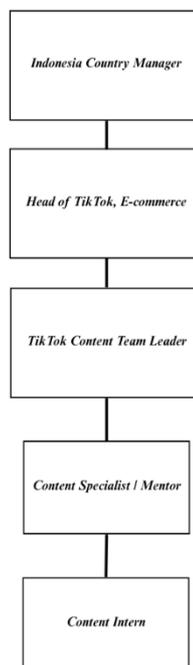


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Penulis berperan sebagai *Content Editor* dan *Content Creator* yang berada pada *Content Team* di dalam divisi *TikTok Project Department* dengan memegang akun media sosial TikTok @coolvita_indonesia dan @coolvita.calcium. Pekerjaan penulis diawasi langsung oleh Nurul Itqi selaku *Content Team Leader* dan Varello Sugiharto selaku *Content Specialist* di akun TikTok @coolvita_indonesia dan @coolvita.calcium yang memegang tanggung jawab hasil publikasi konten di kedua akun TikTok tersebut. Setiap harinya, pekerjaan yang dilakukan penulis akan diperiksa oleh Nurul Itqi selaku *supervisor*, yang sekaligus nantinya akan melakukan *approval* terhadap setiap *daily task* yang telah dikerjakan. Selain itu juga selama magang berlangsung, penulis dibantu dan dibimbing oleh Varello selaku *mentor*.



Gambar 3.1 Alur Koordinasi Kerja Magang

(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

Pekerjaan yang dilakukan penulis, setiap harinya diberikan oleh kak Nurul Itqi selaku *supervisor*. Tugas yang diberikan sudah meliputi jenis produk dan jumlah produksi konten per hari yang telah ditetapkan, dengan melewati proses pembuatan *content planning* yang juga sudah dilakukan pengecekan oleh *supervisor* dan *mentor* sebelum penulis membuat konten. Kemudian pengecekan kembali hasil konten yang sudah dibuat penulis, oleh *mentor* dan *supervisor* sebelum diunggah ke TikTok @coolvita_Indonesia dan @coolvita.calcium. Selama proses pembuatan *content planning*, penulis wajib melampirkan dengan lengkap, struktur pembuatan video konten dan contoh ide referensi untuk konten yang akan dibuat.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Penulis bekerja selama kurang lebih 4,5 bulan dan dilakukan dengan *Work From Office* (WFO). Penulis mendapat 2 *role* pekerjaan, yang selama kerja magang berlangsung penulis bekerja sebagai *Content Editor* dan *Content Creator*. Pekerjaan sebagai *Content Editor* secara intensif dilakukan saat 1 bulan pertama bekerja, kemudian terjadi perubahan ketentuan produksi konten dari tim marketing yang menyebabkan intensitas pekerjaan sebagai *Content Editor* berkurang. Di bulan berikutnya sampai hari akhir kerja magang, penulis lebih banyak menghabiskan waktu pekerjaan sebagai *Content Creator*, dengan diselingi beberapa pekerjaan sebagai *Content Editor*. Terdapat hari atau minggu, dimana penulis ditugaskan sebagai *Content Creator* saja.

Tabel 3.1 Tabel *Daily task*

No.	Tanggal	Keterangan
1	10-02-2025	Orientasi lingkungan kerja, <i>briefing</i> alur pengerjaan dan sistematika konten dengan mentor dan supervisor, trial pengerjaan edit konten <i>livestream</i>
2	11-02-2025	Mengedit 10 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> yang sesuai dengan tujuan marketing bulan ini
3	12-02-2025	Mengedit 10 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> yang sesuai

		dengan tujuan marketing bulan ini
4	13-02-2025	Mengedit 10 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> yang sesuai dengan tujuan marketing bulan ini
5	14-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini
6	17-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini
7	18-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini
8	19-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini
9	20-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini
10	21-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
11	24-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
12	25-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
13	26-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
14	27-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat

		<i>script, caption, visual effect, dan cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
15	28-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect, dan cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
16	03-03-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect, dan cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
17	04-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect, dan cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
18	05-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect, dan cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
19	06-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect, dan cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
20	07-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect, dan cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
21	03-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect, dan cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
22	10-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect, dan cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
23	11-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect, dan cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu

		mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
24	12-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
25	13-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
26	14-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
27	17-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
28	18-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
29	19-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
30	20-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
31	21-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
32	24-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .

33	25-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
34	26-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
35	08-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
36	09-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
37	10-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
38	11-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
39	14-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
40	15-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 4 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
41	16-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official

		Coolvita.
42	17-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
43	21-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
44	23-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
45	24-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
46	25-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
47	28-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
48	29-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
49	30-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan

		mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
50	02-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
51	05-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
52	06-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
53	07-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
54	08-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
55	09-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
56	14-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
57	15-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan

		arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
58	16-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
59	19-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
60	20-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
61	21-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
62	22-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
63	23-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
64	26-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
65	27-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat

		<i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
66	28-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
67	02-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
68	03-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
69	04-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
70	05-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
71	10-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
72	11-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.

73	12-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
74	13-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
75	16-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
76	17-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
77	18-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
78	19-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
79	20-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.

Pekerjaan penulis sebagai *Content Editor*, memiliki tugas menjadi *Copywriter* dan melakukan *copywriting* dari video *live stream* akun TikTok official Coolvita. Penulis mengambil potongan video *live stream* 24 jam dari beberapa akun

TikTok official Coolvita yang sudah ditentukan dan diberikan oleh *supervisor*. Dari durasi video *live stream* selama 24 jam, telah diberikan *time stamp* sebagai penanda detik video yang harus dipotong dan diedit untuk produksi konten harian di akun TikTok official Coolvita. Hasil potongan video yang akan diedit, memiliki durasi 15 sampai 20 detik, dan isi dari video tersebut berupa momen *host live stream* menjelaskan cara kegunaan, manfaat, serta promosi produk. Penulis bertugas untuk menambahkan efek video yang memiliki gaya tren terbaru serta kreatif, *hook* konten, penulisan *Call to Action* (CTA) produk dan Unique Selling Proposition (USP) produk, serta informasi dan elemen tambahan yang mendukung informasi yang telah dijelaskan *host* lewat video tersebut.

Penulis diberikan instruksi oleh *supervisor* berupa poin-poin penting yang harus dimasukkan ke dalam editan video dan mendapat kebebasan menentukan gaya mengedit video serta menggunakan instrumen pendukung untuk editan video tersebut. Contoh instrumen pendukung editan adalah potongan video konten dari Key Opinion Leader (KOL) yang memiliki kontrak dengan PT Coolvita Maju Sehat untuk digital marketing dan potongan video dari akun affiliate di TikTok yang mempromosikan produk dan bekerjasama dengan Coolvita. Potongan potongan video ini sudah melewati tahap kurasi oleh tim *content specialist* dan sudah aman untuk digunakan berulang kali di editan video yang berbeda.

Penulis juga melakukan *copywriting* untuk membuat *script* berupa kalimat yang akan disebutkan oleh *host* di *live stream*. *Script* ini bertujuan untuk menarik atensi penonton dalam mengenali produk dan mempersuasi untuk melakukan pembelian produk. *Script* yang dibuat oleh penulis memiliki keterikatan dengan kondisi penonton sebagai target pasar, sehingga ketika apa yang dibicarakan oleh *host* menjadi *relate* ke penonton, kalimat ajakan akan menjadi poin yang kuat untuk meningkatkan minat dan meyakinkan penonton, percaya kepada informasi yang diberikan ataupun ditawarkan. Kalimat *script* berupa *hook* promo, informasi harga, informasi kandungan dan manfaat produk, serta *Call to Action* (CTA). Struktur penulisan *script* awalnya diberikan oleh *mentor*, kemudian dikerjakan oleh penulis, yang setelah sudah jadi akan diteruskan ke pihak tim *live stream*.

Script ini menjadi *briefing* untuk para *host live stream*, yang berguna untuk meningkatkan minat, loyalitas dan angka penjualan, juga menjadi bahan potongan video editan yang berguna untuk penulis sebagai *Content Editor*. Seperti yang disebutkan oleh Kotler dan Keller lewat buku *Marketing Management, copywriting* memegang peran yang krusial dalam menarik minat pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Bukan hanya menyusun kata-kata, melainkan bentuk seni yang efektif dalam mempersuasi, yang bertujuan untuk mempengaruhi emosi dan keputusan audiens. Pesan yang dibuat melalui *Copywriting* harus kuat dan relevan dengan kebutuhan serta keinginan pelanggan agar mereka tertarik dan akhirnya membeli (Kotler & Keller, 2016). Hal tersebut juga selaras dengan pembelajaran yang penulis terapkan selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara mengenai *marketing communication* yang salah satu wujudnya adalah *copywriting*.

