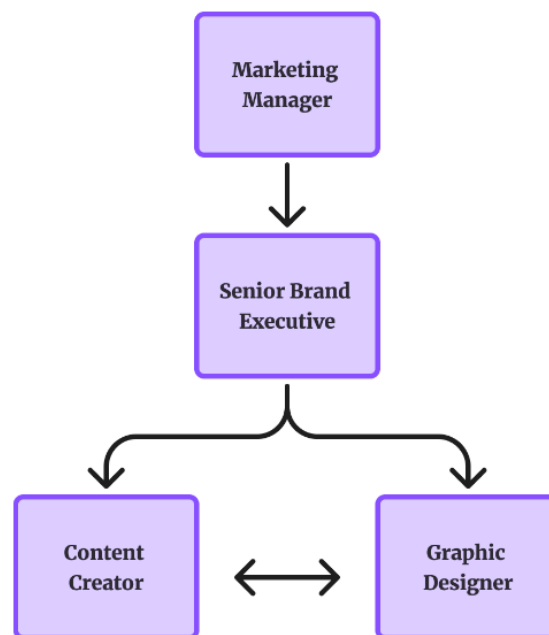


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama pelaksanaan program kerja magang sebagai *Content Creator* Intern di PT Gumindo Bogamanis, penulis memiliki tanggung jawab untuk membuat konten, meng-edit konten, merancang *editorial planning content*, dan menganalisis pertumbuhan media sosial Kuaci Rebo pada platform Instagram dan Tiktok. Penulis bekerja di bawah kedudukan Bapak Andrew Octavianus selaku *marketing manager* yang bertanggung jawab penuh terhadap seluruh kegiatan pemasaran perusahaan dan Ibu Rani Fitra Zahra selaku *senior brand executive* yang merupakan *supervisor* penulis.



Gambar 3.1 Alur Kerja Content Creator

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Berdasarkan gambar diatas, penulis yang bekerja sebagai *content creator* Intern, bekerja di bawah pengawasan *senior brand executive* dan bekerja sama langsung dengan divisi *graphic designer*. Dalam pembuatan konten, Penulis akan membuat *editorial planning* atau *content planning* yang merupakan perencanaan konten yang akan diunggah ke platform media sosial Kuaci Rebo di Instagram dan Tiktok. Setelah *editorial planning* di-approve oleh *senior brand executive*, penulis akan memulai untuk menjadwalkan *shooting* konten. Jika ada keperluan pembuatan aset visual, penulis akan berkoordinasi dengan tim *graphic designer* untuk menyiapkan segala kebutuhan aset visual.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam PT Gumindo Bogamanis, penulis menjalankan tugasnya sebagai *content creator*, dimana penulis berfokus dalam pembuatan konten, *editing* konten, dan membalas pesan dari pengikut media sosial Kuaci Rebo. *Content creator* memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan dengan membuat video promosi konten, meningkatkan *brand awareness*, dan membangun hubungan yang baik dengan pembeli. Berikut adalah beberapa tahap pekerjaan yang penulis lakukan:

Tabel 3.1 Tugas kerja

Pra-produksi	<i>Content Planning</i>	Tahapan untuk menyusun ide dan referensi video konten yang didapatkan melalui analisis tren. Dalam tahapan ini, konten akan di-check oleh Supervisor.
Produksi	<i>Shooting</i>	Melakukan proses pengambilan video sesuai dengan <i>brief</i> yang sudah dibuat pada tahapan <i>Content Planning</i> .
Pasca-produksi	<i>Editing</i>	Melakukan penyutitan video yang sesuai dengan kriteria aturan divisi Marketing.
	<i>Copywriting</i>	Membuat penulisan caption yang berfungsi sebagai daya tarik audiens untuk menonton video dan melakukan interaksi seperti, komentar dan <i>share</i> .

Tabel 3.2 Timeline Tugas dan Uraian Kerja

Tugas	Bulan																			
	Mar				Apr				Mei				Jun				Jun			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Content Planning																				
Shooting & Editing																				
Copywriting																				
Reply & Repost Story																				
Socila Media Report																				

Pada Tabel 3.2.2, merupakan timeline tugas dan uraian kerja selama masa kerja magang di PT Gumindo Bogamanis. Untuk *content planning*, biasanya dilakukan pada pertengahan bulan dan akan di-check oleh supervisor pada minggu ke-3 atau minggu ke-4. Kemudian, untuk *shooting* dan *editing* video konten dilakukan setiap hari, bersamaan dengan *copywriting*. Sedangkan untuk reply dan repost story, penulis dijadwalkan oleh supervisor untuk melakukannya selama bulan Juni. Terakhir, untuk social media report dilakukan setiap awal bulan untuk mengevaluasi engagement konten di bulan sebelumnya. Berikut adalah penjelasan setiap tugas dan uraian yang dilakukan selama proses kerja magang di PT Gumindo Bogamanis:

A. Content Planning

Sebagai *content creator*, pekerjaan utama yang harus dilakukan adalah membuat *content planning*. Dalam proses pembuatan *content planning*, penulis menggunakan *template* Google Sheets yang sudah disediakan oleh perusahaan. Pembagian konten untuk media sosial Kuaci Rebo terdapat 3 pilar sebagai berikut:



Gambar 3.2 Konten KREK KREK

Sumber: Instagram @Kuacirebo_official

- KREK KREK merupakan konten yang berisikan hiburan atau tidak dalam konteks pemberitahuan informasi mengenai produk. Contoh konten KREK KREK yang sudah di unggah seperti “Semangat Pagi”, konten yang berisikan video kembali bekerja usai libur ramadan dan “Ditinggal Teman Resign”, konten yang menunjukkan karyawan yang ditinggal teman kerjanya. Biasanya dalam pilar KREK KREK, penulis dan tim hanya menunjukkan *product placement* dalam video.



Gambar 3.3 Konten KREK ABIZ

Sumber: Instagram @Kuacirebo_official

- KREK ABIZ merupakan konten yang berisikan informasi penting mengenai pengetahuan produk, *giveaway*, atau promo. Pengetahuan produk atau *product knowledge* adalah informasi dan nilai penting tentang produk yang ditawarkan sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli atau memakai barang maupun jasa (Panuju, 2019). Contoh konten KREK ABIZ seperti Promo Indomaret dan Alfamart, Giveaway Umroh, dan Jaga Kesehatan.



Gambar 3.4 Konten KREK DAYS

Sumber: Instagram @Kuacirebo_official

- KREK DAYS merupakan konten yang berisikan ucapan hari raya untuk pengikut media sosial Kuaci Rebo. Contoh konten KREK DAYS yang ada, seperti ucapan Hari Raya Idul Fitri, Konten Ramadan, Hari Raya Waisak dan hari besar lainnya.

INSTAGRAM			
HARI	Sen	Sel	Rab
TANGGAL	21	22	23
PILAR	KREK ABIZ	KREK KREK	KREK KREK
TEMA/JUDUL			
JENIS	FEEDS	REELS	REELS
DESKRIPSI/LINK			
THUMBNAIL			
COPYWRITING			
PIC			
STATUS SHOOTING	☐	☐	☐
STATUS EDITING	☐	☐	☐
STATUS THUMBNAIL	☐	☐	☐
STATUS SCHEDULE	☐	☐	☐
Note			

Gambar 3.5 Editorial Planning

Sumber: Data Perusahaan

Gambar 3.2.4 adalah tahapan *content planning* yang dilakukan penulis selama menjalankan tanggung jawab sebagai *content creator intern*. Terdapat beberapa bagian yang harus diisi seperti judul konten, jenis pilar konten, deskripsi, thumbnail, *copywriting*, dan *status checklist*. Berikut tahapan yang penulis lakukan untuk mengerjakan *content planning*:

1. Mencari ide konten melalui diskusi atau mencari inspirasi di media sosial
2. Menuliskan ide konten di Google Sheets “List Konten 2025” sebelum di-*input* ke Sheets “Editorial 2025”.
3. Setelah di-*accept* oleh supervisor, penulis menuliskan konten di Google Sheets “Editorial 2025” dengan mencantumkan jenis pilar, judul, referensi, thumbnail, dan caption.

Selain itu, untuk membuat konten, penulis juga harus memperhatikan konten apa yang sedang trending agar algoritma konten dapat menghitung minat dan perilaku audiens yang tertarik dengan konten yang diunggah. Menurut Cotter, algoritma adalah program komputer yang mendefinisikan serangkaian langkah yang melibatkan operasi pada data untuk menghasilkan beberapa hasil. Saat kita berbelanja, mencari sesuatu di website, menonton, bermain, dan berinteraksi secara online, kita meninggalkan jejak data yang menjadi dasar bagi algoritma untuk mengambil keputusan atas data atau informasi kita. Setelah algoritma mengklasifikasikan pengguna, klasifikasi tersebut dapat digunakan untuk mengambil keputusan tentang informasi atau produk mana yang akan ditampilkan kepada pengguna. (Cotter, 2019).



Gambar 3.6 Konten yang Engagemennya Meningkat

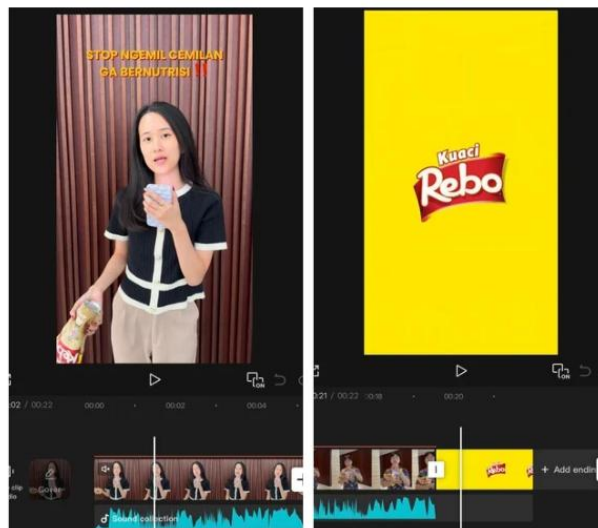
Sumber: Akun Instagram @kuacirebo_official

Sebagai contoh, gambar 3.2.5 adalah konten yang berhubungan dengan dunia sepak bola meningkat engagemennya dikarenakan topik Timnas Indonesia sedang trending. *Engagement* adalah upaya yang diciptakan secara sengaja oleh merek untuk memotivasi, memberdayakan, dan mengukur kontribusi pelanggan terhadap fungsi pemasaran yang dilakukan untuk merangsang kontribusi seperti *like*, *comment* dan *share* terhadap suatu konten. (Rietveld dkk., 2020)

B. Shooting and Editing Content

Setiap harinya, penulis dan tim menjadwalkan konten apa saja yang akan diproduksi. Jika memiliki kebutuhan produk atau barang lainnya seperti *merchandise*, penulis mengajukan permohonan permintaan produk ke *Supervisor*. Setelah proses pengambilan video penulis meng-*edit* video hasil *shooting* dalam aplikasi Capcut. Menyuting konten harus memenuhi kriteria video content yang baik sebagai berikut:

- Menggunakan filter 4k agar kualitas video menjadi lebih baik
- Menggunakan ukuran font sebesar 10-14, disesuaikan dengan frame
- Menggunakan jenis font “Poppins” bewarna merah oranye
- Pencahayaan dan saturasi diatur sesuai dengan kebutuhan video



Gambar 3.7 Proses Editing Konten

Sumber: Data Pribadi Penulis

Pada gambar 3.2.6 adalah contoh video yang diharuskan menggunakan video penutupan *jingle* Kuaci Rebo yang sudah disediakan oleh tim *graphic design*. Setelah penulis selesai meng-*edit* video konten, hasil akhirnya diserahkan kepada Supervisor untuk mendapatkan asistensi sebelum penulis *upload* ke media sosial.



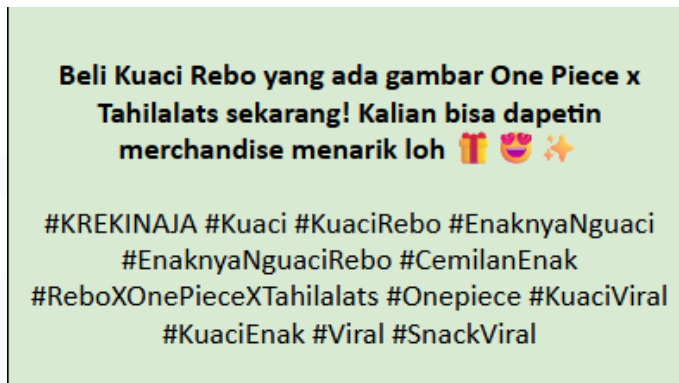
Gambar 3.8 *Insight Prime Time* Instagram dan Tiktok @Kuacirebo

Sumber: Data Perusahaan

Pada gambar 3.2.7, merupakan data insight dari Instagram @Kuacirebo_official, waktu *prime time* audiens yaitu di jam 11:00 Siang atau jam 18:00 sore. Sedangkan untuk platform Tiktok, waktu *prime time* audiens terdapat pada pukul 11:00-12:00 siang dan 18:00 - 21:00 malam. Sehingga waktu untuk mengunggah konten disesuaikan dengan waktu *prime time* masing-masing platform.

