rekan magang karena tidak memiliki cukup waktu untuk merancang serta mengeksekusi konten secara maksimal. Akibatnya, sejumlah konten terasa terburu-buru, baik dari sisi tampilan visual maupun pesan yang ingin disampaikan. Situasi tersebut berpotensi menurunkan kualitas citra brand serta mengurangi efektivitas strategi komunikasi digital yang dijalankan.
2. Tantangan lain yang cukup berpengaruh adalah minimnya komunikasi yang terorganisir dan efektif di antara anggota tim. Dalam pelaksanaannya, sering terjadi ketidaksesuaian informasi terkait pembagian tugas, penjadwalan kerja, hingga ekspektasi dari mentor yang tidak disampaikan dengan gamblang. Kurangnya tindak lanjut setelah briefing turut memperburuk situasi, menyebabkan kebingungan di internal tim. Penulis bersama rekan magang lainnya menjadi tidak yakin terhadap peran dan tanggung jawab masing-masing. Hal ini berimbas pada kurang optimalnya pengembangan ide-ide kreatif yang sebenarnya berpotensi tinggi. Tidak hanya itu, koordinasi yang lemah

juga memicu ketidakefisienan dalam alur kerja dan meningkatkan risiko kesalahan saat menyelesaikan tugas.

3. Penulis turut menghadapi hambatan teknis yang cukup mempengaruhi efektivitas dalam menyelesaikan tugas. Seluruh proses kerja mulai dari brainstorming ide, penulisan caption, hingga editing konten visual—harus dilakukan menggunakan perangkat pribadi seperti laptop dan ponsel milik sendiri. Tidak adanya dukungan fasilitas berupa perangkat kerja dari pihak perusahaan membuat proses produksi konten menjadi kurang maksimal. Selain itu, perusahaan juga tidak menyediakan akses ke software atau alat digital profesional yang sebenarnya dapat mempercepat dan menyederhanakan alur kerja. Akibatnya, banyak pekerjaan harus diselesaikan secara manual, yang menguras waktu lebih lama dan berdampak pada penurunan kualitas konten secara keseluruhan

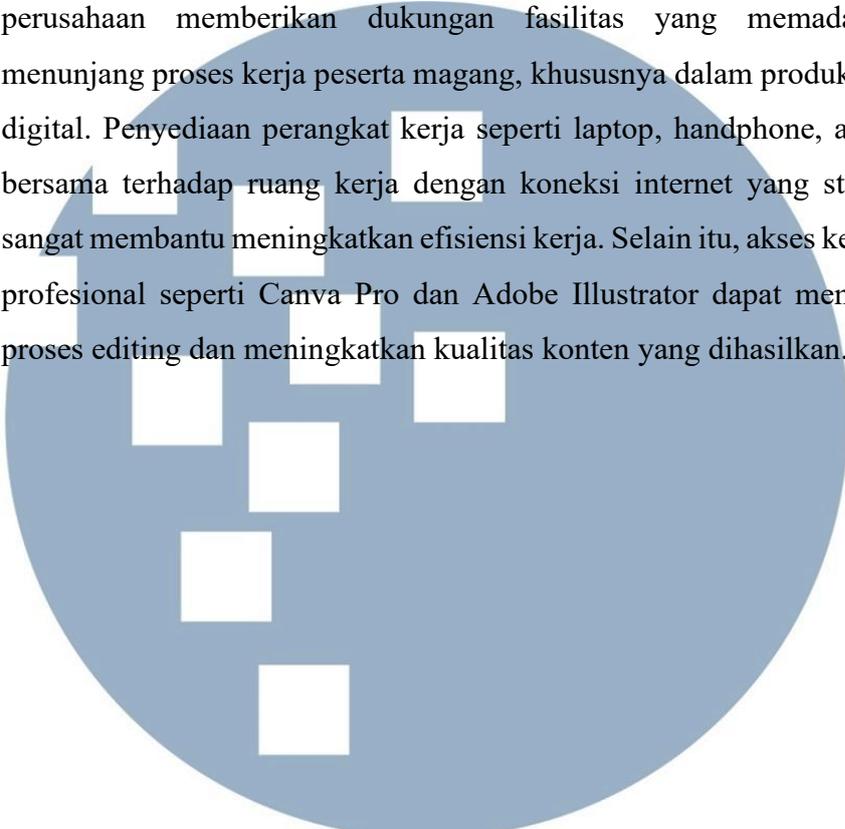
# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. Sebagai solusi atas tantangan tenggat waktu yang terlalu singkat dalam proses produksi konten, penulis menyarankan agar perusahaan mulai menerapkan sistem perencanaan konten yang lebih terstruktur dan realistis. Penerapan kalender editorial mingguan atau bulanan yang mencakup seluruh tahapan kerja—mulai dari riset, brainstorming, produksi, revisi, hingga publikasi—akan sangat membantu tim magang dalam mengelola waktu dan sumber daya secara lebih efektif. Dengan sistem yang lebih terorganisir, penulis dan rekan magang akan memiliki ruang yang cukup untuk mengembangkan ide dan menghasilkan konten yang berkualitas tanpa terburu-buru. Selain itu, penulis melihat pentingnya pemberian brief yang lebih rinci dan terarah sebelum proses produksi dimulai. Brief sebaiknya tidak hanya mencantumkan tenggat waktu, tetapi juga menjelaskan tujuan, sasaran, gaya visual, serta konteks *campaign* secara keseluruhan. Selama pelaksanaan magang, penulis menemukan bahwa ketidakjelasan brief sering kali menimbulkan kebingungan dan memperlambat proses kerja. Oleh karena itu, penulis menyarankan agar komunikasi antara mentor dan tim magang diperkuat, termasuk dengan adanya ruang diskusi dua arah dalam sesi briefing. Langkah-langkah tersebut diyakini dapat meningkatkan efisiensi kerja dan mendukung terciptanya konten yang lebih efektif dan berdampak.
2. Untuk mengatasi permasalahan komunikasi, penulis menyarankan agar tim magang maupun tim internal perusahaan mulai menerapkan pola komunikasi yang lebih terstruktur dan konsisten. Salah satu langkah konkret yang dapat dilakukan adalah mengadakan briefing rutin mingguan dan sesi evaluasi harian atau harian singkat (daily check-in), baik secara langsung maupun melalui platform digital seperti Google Meet atau WhatsApp Group. Dengan adanya agenda komunikasi yang terjadwal, setiap anggota tim dapat memahami dengan jelas tugas masing-masing, tenggat waktu, serta ekspektasi dari mentor atau atasan.

3. Sebagai solusi atas kendala teknis yang dihadapi, penulis menyarankan agar perusahaan memberikan dukungan fasilitas yang memadai untuk menunjang proses kerja peserta magang, khususnya dalam produksi konten digital. Penyediaan perangkat kerja seperti laptop, handphone, atau akses bersama terhadap ruang kerja dengan koneksi internet yang stabil akan sangat membantu meningkatkan efisiensi kerja. Selain itu, akses ke software profesional seperti Canva Pro dan Adobe Illustrator dapat mempercepat proses editing dan meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA