

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di PT Hasans Indonesia dilakukan selama 80 hari kerja atau setara dengan 640 jam, dengan penempatan pada Divisi Marketing sebagai Content Creator. Selama masa magang, penulis berada di bawah bimbingan langsung dari Content Creator, Fawwaz Rafi, serta Marketing Supervisor, Ben Omar, yang bertindak sebagai mentor sekaligus pengawas dalam pelaksanaan kegiatan kerja.

Dalam pelaksanaannya, penulis bertanggung jawab atas berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pemasaran digital melalui media sosial. Tugas-tugas tersebut mencakup pembuatan video konten, penulisan naskah (script), penyusunan content plan, pengeditan video, pengelolaan postingan Instagram, penulisan caption, hingga bertindak sebagai kameramen. Seluruh aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* PT Hasans Indonesia melalui strategi *digital marketing* yang relevan dan kreatif.

Penulis juga turut aktif dalam kegiatan *brainstorming* ide konten, memberikan masukan dalam rapat tim, serta ikut dalam proses pengambilan keputusan agar strategi konten yang dijalankan sejalan dengan visi dan misi perusahaan. Proses kerja diawali dengan diskusi antara pemagang dan mentor untuk menentukan konsep konten yang menarik dan berpotensi menghasilkan engagement tinggi, sesuai dengan target *Key Performance Indicator (KPI)* yang telah ditetapkan. Setelah ide disepakati, penulis diarahkan untuk mengisi content plan harian, kemudian melanjutkan ke tahap eksekusi setelah mendapat persetujuan dari mentor.

Secara umum, kedudukan penulis sebagai pemagang dalam peran Content Creator mencakup tiga proses utama, yaitu penyusunan content plan, produksi konten media sosial, serta penulisan script dan caption. Ketiga proses ini

dilaksanakan secara kolaboratif dengan tim marketing untuk menunjang tujuan komunikasi dan pemasaran perusahaan secara strategis.

3.1.2 Tugas, Uraian Kerja Magang

Dalam menjalankan magang ini penulis mendapatkan banyak insight dan juga banyak pengalaman baru, ini dia beberapa hasil eksekusi atau yang penulis kerjakan selama 5 bulan sebagai seorang Content Creator:

Sebagai seorang *Content Creator*, penulis terlibat langsung dan juga terjun langsung dalam pembuatan konten Media Sosial (Instagram, Tik Tok dan juga Youtube), untuk pembuatan konten dilakukan setiap harinya mulai dari Senin sampai Sabtu, pembuatan konten juga dalam sehari akan membuat 2 video dan dilanjutkan dengan proses edit dan tunggu approval bahwa konten ini lulus untuk di upload ke *media sosial*. Dalam tahap ini pembuatan konten tidak mudah, penulis juga seringkali harus berpikir kreatif dengan memutar otak agar mendapat approval dan juga menarik di mata *audience* sehingga dapat menghasilkan *views* dan juga *likes* sesuai target. Penulis juga tidak hanya berfokus pada pembuatan konten tetapi penulis juga bekerja sebagai *talent* dalam video konten, dimana sebagai seorang *talent* yang mungkin orang lain dan juga penulis kira itu mudah ternyata cukup menantang, dikarenakan penulis belum memiliki pengalaman menjadi seorang *talent*. Pekerjaan menjadi seorang *talent* juga tidaklah mudah terlebih lagi penulis harus membuat *script* terlebih dahulu, dilanjutkan mencari referensi konten yang belum tentu *approve* oleh mentor, memahami alur kontennya bagaimana, *set up* kameranya dan juga dapat berbicara di depan kamera dengan baik, pelafalan dan intonasi yang bagus serta *gesture* badan dan juga mimik muka yang juga harus sesuai dengan *script* yang telah di buat. Setelah proses pengambilan konten selesai tahap berikutnya adalah proses editing dimana penulis menggunakan aplikasi *Capcut* dalam proses pengeditan dan dalam proses pengeditan juga penulis harus mendapatkan *approval* dari mentor, apakah editannya sudah sesuai atau belum. Setelah melewati tahap editing penulis akan memposting tepat di jam 12

siang untuk konten yang sudah melewati tahap *approval* dan memposting pada aplikasi Tiktok dan juga Instagram.

A. Admin Media Sosial

Dalam pelaksanaan magang, penulis juga diberi kesempatan untuk membantu mentor dalam menjalankan peran sebagai **Admin Media Sosial**. Tugas ini meliputi interaksi langsung dengan pengguna melalui kolom komentar maupun pesan pribadi (Direct Message) di akun Instagram resmi PT Hasans Indonesia. Penulis bertanggung jawab menjawab pertanyaan yang sering diajukan oleh pengguna, seperti alamat perusahaan, cara mengikuti giveaway, hingga pertanyaan umum lainnya. Peran ini melatih penulis untuk berkomunikasi secara cepat, tepat, dan ramah kepada audiens.

B. Penyusunan Content Plan

Penulis juga terlibat dalam proses **penyusunan content plan** sebagai tahap awal sebelum produksi konten dimulai. Proses ini dimulai dengan mencari referensi video yang relevan dari platform seperti TikTok dan Instagram, kemudian dilanjutkan dengan sesi brainstorming bersama mentor. Jika terdapat revisi atau penyesuaian terhadap konsep awal, penulis akan menyesuaikannya sebelum konten disetujui. Konten yang telah di-approve akan dimasukkan ke dalam format Google Sheets yang berisi kolom-kolom seperti tanggal publikasi, tema, platform, dan format konten, sebagai panduan pelaksanaan konten harian.

C. Pembuatan Script dan Kameramen

Selain itu, penulis juga diberikan tanggung jawab dalam **pembuatan script** untuk konten video serta menjalankan peran sebagai **kameramen**. Proses penulisan script menuntut kreativitas tinggi, karena ide yang dituangkan harus komunikatif dan relevan dengan audiens. Dalam praktiknya, beberapa script yang dibuat perlu melalui revisi karena dinilai belum cukup matang untuk dieksekusi. Script ini juga mencakup penulisan caption untuk unggahan di Instagram maupun TikTok. Sebagai kameramen, penulis memperoleh pengalaman teknis seperti mengatur posisi kamera, penggunaan tripod,

pencahayaan (lighting), hingga menentukan sudut pengambilan gambar (angle) yang baik demi mendukung kualitas konten yang dihasilkan.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Content Creator* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Brainstorming	<p>Penulis secara rutin melakukan kegiatan brainstorming yang hampir setiap hari dilakukan, karena dalam Divisi Marketing, brainstorming merupakan aktivitas utama yang berperan penting dalam proses kerja tim. Brainstorming sendiri merupakan metode atau teknik pengumpulan ide secara spontan dan kreatif, yang umumnya dilakukan secara berkelompok untuk menyelesaikan masalah, mencari solusi, atau menghasilkan gagasan baru.</p> <p>Dalam konteks pembuatan konten, brainstorming berfungsi untuk menghasilkan ide-ide segar agar terhindar dari konten yang monoton atau berulang. Selain itu, proses ini juga dapat meningkatkan efisiensi waktu, karena dengan adanya banyak ide yang telah dirancang sebelumnya, pelaksanaan produksi konten menjadi lebih cepat, terstruktur, dan terorganisir.</p> <p>Manfaat lainnya adalah meningkatkan relevansi konten dengan target audiens, karena melalui brainstorming, tim dapat lebih memahami preferensi serta kebutuhan audiens dalam menentukan jenis konten yang tepat. Menurut Indrawati (2011), brainstorming merupakan bentuk diskusi untuk mengumpulkan gagasan, pengetahuan, informasi, dan pengalaman dari para peserta guna menghasilkan ide atau solusi yang lebih optimal.</p>
----------------------	--

<p>Pembuatan Content</p>	<p>Penulis membuat berbagai jenis konten selama masa magang, dengan genre yang beragam seperti konten POV, MK, CTA, Reels, dan Feeds yang diunggah pada media sosial resmi PT Hasans Indonesia. Tujuan dari pembuatan konten-konten tersebut adalah untuk mendukung peningkatan penjualan sekaligus mempertahankan jumlah likes dan views agar sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.</p> <p>Menurut Finy F. Basarah dan Gustina, konten merupakan bentuk informasi yang tersedia pada sebuah laman situs atau informasi yang disampaikan melalui suatu media. Oleh karena itu, konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan karakteristik audiens sangat berperan penting dalam strategi pemasaran digital yang efektif.</p>
<p>Content Plan</p>	<p>Penulis mendapatkan peran dan juga bertanggung jawab dalam membuat Content plan dimana tanggung jawab ini mencakup pembuatan skema jadwal upload konten, tren yang sedang naik untuk menjadi referensi video agar dapat menarik perhatian audience dan menimbulkan interaksi, menurut Pratiwi(2021) pengertian Content Plan adalah membuat rencana konten sebelum membuat materi dan dilakukan sebulan sekali. Content plan membantu dalam menyusun strategi konten yang terstruktur dan terencana untuk mencapai tujuan bisnis, termasuk mengidentifikasi target audiens, menentukan jenis konten, dan menyusun jadwal publikasi.</p>

Tabel 3.1 Tugas Utama Content Creator

Sumber: Olahan penulis (2025)

Saat berlangsungnya proses kerja magang ini, penulis banyak mendapatkan insight baru dan jadi tahu bagaimana ketika menghadapi lingkungan kerja yang sebenarnya. Dalam pelaksanaan magang ini penulis juga jadi paham bahwa pekerjaan yang dianggap mudah tadinya hanya sebagai *Content Creator* ternyata tidaklah semudah itu. Dalam proses kerja ini penulis di tuntut untuk banyak melakukan komunikasi dan juga di tuntut untuk menjadi kreatif dalam berbagai hal. Penulis juga jadi nbanyak mengerti bagaimana cara mengatur kamera dengan baik, caranya membuat thumbnail untuk postingan pada feeds Instagram dan jadi tahu bagaimana cara untuk membuat script dengan baik dan juga menarik.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Content Creator* dalam aktivitas kerja magang yang bertujuan untuk mendukung pemasaran dan juga strategi yang dilakukan untuk pemasaran pada *PT.Hasans Indonesia* adalah sebagai berikut:

A. Brainstorming

Penulis ditempatkan sebagai *Content Creator*, di mana dalam aktivitas hariannya penulis selalu berhadapan dengan proses brainstorming. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendorong pertukaran ide dan gagasan secara terbuka dengan anggota tim lainnya, menghindari sikap memaksakan pendapat, serta mendorong setiap individu untuk berpikir kreatif dalam menyampaikan gagasan masing-masing.

Kolaborasi tim menjadi aspek yang sangat penting dalam proses pengembangan ide konten. Penulis dituntut untuk berpikir terbuka dan kreatif, serta mampu menerima masukan dari anggota tim lainnya demi terciptanya perencanaan yang matang dan efektif. Menurut Anggraeni & Saragih (2019), kerja sama tim adalah sekelompok orang yang memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan secara bersama-sama, dengan mengarahkan setiap potensi yang dimiliki demi mencapai hasil yang lebih baik.

Di PT Hasans Indonesia, brainstorming dilaksanakan dalam suasana santai namun tetap fokus pada tujuan. Kegiatan ini dilakukan untuk menggali insight dari hasil riset maupun performa konten sebelumnya, dan menghasilkan ide-ide

yang segar serta relevan dengan tren digital terkini. Brainstorming tidak hanya sekadar diskusi, melainkan merupakan metode strategis yang bertujuan mendorong lahirnya ide-ide inovatif dan kreatif. Kegiatan ini rutin dilakukan minimal satu kali dalam seminggu, dan melibatkan berbagai elemen tim, seperti tim kreatif, digital marketing, desain grafis, serta manajemen konten. Setiap sesi berlangsung dalam suasana yang terbuka, inklusif, dan bebas kritik, sehingga setiap anggota merasa nyaman untuk menyampaikan ide apapun—baik yang sederhana, unik, maupun belum sepenuhnya sempurna.

Biasanya, sesi brainstorming diawali dengan pembahasan mengenai tren terbaru di media sosial, insight dari performa konten sebelumnya, serta agenda atau kampanye yang akan datang, seperti Hari Raya, promosi khusus, atau peluncuran produk baru. Dalam sesi ini, penulis dan tim juga menerapkan teknik **6-3-5 brainwriting**, yaitu metode di mana setiap anggota menuliskan tiga ide dalam lima menit, lalu meneruskannya ke anggota lain untuk dikembangkan. Pendekatan ini terbukti efektif dalam merangsang kreativitas secara cepat, tidak monoton, serta menciptakan rasa adil dan setara antar anggota tim. Menurut Moriarty, Mitchell, & Wells (2012), brainstorming merupakan metode yang memanfaatkan teknik kreativitas untuk mencari solusi dari suatu masalah dengan mengumpulkan gagasan secara spontan dari anggota kelompok.

Dari seluruh pengalaman yang diperoleh, penulis menyadari bahwa strategi brainstorming bukan sekadar alat bantu dalam proses kreatif, melainkan merupakan kunci utama dalam membangun sinergi tim serta meningkatkan efektivitas kerja. Brainstorming memungkinkan ide-ide tidak hanya berasal dari satu individu, tetapi menjadi hasil kolaborasi yang mencerminkan beragam perspektif dalam tim. Penulis juga belajar bahwa keterbukaan dalam menerima dan mengembangkan ide orang lain merupakan bagian penting dalam dunia kerja kreatif. Selain meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif, keterlibatan aktif dalam sesi brainstorming selama magang juga membentuk karakter penulis menjadi lebih percaya diri dalam menyampaikan ide, berpikir

cepat, serta menyesuaikan konsep konten dengan kebutuhan dan karakteristik audiens. Bahkan, keterampilan berbicara di depan kamera juga turut diasah dalam proses ini. Dengan demikian, pelaksanaan magang sebagai Content Creator di PT Hasans Indonesia telah memberikan pengalaman praktis yang sangat berharga, khususnya dalam memahami pentingnya strategi *brainstorming* dalam menciptakan konten digital yang efektif, menarik, dan berdampak.

Dari seluruh pengalaman dan pembelajaran yang di dapatkan, penulis menyadari bahwa strategi *brainstorming* bukan hanya sekadar alat bantu dalam proses kreatif, tetapi juga menjadi kunci utama dalam membangun sinergi tim dan memperkuat efektivitas kerja. Dengan *brainstorming*, ide tidak hanya datang dari satu orang, melainkan menjadi hasil kolaboratif yang mencerminkan sudut pandang beragam dalam tim. Penulis juga belajar bahwa keterbukaan dalam menerima dan mengembangkan ide orang lain adalah bagian penting dalam dunia kerja kreatif. Selain meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif, keterlibatan aktif dalam proses *brainstorming* selama magang juga membentuk karakter Penulis untuk lebih percaya diri dalam menyampaikan ide, belajar berpikir cepat, dan mampu menyesuaikan konsep dengan kebutuhan serta karakteristik target audiens dan berbicara di depan kamera. Dengan demikian, pelaksanaan magang sebagai *Content Creator di PT. Hasans Indonesia* telah memberikan banyak pengalaman praktis yang sangat berharga, khususnya dalam memahami peran penting strategi *brainstorming* dalam mendukung proses pembuatan konten digital yang efektif, menarik, dan berdampak.

B. Pembuatan Konten

Selama menjalani program magang sebagai Content Creator di PT. Hasans Indonesia, Penulis bertanggung jawab dalam proses perencanaan, produksi, hingga publikasi konten digital yang bertujuan untuk memperkuat branding serta meningkatkan keterlibatan audiens di berbagai platform digital perusahaan, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Menurut **Finy.F**

Basarah dan Gustina definisi konten adalah bentuk informasi yang tersedia pada sebuah laman di sebuah situs atau informasi yang telah ada melalui suatu media.