C. Copywriting

Menurut Frank Jefkins, *copywriting* adalah kemampuan untuk membuat penulisan untuk penjualan yang bersifat persuasif agar bisa menarik perhatian audiens (Ariyadi, 2020). Selama magang, penulis membuat *copywriting* untuk keperluan *caption* di Instagram dan Tiktok yang menarik dan berupa ajakan untuk mengundang interaksi audiens. Terdapat aturan penulisan *copywriting* yang akan dibagikan ke media sosial, yaitu tidak diperbolehkan menyinggung pihak manapun atau mengandung unsur SARA.



Gambar 3.9 Contoh Penulisan Caption

Sumber: Data Perusahaan

Copywriting yang dibuat seorang *copywriter* harus sejalan dengan kepribadian merek agar dapat menyampaikan identitas brand pada sebuah tulisan. Sama seperti *copywriting* yang dibuat untuk Instagram dan juga Tiktok, *hashtag* perlu ditambahkan sebagai *brand identity*. *Brand identity* adalah elemen penting yang berfungsi sebagai nilai merek dan bertujuan sebagai pembeda dari sebuah merek. Contohnya seperti *jingle*, logo, slogan, kemasan, dan skema warna (Wardhana, 2024). Pada gambar 3.2.8 adalah contoh penggunaan *Hashtag* yang selalu dipakai oleh akun Instagram dan Tiktok kuaci rebo adalah #KREKINAJA yang menggambarkan bunyi dari kuaci yang dikupas dan berfungsi sebagai pengingat audiens kepada *jingle* Kuaci Rebo (Mona & Pramulia, 2022).

D. Social Media Report

Selama magang, penulis juga mengikuti berbagai kegiatan evaluasi melalui *social media report*. Evaluasi dipimpin oleh Bapak Andrew Octavianus selaku *manager* dan didampingi oleh Ibu Rani selaku *senior brand executive* dan supervisor penulis. Kegiatan evaluasi ini dilakukan setiap 1 kali dalam sebulan dan bertujuan untuk mengetahui konten apa saja yang harus dihindari dan konten apa saja yang sebaiknya dipertahankan.



Gambar 3.10 Data *Insight* Instagram Kuaci Rebo Bulan April

Sumber: Data Perusahaan

Gambar 3.2.9 adalah salah satu tampilan *social media report* yang dilakukan setiap bulannya. Dari data yang didapatkan, terlihat bahwa pengikut akun media sosial Kuaci Rebo lebih menyukai konten interaksi. Contoh konten interaksi adalah “Ayo Berhitung”, “Cari Kata”, “Varian Favorit mu Apa?”, dan lainnya. Dengan konten interaksi, pengikut lebih aktif untuk *like*, *comment*, dan *share* post akun media sosial Kuaci Rebo. Selain konten interaksi, Kuaci Rebo juga seringkali mengadakan *Sales Promotion*. Menurut Kotler, *sales promotion* adalah intensif jangka pendek yang dapat meningkatkan keinginan untuk membeli barang atau jasa (Kotler & Armstrong, 2017c). Sedangkan menurut Dawson dan Kim, Fitur *sales promotion* dalam online shop, seperti promo produk, kupon, diskon, beli 1 gratis 1 merupakan hal yang penting untuk membuat konsumen menjadi impulsif. (Aini & Yuana, 2023).



Gambar 3.11 Feeds Giveaway Instagram @Kuacirebo

Sumber: Akun Instagram @kuacirebo_official

Para pengikut sangat antusias dalam mengikuti *giveaway* yang diadakan sehingga meningkatkan *engagement* media sosial Kuaci Rebo, seperti yang dapat dilihat melalui gambar 3.2.10 Contohnya saat diadakan program *Giveaway Valentine*, *Giveaway Umroh*, dan *Giveaway Hampers Ramadan*, *views per post* dapat mencapai 5,400 kali dilihat dan 170 komentar.

E. *Repost* dan *Reply Message*

User-Generated Content (UGC) adalah konten yang dikembangkan secara sukarela oleh individu dan didistribusikan melalui platform online (Santos, 2022). Pengikut media sosial Kuaci Rebo tidak jarang untuk menunggah komentar maupun story. Hal ini juga penting untuk meningkatkan jumlah *User-Generated Content* (UGC) dari akun media sosial Kuaci Rebo. Untuk menjaga hubungan dengan pengikut media sosial Kuaci Rebo, diwajibkan untuk *me-repost story* yang diunggah oleh pengikut.



Gambar 3.12 Contoh *Template Repost Story* Kuaci Rebo X One Piece X Tahilalats

Sumber: Data Perusahaan

Pada gambar 3.2.11 merupakan contoh *template* untuk *me-repost story* pengikut, penulis menggunakan *template* yang sudah disediakan oleh tim *graphic designer*. Selama masa kampanye pemasaran Kuaci Rebo yang berkolaborasi dengan One Piece X Tahilalats, *template* untuk *me-repost story* pengikut menggunakan *template* Kuaci Rebo X One Piece X Tahilalats.



