

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Penulis menjalankan kerja praktek magang di PT Astro Technologies Indonesia pada posisi *Social Media Specialist Intern*, yang berada di bawah Tim Social Media Specialist dalam Divisi Marketing. Selama menjalani magang ini, penulis dibimbing oleh Social Media Specialist sebagai supervisor utama serta berkolaborasi dengan Tim *Creative Marketing* dalam pembuatan konten media sosial. Dalam perannya, penulis bertanggung jawab untuk membantu mengelola dan mengembangkan strategi pemasaran digital melalui media sosial guna meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* pelanggan. Penulis juga turut serta dalam menyusun dan mengeksekusi berbagai kampanye digital yang sejalan dengan visi dan misi perusahaan.

Penulis memiliki beberapa alur kerja utama dalam pelaksanaan magang ini, yaitu pembuatan content plan, pembuatan konten media sosial, monitoring dan evaluasi performa konten, serta beberapa tugas tambahan seperti reviewer, *content creator*, dokumenter, *copywriter*, dan admin sosial media.

A. Pembuatan Content Plan

Sebelum proses produksi konten, penulis bertanggung jawab dalam menyusun content plan yang berfungsi sebagai panduan dalam mengelola media sosial Astro. Tahapan pertama dalam pembuatan content plan adalah melakukan riset dan analisis terhadap tren media sosial yang sedang berkembang, baik secara global maupun di industri sejenis. Selain itu, penulis juga menganalisis strategi pesaing sebagai referensi dalam penyusunan konten serta memahami karakteristik

dan preferensi target audiens untuk memastikan konten yang dibuat relevan dan menarik bagi mereka.

Setelah riset dilakukan, penulis bersama *Social Media Specialist* dan *Creative Marketing* mulai menyusun content plan dengan menentukan tema serta konsep konten yang akan dibuat dalam periode tertentu, baik secara mingguan maupun bulanan. Pada tahap ini, tim juga menentukan format konten yang akan digunakan, seperti feed post, reels, story, TikTok video, atau konten interaktif lainnya. Selain itu, jadwal unggah konten juga dirancang berdasarkan data insight dari performa konten sebelumnya agar *engagement* yang dihasilkan dapat optimal.

Setelah content plan disusun, tim melakukan kajian ulang terhadap rencana yang telah dibuat untuk memastikan bahwa seluruh konten yang dirancang telah sesuai dengan strategi branding perusahaan. Setelah mendapatkan persetujuan dari supervisor, *content plan* tersebut dijadikan sebagai pedoman dalam proses produksi dan publikasi konten di media sosial Astro.

B. Pembuatan Konten Media Sosial

Sebagai *Social Media Specialist Intern*, penulis memiliki tugas utama dalam mendukung pengelolaan media sosial Astro, khususnya dalam pembuatan konten yang menarik dan sesuai dengan identitas merek perusahaan. Tahapan pertama dalam proses ini adalah brainstorming ide konten, di mana penulis mengembangkan konsep berdasarkan content plan yang telah disusun sebelumnya. Tim *Social Media Specialist* bersama *Creative Marketing* mengadakan sesi *brainstorming* untuk menentukan tema dan konsep konten yang akan dibuat. Setelah mendapatkan ide yang sesuai, penulis menyusun konsep awal dan mendiskusikannya kembali dengan tim untuk mendapatkan masukan dan persetujuan.

Setelah konsep disetujui, penulis mulai membuat konten dalam berbagai format, seperti gambar, video pendek, reels, atau motion graphics. Dalam proses ini, penulis bekerja sama dengan tim Creative Marketing untuk memastikan desain dan pesan yang disampaikan tetap sesuai dengan branding Astro. Jika ada revisi dari supervisor, penulis melakukan perbaikan hingga konten memenuhi standar perusahaan.

Selain itu, penulis juga sering berperan sebagai talent dalam konten media sosial Astro. Dalam peran ini, penulis harus memahami konsep dan skenario konten yang akan dibuat, termasuk ekspresi, gestur, dan gaya komunikasi yang sesuai dengan identitas merek Astro.

Setelah konten final disetujui, penulis bertanggung jawab dalam penyusunan caption dengan copywriting yang menarik, efektif, dan sesuai dengan target audiens. Setelah itu, penulis menjadwalkan dan mengunggah konten di berbagai platform media sosial Astro, seperti Instagram dan TikTok, sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

C. Monitoring dan Evaluasi Performa Konten

Setelah konten dipublikasikan, penulis melakukan analisis performa konten dengan memantau metrik seperti *engagement rate*, jumlah *likes*, *shares*, dan komentar. Analisis ini dilakukan untuk memahami efektivitas konten dalam menarik perhatian dan interaksi dari audiens. Setiap dua minggu sekali, tim melakukan evaluasi untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari konten yang telah diunggah. Dari hasil evaluasi ini, tim memberikan masukan dan strategi perbaikan yang dapat diterapkan dalam pembuatan konten berikutnya agar lebih efektif dalam meningkatkan engagement dan brand awareness.

Dengan mengikuti tahapan ini, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam pengelolaan media sosial perusahaan berbasis teknologi serta memahami strategi pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, melalui evaluasi yang dilakukan secara berkala, penulis dapat mengembangkan keterampilan dalam membuat konten yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens, serta memahami bagaimana strategi media sosial dapat berkontribusi dalam pertumbuhan bisnis perusahaan.

Selain fokus pada pembuatan konten dan penyusunan content plan, penulis juga diberikan berbagai tugas tambahan yang membantu dalam pengembangan keterampilan selama masa magang.

Sebagai reviewer, penulis bertugas untuk meninjau kembali konten yang telah dibuat sebelum dipublikasikan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi telah sesuai dengan standar perusahaan dan tidak mengandung kesalahan dalam desain, teks, atau copywriting.

Sebagai content creator, penulis tidak hanya membuat konsep, tetapi juga ikut serta dalam proses produksi konten, termasuk pengambilan foto dan video, pengeditan konten, hingga penyesuaian warna dan tata letak untuk memastikan kualitas visual yang menarik.

Sebagai dokumenter, penulis bertugas untuk mendokumentasikan berbagai kegiatan internal perusahaan, seperti event, meeting, atau aktivitas tim yang dapat dijadikan konten untuk media sosial. Dokumentasi ini bertujuan untuk meningkatkan engagement dengan audiens melalui pendekatan storytelling yang lebih personal dan autentik.

Sebagai *copywriter*, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan teks yang digunakan dalam caption, deskripsi konten, dan materi promosi lainnya. *Copywriting* yang baik sangat diperlukan untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan engagement di media sosial.

Sebagai admin sosial media, penulis juga bertugas dalam mengelola interaksi di media sosial, termasuk membalas komentar, menjawab *direct message* (DM), serta berkoordinasi dengan tim untuk menangani pertanyaan atau feedback dari pelanggan.

Dengan berbagai tugas tambahan ini, penulis memperoleh banyak pengalaman baru yang sebelumnya belum pernah dilakukan. Pengalaman ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dalam bidang pemasaran digital dan media sosial, tetapi juga mengasah kemampuan dalam manajemen waktu, komunikasi, dan kolaborasi dalam lingkungan kerja profesional.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Mulai dari awal magang, penulis ditugaskan untuk menjadi *Social Media Specialist Intern* di PT Astro Technologies Indonesia. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab dalam mendukung strategi pemasaran digital perusahaan melalui media sosial guna meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* pelanggan. Salah satu aspek penting dalam social media marketing adalah membangun citra merek yang kuat melalui komunikasi yang efektif dan konten yang menarik.

Sebagai perusahaan berbasis *quick commerce*, Astro menempatkan media sosial sebagai salah satu saluran utama untuk berinteraksi dengan pelanggan dan memperkenalkan layanan mereka. Oleh karena itu, tim *Social Media Specialist*

bekerja untuk mengembangkan strategi komunikasi digital yang mencerminkan identitas merek Astro. Dalam praktiknya, media sosial digunakan untuk berbagai tujuan, seperti memperkenalkan produk baru, memberikan informasi terkait promosi, berinteraksi dengan pelanggan, serta membangun komunitas yang loyal terhadap brand Astro.

Tempat magang penulis lebih memfokuskan pada pengelolaan media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang menjadi platform utama dalam membangun engagement dengan audiens. Konten yang dibuat mencakup berbagai jenis, seperti promosi produk, tips belanja, tren terkini, serta interaksi dengan pelanggan melalui fitur seperti komentar dan direct message. Selain itu, media sosial juga digunakan untuk menyampaikan nilai-nilai dan budaya perusahaan kepada pelanggan serta masyarakat luas.

Selain mengelola konten harian, penulis juga terlibat dalam berbagai kampanye digital dan event online yang diselenggarakan oleh tim marketing. Setiap event yang diadakan memiliki tujuan yang berbeda, mulai dari meningkatkan *awareness*, mendorong interaksi pelanggan, hingga memperkenalkan fitur-fitur baru yang ditawarkan oleh Astro. Sebagai bagian dari tim Social Media Specialist, penulis membantu dalam seluruh tahapan event, mulai dari perencanaan (pre-event), pelaksanaan event, hingga evaluasi dan publikasi hasil event (post-event).

Pelaksanaan event digital yang dijalankan tentu akan masuk ke dalam media sosial Astro dalam bentuk dokumentasi konten. Oleh karena itu, setiap tahapan event harus dirancang dengan baik agar sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan. Referensi dari tren media sosial dan analisis kompetitor juga digunakan sebagai panduan dalam merancang strategi komunikasi yang efektif.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Dalam menjalani peran sebagai Social Media Specialist, penulis bertugas mengelola dan membuat konten untuk media sosial tersebut.

Content Planning	Penulis bertanggung jawab dalam menyusun rencana konten yang mencakup perencanaan topik, jenis konten, serta jadwal unggahan di media sosial Astro. Rencana ini dibuat berdasarkan riset tren digital dan analisis perilaku audiens untuk meningkatkan keterlibatan pengguna. Pulizzi (2014) menekankan bahwa perencanaan konten yang strategis dapat membantu membangun loyalitas audiens dan memperkuat identitas merek di dunia digital.
Content Creator	Penulis membuat berbagai jenis konten visual, seperti video pendek, gambar informatif, reels, dan infografis yang dipublikasikan di Instagram, TikTok dan Youtube Astro. Pembuatan konten ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens serta meningkatkan kesadaran merek. Berger (2013) dalam bukunya <i>Contagious</i> menyatakan bahwa konten yang memiliki daya tarik emosional dan storytelling yang kuat lebih berpotensi untuk viral dan menciptakan hubungan erat dengan audiens.
Dokumentasi	Selain membuat konten, penulis juga mendokumentasikan berbagai kegiatan internal perusahaan, termasuk acara atau kampanye yang berkaitan dengan pemasaran digital Astro. Dokumentasi ini nantinya akan diolah menjadi materi promosi yang dapat dipublikasikan di media sosial. Berdasarkan Teori Lasswell (1948), dokumentasi dalam komunikasi

	pemasaran berperan penting dalam menyampaikan pesan merek yang kuat dan membangun citra perusahaan yang positif.
Admin Media Social	Sebagai admin media sosial, penulis bertugas dalam menjadwalkan unggahan, berinteraksi dengan audiens melalui kolom komentar dan pesan langsung, serta memantau respons pengguna terhadap konten yang dipublikasikan. Aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan dengan merek dan membangun komunitas digital yang lebih aktif. Solomon (2018) menjelaskan bahwa keterlibatan yang baik dalam media sosial dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan reputasi merek.
Copywriter	Penulis merancang teks promosi, termasuk caption media sosial, dengan gaya bahasa yang menarik, singkat, dan sesuai dengan citra merek Astro. Teks yang dibuat harus mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat serta mendorong interaksi. Sugarman (2006) dalam bukunya <i>The Adweek Copywriting Handbook</i> menyebutkan bahwa copywriting yang efektif harus mampu membangkitkan minat audiens dan mengarahkan mereka untuk mengambil tindakan sesuai dengan tujuan pemasaran.

Tabel 3.1 Tugas Utama Social Media Specialist

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Dengan tugas utama yang dijalankan selama magang, penulis memperoleh pengalaman dan pencapaian baru. Penulis menjadi lebih kreatif dalam merancang konten yang menarik, memahami cara berkomunikasi dengan bahasa yang baik dan tepat, serta mengembangkan keterampilan dalam mengelola media sosial secara efektif. Selain itu, penulis juga semakin memahami langkah-langkah yang

harus dipersiapkan sebelum memulai suatu acara, sehingga dapat menjalankan tugas dengan lebih terstruktur dan profesional.

3.2.1.2 Tugas Tambahan

Selain tugas utama, penulis juga diberikan beberapa tanggung jawab tambahan. Tugas-tugas ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mempelajari hal-hal baru serta mengembangkan keterampilan yang lebih luas. Selama menjalani magang, tugas tambahan yang diberikan bertujuan untuk meningkatkan kreativitas serta memperkaya pengalaman kerja. Berikut adalah beberapa tugas tambahan yang dikerjakan oleh penulis:

Talent/Actor	Talent, yang juga disebut sebagai aktor atau model, adalah seseorang yang berperan dalam pembuatan video, foto, atau konten lainnya untuk mewakili suatu brand. Dalam magang di Astro, penulis berperan sebagai model dalam berbagai konten media sosial, baik untuk promosi produk, campaign branding, maupun kompetisi. Berpartisipasi sebagai talent membantu penulis meningkatkan kepercayaan diri di depan kamera serta memahami bagaimana suatu konten dapat dikemas agar lebih menarik bagi audiens. Menurut Solomon (2020), penggunaan talent yang tepat dalam pemasaran digital dapat meningkatkan
---------------------	---

	daya tarik visual dan memperkuat keterhubungan emosional antara brand dan audiens.
--	--

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Posisi penulis sebagai **Social Media Specialist Intern** di **PT Astro Technologies Indonesia** memiliki tugas sebagai berikut:

A. Brainstorming

Dalam proses *brainstorming*, kegiatan ini dilakukan secara berkelompok bersama seluruh anggota tim yang terlibat. Brainstorming bertujuan untuk menghasilkan ide-ide kreatif serta solusi secara spontan, yang nantinya digunakan dalam pembuatan konten untuk media sosial. Proses ini memerlukan diskusi yang terbuka dan bebas, di mana setiap anggota tim didorong untuk berpikir kreatif serta mengemukakan sebanyak mungkin ide yang dapat dikembangkan menjadi strategi pemasaran digital.

Kerja sama tim menjadi faktor penting dalam brainstorming, karena hasil yang diperoleh dari kolaborasi cenderung lebih optimal dibandingkan dengan bekerja secara individu. Menurut Manzoor (dalam Devina, 2018), kerja sama tim adalah sekelompok individu yang saling bergantung dalam menyelesaikan tugas dan bersama-sama bertanggung jawab atas hasil yang dicapai. Hal ini juga sejalan dengan pendapat Sriyono dan Fardia (dalam Devina, 2018) yang menyatakan bahwa kerja tim merupakan aktivitas yang dikelola dan dijalankan oleh kelompok dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan bersama.

Dalam praktiknya, penulis dan tim di Astro secara rutin melakukan brainstorming untuk menghasilkan ide-ide segar yang sesuai dengan identitas merek dan minat audiens. Penulis bersama tim berdiskusi mengenai konsep

konten, target audiens, serta tren yang sedang berkembang di media sosial. Misalnya, saat merancang strategi untuk meningkatkan engagement di Instagram dan TikTok, tim akan mempertimbangkan jenis konten yang paling menarik bagi pengguna, seperti video pendek, infografis, atau tren viral yang dapat disesuaikan dengan karakter Astro.

Sebelum memutuskan konsep final, penulis dan tim juga melakukan riset mendalam untuk memahami preferensi audiens serta mengevaluasi performa konten sebelumnya. Evaluasi ini bertujuan agar strategi yang diambil lebih efektif dalam meningkatkan keterlibatan pengguna. Proses brainstorming ini dilakukan dalam suasana yang kondusif, terbuka, dan terarah, sehingga setiap anggota tim merasa nyaman untuk mengemukakan ide mereka. Selain meningkatkan kreativitas, sesi ini juga berperan dalam membangun kepercayaan diri setiap anggota tim dalam mengembangkan serta mengeksekusi ide-ide yang telah dibahas.

Dengan demikian, proses brainstorming tidak hanya menjadi langkah awal dalam pembuatan konten, tetapi juga sebagai strategi utama yang memastikan efektivitas komunikasi pemasaran di platform digital Astro. Dengan adanya sesi ini, tim dapat terus berinovasi serta menciptakan konten yang relevan dan menarik bagi audiens, sehingga brand Astro semakin dikenal luas dan memiliki engagement yang lebih tinggi di media sosial.

B. Reviewer

Reviewer adalah individu yang bertugas untuk meninjau suatu materi dengan tujuan mengevaluasi kelebihan dan kekurangan guna memberikan informasi, gagasan, atau gambaran yang lebih jelas. Dalam proses review, seorang reviewer harus memberikan pendapat berdasarkan aturan yang telah ditetapkan oleh perusahaan, sehingga opini yang disampaikan tidak bersifat sembarangan. Menurut Khammash (2008:79) dalam Kanitra & Kusumawati

(2018), ulasan online (Online Customer Review) merupakan salah satu media yang memungkinkan konsumen untuk melihat tinjauan dari pelanggan lain mengenai suatu produk, layanan perusahaan, atau citra perusahaan itu sendiri. Namun, dalam konteks ini, penulis tidak melakukan review terhadap produk, melainkan meninjau materi publikasi atau konten yang akan dipublikasikan melalui media sosial.

Dalam menjalankan tugas ini, penulis bekerja sama dengan agen content creator yang bertanggung jawab atas pembuatan konten. Sebagai pengelola akun media sosial Astro, penulis diberikan tanggung jawab untuk mereview dan memberikan masukan terhadap konten yang telah dibuat oleh pihak agensi. Setiap bulan, agensi tersebut mengirimkan perencanaan konten bulanan (monthly plan) yang akan ditinjau oleh penulis dan tim. Perencanaan ini mencakup daftar konten yang akan dipublikasikan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Proses review mencakup berbagai aspek, seperti pemilihan warna, jenis font, elemen desain, serta penyertaan logo perusahaan dalam setiap konten. Biasanya, materi yang dikirimkan berupa video, poster, atau foto yang akan diunggah di media sosial Astro. Konten ini diserahkan kepada tim satu hari sebelum publikasi atau pada hari yang sama untuk dilakukan peninjauan. Setelah melalui tahap review oleh penulis, konten tersebut kemudian diajukan kepada supervisor untuk mendapatkan persetujuan akhir. Jika sudah disetujui, penulis akan menginformasikan kepada agensi agar konten dapat segera dipublikasikan. Namun, apabila masih terdapat kekurangan, penulis akan memberikan umpan balik kepada agensi terkait perbaikan yang perlu dilakukan, baik dari segi desain, elemen visual, maupun informasi yang disampaikan dalam konten.

Melalui proses review ini, penulis dapat memahami lebih lanjut preferensi audiens terhadap desain yang menarik serta mendapatkan wawasan mengenai strategi pengembangan konten yang lebih efektif. Evaluasi yang dilakukan membantu dalam menciptakan materi yang lebih menarik serta berpotensi meningkatkan keterlibatan audiens, baik dari kalangan internal perusahaan maupun pihak eksternal yang tertarik mengikuti media sosial Astro.



Gambar 3.1 Review Konten Instagram

C. Content Creator

Sebagai seorang content creator, tugas utama yang dilakukan meliputi penulisan, pengeditan, pengembangan, dan pembaharuan konten untuk berbagai platform digital seperti situs web perusahaan, blog, serta media sosial. Selain itu, seorang content creator juga bertanggung jawab untuk melakukan riset serta wawancara guna memahami tren terkini, perkembangan di industri, serta persepsi audiens terhadap suatu topik. Dengan memahami temuan tersebut, content creator dapat mengolahnya menjadi materi yang relevan dan menarik bagi target audiens.

Menurut Sayugi (2018), content creator merupakan profesi yang bertugas menciptakan berbagai bentuk konten, baik dalam bentuk tulisan, gambar,

video, audio, atau kombinasi dari beberapa media. Konten yang dihasilkan biasanya ditujukan untuk platform digital seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan media sosial lainnya.

Dalam praktiknya, penulis sering kali membuat desain cover untuk Instagram serta poster guna memperingati hari-hari tertentu. Setiap konten yang telah dibuat oleh penulis akan dikirimkan terlebih dahulu kepada supervisor untuk ditinjau. Jika supervisor menyetujui hasil yang telah dibuat, maka konten akan langsung dipublikasikan ke media sosial. Namun, jika terdapat ketidaksesuaian dengan standar atau tujuan yang telah ditetapkan, penulis akan melakukan revisi hingga supervisor memberikan persetujuan akhir.

Selain menciptakan konten, penulis juga menjalankan peran sebagai reviewer. Reviewer adalah individu yang bertugas untuk meninjau suatu materi dengan tujuan mengevaluasi kelebihan dan kekurangan guna memberikan informasi, gagasan, atau gambaran yang lebih jelas. Dalam proses review ini, opini yang disampaikan harus berlandaskan pada aturan serta standar yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Menurut Khammash (2008:79) dalam Kanitra & Kusumawati (2018), ulasan online (Online Customer Review) merupakan salah satu media yang memungkinkan konsumen untuk melihat tinjauan dari pelanggan lain mengenai suatu produk, layanan perusahaan, atau citra perusahaan itu sendiri. Namun, dalam konteks ini, penulis tidak melakukan review terhadap produk, melainkan meninjau materi publikasi atau konten yang akan dipublikasikan melalui media sosial.

Dalam menjalankan tugas ini, penulis bekerja sama dengan agensi content creator yang bertanggung jawab atas pembuatan konten visual. Sebagai pengelola akun media sosial Astro, penulis diberikan tanggung jawab untuk mereview dan memberikan masukan terhadap konten yang telah dibuat oleh pihak agensi. Setiap bulan, agensi tersebut mengirimkan perencanaan konten bulanan yang akan ditinjau oleh penulis dan tim. Perencanaan ini mencakup daftar konten yang akan dipublikasikan sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Proses review mencakup berbagai aspek, seperti pemilihan warna, jenis font, elemen desain, serta penyertaan logo perusahaan dalam setiap konten. Materi yang dikirimkan bisa berupa video, poster, atau foto yang akan diunggah ke media sosial Astro. Konten ini diserahkan kepada tim satu hari sebelum publikasi atau pada hari yang sama untuk ditinjau. Setelah melalui tahap review oleh penulis, konten tersebut kemudian diajukan kepada supervisor untuk mendapatkan persetujuan akhir. Jika sudah disetujui, penulis akan menginformasikan kepada agensi agar konten dapat segera dipublikasikan. Namun, apabila masih terdapat kekurangan, penulis akan memberikan umpan balik kepada agensi terkait perbaikan yang perlu dilakukan, baik dari segi desain, elemen visual, maupun informasi yang disampaikan.

Melalui proses ini, penulis tidak hanya mengembangkan keterampilan dalam menciptakan konten, tetapi juga memperdalam wawasan dalam mengevaluasi dan mengembangkan strategi komunikasi visual yang lebih efektif. Dengan memahami preferensi audiens serta tren yang relevan, penulis dapat memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan benar-benar mampu menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens.

Sebelum penulis menjalankan praktik magang di Astro, tampilan media sosial yang dikelola oleh tim masih belum tertata dengan baik dan tidak konsisten dengan color palette yang telah ditentukan oleh perusahaan. Oleh karena itu, penulis berinisiatif untuk menyusun ulang tampilan feed Instagram agar lebih selaras dengan identitas visual Astro. Setelah dilakukan perbaikan, akun media sosial tersebut menjadi lebih rapi, profesional, dan sesuai dengan identitas warna yang telah ditetapkan. Contoh hasil cover dan video yang telah dibuat oleh penulis:



Gambar 3.2 Hasil Cover Instagram & Tiktok

Sumber: Dokumen Instagram @astronauts.id (2025)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

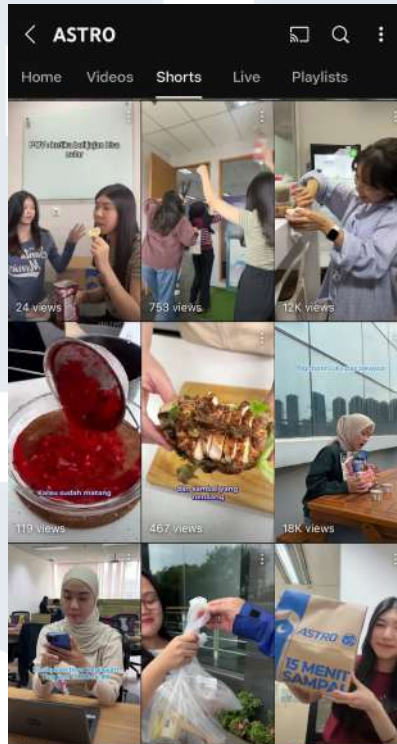


Gambar 3.2 Hasil Cover Instagram & Tiktok

Sumber: Dokumen Instagram @astronauts.id (2025)

Gambar di atas merupakan salah satu desain cover yang penulis buat untuk media sosial Astro. Cover ini berfungsi sebagai elemen visual utama dalam video promosi giveaway, di mana peserta berkesempatan memenangkan hadiah menarik, termasuk iPhone. Dalam proses pembuatannya, penulis memastikan desain yang menarik dan informatif agar mampu menarik perhatian audiens. Tahapan kreatif dimulai dengan menentukan konsep visual yang sesuai dengan tema giveaway, memilih warna dan elemen desain yang mencerminkan identitas brand Astro, serta menyertakan teks yang jelas agar informasi mudah dipahami. Setelah beberapa alternatif desain dibuat, penulis berkoordinasi dengan tim untuk menentukan pilihan terbaik sebelum akhirnya mendapatkan persetujuan supervisor dan dipublikasikan di media sosial Astro. Selain itu, gambar kedua merupakan desain yang dibuat sebagai pemberitahuan mengenai produk-produk yang tersedia di Astro. Konten ini juga dirancang untuk menyambut bulan Ramadhan dengan menegaskan bahwa layanan Astro tetap beroperasi selama 24

jam. Penulis memastikan bahwa desain ini tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan informasi secara jelas kepada audiens.



Gambar 3.3 Youtube Reels mirroring

Sumber: Dokumen Youtube @astronauts_id (2025)

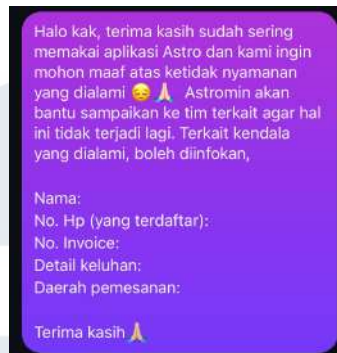
Gambar di atas ini menunjukkan bagaimana proses mirroring dan distribusi ulang konten dari TikTok atau Instagram ke YouTube. Dalam strategi ini, video yang telah diposting di TikTok atau Instagram akan diunggah kembali ke YouTube, baik dalam format YouTube Shorts maupun video regular, agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas di berbagai platform. Dengan pendekatan ini, konten memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan lebih banyak interaksi dan meningkatkan visibilitas brand.

D. Admin Social Media

Sebagai Admin Media Sosial, tanggung jawab utama mencakup menjawab pertanyaan audiens, memberikan rekomendasi solusi, serta membimbing pengguna dalam memahami fitur dan fungsi yang tersedia. Peran ini membutuhkan keterampilan komunikasi yang baik untuk membangun kepercayaan dengan audiens.

Selama menjalankan peran ini, penulis diberikan kesempatan untuk mengelola akun media sosial milik Astro yang berfungsi sebagai platform untuk membagikan berbagai aktivitas karyawan. Akun ini juga menjadi sarana komunikasi antara perusahaan dan audiens, sehingga terdapat banyak komentar dan pesan langsung (Direct Message/DM) yang perlu dikelola. Sebagai admin, penulis bertanggung jawab untuk membalas pertanyaan, merespons komentar, serta berinteraksi dengan audiens, seperti memberikan tanda suka (like) pada komentar yang relevan.

Selain itu, penulis juga sering menangani keluhan pelanggan terkait layanan Astro. Keluhan yang umum diterima mencakup keterlambatan pengiriman, kesalahan dalam pesanan, ketersediaan produk, hingga masalah teknis dalam aplikasi. Untuk menanggapi komplain pelanggan, penulis memastikan setiap pesan ditanggapi dengan sopan dan solutif, menawarkan bantuan langsung, serta mengarahkan pelanggan ke layanan pelanggan resmi jika diperlukan. Dalam beberapa kasus, penulis juga menggunakan template balasan agar respon lebih cepat dan sesuai dengan kebijakan perusahaan, namun tetap menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan untuk memastikan mereka merasa dihargai dan diperhatikan. Berikut adalah salah satu template yang penulis buat untuk merespon para responden.



Gambar 3.4 Contoh Template Reply

Sumber: Instagram @astronauts.id (2025)

E. Dokumentasi

Dokumentasi mengacu pada proses pencatatan atau perekaman suatu kegiatan, informasi, atau peristiwa dalam berbagai bentuk, seperti audio, visual, maupun tulisan. Dokumentasi memiliki peran penting dalam melacak perkembangan suatu aktivitas dari waktu ke waktu. Dalam lingkungan bisnis, dokumentasi membantu perusahaan menjaga arsip yang terorganisir dan mudah diakses, sehingga informasi dapat ditemukan dengan cepat dan akurat ketika dibutuhkan.

Selama menjalani peran sebagai Social Media Specialist Intern di Astro, penulis sering bertugas untuk mengambil foto dan video dalam berbagai kegiatan internal perusahaan. Dokumentasi ini dilakukan untuk beberapa tujuan, seperti menyimpan aset visual, mencatat momen penting perusahaan, serta membuat konten yang akan diunggah ke media sosial Astro.



Gambar 3.5 Dokumentasi Acara Farewell

Sumber: Tiktok Post @astronauts.id (2025)

Penulis mendokumentasikan berbagai acara di Astro, termasuk farewell karyawan. Dokumentasi ini berupa foto dan video yang mengabadikan momen kebersamaan serta apresiasi dari tim. Salah satu foto yang dipilih menunjukkan suasana hangat acara, yang mendapat respons positif dari audiens di media sosial. Konten ini juga berfungsi sebagai arsip perusahaan dan bentuk penghargaan bagi karyawan yang berpamitan.

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 3.6 Dokumentasi Bonding Team

Sumber: Instagram Story @astronauts.id (2025)

Penulis juga mendokumentasikan kegiatan bonding tim di Astro, salah satunya adalah pembuatan vision board. Dalam kegiatan ini, setiap anggota tim membawa majalah atau buku dari rumah untuk dipotong dan dikreasikan secara mandiri di vision board mereka. Dokumentasi ini bertujuan untuk mengabadikan momen kebersamaan serta menunjukkan kreativitas masing-masing anggota tim dalam menyusun visi dan inspirasi mereka.

F. Copywriting

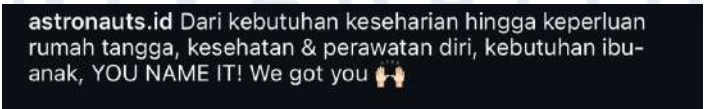
Dalam dunia pemasaran, kita sering menemukan berbagai tulisan di iklan, postingan media sosial, billboard, dan lainnya. Tulisan-tulisan ini dikenal sebagai copywriting, yang berfungsi untuk menarik perhatian audiens agar melakukan tindakan sesuai dengan tujuan pemasaran. Menurut American Writers and Artist Institute (AWAI), copywriting adalah proses penulisan materi pemasaran dan promosi yang bersifat persuasif, mendorong audiens untuk bertindak, seperti membeli produk, mengklik tautan, berdonasi, atau menghubungi tim penjualan.

Copywriting merupakan keterampilan dalam menyusun teks promosi yang dapat menarik minat audiens. Semakin menarik teks yang dibuat, semakin besar peluang untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

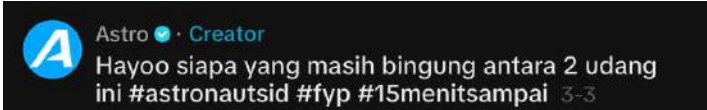
Dalam praktiknya, penulis sering bertanggung jawab dalam menyusun caption untuk materi publikasi yang akan diunggah di media sosial Astro. Dalam proses penulisan, penulis menggunakan aplikasi ChatGPT sebagai alat bantu untuk merumuskan ide awal dan mengembangkan gaya bahasa yang lebih menarik, sesuai dengan karakter brand Astro. Selain itu, penulis juga mengikuti format penulisan caption yang telah ditentukan oleh pihak Astro, seperti jumlah maksimal karakter, struktur kalimat, tone of voice, serta penempatan emoji dan hashtag.

Saat membuat caption, penulis memperhatikan pemilihan kata agar sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, hashtag yang relevan juga ditambahkan untuk meningkatkan jangkauan postingan. Setelah selesai, caption akan diserahkan kepada supervisor untuk ditinjau. Jika sudah sesuai, caption akan langsung dipublikasikan bersama kontennya. Namun, jika masih perlu revisi, penulis akan melakukan perbaikan hingga mendapat persetujuan akhir.

Gambar di bawah ini merupakan contoh hasil copywriting yang telah penulis buat. Meskipun menulis caption terlihat sederhana, tantangan utama bagi penulis adalah menciptakan teks yang sesuai dengan ekspektasi supervisor. Dalam contoh ini, caption yang dibuat mendapat umpan balik positif dan hanya memerlukan sedikit revisi, yaitu penambahan beberapa hashtag. Meskipun revisinya minimal, pengalaman ini mendorong penulis untuk terus mengembangkan keterampilan copywriting agar lebih efektif, menarik, dan sesuai dengan standar perusahaan.



astronauts.id Dari kebutuhan keseharian hingga keperluan rumah tangga, kesehatan & perawatan diri, kebutuhan ibu-anak, YOU NAME IT! We got you 🙌

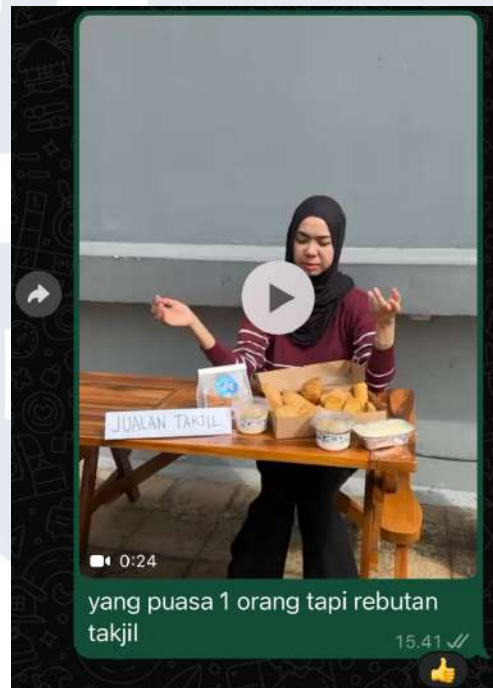


Astro Creator
Hayoo siapa yang masih bingung antara 2 udang ini #astronautsid #fyp #15menitsampai 3-3

Kalau ada pilihan yang gampang, masih mau pake cara yang lain? 🤔🚀

Gambar 3.7 Copywriting untuk Caption Instagram dan Tiktok

Sumber: Instagram Post @astronauts.id (2025)



Gambar 3.8 Copywriting untuk Caption Instagram dan Tiktok

Sumber: Whatsapp

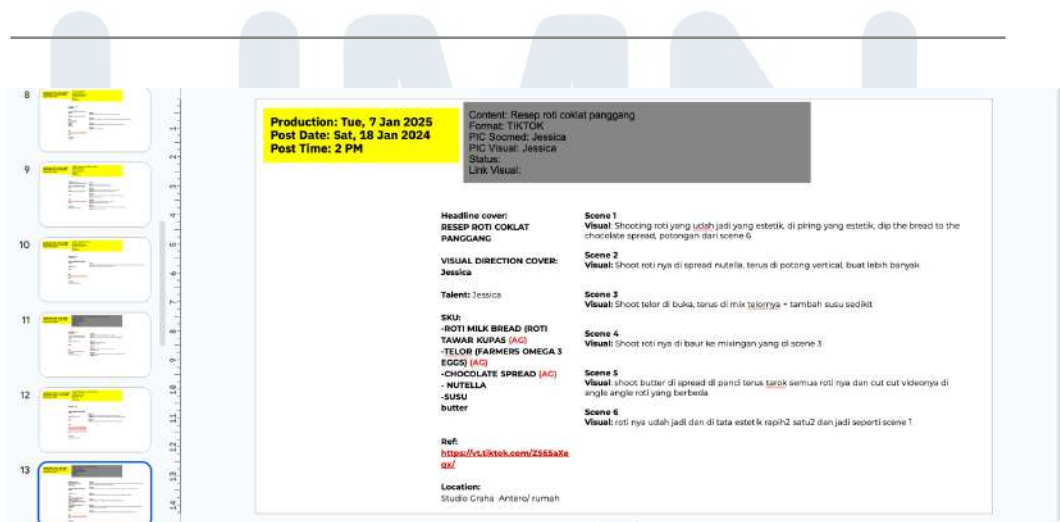
G. Content Production

Perencanaan konten merupakan strategi yang dirancang untuk mengembangkan serta mengeksekusi konten agar mencapai tujuan akhir yang telah ditetapkan. Proses ini dimulai dengan menentukan jenis konten yang akan dibuat, memilih platform publikasi yang sesuai, serta menentukan jadwal penerbitan konten. Selain itu, perencanaan konten juga bertujuan untuk membuat media lebih menarik dengan menyajikan informasi yang mudah dipahami oleh audiens. Dalam dunia digital marketing, *content planning* memiliki peran yang krusial untuk

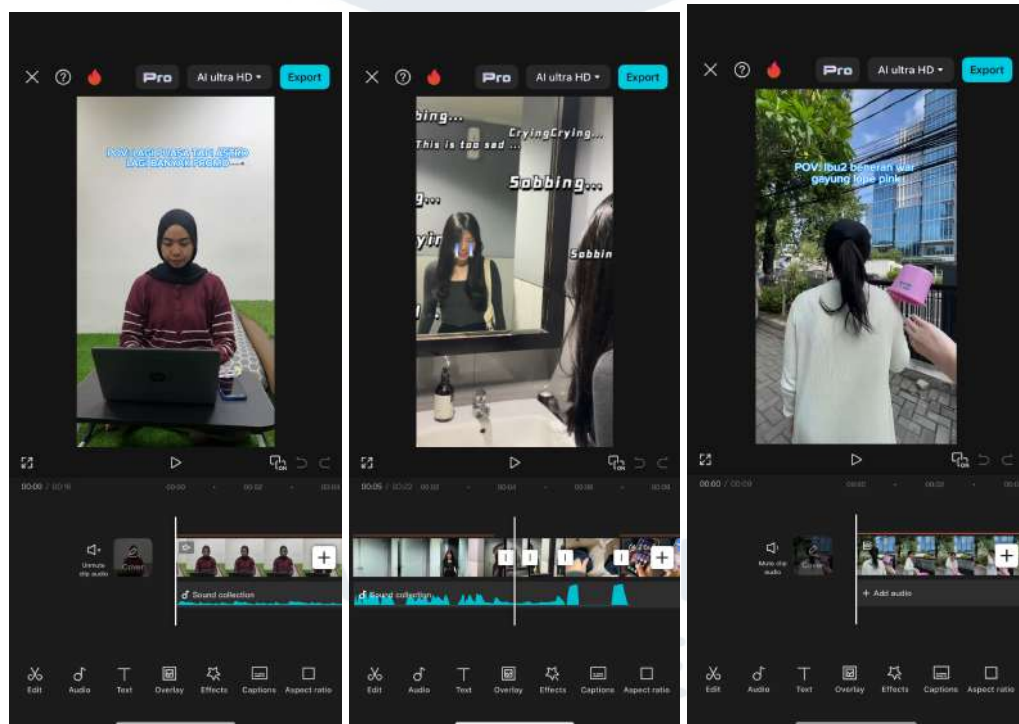
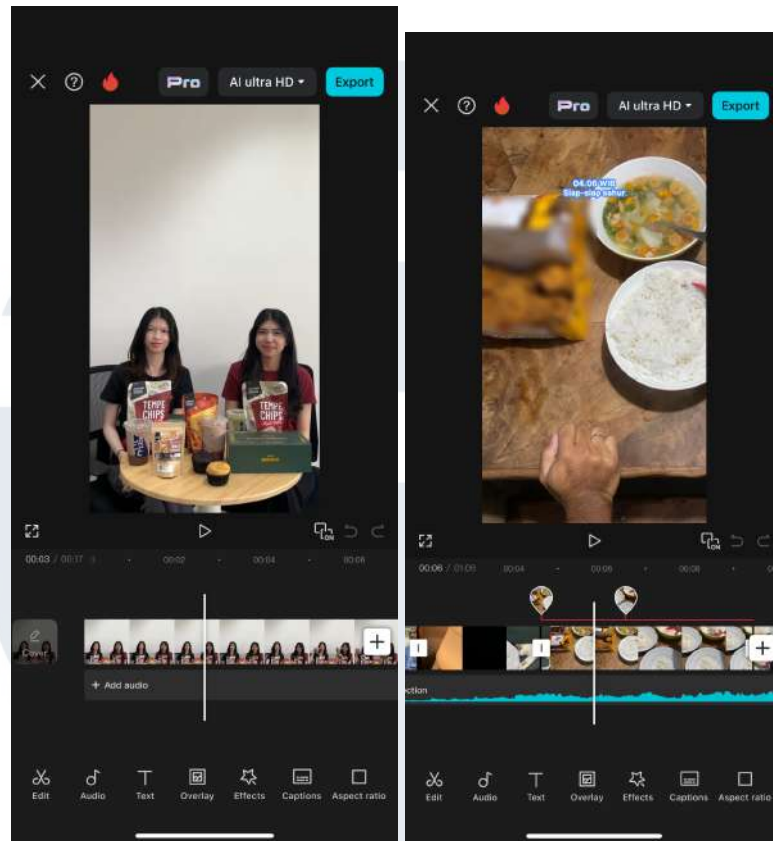
memastikan konsistensi dalam unggahan, sehingga dapat membantu mencapai target yang telah ditentukan.

