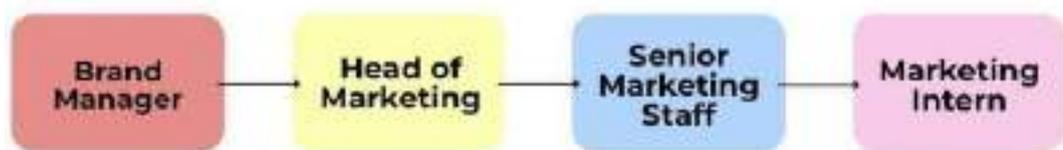


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama melaksanakan program magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, penulis ditempatkan di bawah divisi *Marketing* dari Pomelo Fashion Indonesia. Divisi ini memiliki struktur organisasi yang terorganisir secara profesional dan berjenjang dengan jelas, memungkinkan setiap posisi memiliki tanggung jawab serta alur koordinasi yang efektif.



Gambar 3.1. Bagan Alur Kerja *Social Media Marketing Intern*

Sumber: Olahan Pribadi

Pada posisi paling atas dalam divisi ini terdapat *Brand Manager* atau *Head Division*, yaitu Michelle Mangindaan, yang bertanggung jawab atas keseluruhan pengelolaan *brand* Pomelo di Indonesia, termasuk pengawasan atas strategi pemasaran dan pengembangan produk. Di bawahnya terdapat *Head of Marketing*, yaitu Michelle Natalie, yang memiliki tanggung jawab utama dalam merancang strategi kampanye, mengelola komunikasi merek, serta memastikan seluruh aktivitas promosi sesuai dengan tujuan *brand*. Selanjutnya, posisi *Senior Marketing Staff* bertugas membantu *Head of Marketing* dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari, termasuk perencanaan konten, evaluasi performa kampanye digital, serta supervisi terhadap pelaksanaan konten promosi yang dibuat oleh tim. *Senior Marketing Staff* juga menjadi perantara langsung antara *Head of Marketing* dan *Social Media Marketing Intern*.

Sebagai *Social Media Marketing Intern*, penulis berada di posisi paling bawah dalam struktur ini, namun tetap memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas digital *branding*. Tugas utama penulis adalah membuat konten kreatif untuk platform Instagram dan TikTok, membantu menjadwalkan unggahan, melakukan riset tren, serta berkontribusi dalam diskusi ide kampanye. Semua aktivitas tersebut dilakukan di bawah supervisi dan arahan langsung dari *Senior Marketing Staff*. Struktur hierarki ini memberikan pengalaman kerja yang nyata dan komprehensif bagi penulis untuk memahami alur komunikasi internal dalam sebuah perusahaan fashion retail, sekaligus menunjukkan bagaimana peran *intern* dapat berkontribusi secara konkret dalam strategi pemasaran digital perusahaan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama masa pelaksanaan magang, penulis terlibat dalam berbagai jenis pekerjaan dan penugasan. Adapun uraian mengenai tugas-tugas yang dikerjakan selama magang dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalani program magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, penulis menempati posisi sebagai *Social Media Marketing Intern* di bawah divisi *Marketing* Pomelo Fashion Indonesia. Posisi ini menuntut penulis untuk menjalankan berbagai peran yang berkaitan langsung dengan aktivitas digital *marketing* melalui *platform* media sosial seperti Instagram dan TikTok. Dalam pelaksanaannya, tugas-tugas ini selaras dengan peran seorang *Social Media Marketing* sebagaimana dijelaskan oleh Opresnik, Kotler, dan Hollensen (2020) pada bukunya yang berjudul *Social Media Marketing: A Practitioner Guide*.

Tugas pertama adalah perencanaan dan strategi konten, di mana penulis terlibat dalam menyusun kalender konten (*content calendar*) dan menentukan gaya visual yang sesuai dengan karakter *brand* Pomelo di media sosial. Aktivitas ini dilakukan secara rutin setiap awal minggu bersama tim *marketing*, dengan mempertimbangkan momen kampanye, tren media sosial, serta kebijakan visual dari *principal*. Hal ini sejalan

dengan pendapat Opresnik et al. (2020) bahwa strategi konten diperlukan untuk menjaga konsistensi komunikasi *brand* di berbagai platform.

Tugas berikutnya adalah pembuatan dan kurasi konten, yang mencakup pengambilan foto dan video produk, menulis *caption* promosi yang sesuai dengan konten, serta memilih konten dari *influencer* untuk diunggah ulang. Penulis juga terlibat dalam sesi *photoshoot* dan video *shoot* untuk kebutuhan Instagram feed dan TikTok. Opresnik et al. (2020) menekankan bahwa keberhasilan media sosial sangat ditentukan oleh konten yang memiliki nilai emosional dan relevansi tinggi bagi audiens.

Selain itu, penulis juga berperan dalam membantu para *senior staf* untuk monitoring *engagement* dan analisis performa. Setiap akhir minggu atau bulan, penulis membantu mengumpulkan data dari Instagram *Insights* dan TikTok *Analytics*, untuk mengevaluasi performa konten berdasarkan metrik seperti *reach*, *impression*, dan *engagement rate*. Hasil analisis ini digunakan sebagai dasar penyesuaian strategi konten pada minggu berikutnya, sebagaimana ditekankan oleh Opresnik et al. (2020) bahwa pengambilan keputusan berbasis data sangat krusial dalam pemasaran digital.

Keseluruhan aktivitas magang ini memberikan gambaran nyata mengenai tanggung jawab dan kompleksitas peran seorang *Social Media Marketing*. Penulis tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga pengalaman praktis dalam menerapkan strategi komunikasi digital secara langsung di industri *fashion* ritel.

Selama menjalani masa praktik magang sebagai *Social Media Marketing Intern*, penulis memegang tanggung jawab dalam berbagai aktivitas yang mendukung strategi komunikasi merek. Tugas-tugas yang dijalankan mencakup: (1) perencanaan strategi konten, (2) pembuatan dan kurasi konten, (3) eksekusi kampanye media sosial, (4) *community engagement*, (5) monitoring dan analisis kerja (*assist*). Setiap tanggung jawab tersebut dijalankan secara bertahap selama periode magang

berlangsung, dengan pembagian waktu dan prioritas yang disesuaikan dengan kebutuhan tim dan kalender komunikasi perusahaan. Berikut rincian *job desc*, serta periode durasi pekerjaan dalam proses praktik magang:

Tabel 3.1. Uraian Praktik Kerja Magang

Perencanaan strategi konten	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari referensi foto atau video untuk ide konten seminggu. 2. Membuat <i>content calendar</i> berdasarkan promosi yang sedang berlangsung, <i>global campaign</i>, tren lokal, dan stok barang.
Pembuatan dan kurasi konten	<ol style="list-style-type: none"> 3. Melakukan video atau <i>photoshoot</i> bersama tim studio (menjadi <i>director</i> dan model). 4. Mengambil <i>footage</i> atau dokumentasi produk secara langsung di toko (<i>in-store visit</i>). 5. Membuat caption sesuai <i>tone of voice brand</i> dan foto atau video yang ditampilkan. 6. Mengedit gambar atau video sederhana menggunakan Canva (untuk foto) dan CapCut (untuk video). 7. Mengkurasi konten dari <i>influencer</i> yang bekerjasama (<i>collaboration post</i>).
Eksekusi strategi media sosial	<ol style="list-style-type: none"> 8. Mengunggah konten yang sudah di <i>approve</i> berdasarkan <i>Content Calendar</i>, serta menyesuaikan <i>caption</i>, <i>hashtag</i>, dan tagging sebelum tayang.

Untuk keperluan evaluasi kinerja, penulis membantu dalam proses monitoring dan analisis data. Tugas ini mencakup pengunduhan dan pencatatan data dari Instagram *Insights* serta TikTok *Analytics*. Selanjutnya, data tersebut disusun ke dalam laporan bulanan berupa tabel dan grafik sederhana yang kemudian dilaporkan kepada supervisor. Selain kegiatan tersebut, penulis juga terlibat dalam sesi *live streaming* di TikTok yang dilakukan secara rutin. Aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan interaksi langsung dengan audiens serta memperluas jangkauan penjualan produk toko.

3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama menjalani pelaksanaan kerja magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, penulis berperan sebagai *Social Media Marketing Intern*. Dalam posisi ini, penulis berkontribusi dalam berbagai aktivitas yang menunjang strategi komunikasi dan pemasaran perusahaan melalui media sosial.

Beberapa aktivitas utama yang dilakukan mencakup perencanaan dan penyusunan strategi konten, seperti mencari referensi ide serta membuat *content calendar* secara berkala. penulis juga terlibat dalam proses pembuatan dan kurasi konten, mulai dari pengambilan dokumentasi produk secara langsung di toko, pembuatan *caption*, pengeditan gambar dan video, hingga mengkurasi konten dari *influencer* yang bekerja sama.

Dalam hal implementasi, penulis bertanggung jawab untuk mempublikasikan konten sesuai jadwal yang telah ditentukan, serta menjaga interaksi dengan audiens melalui kegiatan *community engagement* seperti membalas komentar dan pesan langsung (*Direct Messages*) dari pengikut. Selain itu, penulis juga memantau *engagement* secara organik dan membantu menyusun laporan mingguan untuk mengevaluasi performa konten.

Untuk keperluan monitoring dan evaluasi, penulis turut serta dalam mengunduh serta mencatat data dari Instagram *Insights* dan TikTok

Analytics, yang kemudian disusun dalam bentuk laporan bulanan berisi tabel dan grafik sederhana untuk dilaporkan kepada atasan. Tak hanya itu, penulis juga mendukung kegiatan TikTok *live streaming* yang dilakukan secara berkala sebagai bagian dari upaya membangun kedekatan dengan audiens dan memperluas jangkauan promosi.

Dalam pelaksanaan seluruh aktivitas tersebut, penulis bekerja secara kolaboratif dengan tim Marketing untuk memastikan bahwa strategi konten berjalan efektif dan sesuai dengan arah komunikasi merek yang telah ditentukan. Selama menjalani praktek kerja magang sebagai *Social Media Marketing Intern* di Pomelo Fashion, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam mendukung aktivitas pemasaran digital melalui berbagai tugas yang bersifat kreatif, strategis, dan teknis. Fokus utama dari peran ini adalah membantu memperkuat *brand presence* Pomelo di platform media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, yang menjadi kanal utama dalam menjangkau audiens yang menjadi target utama perusahaan.

Tugas-tugas yang dijalankan selama periode magang berlangsung secara konsisten setiap minggu, dan mencerminkan siklus kerja nyata di industri *fashion retail* yang dinamis dan cepat berubah. Dalam pelaksanaannya, penulis bekerja dibawah arahan tim Marketing, serta berkolaborasi dengan berbagai divisi termasuk tim studio, tim desain, dan tim *merchandising*. Setiap uraian tugas yang dijelaskan berikut ini akan disertai dengan bukti kerja konkret berupa konten yang dihasilkan, laporan analisis, hingga dokumentasi kegiatan, guna memperlihatkan kontribusi aktual penulis terhadap operasional digital Pomelo Fashion. Berikut merupakan rincian tugas-tugas yang dikerjakan oleh penulis selama melaksanakan praktek kerja di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang:

A. Perencanaan Strategi Konten

- Mencari Referensi Untuk Ide Konten

Sebagai *brand fashion* berbasis tren, Pomelo membutuhkan ide konten yang selalu baru, relevan, dan sesuai dengan musim atau momen tertentu (seperti Ramadan, *Summer Sale*, atau *Year-End Campaign*). Penulis secara rutin melakukan riset ide konten dengan mengamati *brand* kompetitor lokal maupun internasional seperti ZARA, Love, Bonito, dan Claude, serta mengikuti perkembangan tren di TikTok dan Instagram Reels. Riset ini dituangkan dalam bentuk *moodboard* mingguan atau referensi visual yang dijadikan landasan dalam menyusun konten.

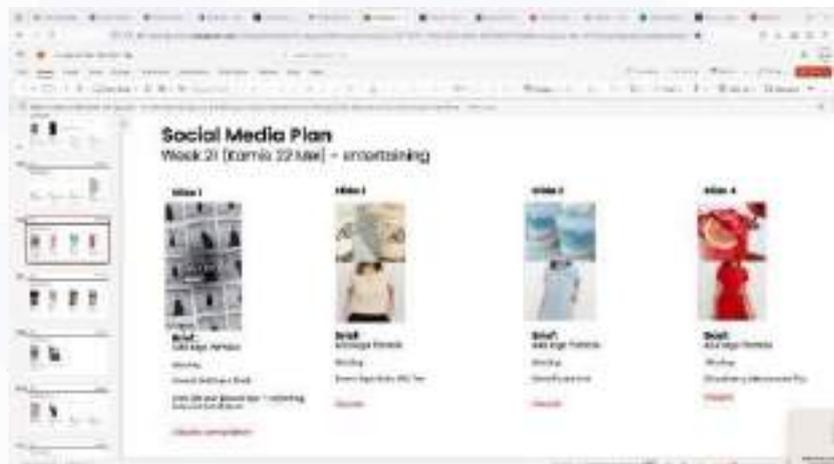


Gambar 3.2. Pencarian Referensi

Sumber: Tangkapan Layar Whatsapp, 2025

- Membuat *Content Calendar*

Berdasarkan hasil riset, penulis menyusun *content calendar* bulanan untuk akun Instagram Pomelo Indonesia. Kalender ini mencakup perencanaan unggahan harian (feed dan story), jenis konten (*informational, promotional, user-generated content*), serta waktu publikasi berdasarkan data Instagram *Insights*. Tujuan dari pembuatan kalender ini adalah untuk memastikan seluruh konten tersusun secara strategis dan terintegrasi dengan rencana promosi produk Pomelo.



Gambar 3.3. *Content Calendar*

Sumber: *Content Calendar Pomelo, 2025*

B. Pembuatan dan Kurasi Konten

- Melakukan *Video Shoot* dan *Photoshoot*

Penulis juga terlibat dalam kegiatan produksi konten visual. Di Pomelo, konten visual memegang peranan penting dalam menyampaikan identitas merek dan kualitas produk. Penulis membantu dalam proses *directing, styling*, pengambilan gambar, dan video pendek untuk media sosial, termasuk menjadi model untuk video dan foto yang diproduksi.



Gambar 3.4. Dokumentasi Proses *Shooting*

Sumber: Dokumentasi Pribadi

- Mengambil Dokumentasi Langsung di Toko untuk Keperluan Konten

Selain memproduksi konten di *head office studio*, penulis juga bertugas mengambil dokumentasi produk secara langsung di gerai Pomelo, yang berada di Grand Indonesia, Central Park Mall, Kota Kasablanka, Pondok Indah Mall, Summarecon Mall Kelapa Gading, dan Jakarta Premium Outlet. Dokumentasi ini digunakan untuk kebutuhan *real-time content*, *store ambience*, update etalase toko, serta konten *story* bersifat spontan namun tetap *brand-consistent*.



Gambar 3.5. Hasil Konten Langsung untuk instagram @pomelofashion_id di Toko *Offline*

Sumber: Tiktok Pomelo Fashion, 2025

- Membuat *Caption*

Caption pada akun Pomelo tidak hanya menjelaskan produk, tetapi juga memperkuat karakter merek yang *stylish*, *empowering*, dan *relatable* bagi target pasarnya, wanita berkelas. Penulis menulis *caption* yang disesuaikan dengan *tone of voice Pomelo: trendy, mature*, namun tetap informatif. *Caption* yang dibuat menggunakan bahasa Inggris dan memiliki hashtag wajib yaitu, #PomeloGirls dan #IWearPomelo.

30 1 1

Liked by natashagabriella and others

pomelofashion_id From desk to runway; because office-wear deserves style too.

Mix & match never looked this powerful with @aliciaserena

#PomeloGirls
#IWearPomelo

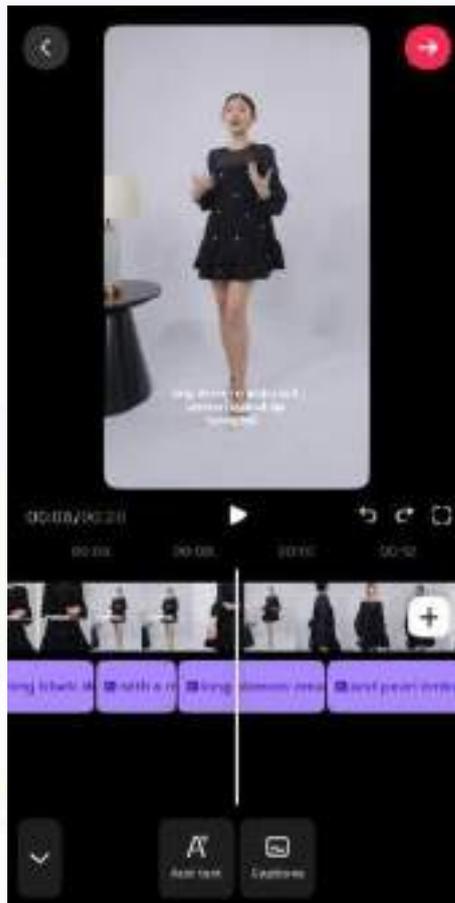
May 18

Gambar 3.6. Hasil *Caption* yang Dibuat

Sumber: Instagram Pomelo Fashio, 2025

- Mengedit Gambar dan Video

Editing visual dilakukan menggunakan tools seperti Canva, untuk graphic design dan CapCut, untuk video. Fokus dalam pengeditan adalah menjaga konsistensi *tone* warna *brand* Pomelo (*soft, clean, elegant*), serta memastikan produk ditampilkan secara optimal. Video pendek seperti *outfit transitions, styling tips*, atau *behind the scenes* menjadi jenis konten populer yang di produksi Pomelo.



Gambar 3.7. Proses Pengeditan Video

Sumber: Olahan Pribadi



Gambar 3.8. Hasil Pengeditan Gambar

Sumber: Instagram Pomelo Fashion, 2025

- Mengkurasi Konten dari Influencer yang Bekerja Sama

Sebagai *brand* yang banyak bekerja sama dengan *fashion influencer*, penulis bertugas memilih dan menjadwalkan konten dari *influencer* untuk diunggah ulang. Aktivitas ini juga termasuk memastikan tagar dan *mention* dilakukan secara tepat, serta menjaga estetika konten tetap sesuai dengan feeds Pomelo.



Gambar 3.9. *Collaboration Post KOL*

Sumber: Instagram Pomelo Fashion, 2025

C. Mengeksekusi Strategi Media Sosial

- Mengunggah Konten Sesuai Jadwal

penulis menjadwalkan dan mempublikasikan konten sesuai dengan *content calendar*, serta memanfaatkan fitur seperti Instagram story dan reels, serta TikTok video. Strategi waktu posting didasarkan pada data jam aktif pengikut agar reach dan engagement lebih optimal.



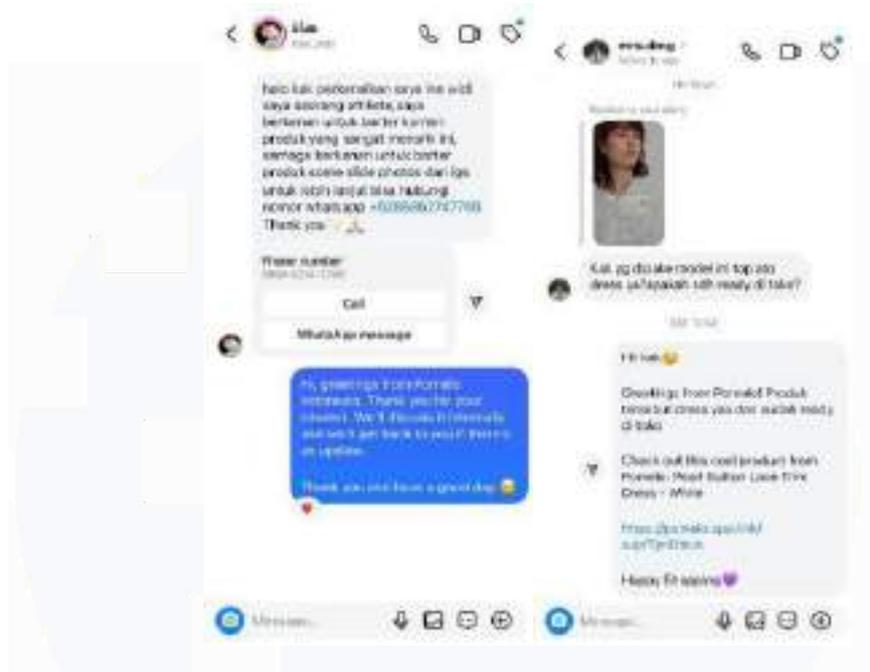
Gambar 3.10. *Gambar Content Calendar*

Sumber: Content Calendar Pomelo, 2025

D. *Community Engagement*

- Membalas Komentar dan Pesan Pengikut

Menjaga hubungan dengan audiens sangat penting bagi Pomelo. Penulis membalas komentar, pertanyaan, dan pesan yang masuk seputar produk, ukuran, atau ketersediaan stok. Aktivitas ini mendukung kepercayaan pelanggan dan menjaga responsivitas akun.



Gambar 3.11. Pesan Langsung Pelanggan

Sumber: Pesan Langsung Instagram Pomelo, 2025

- Mengamati *engagement* organik pada unggahan dan membantu dalam pembuatan laporan mingguan.

Setiap minggu, penulis menganalisis performa konten berdasarkan metrik *likes*, *comments*, *shares*, dan *reach*. Data ini kemudian disusun dalam laporan mingguan yang menjadi dasar evaluasi konten dan strategi penyesuaian selanjutnya.



Gambar 3.12. Weekly Report TikTok Live

Sumber: *Weekly Report Pomelo, 2025*

E. Monitoring dan Analisis Kerja

- Mencatat data dari Instagram *Insights* dan TikTok *Live Stream Analytics*

Penulis mengakses dan mengelola data performa dari akun media sosial resmi Pomelo untuk mengetahui tren pertumbuhan pengikut, konten terbaik, dan keterlibatan pengguna. Analisis ini membantu tim memahami preferensi audiens lebih dalam.



Gambar 3.13. Hasil Pencatatan Data TikTok *Live*

Sumber: Data Analisis Tiktok Live Pomelo, 2025



Gambar 3.14. Data *Followers* Instagram Bulan Maret

Sumber: *Weekly Report Pomelo, 2025*

- Membantu Membuat Laporan Bulanan

Selain laporan mingguan, penulis juga membantu merancang laporan bulanan dalam bentuk presentasi yang lebih visual dan strategis. Laporan ini digunakan dalam rapat internal tim marketing sebagai bahan evaluasi dan rekomendasi.



Gambar 3.15. Laporan Bulanan Marketing Maret (TikTok)

Sumber: Weekly Report Pomelo, 2025



Gambar 3.16. Laporan Bulanan Marketing (Instagram)

Sumber: Monthly Report Pomelo, 2025

F. TikTok Live Streaming

- Melakukan sesi *live streaming* TikTok

Penulis turut terlibat dalam persiapan dan pelaksanaan sesi *live* di TikTok untuk mempromosikan koleksi baru,

melakukan *live try-on*, dan menjawab pertanyaan *followers* secara langsung. Tugas ini mencakup persiapan etalase produk TikTok Shop, menjadi moderator TikTok Live, serta pengelolaan komentar saat *live* berlangsung.



| No | Produk | Gambar | Detail Produk |
|----|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| 1 | [Gambar Produk] | [Gambar Produk] | [Detail Produk] |
| 2 | [Gambar Produk] | [Gambar Produk] | [Detail Produk] |
| 3 | [Gambar Produk] | [Gambar Produk] | [Detail Produk] |
| 4 | [Gambar Produk] | [Gambar Produk] | [Detail Produk] |
| 5 | [Gambar Produk] | [Gambar Produk] | [Detail Produk] |

Gambar 3.17. Persiapan Etalase Barang Penjualan TikTok

Sumber: Data Pendorongan Penjualan, 2025





Gambar 3.18. Dokumentasi Sesi *Live Stream* TikTok

Sumber: Tiktok Live Streaming Pomelo, 2025

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam pelaksanaan kegiatan magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, penulis menghadapi sejumlah kendala, antara lain:

Kesulitan dalam menjaga konsistensi konten pemasaran yang diunggah ke media sosial. Hal ini mencakup ketidakselarasan dalam *tone of voice*, jenis konten (visual maupun *copywriting*), serta ketentuan estetika visual yang tidak terdokumentasi secara jelas. Akibatnya, setiap konten seringkali memiliki gaya

penyajian yang berbeda-beda tergantung arahan hari itu, tanpa adanya pedoman baku seperti *brand guideline* yang dapat dijadikan acuan.

Keterbatasan fasilitas untuk melakukan kegiatan produksi konten, khususnya pengambilan gambar (*shooting*). Studio yang tersedia hanya dapat digunakan satu minggu sekali karena harus digunakan secara bergantian dengan *brand* lain yang berada di bawah naungan perusahaan yang ini. Hal ini menyebabkan proses produksi konten harus dijadwalkan dengan ketat dan terkadang mengalami penundaan. Selain itu, beberapa area di dalam kantor atau toko tidak diizinkan untuk digunakan sebagai lokasi shooting karena alasan kebijakan. Keterbatasan ini mengurangi fleksibilitas dalam pemilihan lokasi yang sesuai dengan konsep konten, serta berdampak pada variasi visual yang dapat dihasilkan. Properti pendukung seperti dekorasi atau backdrop juga terbatas, sehingga menantang kreativitas dalam menciptakan konten yang tetap menarik dengan sumber daya yang minim.

Proses pengelolaan konten digital juga mengalami hambatan karena keterbatasan perangkat lunak (*software*) yang memadai untuk keperluan desain dan editing visual. Keterbatasan ini menghambat kreativitas dan memperlambat proses produksi konten yang sesuai standar pemasaran digital.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Selain menghadapi beberapa kendala, penulis juga berhasil menemukan sejumlah solusi untuk mengatasi permasalahan yang muncul selama magang, antara lain:

Menghadapi keterbatasan penggunaan studio, penulis melakukan koordinasi secara aktif dengan tim terkait guna memesan jadwal jauh hari sebelumnya. Dengan menjadwalkan konten yang membutuhkan pengambilan gambar di studio secara *batch* (sekali produksi untuk beberapa hari), efisiensi waktu dan hasil konten dapat tetap terjaga meskipun akses terbatas. Untuk konten lainnya, penulis mencari alternatif spot sederhana yang tetap layak digunakan, namun tidak melanggar aturan lokasi.

Dalam kondisi properti dan dekorasi yang minim, penulis mencoba menyesuaikan konsep konten agar tetap menarik secara visual, misalnya dengan penggunaan teknik *flat lay* sederhana, pemanfaatan sudut tertentu di ruang kerja, atau fokus pada detail produk. Penyesuaian ini dilakukan agar kualitas konten tetap optimal meskipun tidak memiliki akses penuh terhadap properti atau *backdrop* profesional.

Menghadapi keterbatasan akses terhadap software desain premium, penulis memaksimalkan penggunaan *software* gratis atau *tools* berbasis online seperti Canva dan CapCut yang tetap memungkinkan untuk menghasilkan konten visual yang layak. Selain itu, penulis juga belajar secara mandiri dari tutorial singkat untuk meningkatkan kemampuan editing visual dan *copywriting* yang relevan dengan kebutuhan *brand*.