Pembuatan konten sendiri bisa memakan banyak waktu dalam prosesnya. Ini di tahap- tahap pembuatan konten yang Penulis jalankan setiap harinya pada saat magang:

- Pelaksanaan tugas Penulis dimulai dengan proses brainstorming ide konten, yang biasanya dilakukan bersama tim konten. Proses brainstorming ini sangat krusial, karena menjadi pondasi awal dalam merancang konten yang tidak hanya kreatif, tetapi juga strategis. Penulis dan tim menggunakan pendekatan content pillar yang terdiri dari tiga kategori utama, yaitu edukatif contohnya seperti DIY telur paskah,DIY kaleng dijadikan tempat kotak pensil yang penulis pernah buat, promosional contohnya seperti CTA, Shopee big sale promo atau diskon , dan hiburan (konten lucu, POV, MK dan dialog lucu dan tren TikTok).
- Tahap kedua setelah proses *brainstorming* menghasilkan ide tahap berikutnya eksekusi konten dimana Penulis terlibat langsung dalam proses pembuatan skrip konten, termasuk menyesuaikan tone of voice, gaya bahasa, serta pesan utama yang ingin disampaikan. Bagi penulis karena penulis belum pernah memiliki pengalaman sebagai talent bagi penulis meejadi talent tidaklah mudah karena harus berbicara di depan kamera dengan percaya diri, dan banyak berlatih agar pesan yng disampaikan bisa tersampaikan dengan baik.

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

Berikut penulis sertakan beberapa bukti penulis bekerja sebagai talent:



Gambar 3.1 Penulis menjadi talent

Sumber: Olahan penulis (2025)

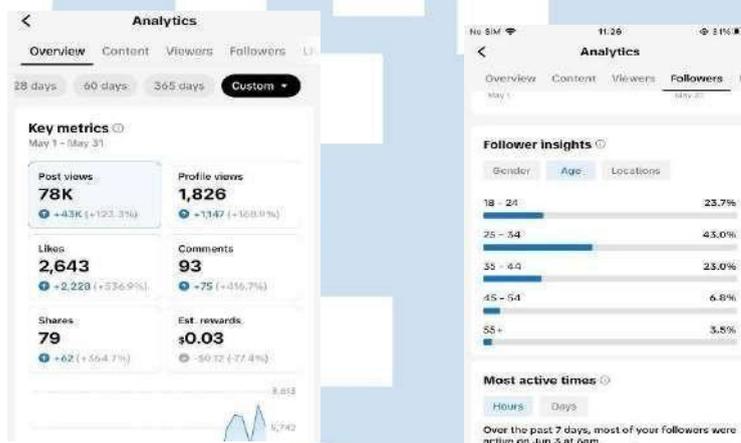
- Tahap ketiga adalah produksi konten, baik berupa foto, video pendek, maupun reels. Penulis mendapatkan pengalaman bagaimana cara mengoperasikan kamera, mengatur properti, serta melakukan pengambilan gambar. Dalam pembuatan video, Penulis menggunakan tools seperti CapCut untuk editing, menambahkan transisi, subtitle, dan elemen visual yang menarik dan dalam pembuatan Thumbnail video penulis mengedit pada canva. Berikut penulis sertakan beberapa bukti hasil sebagai kameramen dan juga beberapa hasil editan penulis:



Gambar 3.2 Hasil editan penulis

Sumber: Olahan penulis (2025)

-Tahap keempat yang penulis lakukan adalah tidak kalah pentingnya yaitu penulis meendapatkan pembelajaran mengenai cara melakukan riset tren digital setiap bulannya , khususnya di TikTok dan Instagram, guna memastikan bahwa konten yang dibuat tetap relevan dengan tren yang sedang naik daun. Hal ini menjadi bagian dari strategi konten real-time marketing, di mana topik hangat dan juga hal hal yang menjadi tren dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jangkauan (reach) dan interaksi (engagement). Penulis seertkan bukti hasil dari riset tren pada Instagram PT.Hasans Indonesia ketika melakukan giveaway:



Gambar 3.3 Hasil Riset tren

Sumber: Olahan penulis (2025)

C. Content Planning

Selama menjalani program magang sebagai *Content Creator*, penulis turut ikut secara langsung dalam tahap pembuatan Content plan, menurut **Pratiwi(2021)** pengertian Content Plan adalah membuat rencana konten sebelum membuat materi. Content planning merupakan tahapan krusial dalam proses kerja seorang content creator karena di sinilah semua ide dikembangkan, dijadwalkan, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta target audiens perusahaan. Dalam proses ini Penulis belajar betapa pentingnya menentukan frekuensi dari sebuah konten, menyesuaikan format konten dengan sifat -sifat setiap platform dan juga audience, dan memastikan bahwa setiap konten memiliki tujuan komunikasi yang jelas dan terukur. Penulis menggunakan tools seperti Google Sheets untuk mengatur content plan.

. Berikut penulis lampirkan bukti hasil kerja penulis:

Bukti dalam pembuatan Content plan yang penulis lampirkan adalah mengenai Event yang akan diadakan oleh PT.Hasans Indonesia dimana event ini penulis yang merancang beberapa bagian diantaranya adalah design feeds untuk Instagram, konten CTA, dan juga untuk editing penulis banyak menyalurkan ide dan di dampingi oleh mentor, event yang di selenggarakan ini bertemakan back to school dimana event ini berlangsung pada bulan Juni-Juli 2025. Penulis juga berkolaborasi dengan KOL dalam menjalankan event ini karena di perlukannya kerja sama tim dan juga kolaborasi sesama tim demi suksesnya event ini. Pengalaman pertama penulis sebagai peran utama dalam mengatur Content plan untuk sebuah event memberikan pengalaman pertama yang luar biasa karena penulis jadi paham mengenai bagaimana cara mengatur strategi agar event dapat menarik banyak audience untuk join, bagaimana mendesign sebuah flyer yang akan dibagikan ke anak-anak sekolah sebagai target utama dalam terlaksananya event ini. Dan penulis juga mendapatkan pengalaman langsung dan terjun langsung untuk meghandle event melalui strategi komunikasi digital.

D. Admin Media Sosial

Penulis juga berperan sebagai Admin media sosial PT.Hasans Indonesia khususnya pada Tiktok dan juga Instagram, tujuan utamanya agar dapat berinteraksi secara langsung dengan audience, misalnya ada yang komen pada postingan Instagram atau ada yang bertanya melalui Direct Message/DM. Penulis juga di berikan kepercayaan untuk membalas komen dan juga mengupload postingan feeds pada Instagram story Hasans. Penulis bertanggung jawab dalam meenjawab dan juga merespon segala pertanyaan dan berbagai bentuk interaksi yang ada. Dan dalam meembalas pesan yang di tanyakan pun penulis juga tidak asal menjawab tetapi penulis juga melakukan diskusi dengan mentor penulis agar tidak ada kesalahan dalam menjawab.

Berikut penulis lampirkan bukti kerja sebagai Admin media sosial PT.Hasans Indonesia:



Gambar 3.5 Komen balasan penulis

Sumber: Olahan penulis (2025)

3.2.3 Timeline Pengerjaan saat Magang

	Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Content Planning	[Orange]																			
Scheduling video	[Grey]																			
Take Video Content	[Blue]																			
Script Writing	[Green]																			
Caption Content	[Yellow]																			
Editing Video	[Purple]																			
Uploading Video	[Brown]																			

Gambar 3.6 Timeline penulis

Sumber: Olahan penulis (2025)

Peran penulis sebagai *Content Creator* pada *PT.Hasans Indonesia* merupakan bagian yang cukup penting untuk keberlangsungan pada bagian pemasaran dan juga media sosial karena segala pekerjaan dalam menjadi Content Creator dapat di kerjakan semua, misalnya riset konten, pengelolaan jadwal posting pada media sosial, pengeksekusian konten hingga tahap editing konten. Timeline pengerjaan magang ini berjalan dari Januari-Juni dimana pembuatan konten setiap hari di buat dan perhari pembuatan konten berjumlah 2 video dan 1 postingan feeds pada Instagram dan scheduling pada akun Youtube. Tujuan dari pembuatan konten pada sosial media *PT.Hasans Indonesia* adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dan juga *engagement* pada produk yang di jual oleh *PT.Hasans Indonesia*. Penulis juga berperan aktif dalam mengelola sosial media *PT.Hasans Indonesia* seperti membalas DM pada Instagram , membalas komentar pada akun Tiktok *PT.Hasans Indonesia*.

Kegiatan magang ini memberikan insight dan juga pengalaman baru sekaligus pertama bagi penulis karena pengalaman ini adalah pengalaman pertama yang tidak akan penulis lupakan, karena dari awal proses menjadi seorang Content Creator yang menurut penulis awalnya mudah ternyata tidaklah semudah itu. Penulis dalam melakukan peran sebagai Content Creator mengimplementasikan matakuliah yang sudah di dapatkan selama kuliah pada peran sebagai Content Creator ini, mulai dari bagaimana menyusun strategi untuk dapat mempertahankan like dan juga views agar tetap konsisten, bagaimana cara agar dapat berbicara dan menyampaikan pesan dengan baik dan juga benar agar audience dapat memahami pesan yang di sampaikan. Selain itu hal baru yang penulis dapatkan juga adalah pembelajaran problem solving dan time management, dimana hal ini merupakan hal yang cukup challaenging.

3.2.4 Kendala Utama

Beberapa kendala yang di hadapi saat menjalani proses magang ini sebagai seorang Content Creator di *PT.Hasans Indonesia* yang cukup menghambat dalam proses pekerjaan ini berlangsung diantaranya:

A. Sulitnya Mencari Referensi Konten yang Sesuai

Sebagai seorang Content Creator penulis mengalami kejenuhan dalam proses pembuatan konten, salah satunya adalah kekurangan referensi yang sesuai dengan apa yang di minta oleh mentor penulis, referensi konten biasanya harus melewati tahap approval yang di lakukan oleh mentor penulis, beberapa referensi konten yang penulis cari adalah melalui platform Tik tok tau reels pada Instagram kedua media sosial ini adalah tempat penulis menemukan dan juga mengeksplor konten yang akan di buat. Penulis masih harus merombak lagi dalam mencari referensi konten yang akan di buat di karenakan keinginan ekspetasi yang tinggi dari mentor penulis yang membuat penulis harus banyak melakukan pengulangan untuk membuat konten sesuai apa yang menjadi standard mentor penulis.

B. Keterbatasan Talent dalam proses magang ini

Sebagai seorang *Content Creator* penulis juga mengalami keterhambatnya banyak referensi video konten yang bagus yang akhirnya tidak dibuat karena kekurangan talent dalam produksi konten, hal ini menjadi suatu hal yang di anggap serius mengapa? Karena banyaknya peluang dan juga kesempatan yang terlewat dalam pembuatan video yang seharusnya akan meraih banyak likes dan juga views hanya karena berkurang nya talent, hal ini juga merupakan penghambat yang menyebabkan like dan juga views terkadang tidak konsisten. Dengan tidak adanya talent yang lebih membuat penulis harus banyak memutr otak untuk menyeimbangkan agar konten tetap naik dan stabil walaupun kekurangan talent.

C. Keterbatasan Properti dalam Pembuatan Konten

Dalam bekerja di bidang Sosial Media kita tau seberapa berdampaknya dan seberapa besar pengaruhnya dalam menghasilkan video yang bagus dan juga menarik untuk di tonton. Keterbatasan properti dalam pembuatan video ini adalah masalah utama yang di hadapi penulis karena pada tahap ini penulis harus menghasilkan video yang bagus dengan properti seadanya, contohnya adalah kurang tersupportnya hp untuk pembuatan konten, seberapa bagus hp akan menentukan hasil jadi videonya.

D. Keterbatasan Waktu yang Singkat

Dalam produksi konten waktu adalah hal yang berharga dimana dalam pembuatan konten penulis harus banyak bermain dengan waktu di tambah dengan permintaan dari mentor yang mengharuskan membuat 2-4 video perhari jika mendapat approval semua, dalam pembuatan 1 video saja bisa memakan 1-2 jam dan itu belum termasuk ketahap editing, hal ini membuat proses terhambatnya pengupload an video, penulis juga sering untuk mengedit di luar jam kerja karena keterbatasan waktu saat jam kerja di tambah saat berada di jam kerja penulis juga mengerjakan banyak hal lain.

3.2.5 Solusi

Untuk mengatasi berbagai kendala di atas, penulis menerapkan beberapa solusi agar hal yang menjadi penghambat bisa terselesaikan, penulis mengambil tindakan untuk mendapatkan solusi diantaranya:

A. Membuat Konten yang Lebih Sederhana

Solusi yang sekaligus menjadi jalan tengah dari kendala yang di hadapi adalah dengan merombak konten agar lebih sederhana, cara ini adalah hal yang membuat berhasil sampai sekarang selama penulis bekerja sebagai Content Creator, contohnya dengan pembuatan video dubbing atau lypsinc dengan melakukan kedua hal tersebut penulis menghemat waktu, menghemat waktu untuk mengedit dan juga tidak perlu memikirkan pembuatan script. Cara ini menjawab kendala mengenai pembuatan konten.

B. Menambahkan Talent

Solusi yang sekaligus menjadi jalan tengah dari kendala yang di hadapi adalah menambahkan talent, cara ini adalah hal yang menjadi solusi terhadap kurangnya talent yang menjadi kendala, dalam kasus yang terjadi ketika penulis sudah menemukan video referensi konten yang bagus atau yang penulis sudah buat biasanya kendala nya adalah kekurangan orang, dimana solusi yang di dapat adalah menambahkan talent dari divisi lain sebagai tamu atau tambahan talent agar

produksi konten dapat berjalan dengan lancar dan juga menghasilkan konten yang menarik bagi audience.

C. Menggunakan Smartphone Pribadi

Solusi yang sekaligus menjadi jalan tengah dari kendala yang di hadapi adalah menggunakan smartphone pribadi milik penulis, supaya video hasil konten itu bagus dan tidak pecah resolusinya dan agar tetap jernih penulis menggunakan smartphone pribadi milik penulis dikarenakan menghasilkan hasil jadi yang lebih jernih dan juga bagus, jika penulis tidak mengganti dan tetap menggunakan properti yang di sediakan kantor, hasil dari videonya sudah di pastikan tidak enak untuk dilihat audience.

D. Mengerjakannya di Luar Jam Kantor

Solusi yang sekaligus menjadi jalan tengah dari kendala yang di hadapi adalah penulis menemukan solusi yang menjawab agar waktu jam kerja yang singkat menjadi lebih efisien dengan tetap menghasilkan 1-3 video konten, yaitu dengan mengerjakannya di luar jam kerja supaya tetap bisa terhandle, penulis berusaha sebaik mungkin untuk tetap bekerja di luar jam kerja dengan mengedit video hasil jadi konten, hal ini dianggap seharusnya tidak di perkenankan tetapi solusi ini menjadi jawaban atas kendala pengerjaan jam pembuatan video.

E. Hubungan dengan Mata Kuliah yang di Ambil dengan Peran Magang Sebagai Content Creator:

- Public Speaking:

Mata kuliah Public Speaking adalah matakuliah yang pernah penulis ambil sewaktu semester 4, dimana pembelajaran yang penulis dapatkan saat mata kuliah ini berdampak untuk peran *Content Creator* selama penulis magang ini. Hal- hal yang penulis dapatkan dari mata kuliah Public Speaking seperti bagaimana cara membentuk atau menyusun sebuah Script, bagaimana postur tubuh yang seharusnya saat berbicara di depan kamera, bagaimana intonasi dan juga pelafalan kalimat juga penting saat berbicara. Hal ini penulis implementasikan dalam kegiatan magang ini sebagai seorang Talent dalam produksi konten.

-Social Media&Mobile Marketing Strategy:

Mata kuliah Social Media&Mobile Marketing Strategy adalah matakuliah yang pernah penulis ambil sewaktu semester 3, dimana pembelajaran yang penulis dapatkan saat mata kuliah ini berdampak untuk peran *Content Creator* selama penulis magang ini. Hal-hal yang penulis dapatkan dari mata kuliah Social Media&Marketing Strategy seperti bagaimana cara menentukan konten yang akan dibuat, bagaimana cara membaca KPI pada Instagram, penggunaan tools, dan jadwal publikasi konten, serta bagaimana cara untuk membuat audience tertarik melihat konten kita dan pembuatan Content Plan.

-Visual&Photography Communication

Mata kuliah Visual&Photography Communication adalah matakuliah yang pernah penulis ambil sewaktu semester 5, dimana pembelajaran yang penulis dapatkan saat mata kuliah ini berdampak untuk peran *Content Creator* selama penulis magang ini. Hal-hal yang penulis dapatkan bagaimana cara mengoperasikan kamera, bagaimana cara pengambilan angle yang bagus dan cara mengedit videoo dengan tools CapCut dan juga membuat feeds pada canva untuk postingan pada Instagram.