Sebagai bagian dari tim Social Media di Astro, penulis bersama tim secara rutin menyusun *content planning* yang umumnya dirancang untuk satu bulan ke depan. Rencana ini kemudian diperbarui dan disesuaikan secara berkala, khususnya setiap hari, tergantung pada tren, relevansi, serta kebutuhan konten yang sedang berjalan. Dengan adanya *content plan*, penulis dan tim dapat lebih mudah mengontrol serta mengelola strategi komunikasi yang telah disusun secara efektif dan efisien.

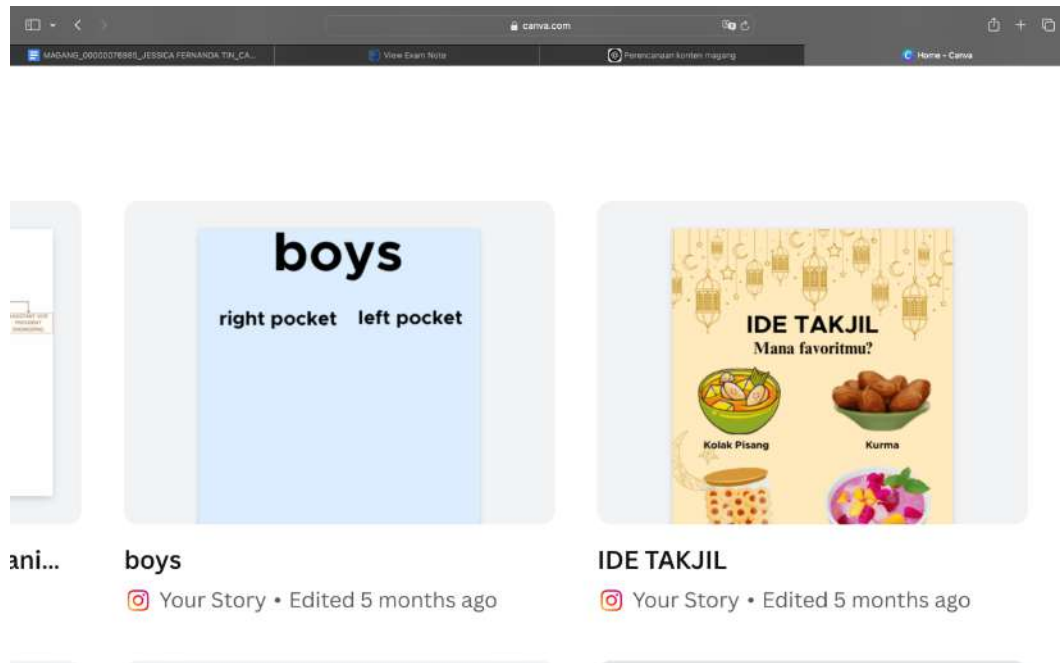
Dalam proses pembuatan dan pengelolaan konten, penulis menggunakan beberapa aplikasi dan platform penunjang, seperti CapCut untuk pengeditan video, Canva untuk desain visual, dan TikTok sebagai salah satu platform distribusi konten utama. Selain itu, penulis juga memanfaatkan ChatGPT sebagai alat bantu dalam menyusun format *caption*, membuat *storyline* untuk konten, maupun merancang konsep ide kreatif. Penggunaan berbagai tools ini membantu penulis dalam menghasilkan konten yang informatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik audiens target.



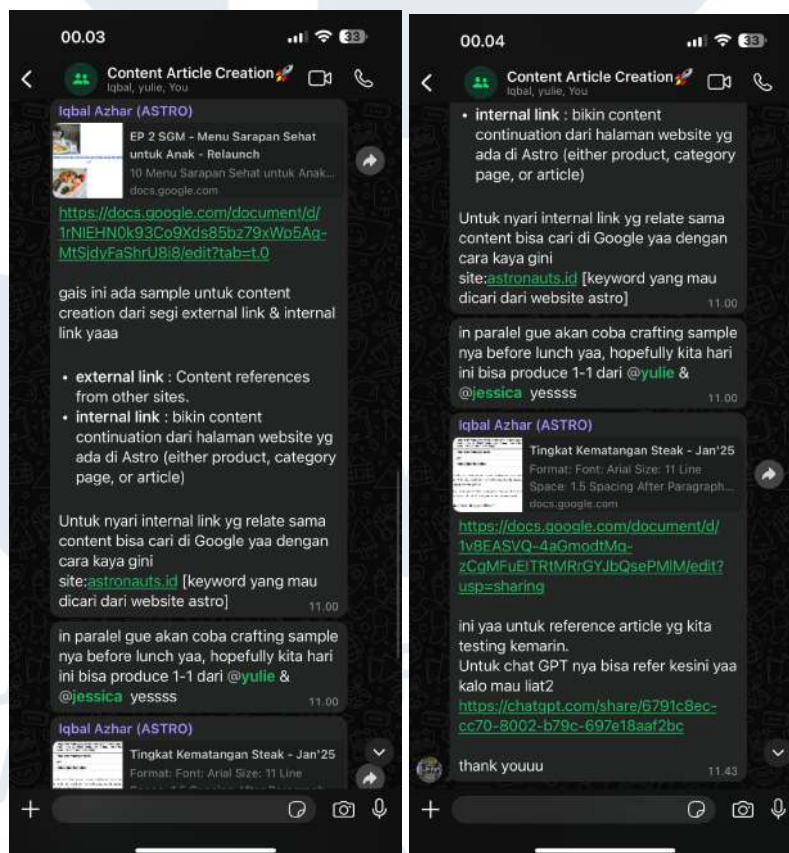
Gambar 3.9 Contoh Content Brief
Sumber: Google Slides Astro Intern (2025)



Gambar 3.9.2 Contoh Aplikasi Edit Capcut



Gambar 3.9.3 Contoh Aplikasi Canva



Gambar 3.9.4 Contoh ChatGPT format

H. Talent/Model

Dalam proses pembuatan konten, iklan, atau film, seringkali dibutuhkan talent atau aktor untuk berperan dalam materi tersebut. Talent atau model berperan dalam berbagai kegiatan, seperti pemotretan, peragaan busana, iklan, pameran dagang, serta menjadi objek bagi seniman, pematung, dan pelukis. Secara umum, talent mengacu pada bakat atau kemampuan alami dalam bidang tertentu yang mencakup keterampilan, kapabilitas, serta potensi seseorang untuk mencapai hasil yang luar biasa.

Dalam konteks ini, talent yang dimaksud adalah individu yang berperan sebagai model dalam pembuatan konten visual. Menurut Saroengallo (2008), aktor adalah seseorang yang memerankan karakter dalam sebuah film. Selama menjalankan peran ini, penulis sering berpartisipasi sebagai talent atau model dalam pengambilan foto maupun video yang digunakan untuk kebutuhan konten. Biasanya, talent dipilih dari anggota tim yang tersedia untuk menyesuaikan dengan konsep dan kebutuhan konten yang akan dibuat.



Gambar 3.9.5 Penulis Menjadi Talent Untuk Konten

Sumber: Instagram @astronauts.id (2025)

Gambar di atas menunjukkan penulis yang pernah menjadi model untuk konten yang ditayangkan di media sosial Astro. Dalam konten tersebut, penulis berperan dalam menyambut perayaan Chinese New Year serta membawakan segmen mitos dan fakta seputar perayaan tersebut. Selain itu, penulis juga memperkenalkan hampers eksklusif Chinese New Year dari Astro. Konten ini mendapat respons positif dari tim dan rekan kerja karena dianggap informatif serta membantu audiens dalam memahami lebih banyak tentang tradisi dan produk yang ditawarkan Astro selama perayaan Chinese New Year.

3.2.3 Kendala Utama

Selama menjalani peran sebagai Social Media Specialist di Astro, penulis menghadapi beberapa kendala, diantaranya:

1. Revisi Konten yang Berulang

Setiap konten yang dibuat harus melalui beberapa tahap revisi sebelum diunggah. Terkadang, perbedaan selera dan ekspektasi dari supervisor membuat proses revisi menjadi lebih lama dari yang diperkirakan.

2. Minim Kreativitas Konten

Laporan di media sosial tentu penting, karena dengan meningkatnya engagement di media sosial tentu kita akan merasa bahwa konten yang telah kita buat ini menarik para audiens, sedangkan dengan penurunan kita akan merasa adanya kekurangan dari konten yang telah kita unggah. Penulis dan tim beberapa kali mengalami penurunan mulai dari followers, likers, dan juga profile visitors. Penulis dan tim merasa bahwa masih minim di kreativitas konten dan juga kurang mengikuti tren yang ada sehingga terkadang penulis dan tim masih sering bingung memikirkan ide untuk materi publikasi.

3. Perbedaan antara Teori dan Praktik di Dunia Kerja

Salah satu kendala utama dalam proses magang adalah perbedaan antara teori yang dipelajari di perkuliahan dengan praktik yang dilakukan selama magang. Dalam brainstorming, misalnya, metode yang dipelajari di kampus seringkali berbeda dengan pendekatan yang diterapkan di perusahaan. Hal ini menuntut penulis untuk beradaptasi dengan cepat agar dapat mengikuti ritme kerja yang ada. Meskipun menghadapi beberapa kendala, penulis terus beradaptasi dan mencari solusi agar setiap tantangan dapat diatasi dengan baik.

3.2.4 Solusi

Tantangan yang dihadapi oleh penulis dan tim selama menjalani magang tentu memerlukan solusi untuk mengatasinya. Berikut adalah beberapa langkah yang diterapkan untuk menyelesaikan kendala tersebut:

1. Revisi Konten yang Berulang

Karena revisi konten yang berulang menjadi tantangan dalam proses kerja, penulis dan tim berupaya untuk mengatasinya dengan melakukan diskusi awal yang lebih mendalam bersama supervisor sebelum memulai pembuatan konten. Dengan menyelaraskan konsep dan ekspektasi sejak awal, tim dapat mengurangi kemungkinan perubahan besar di tahap revisi. Selain itu, penggunaan mood board atau referensi desain juga membantu supervisor mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai hasil akhir yang diharapkan. Selain pendekatan tersebut, penulis dan tim juga berusaha meningkatkan kualitas konten sejak awal dengan memastikan setiap elemen, baik dari segi visual maupun copywriting, telah sesuai dengan standar yang ditetapkan. Dengan cara ini, jumlah revisi dapat diminimalkan, dan proses produksi konten menjadi lebih efisien.

2. Minim Kreativitas Konten

Memantau media sosial menjadi langkah penting bagi penulis dan tim untuk mengevaluasi serta mengidentifikasi konten yang kreatif, unik, informatif, dan menarik bagi audiens. Untuk memahami tren serta perubahan dalam interaksi pengguna, penulis dan tim secara rutin menganalisis insight media sosial. Data insight ini sangat membantu dalam menilai perkembangan akun, karena mampu menunjukkan apakah dalam periode tertentu terjadi peningkatan atau penurunan engagement. Dengan menggunakan insight, penulis dan tim dapat melihat performa setiap unggahan. Jika terdapat konten yang kurang diminati oleh audiens, konten tersebut akan disembunyikan (di-private) dan dievaluasi kembali untuk memahami faktor yang menyebabkan rendahnya interaksi. Sebaliknya, jika suatu konten mendapatkan banyak perhatian, maka penulis dan tim akan menganalisisnya lebih lanjut dan membuat strategi untuk

menghadirkan konten serupa yang berpotensi menarik lebih banyak audiens.

3. Perbedaan antara Teori dan Praktik di Dunia Kerja

Dalam dunia kerja, terdapat perbedaan yang cukup signifikan antara teori yang dipelajari di perkuliahan dengan praktik yang diterapkan di lingkungan profesional. Di bangku kuliah, teori lebih banyak berfokus pada konsep, strategi, serta studi kasus yang bersifat ideal. Sementara itu, dalam praktik di dunia kerja, setiap keputusan dan strategi harus disesuaikan dengan situasi nyata, dinamika tim, serta kebutuhan perusahaan yang terus berkembang. Sebagai contoh, dalam brainstorming ide konten, teori di perkuliahan mungkin mengajarkan metode-metode tertentu yang sistematis, tetapi dalam praktiknya, proses ini lebih fleksibel dan sering kali harus dilakukan secara cepat menyesuaikan tren yang sedang berkembang. Selain itu, tantangan seperti keterbatasan waktu, perubahan strategi, serta ekspektasi dari atasan atau klien juga menjadi faktor yang tidak selalu dapat dipelajari secara teori. Untuk mengatasi perbedaan ini, kemampuan beradaptasi menjadi kunci utama. Seorang individu harus mampu belajar dengan cepat, memahami budaya kerja, serta menerapkan teori yang relevan ke dalam praktik sehari-hari. Pengalaman langsung selama magang menjadi kesempatan berharga untuk menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik sehingga dapat lebih siap menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

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