Gambar 3.13 Contoh Balasan Komentar

Sumber: Akun Tiktok @kuacirebo_official

Tidak hanya *me-repost story* pengikut, penulis juga berkewajiban untuk membalas komentar di setiap unggahan. Pada gambar 3.2.12 merupakan contoh komentar yang dibuat oleh pengikut. Komentar bisa berupa kritikan, pujian, jawaban dari pertanyaan di video/foto, atau hanya sebatas *emoji*. Membalas komentar juga dapat berfungsi untuk menumbuhkan perasaan emosional kepada pengikut karena mereka akan merasa dianggap dan terlibat dengan brand.



Gambar 3.14 Contoh balasan pesan melalui DM

Sumber: DM Instagram @Kuacirebo_official

Pada gambar 3.2.13 adalah cara untuk membalas pesan dari konsumen yang biasanya menanyakan perihal kode unik (program sales promotion), keluhan mengenai produk Kuaci Rebo, dan pertanyaan mengenai sponsorship brand. Untuk membalas pesan tentang keluhan, perusahaan meminta foto berupa kemasan bagian belakang untuk mengetahui kode produksi agar bisa menjadi bahan evaluasi QC pabrik. Untuk membalas pesan, Instagram memiliki fitur “saved replies” yang berisikan *template* jawaban untuk pertanyaan atau keluhan yang sering muncul. Kemudian, untuk jangka waktu membalas pesan pengikut juga menyesuaikan jam kerja perusahaan, yaitu 08:00 hingga 17:00 WIB dan penulis selalu mengusahakan membalas pesan dengan cepat.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses kerja magang, terdapat beberapa kendala yang penulis temukan dalam menyelesaikan pekerjaan sebagai berikut:

1. Keterbatasan penulis dalam menyampaikan visualisasi kepada tim *graphic designer*. Seringkali penulis ingin memberikan brief untuk keperluan *story* atau *feeds* instagram dengan tulisan yang membuat tim *graphic designer* sulit untuk memahami maksud penulis. Hal ini menyebabkan terkadang tim *graphic designer* membuat *design* yang kurang sesuai dengan maksud penulis.
2. Sulitnya untuk menaikkan engagement sosial media Kuaci Rebo karena keterbatasan ruang eksplorasi. Tim *marketing* memiliki aturan untuk tidak membuat konten yang mengandung hal sensitif, seperti politik dan isu negatif lainnya. Hal ini mengakibatkan kesulitan dalam meningkatkan *viewers* dan *engagement* media sosial.
3. Dalam memproduksi konten, penulis dan tim seringkali mengalami kesulitan karena kurangnya fasilitas shooting dari perusahaan. Beberapa fasilitas yang penulis dan tim butuhkan, seperti *ringlight*, *tripod*, mikrofon, handphone untuk merekam, dan *wi-fi* yang stabil. Hal ini mengakibatkan kualitas video yang dihasilkan kurang memuaskan dan sulitnya untuk mengunggah video dengan resolusi yang lebih baik.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan beberapa kendala yang penulis hadapi selama proses kerja magang, solusi yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1. Penulis membuat perubahan dalam menyampaikan *brief* kepada tim *graphic designer* berupa *mock-up*. Penulis membuat *mock-up* melalui aplikasi canva atau mengumpulkan beberapa referensi yang mirip agar tim *graphic designer* memahami maksud penulis dan meminimalisir revisi.

2. Penulis dan tim berusaha untuk membuat konten yang menggabungkan antara konten yang sedang trending dengan hal yang bersangkutan dengan Kuaci Rebo. Contohnya, untuk konten *velocity* di Instagram, penulis menyambungkan dengan pengumuman *giveaway* sehingga masih mengandung konteks yang berisikan informasi kepada audiens.
3. Penulis dan tim memiliki jadwal shooting harian setiap jam 2 siang agar mendapatkan cahaya matahari yang maksimal. Untuk kendala *tripod*, penulis menggunakan barang yang bisa dijadikan sandaran *handphone* agar tidak merubah-ubah *angle*. Sedangkan untuk *handphone* dan mikrofon, penulis menggunakan barang pribadi dan membeli aplikasi Capcut pro untuk meredam suara yang bising. Terakhir, penulis juga menggunakan seluler data pribadi untuk meng-upload video konten agar resolusi video dapat menjadi lebih baik.