Kemudian, pekerjaan penulis sebagai *Content Creator*, memiliki tugas untuk memproduksi video konten dengan jenis produk dan target pasar yang telah ditentukan oleh *content team leader*. Setiap harinya, seluruh anggota tim konten termasuk anggota magang akan diberikan instruksi dan pembagian jenis produk yang harus dibuat hari tersebut. Pembagian ini meliputi jenis produk, jenis promosi konten (*hard selling* atau *soft selling*), dan jumlah produksi konten. Jenis promosi konten menjadi acuan utama *Content Creator* dalam membuat video konten, karena mempengaruhi gaya pembuatan konten, elemen dan efek yang digunakan, *hook* konten, *voice over*, dan teknik penyampaian pesan yang tepat. Setiap jenis produk yang sudah dibagikan untuk produksi video konten, memiliki Unique Selling Proposition (USP) produk yang berbeda dan *Call to Action* (CTA) produk yang bisa berubah per hari ataupun per minggunya.

Call to Action (CTA) produk untuk jenis produk di video konten memiliki banyak variasi, seperti nama paket produk, harga *bundling* produk, promo terbatas/spesial, sampai urgensi atau ajakan untuk segera membeli produk tersebut. *Hook* konten merupakan syarat wajib membuat video konten, *hook* dapat berbentuk teks dan *footage*. Jika *hook* di awal video konten sudah dianggap menarik,

ketertarikan audiens akan terbangun, yang menyebabkan video konten akan ditonton sampai akhir video. Strategi pembuatan dan alur video konten juga menjadi hal yang penting, karena setelah *hook* yang menarik, teknik pengambilan *footage* dan *Call to Action* (CTA) produk menjadi titik pemicu/*trigger point* yang mengarahkan minat audiens yang sudah terbangun oleh isi konten, ke dalam tindakan pembelian produk. Hal ini sejalan dengan apa yang disebutkan Smith dalam buku yang berjudul *SOSTAC® Guide to Your Perfect Digital Marketing Plan*, dimana konten yang dibuat di media sosial harus mampu menciptakan dialog dan mendorong interaksi, yang kemudian dapat diakhiri dengan *Call to Action* (CTA) yang jelas untuk memandu konsumen ke langkah selanjutnya dalam tahap *social media marketing* (Smith, 2011). Hal ini juga selaras dengan apa yang penulis pelajari selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara mengenai *promotional mix*, yang salah satu wujudnya adalah *social media marketing*.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas yang dilakukan penulis sebagai *Content Editor* dan *Content Creator* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Tugas Kerja Magang

<i>Content Editor</i>	Mengambil footage potongan video <i>live stream</i> dari akun TikTok official Coolvita, memproduksi 3-5 editan video konten per hari. Melakukan <i>copywriting</i> dengan menulis <i>script</i> untuk <i>host live stream</i> sebagai CTA yang akan dipakai di editan video.
<i>Content Creator</i>	Memproduksi 3-5 video konten per hari, berdasarkan instruksi pembagian jenis produk dan jenis konten yang diberikan oleh <i>content team leader</i> . Membuat <i>content planning</i> , <i>Shooting Footage Video</i> , <i>Voice Over</i> , dan mengedit video konten.

Berikut, *timeline* tugas yang dilakukan penulis selama proses kerja magang berlangsung :

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.3 *Timeline Kerja Magang*

Kegiatan	Februari			Maret					April					Mei					Juni	
	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	4	1	2
<i>Content Creator</i>	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<i>Content Editor</i>	■	■	■	■															■	

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

A. *Content Editor*

Pelaksanaan aktivitas kerja sebagai *Content Editor* dapat dijabarkan menggunakan kerangka AIDA yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan model pemasaran lewat *copywriting* meliputi tahapan Attention (Perhatian), Interest (Minat), Desire (Keinginan), dan Action (Tindakan).

1) Attention

Tahap awal pekerjaan *Content Editor* sebagai *Copywriter* adalah mengenali target audiens dan menciptakan *awareness* atau kesadaran merek (Kotler & Keller, 2016). Melalui analisa yang dilakukan penulis dalam mengenali target audiens di setiap *footage* potongan video yang akan diolah menjadi editan video, penulis akan menentukan target audiens yang tepat. Seperti, *footage* video membahas produk yang fokus untuk tumbuh kembang anak, maka dapat ditentukan target audiensnya adalah para ibu. Setelah mengetahui target audiensnya, menarik perhatian audiens tersebut adalah langkah awal pembuatan *script* dan gaya editan video konten. Melalui ide yang inovatif, *headline* yang menarik, visual yang menonjol, dan kalimat yang efektif, target pembuatan *script* dan editan video konten bertujuan untuk membuat calon pelanggan menyadari keberadaan produk.

Penulis membuat rencana awal alur penulisan *script* dan *footage* video, berupa *hook text* 3-5 detik atau *thumbnail text* yang menarik perhatian audiens. Seperti contoh gambar 3.2 “Promo Spesial Hari ini” dan gambar 3.3 untuk video editan menggunakan footage yang meriah.



Gambar 3.2 *Hook Text* dan *Hook Footage* Video Editan

(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

[Hook Promo: Durasi 5 detik]

Bunda, ini serius lho! 5 box DHA Gummy plus 2 pouch fiber drink cuma 199 ribuan aja. Hemat banget!

Gambar 3.3 *Hook Text Script Host Live Stream*

(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Jenis *hook* yang heboh dapat menarik audiens dengan cepat dibandingkan dengan alur video yang santai, karena tujuan penulis adalah meraih minat audiens secara instan di awal video.

2) Interest

Selanjutnya penulis membangkitkan minat audiens dengan menyusun pesan yang tidak hanya berisi informasi, tetapi juga menarik

secara efektif dan emosional. Dengan menunjukkan bagaimana produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalah audiens. Minat dibangun dengan menyajikan fitur dan keunggulan produk yang relevan, serta menunjukkan bagaimana produk tersebut dapat memberikan solusi nyata.

[Pain Point: Durasi 3 detik]

Untuk bunda bunda, si kecil sering ngeluh susah fokus pas belajar? Atau cepet capek otaknya?

[Info Harga: Durasi 2 detik]

Langsung aja bund, cuma 199 ribuan dapet paket lengkapnya!

Gambar 3.4 *Script* Kalimat Pembangun Minat Audiens

(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Seperti contoh gambar 3.4, dengan menghubungkan permasalahan kesehatan yang sering dialami oleh audiens dan juga menyelipkan promo singkat. Hal ini dilakukan agar minat audiens akan terbangun untuk menerima informasi lebih lanjut karena adanya keterikatan audiens dengan pesan video tersebut.

3) **Desire**

Selanjutnya adalah tahap keinginan, yang merupakan puncak dari persuasi. Menurut Kotler dan Keller (2016), pada tahap ini *marketer* harus mampu mengubah minat pasif menjadi keinginan yang kuat untuk memiliki produk atau layanan. Di tahap inilah, penulis mulai memasuki aspek penting dalam mengedit konten video, melibatkan penekanan pada manfaat emosional, gaya hidup, atau aspirasi yang dapat diwujudkan melalui produk, serta melibatkan *footage* testimoni dari *Key Opinion Leader* (KOL),

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

demonstrasi produk yang meyakinkan, dan penekanan pada pengalaman pengguna produk.

Gambar 3.5 *Script* Kalimat Persuasi Audiens
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)



Gambar 3.6 *Footage* KOL sebagai Editan Video
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Hal ini bertujuan untuk menciptakan koneksi emosional yang mendalam, membuat audiens merasa bahwa mereka *membutuhkan* produk tersebut dalam hidup mereka. Seperti contoh gambar 3.5 yang menawarkan kandungan berkualitas dan manfaat dari produk, serta gambar 3.6 yang memperlihatkan footage Iis Dahlia sebagai *Key Opinion Leader* (KOL)

memberikan informasi dan manfaat bagi dirinya. Hal tersebut membangun kepercayaan audiens untuk ikut mengikuti apa yang digunakan *Key Opinion Leader* (KOL) karena memiliki citra yang dikenal baik di masyarakat.

4) Action

Tahap terakhir adalah tindakan, yang merupakan tujuan akhir dari komunikasi pemasaran. Kotler dan Keller (2016) menekankan pentingnya memiliki *Call to Action* (CTA) yang jelas dan mudah dimengerti. Penulis menggunakan CTA sebagai petunjuk informasi utama yang ingin diberi, seperti pesan singkat promo produk, panduan pembelian, dan urgensi melakukan pembelian.



Gambar 3.7 CTA Video Konten
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

[CTA: Durasi 7 detik]

Jangan tunggu lama ya bunda, ini pas banget buat nemenin anak siap ujian atau belajar intens.
Yuk, langsung klik checkout!

[Bumper out]

Coolvita

Gambar 3.8 CTA *Script Host Live Stream*

(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

CTA wajib ditempatkan di akhir video konten, namun juga dapat diselipkan di awal atau tengah video. Contohnya adalah kalimat “Join Live Sekarang” pada gambar 3.7 dan kalimat untuk *script* pada gambar 3.8.

Penulis melakukan proses edit konten video *live stream* lewat aplikasi *smartphone* bernama CapCut. Dalam proses membuat video, penulis menggunakan banyak elemen pendukung, dari *bumper effect*, *sound effect*, pemilihan musik, penggunaan *subtittle*, sampai jenis *font text* agar mencapai keberhasilan konten video yang diedit.

B. Content Creator

Pekerjaan penulis sebagai *Content Creator* dapat dijabarkan melalui metode SOSTAC, yaitu *Situation Analysis* (Analisis Situasi), *Objectives*, *Strategy* (Tujuan), *Tactics* (Taktik), *Actions* (Tindakan), dan *Control* (Kontrol) (Chaffey & Fiona, 2019).

1) Situation Analysis

Pekerjaan penulis dimulai dengan menganalisis gaya pembuatan konten melalui proses *content planning*. Penulis bersama anggota tim konten lainnya akan mendapatkan pembagian jenis produk dan jenis konten yang berbeda beda setiap harinya, yang diberikan oleh *content team leader*. Jenis produk yang didapat oleh seorang *Content Creator* setiap harinya juga beragam, dapat berupa 1 jenis produk atau paket *bundle* produk. Jenis konten yang dimaksud disini adalah konten bertipe *soft selling* dan *hard selling*. Dalam sehari, penulis akan memproduksi 3 video konten dari instruksi pembagian konten yang telah diberikan.

Dewe	Trending	[HARDESELLING - Coolvita Calcium] 5 Calcium CTA cart/live Paket Kalsium Bantu Tinggi Beli 5 Botol isi 150 sachet DISKON 79% dari harga 729,500 (coret), jadi CUMA 160ribuan	https://youtube.com/shorts/rzOX_TICs9Q?si=dIGIsEt8_VBI5g
Dewe	Pain Point	[SOFTSELLING- Coolvita Calcium] 5 box DHA gummy + 2 pouch fiber RTD - CTA Live	kreasi footage

Gambar 3.9 *Draft Content Planning*
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

Tahap awal pembuatan konten adalah melakukan riset dan analisa di media sosial, mengenai referensi gaya pembuatan konten, tren, ataupun video konten yang sudah pernah dibuat *Content Creator* lain dan *Content Creator affiliate* TikTok. Setelah menentukan referensi konten yang akan dipakai, penulis mencantumkan link referensi konten atau penjelasan ide konten di *draft content planning* khusus tim *content creator* yang nantinya akan di cek oleh *content team leader*. Sebagai bagian dari penjelasan gambar 3.9, Penulis diberikan kebebasan mencari dan memilih ide referensi konten di media sosial, bahkan bisa menuangkan hasil ide sendiri tanpa mencantumkan link referensi, namun dengan catatan mengikuti peraturan yang sudah ditentukan seperti tidak mengandung unsur SARA, plagiat, dsb. Karena semua hasil konten yang akan di *upload* di akun TikTok *official* Coolvita harus melewati proses pengecekan *Quality Control (QC)* dan menjadi bahan pertimbangan *content team leader* agar akun official perusahaan tidak terkena sanksi *content violation* di TikTok.

2) *Objectives*

Tahap berikutnya adalah menentukan tujuan spesifik dari *brief* konten yang sudah dibagikan. Penulis menentukan efektivitas konten yang akan dibuat harus sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Seperti contoh, penulis mendapatkan jenis konten *hard selling* sehingga objektif utamanya adalah mempromosikan promo harga dan mempersuasi audiens untuk melakukan pembelian produk, sedangkan untuk jenis konten *soft selling*, objektif utamanya berupa pengenalan produk dan manfaatnya atau meningkatkan *brand awareness* produk. Setelah memahami jenis kontennya, objektif berikutnya adalah menentukan target audiens. Seperti contoh, penulis seringkali mendapat pembagian akun konten di @coolvita.calcium yang target audiensnya adalah remaja *Gen Z* sampai remaja dewasa *Millenial* dan rata rata penontonnya adalah pria. Hal ini menjadikan penulis membuat konten yang *relate* dengan gaya dan budaya

sosial remaja, berfokus pada konten yang mudah dimengerti, santai, dan menghibur.

Sedangkan, ketika penulis mendapat pembagian akun konten di @coolvita_indonesia yang target audiensnya mencakup berbagai segmentasi di kalangan masyarakat, konten yang dibuat penulis harus lebih formal dan *relate* dengan rata-rata masyarakat umum. Teknik penyebutan kalimat untuk *Unique Selling Proposition (USP)* produk dan *Call to Action (CTA)* juga harus dipilih, karena setiap jenis produk, jenis konten, dan jenis akun memiliki tipe yang berbeda. Dari penggunaan kalimat yang formal sampai penggunaan *slang words* memiliki porsi dan tempatnya masing-masing. Lalu, penulis juga menyesuaikan teknik pengambilan *footage* video konten yang tepat dengan objektif yang telah ditentukan, dimulai dari *cinematic* produk, kehadiran banyak *talent*, kreativitas bentuk atau susunan produk, sampai penggunaan gimik untuk menambah ketertarikan audiens.

3) *Strategy*

Selanjutnya adalah perencanaan strategi untuk mencapai objektif yang telah ditentukan. Penulis mulai menyusun ide yang akan dipakai dalam pembuatan konten, ide tersebut dituliskan ke dalam *draft content planning* untuk mendapat persetujuan dari *content team leader*. Dimulai dari pemilihan hook text 3 detik di awal video sebagai kalimat pembuka yang menarik perhatian audiens, kemudian *hook footage* 3 detik yang juga mendukung *hook text* untuk menarik perhatian audiens, setelah itu penjabaran alur video konten. Setiap jenis konten (*hard selling* atau *soft selling*) memiliki tipe konten yang beragam juga, penulis memiliki kebebasan untuk memilih tipe konten yang akan dibuat berdasarkan pembagian kategori tipe konten di dalam jenis konten (*hard selling* atau *soft selling*). Seperti contoh gambar 3.10, penulis ingin membuat konten yang membawa latar keresahan sehari-hari, maka tipe konten tersebut termasuk dalam kategori *pain point*.

Dewe	Trending	[HARDESELLING - Coolvita Calcium] 5 Calcium CTA cart/live Paket Kalsium Bantu Tinggi Beli 5 Botol isi 150 sachet DISKON 79% dari harga 729,500 (coret), jadi CUMA 160ribuan	https://youtube.com/shorts/rzOX_TICs9Q?si=dIGIsE18_VBI5g	HAH CAL CIUM?	talent nyusun tablet calcium tulis huruf CAL, terus kameramen nanya "hah c a l, cal, cium nya mana?" talent cium kamera dan transisi binatang nyium terus masuk ke usp promo
Dewe	Pain Point	[SOFTSELLING- Coolvita Calcium] 5 box DHA gummy + 2 pouch fiber RTD - CTA Live	kreasi footage	tag adek lo yang dikit dikit lupa	turun motor pake helm, ke toilet ngaca helmnya masih di pake pause sreen abu abu ada vo dan text : jangan kayak dia yang lupa lupa terus, ada dha gummy yang bisa jaga kefokusn dan daya ingat kamu, masuk ke usp

Gambar 3.10 *Draft Content Planning*
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

ci hard dha + fiber
Dha mu kurang tercukupi ? (pegang 1 box blakangnya banyak)
cukupi kebutuhan mu dengan 700 mg dha algae oil dalam satu box (buka box liatin gummy)
Takut kandungan gula & kalori nya tinggi ? (pgang 1 sachet)
Engga dong kalori nya hanya 10 kalori (pegang gummy)
Kesal karna habis nya terlalu cepat ? (box sisa 1 gummy)
Harga asli 1 box dha gummy itu 60 ribu (pegang 1 box)
Kalo 5 box Harga normal nya 1,257,600 (5 box)
sekarang kamu hanya perlu 270 ribuan saja untuk mendapatkan 5 box bonus 2 fiber (5box tambahin 2 fiber)
cek di keranjang kuning dan temukan kejutan mu

Gambar 3.11 *Script Voice Over Penulis*
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Setelah *content planning* selesai dan sudah di *approve* oleh *content team leader*, berlanjut ke tahap penyusunan *script voice over*. Setiap *Content Creator* diberi kebebasan menggunakan cara apapun untuk membuat konten mereka, penulis memiliki cara sendiri untuk membuat konten yaitu menulis *script* dan adegan atau *footage* untuk video seperti pada gambar 9.11. Hal ini bertujuan sebagai pedoman penulis menjalankan alur pembuatan konten. *Script* penulis telah disesuaikan dengan *content planning* yang telah dibuat, dengan memperhatikan penggunaan kata atau adegan yang dilarang dari kode etik pembuatan konten, baik dari *content team leader* maupun kebijakan aplikasi TikTok.

4) *Tactics*

Melanjutkan strategi yang telah dibuat, tahap penentuan taktik diimplementasikan dalam bentuk perencanaan adegan dan *footage* yang

penulis buat untuk keberlangsungan produksi video konten. Di tahap ini, penulis akan mempertimbangkan dan memilih pengambilan *footage* yang tepat agar selaras dengan kalimat *voice over* yang telah dibuat. Hal tersebut berguna agar hasil video konten memiliki estetika atau kualitas, alur yang jelas, dan pesan yang tepat untuk disampaikan ke audiens.

5) **Action**

Pada tahap ini, penulis menerapkan semua yang sudah direncanakan di *content planning* dan *script* penulis. Dimulai dari melakukan *voice over* dengan teknik intonasi dan pengucapan yang beragam dan disesuaikan dengan alur *script* video, serta menyusun durasi *voice over* lewat aplikasi edit CapCut. Kemudian, memulai *shooting* pengambilan *footage* video sesuai dengan alur pembuatan konten yang telah direncanakan, penulis terbiasa dibantu dan membantu sesama anggota *Content Creator* dalam proses *shooting* video konten. Proses bekerjasama dengan *Content Creator* lain juga dapat memunculkan ide baru dan perubahan rencana alur pembuatan konten. Setelah *footage* sudah terkumpul dengan lengkap, penulis berlanjut ke proses mengedit konten.

Ketika mengedit konten, penulis memasukan semua yang sudah direncanakan di *content planning*, meliputi *hook*, *voice over*, dan *footage* video. Dalam proses *editing*, penulis menambahkan banyak elemen pendukung agar video sesuai dengan jenis konten yang telah ditetapkan, meliputi *sound effect*, *video effect*, transisi, *footage* pendukung (logo, sticker, atau gambar), musik, serta *Unique Selling Proposition* (USP) produk dan *Call to Action* (CTA).

6) **Control**

Tahap terakhir adalah memantau dan mengevaluasi, dimana penulis mengupload hasil konten ke grup khusus tim *Content Creator* untuk pengecekan *Quality Control* (QC) oleh *mentor* dan *supervisor*. Setelah dinyatakan aman, konten di upload ke google drive khusus pengumpulan

konten harian, yang kemudian *link* video yang sudah di *upload*, di taruh lagi di kolom khusus pengecekan konten oleh tim *business development*. Pengecekan video konten ini bertujuan untuk memfilter elemen elemen berupa kalimat, teks, ataupun visual yang melanggar kebijakan kode etik aplikasi TikTok. Kemudian, penulis melakukan proses *monitoring* di hari esok, untuk melihat *approval* dan tidaknya dari tim *business development*, jika tidak di *approve*, maka tim *business development* akan memberikan poin yang harus direvisi.

Setelah konten sudah dikategorikan aman, maka para *content specialist* akan melakukan *upload* video konten ke akun TikTok *official* sesuai pembagian video konten di beberapa akun tersebut. Setiap seminggu sekali, tepatnya setiap hari Jumat terdapat aktivitas evaluasi bersama bernama *weekly report*. Evaluasi ini berisi perkembangan jumlah *viewer* video dari hasil konten yang telah di *upload* lewat berbagai akun *official* TikTok Coolvita pada minggu lalu, jika anggota tim *Content Creator* ada yang berhasil menembus angka tertinggi, maka videonya akan dianalisis dan menjadi referensi *Content Creator* lain untuk meniru video tersebut. Terdapat juga hasil evaluasi bulanan top *creator*, yang setiap *Content Creator* akan dibagikan oleh *content team leader* hasil kenaikan dan penurunan data penjualan dari video yang telah mereka buat. Data penjualan ini disebut sebagai *Gross Merchandise Value* (GMV), dan data tersebut dikumpulkan dari video yang menggunakan keranjang kuning di TikTok.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.13 Top Views Video Konten Penulis per 20 Juni 2025
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)



Gambar 3.12 Isi Konten Akun TikTok @coolvita.calcium
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.14 Jumlah *Follower* Akun TikTok @coolvita.calcium per 23 Mei 2025
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Selama bekerja sebagai *Content Creator*, rentang jumlah *viewer* dari konten yang penulis produksi berkisar di angka 5 ribu sampai 1 juta *viewer*. Jumlah *viewer* dari hasil produksi konten penulis bersifat fluktuatif, dimana per minggunya bisa berubah seiring berjalannya waktu. Variasi jumlah *viewer* konten penulis dalam satu minggu, berada di angka 5 ribu sampai 60 ribu *viewer* dan 100 ribu sampai 300 ribu *viewer*. Beberapa pencapaian penulis selama magang sebagai *Content Creator* adalah berhasil mendapatkan video *views* sebanyak 1 juta lebih secara organik, yang tanpa bantuan fitur *ads* berbayar (gambar 3.13), kemudian bersama beberapa *Content Creator* lain, penulis berhasil membantu meningkatkan jumlah pengikut akun @coolvita.calcium dari hari pertama akun dibuat (22 pengikut) pada tanggal 15 April 2025 sampai tanggal 12 Juni 2025 (4.804 pengikut) sebanyak 66.67% (gambar 3.14).

3.2.3 Kendala Utama

Kendala utama penulis selama melakukan kerja magang adalah :

1. Kendala dalam memeriksa kalimat yang berpotensi terkena pelanggaran kode etik TikTok. Ketika melakukan *copywriting*, seperti membuat *script* dan kalimat yang memiliki ajakan persuasi serta efektif, seringkali dibatasi oleh beberapa kalimat yang tidak bisa digunakan. Meskipun dari pihak tim *Content Creator* memiliki daftar kalimat yang berpotensi terkena pelanggaran kode etik TikTok, hal tersebut tidak *up to date*, sehingga banyak kata kata baru yang bisa terkena pelanggaran.
2. Penulis sering melakukan kesalahan dalam penulisan kalimat, ejaan, dan tanda baca, sehingga sering mendapat revisi dari *mentor*. Hal tersebut

mengakibatkan pengaruh kualitas konten yang menurun dan memperlambat proses kerja, karena harus melakukan revisi beberapa kali.

3.2.4 Solusi

Solusi yang dapat diberikan penulis dalam menghadapi kendala yang terjadi selama proses kerja magang adalah :

1. Tim *Content Creator* dapat melakukan pembaruan kalimat yang berpotensi terkena pelanggaran kode etik TikTok serta rutin memperbarui informasi tiap minggunya, agar tidak menghambat kinerja produksi konten harian dan proses QC maupun revisi.
2. Penulis mempelajari lebih lanjut dan membuat daftar kalimat, ejaan, dan tanda baca yang sering kali terkena revisi, juga mempelajari penulisan tata Bahasa Indonesia, seperti EYD, PUEBI, serta melakukan pengecekan kata lewat KBBI.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA