

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

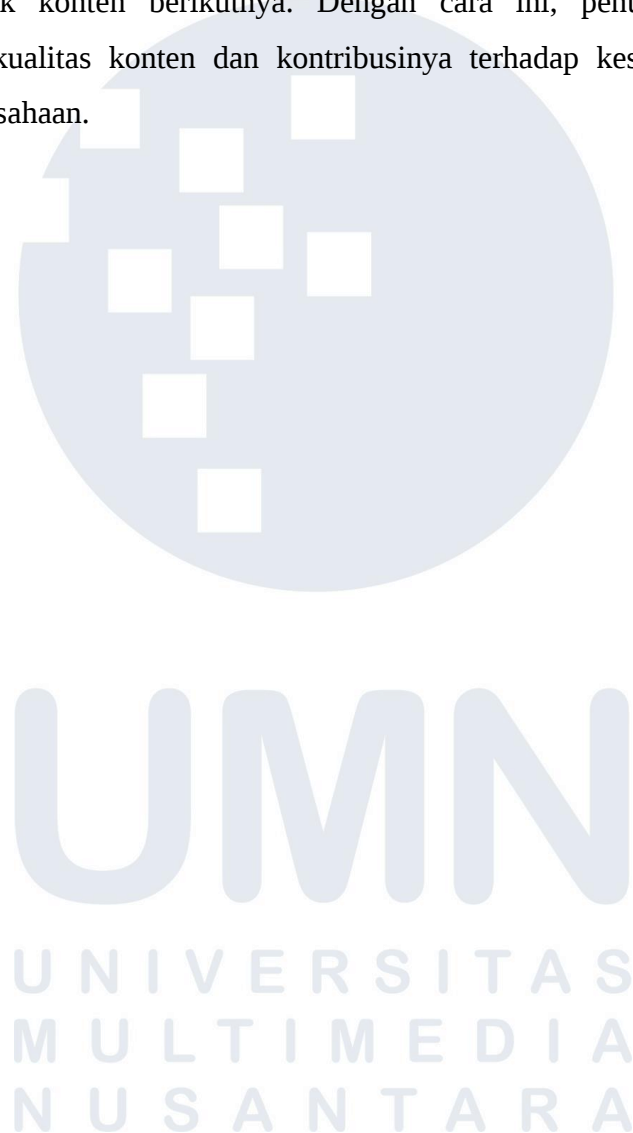
Sebagai mahasiswa magang di PT Solusi Multiguna Sejahtera (PT SMS) dengan posisi sebagai *Content Creator*, penulis terlibat dalam serangkaian alur kerja yang mencakup pengembangan konten, koordinasi dengan berbagai tim, serta distribusi konten. Proses dimulai dengan penentuan tujuan dan tema konten, di mana penulis diberikan arahan mengenai tujuan yang ingin dicapai, seperti meningkatkan *awareness* produk, meningkatkan *engagement*, atau mendukung promosi kampanye tertentu. Untuk memastikan bahwa konten yang dibuat selaras dengan strategi pemasaran yang sudah ada, penulis berkoordinasi dengan tim marketing atau atasan langsung.

Setelah tujuan konten ditetapkan, penulis melanjutkan ke tahap perencanaan dan pengumpulan materi. Di sini, penulis mengumpulkan bahan-bahan yang dibutuhkan, seperti gambar produk, video, atau teks promosi yang telah disetujui sebelumnya. Dalam hal ini, penulis bekerja sama dengan berbagai divisi terkait, seperti tim produksi atau tim pemasaran, untuk memastikan materi yang diperlukan tersedia dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.

Setelah materi terkumpul, penulis mulai membuat konten visual dan teks yang menarik untuk instagram. Proses ini mencakup penulisan caption, pemilihan gambar atau video, serta penyusunan layout agar konten tetap sesuai dengan citra perusahaan. Setelah konten selesai dibuat, penulis mengirimkan draft konten ke atasan atau tim terkait untuk mendapatkan *feedback* atau persetujuan sebelum dipublikasikan. Jika ada revisi atau perbaikan yang perlu dilakukan, penulis akan melanjutkan dengan penyuntingan akhir, baik itu editing foto, video, atau teks.

Pada tahap berikutnya, penulis bertanggung jawab untuk menjadwalkan dan mempublikasikan konten di Instagram. Penjadwalan ini juga dilakukan dengan koordinasi bersama manajer sosial media untuk memastikan bahwa waktu publikasi sesuai dengan target audiens dan kampanye yang sedang berjalan.

Setelah konten dipublikasikan, penulis memantau kinerja konten tersebut menggunakan fitur analitik Instagram. Penulis memeriksa metrik seperti jumlah *likes*, komentar, dan interaksi lainnya untuk mengevaluasi apakah konten mencapai tujuan yang diinginkan. Berdasarkan hasil analitik, penulis berkoordinasi dengan tim analisis untuk mengevaluasi hasil konten dan menentukan perbaikan yang perlu dilakukan untuk konten berikutnya. Dengan cara ini, penulis dapat terus meningkatkan kualitas konten dan kontribusinya terhadap kesuksesan strategi pemasaran perusahaan.



3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

No	Jenis Pekerjaan	Maret (Minggu ke-2 s/d ke-4)	April (Minggu ke-1 s/d ke-4)	Mei (Minggu ke-1 s/d ke-4)	Juni (Minggu ke-1 s/d ke-4)	Juli (Minggu ke-1 s/d ke-2)
1	Penentuan Tujuan dan Tema Konten	Brainstorming tema konten dan menyusun tujuan untuk bulan depan	Approval tema konten dengan pemilik	Produksi konten berdasarkan tema yang telah disetujui	Evaluasi hasil kampanye bulan sebelumnya dan menentukan tema baru	Menentukan tema konten untuk kampanye musiman atau acara khusus
2	Perencanaan dan Pengumpulan Materi	Pengumpulan foto dan video produk dari tim terkait	Penyusunan materi teks promosi dan caption	Editing materi konten untuk kampanye mendatang	Pengumpulan feedback dari tim dan perbaikan materi konten	Mengumpulkan materi untuk acara atau kampanye mendatang
3	Pengelolaan Media Sosial	Jadwal posting konten di Instagram dan platform media sosial lainnya	Melakukan analisis performa dan membuat laporan	Merencanakan dan menjadwalkan postingan untuk minggu depan	Menjaga engagement dengan audiens dan influencer	Memastikan komunikasi yang efektif di media sosial

4	Koordinasi Tim dan Evaluasi	Diskusi dengan tim untuk perencanaan konten dan evaluasi	Mengadakan rapat evaluasi konten bersama tim	Evaluasi performa konten dan feedback dari tim	Perbaikan dan analisis performa untuk kampanye mendatang	Menentukan strategi untuk kampanye musiman atau acara khusus
5	Laporan Kinerja dan Riset Pasar	Membuat laporan hasil kinerja konten dan analisis pasar	Menganalisis hasil riset pasar untuk konten yang akan datang	Memberikan rekomendasi konten berdasarkan hasil riset pasar	Menyusun laporan performa dan membuat analisis untuk kampanye	Evaluasi hasil kampanye dan laporan akhir untuk kegiatan tersebut

Tim:

1. Pemilik (Approval)
2. Konten Creator (Ide, foto/video & editing)
3. Admin (DM & analytics)

Workflow:

1. Brainstorm Senin → Produksi Selasa–Rabu → Editing Kamis → Publish Jumat
2. Kalender konten tertulis; reminder otomatis di WhatsApp.



Gambar 3.1 Workflow Konten

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama menjalani masa magang di PT Solusi Multiguna Sejahtera (PT SMS), penulis secara aktif terlibat dalam seluruh proses pengelolaan konten Instagram perusahaan, dimulai dari tahap perencanaan awal hingga evaluasi akhir.

- a) Periode: Maret – Juli 2025
 - b) Divisi: Digital Marketing / Media Sosial
 - c) Platform Utama: Instagram
 - d) Tools: Canva, Capcut, Instagram Insight, Google Sheet
1. Maret (Minggu ke-2 s/d ke-4): Perencanaan & Brainstorming Konten

Di bulan Maret, penulis fokus pada proses brainstorming untuk merancang ide-ide konten yang relevan dengan target pasar dan tujuan pemasaran perusahaan. Kegiatan ini mencakup riset tren media sosial, diskusi dengan tim kreatif, serta penyusunan tema kampanye yang akan dijalankan dalam beberapa minggu ke depan. Selain itu, penulis turut mengumpulkan aset konten seperti foto produk, video promosi, serta menyusun narasi dan caption dengan pendekatan komunikasi pemasaran yang persuasif agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens.
 2. April (Minggu ke-1 s/d ke-4): Produksi Konten

Memasuki bulan April, penulis mulai memasuki tahap produksi konten yang melibatkan desain visual menggunakan platform seperti Canva serta pengolahan video melalui aplikasi Capcut. Dalam pembuatan konten ini, penulis menerapkan model komunikasi AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) agar konten tidak hanya menarik secara visual tetapi juga mampu mendorong tindakan dari pengguna. Setiap konten yang telah dirancang kemudian dikonsultasikan kepada atasan atau tim kreatif untuk mendapatkan masukan, dan setelah itu diedit ulang sesuai arahan guna mencapai kualitas yang sesuai dengan standar Perusahaan.
 3. Mei (Minggu ke-1 s/d ke-4): Distribusi dan Monitoring

Pada bulan Mei, penulis mengalihkan fokus pada proses publikasi dan monitoring performa konten yang telah diproduksi. Penjadwalan konten dilakukan dengan memperhatikan waktu terbaik berdasarkan perilaku pengguna Instagram, sementara proses unggah dilakukan secara berkala sesuai dengan kalender konten yang telah disusun. Setelah konten dipublikasikan, penulis memanfaatkan fitur analitik Instagram untuk memantau tingkat keterlibatan (engagement) seperti jumlah likes, komentar, share, dan save. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam menilai efektivitas strategi konten dan menjadi bahan evaluasi untuk penyesuaian di periode selanjutnya.

4. Juni (Minggu ke-1 s/d ke-4): Penjadwalan & Pengembangan Format

Selanjutnya, di bulan Juni, penulis melanjutkan tugas yang sudah berjalan namun dengan tingkat pendalaman yang lebih tinggi, khususnya pada aspek kreativitas dan optimalisasi. Penulis mencoba berbagai format konten seperti carousel edukatif, reels promosi, dan storytelling visual untuk menarik perhatian audiens dengan cara yang lebih dinamis. Penjadwalan konten juga dilakukan dengan strategi yang lebih presisi berdasarkan hasil analitik sebelumnya, serta mempertimbangkan momen-momen spesial yang dapat dimanfaatkan sebagai momentum kampanye. Penulis juga berkoordinasi secara rutin dengan tim pemasaran untuk menyinkronkan konten dengan agenda komunikasi perusahaan.

5. Juli (Minggu ke-1 s/d ke-2): Evaluasi Strategi dan Penyesuaian

Memasuki bulan Juli, penulis fokus melakukan evaluasi menyeluruh terhadap seluruh aktivitas konten yang telah dilakukan selama masa magang. Dalam fase ini, penulis mengidentifikasi konten-konten dengan performa kurang optimal dan menyusun strategi perbaikan berdasarkan data serta masukan dari tim kreatif. Penulis juga dilibatkan dalam perencanaan kampanye musiman dan event khusus yang membutuhkan koordinasi lintas divisi, mulai dari riset, produksi, hingga distribusi konten. Proses evaluasi akhir ini menjadi dasar penting dalam menyusun rekomendasi dan rencana tindak lanjut, sekaligus menjadi penutup dari rangkaian pengalaman

magang yang memberikan pembelajaran mendalam mengenai praktik nyata komunikasi pemasaran digital di sebuah Perusahaan.

Tabel 3.2 Dokumentasi Konten Instagram

No	Link video	Likes, comment, share
	Demo mesin	Likes 5
1	https://www.instagram.com/reel/DI3IXHLR8_G/?igsh=MXNld25zb3U2Z2c2cw==	Comment 0 Share 0
	Perkenalan SOPAN	Likes 6
2	https://www.instagram.com/reel/DJRVuh5Jgm9/?igsh=OWIyb2YxNm44bG4=	Comment 0 Share 0
	Produk Gula Aren	Likes 3
3	https://www.instagram.com/reel/DJ7-zFiSaN0/?igsh=Z2gwcTZoMnNsNWZt	Comment 0 Share 0
	ASMR with Barista	Likes 10
4	https://www.instagram.com/reel/DJ-rNXvyjQa/?igsh=ejlhNmdkZW9xYWFr	Comment 1 Share 1
	Produk SOPAN	Likes 13
5	https://www.instagram.com/reel/DKL9woosTHB/?igsh=Z3Yxb3g2aGZvM2dy	Comment 1 Share 0
	Produk SOPAN	Likes 5
6	https://www.instagram.com/reel/DK8a-hBSfp7/?igsh=ODdvc3RneGY1ZW80	Comment 0 Share 0
	Resep Minuman	Likes 1
7	https://www.instagram.com/reel/DLW8tNsSZS6/?igsh=MXd3ZW52amxjcTBxOQ==	Comment 0 Share 2
	Resep Minuman	Likes 2
8	https://www.instagram.com/reel/DLg6ZQMyZP-/?igsh=MW42cmt0OWx0Y3VkNQ==	Comment 0 Share 1
9	Resep Makanan	Likes 3

<https://www.instagram.com/reel/DL8ynCPyVd8/?igsh=NnkyOTZwdGt4Y2Jt>

Resep Minuman

Comment 0

Share 0

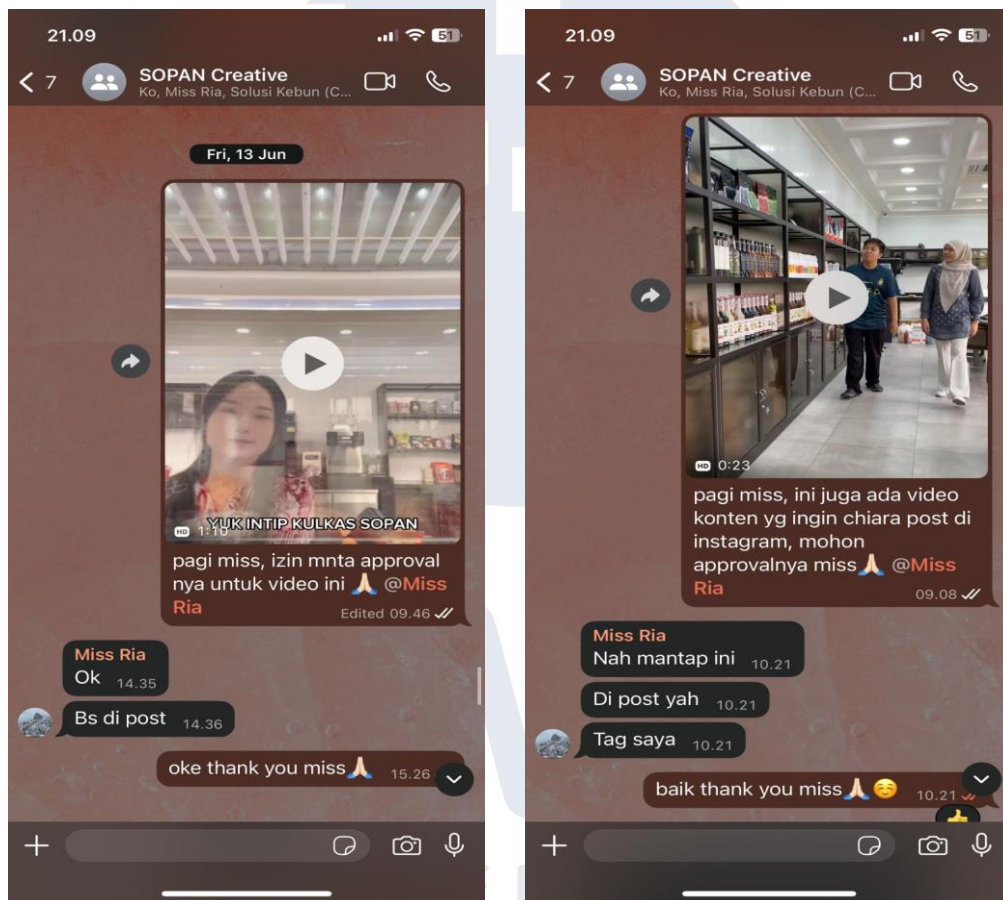
Likes 0

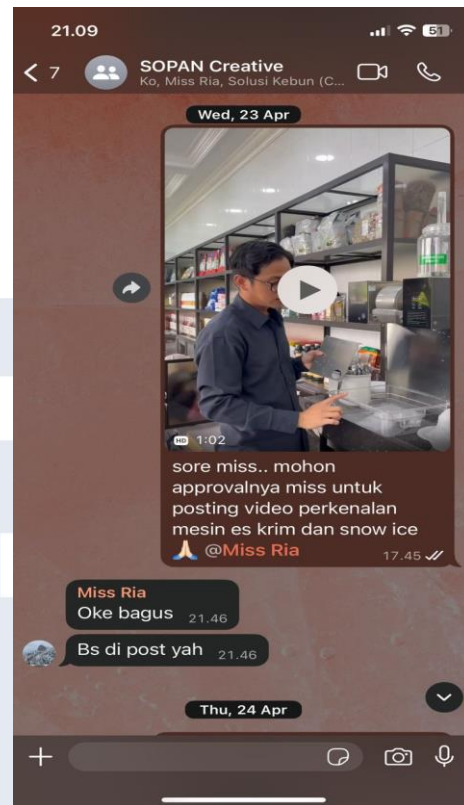
10 <https://www.instagram.com/reel/DMJ9dibSf-9/?igsh=MXNneTA4NDBxNTBuYg==>

Comment 0

Share 0

Sumber: (Penulis, 2025)





Analisis Implementasi Teori dalam Praktik Magang

Selama magang, penulis dapat mengamati bagaimana teori yang dipelajari di perkuliahan tentang komunikasi pemasaran, komunikasi visual, dan media sosial dapat diterapkan dalam konteks dunia kerja. Di antaranya adalah:

1. Teori Komunikasi Pemasaran

Penulis menerapkan teori ini saat merencanakan tema dan tujuan konten. Dalam praktiknya, penulis harus memahami audiens dan memilih pesan yang tepat agar dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat antara merek dan konsumen. Penerapan teori ini memastikan bahwa konten yang dibuat tidak hanya menarik tetapi juga relevan dan efektif untuk audiens yang dituju.

2. Teori Komunikasi Visual

Pembuatan desain visual yang menarik dan sesuai dengan brand image perusahaan merupakan contoh penerapan teori komunikasi visual yang memfokuskan pada bagaimana elemen-elemen visual dapat memperkuat pesan yang disampaikan. Hal ini sangat penting dalam platform seperti Instagram, yang sangat bergantung pada elemen visual untuk menarik perhatian audiens.

3. Teori Komunikasi Persuasi dan AIDA

Dalam pembuatan konten, penulis menggunakan prinsip-prinsip AIDA untuk memastikan konten dapat menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi yang diinginkan. AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) digunakan untuk merancang konten yang tidak hanya menarik tetapi juga membangkitkan minat dan akhirnya mendorong audiens untuk mengambil tindakan, seperti mengunjungi website atau membeli produk.

4. Teori Evaluasi dan Umpan Balik

Penulis menerapkan teori komunikasi umpan balik dengan meminta masukan dari atasan dan tim kreatif untuk memastikan konten yang dibuat dapat memenuhi standar yang ditetapkan dan sesuai dengan tujuan perusahaan. Umpan balik yang diterima kemudian digunakan untuk memperbaiki kualitas konten agar lebih efektif dalam mencapai tujuan yang diinginkan.

5. Teori Manajemen Media Sosial

Penjadwalan dan publikasi konten pada waktu yang tepat, serta pemantauan hasilnya, merupakan bagian dari penerapan teori manajemen media sosial yang berfokus pada penggunaan platform digital untuk mencapai tujuan pemasaran. Penulis menggunakan alat-alat seperti canva serta capcut untuk memaksimalkan efisiensi penjadwalan dan memonitor kinerja konten, yang sangat penting dalam merencanakan dan mengevaluasi efektivitas strategi media sosial perusahaan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani program magang sebagai Content Creator di PT Solusi Multiguna Sejahtera (PT SMS), penulis menghadapi sejumlah tantangan yang menjadi bagian penting dari proses pembelajaran. Salah satu tantangan utama yang cukup memengaruhi alur kerja adalah ketidakefisienan koordinasi antar tim yang terlibat dalam proses produksi konten. Kolaborasi antara tim produksi, tim marketing, dan tim desain grafis tidak selalu berjalan lancar, terutama dalam hal pengumpulan materi seperti foto produk dan video promosi. Beberapa kali penulis harus menunggu cukup lama untuk mendapatkan aset konten tersebut, yang pada akhirnya menyebabkan keterlambatan dalam proses produksi dan berdampak pada jadwal publikasi konten yang telah dirancang sebelumnya.

Selain itu, penulis juga menghadapi kesulitan dalam menjaga konsistensi pesan dan visual pada setiap konten yang dipublikasikan di Instagram. Menyelaraskan elemen desain, warna, tone of voice, dan pesan pemasaran perusahaan ternyata memerlukan perhatian yang sangat detail, terutama ketika konten dibuat dalam berbagai format seperti carousel, reels, dan story. Tidak jarang, hasil konten yang telah disusun perlu mengalami beberapa kali revisi karena belum memenuhi ekspektasi kualitas visual perusahaan. Dalam beberapa kasus, penulis langsung mengirimkan hasil desain untuk mendapatkan persetujuan dari Direktur Utama melalui komunikasi WhatsApp, terutama jika waktu untuk revisi cukup terbatas atau keputusan perlu diambil dengan cepat. Proses ini cukup menantang

karena penulis harus mampu menjelaskan dengan ringkas dan meyakinkan terkait konsep konten, agar bisa segera mendapatkan persetujuan atau masukan perbaikan.

Tantangan lain muncul dari segi pengelolaan waktu. Pekerjaan sebagai content creator melibatkan banyak tahapan: mulai dari perencanaan ide, produksi konten, revisi, penjadwalan, hingga evaluasi performa. Seluruh proses ini harus dijalankan secara paralel dengan kewajiban akademik, sehingga penulis dituntut untuk mampu membagi waktu dan menetapkan prioritas secara tepat. Dalam praktiknya, tidak jarang terjadi tumpang tindih antara tugas kampus dan pekerjaan magang, yang membuat beban kerja menjadi cukup berat dalam periode-periode tertentu.

Dari sisi teknis, penulis juga mengalami kendala dalam mengoptimalkan penggunaan beberapa alat bantu seperti Canva dan Capcut. Meskipun telah diberikan pelatihan dasar, beberapa fitur lanjutan seperti penjadwalan otomatis, pengaturan animasi yang kompleks, dan editing transisi video masih terasa cukup rumit. Penulis perlu meluangkan waktu tambahan untuk mempelajari fitur-fitur tersebut secara mandiri agar dapat menggunakannya secara maksimal dan menghasilkan konten yang lebih profesional.

Evaluasi performa konten juga menjadi bagian yang menantang. Meskipun Instagram menyediakan fitur analitik, penulis sempat kesulitan dalam menafsirkan data seperti reach, impression, dan engagement rate secara mendalam untuk mengambil keputusan strategis. Memahami bagaimana keterlibatan audiens berkorelasi dengan elemen konten yang diposting memerlukan pendekatan yang lebih analitis. Penulis menyadari bahwa perlu adanya pemahaman lebih lanjut terkait metrik kinerja dan bagaimana data tersebut dapat digunakan untuk menyusun strategi konten yang lebih tepat sasaran.

Kendati menghadapi sejumlah tantangan, pengalaman magang ini memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan kompetensi penulis, baik dalam hal teknis maupun soft skill. Penulis menjadi lebih terampil dalam mengatur waktu, menjalin komunikasi lintas tim, menyusun konten yang strategis, serta

mengambil keputusan cepat berdasarkan kondisi lapangan. Pengalaman ini telah membentuk pemahaman yang lebih realistis mengenai dinamika pekerjaan sebagai content creator di lingkungan kerja profesional dan menjadi bekal penting dalam meniti karier ke depan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi kendala yang ditemukan selama magang sebagai *Content Creator* di PT Solusi Multiguna Sejahtera (PT SMS), penulis mengidentifikasi beberapa solusi praktis dan terukur yang dapat diterapkan untuk mengatasi masalah yang muncul. Solusi-solusi ini diharapkan tidak hanya dapat membantu penulis, tetapi juga dapat digunakan oleh orang lain yang menghadapi kendala serupa dalam pekerjaan mereka.

1. Koordinasi Antar Tim yang Kurang Efektif

Untuk mengatasi masalah koordinasi yang kurang efektif antara tim produksi, tim marketing, dan tim desain grafis, solusi yang dapat diterapkan adalah dengan menggunakan alat kolaborasi yang lebih terstruktur, seperti canva serta capcut. Dengan menggunakan platform manajemen proyek, tim dapat mengatur dan memantau tugas serta jadwal yang terkait dengan pembuatan konten. Selain itu, penting untuk melakukan pertemuan rutin, baik secara daring maupun luring, untuk memastikan setiap tim memahami tanggung jawab mereka dan materi yang perlu disediakan. Penjadwalan pertemuan ini dapat dilakukan seminggu sekali atau sesuai kebutuhan proyek untuk memastikan kelancaran alur kerja.

2. Kesulitan dalam Menjaga Konsistensi Visual dan Pesan

Untuk menjaga konsistensi visual dan pesan, perusahaan dapat membuat pedoman gaya (*style guide*) yang jelas dan mudah diakses oleh semua anggota tim. Pedoman ini mencakup aturan mengenai desain visual, warna, *font*, *tone of voice* dalam *caption*, dan aturan lainnya yang dapat membantu dalam menciptakan keselarasan antara konten yang diproduksi. Selain itu, penulis dapat

menggunakan template desain yang telah disetujui, sehingga setiap konten yang dibuat sudah mengikuti pola yang konsisten. Penggunaan aplikasi desain seperti canva serta capcut yang menyediakan template siap pakai juga akan membantu mempercepat pembuatan konten dengan tetap menjaga keselarasan visual.

3. Pengelolaan Waktu yang Terbatas

Untuk mengatasi pengelolaan waktu yang terbatas, penting untuk menyusun jadwal yang jelas dan realistis. Penulis dapat menggunakan aplikasi manajemen waktu seperti Asana atau Todoist untuk memantau dan memprioritaskan tugas yang harus diselesaikan. Pekerjaan dapat dibagi ke dalam beberapa kategori: perencanaan, pembuatan konten, revisi, dan evaluasi. Selain itu, waktu yang dibutuhkan untuk setiap tahapan harus diperkirakan secara realistis, dan buffer time perlu disisakan untuk menghadapi hal-hal yang tidak terduga. Dengan demikian, penulis dapat mengatur waktu dengan lebih efisien, tanpa mengorbankan kualitas pekerjaan.

4. Kurangnya Pengalaman dalam Penggunaan Alat Penjadwalan Konten

Untuk mengatasi kesulitan dalam penggunaan alat konten seperti canva serta capcut, penulis dapat mengikuti pelatihan tambahan atau tutorial online yang tersedia di YouTube atau situs resmi alat tersebut. Pelatihan ini dapat membantu memahami fitur-fitur lanjutan seperti analitik yang mendalam dan pengelolaan jadwal secara lebih efisien. Selain itu, eksperimen dengan alat tersebut secara langsung juga sangat membantu dalam mempercepat pemahaman. Setiap minggu, penulis dapat mencoba mengatur dan menjadwalkan konten secara bertahap untuk meningkatkan keterampilan dalam mengelola alat penjadwalan konten ini.

5. Evaluasi Kinerja Konten yang Berkelanjutan

Untuk meningkatkan pemahaman dalam evaluasi kinerja konten, penulis dapat mulai dengan menetapkan metrik yang lebih spesifik berdasarkan tujuan konten. Tujuan konten adalah meningkatkan *brand awareness*, metrik yang relevan bisa berupa jumlah *reach* atau *impressions*. Jika tujuan untuk

meningkatkan *engagement*, maka interaksi seperti likes, komentar, dan share perlu dipantau lebih intensif. Selanjutnya, hasil ini perlu didiskusikan dengan tim untuk menyusun strategi perbaikan untuk konten mendatang.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA