

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Dalam menghadapi tantangan dalam meningkatkan visibilitas konten pemasaran di PT Mitra Anugerah Sejahtera Pratama, peran *social media marketing* tidak hanya menjadi bagian penting, tetapi juga berfungsi sebagai inti utama perusahaan. Posisi ini bertanggung jawab dalam merancang serta mengeksekusi strategi yang menarik perhatian publik terhadap konten pemasaran. Dengan memahami visi dan misi perusahaan serta menganalisis preferensi audiens target, *social media marketer* berperan sebagai pemimpin dalam mengarahkan aliran konten yang informatif dan menarik. Bekerja sama secara erat dengan tim kreatif serta menyusun strategi konten yang tidak hanya relevan, tetapi juga kompetitif terutama dalam mengelola distribusi konten di berbagai *platform digital*, seperti media sosial dan *web*, posisi ini memastikan bahwa pesan perusahaan tersampaikan dengan akurat kepada target yang tepat. Dalam koordinasi yang erat dengan tim pemasaran dan departemen lainnya, *social media marketer* menjadi elemen kunci dalam menjaga konsistensi serta keselarasan pesan yang dikomunikasikan. Dengan demikian PT Mitra Anugerah Sejahtera Pratama tidak hanya meningkatkan visibilitas konten, tetapi juga memperkuat citra perusahaan di dunia digital.

Dalam peran sebagai *social media marketing* di PT Mitra Anugerah Sejahtera Pratama, tanggung jawab utama adalah menyusun perencanaan konten yang akan didistribusikan melalui berbagai platform media sosial. Proses ini dilakukan secara teliti dan strategis agar setiap konten yang dihasilkan tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga relevan dengan target audiens. Langkah awal yang krusial adalah memahami secara menyeluruh visi dan misi perusahaan, serta mengenali karakteristik demografis, minat, dan kebutuhan dari audiens yang ingin dijangkau. Selanjutnya, riset pasar dilakukan untuk mengetahui tren industri dan preferensi pelanggan yang

sedang berkembang. Berdasarkan data tersebut, strategi konten dirancang agar selaras dengan tujuan pemasaran perusahaan, seperti meningkatkan brand awareness, menjaring prospek baru, atau memperkuat keterlibatan pelanggan. Perencanaan ini kemudian dituangkan dalam kalender konten yang rinci, meliputi jenis konten, tema, waktu publikasi, dan indikator evaluasi. Kerja sama dengan tim kreatif juga sangat penting dalam menghasilkan konten yang menarik secara visual dan emosional. Dengan strategi perencanaan konten yang terstruktur, setiap unggahan di media sosial diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam pencapaian target pemasaran perusahaan.

Selama menjalani praktik kerja magang, bimbingan langsung akan diberikan oleh manajer tim marketing yang berperan sebagai mentor. Bimbingan ini bertujuan untuk memberikan arahan yang jelas dan memastikan setiap konten yang dibuat melewati proses pengecekan kualitas secara menyeluruh sebelum dipublikasikan. Setiap masukan atau revisi, sekecil apa pun, akan segera ditindaklanjuti demi menjaga standar kualitas konten. Selain menjamin konten layak tayang, proses ini juga menjadi pengalaman berharga yang memberikan wawasan penting dalam pengembangan konten secara profesional.

Selama pelaksanaan magang, terdapat dua rekan sesama pemegang yang bersama-sama membentuk tim digital marketing di bawah arahan seorang supervisor. Seluruh kebutuhan terkait *social media marketing* dikerjakan secara kolaboratif, mulai dari perencanaan konten, penulisan naskah, pembuatan materi visual, hingga pengelolaan akun media sosial. Tugas-tugas tersebut dilakukan secara bergiliran, dengan pengawasan dan arahan langsung dari supervisor guna memastikan setiap tahapan berjalan dengan baik dan sesuai dengan standar perusahaan yang berlaku.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Sebagai *social* media marketing memiliki tugas untuk mengelola akun media sosial untuk brand air mineral Rivero mencakup berbagai aktivitas yang bertujuan untuk memperkuat kehadiran online dan meningkatkan interaksi dengan audiens. Tugas utamanya meliputi perencanaan dan pembuatan konten yang menarik dan relevan untuk berbagai platform seperti Instagram dan TikTok, termasuk pembuatan gambar, video, dan copywriting yang mendukung promosi produk serta menyampaikan pesan merek secara konsisten dan menarik. Selain itu, tanggung jawab lainnya adalah memantau dan mengevaluasi kinerja setiap kampanye media sosial dengan memanfaatkan alat analitik. Tujuannya adalah untuk memahami tren, preferensi audiens, serta mengukur efektivitas konten yang telah dipublikasikan. Berdasarkan hasil analisis tersebut, strategi pemasaran dapat disesuaikan guna memperluas jangkauan dan meningkatkan tingkat keterlibatan. Berinteraksi dengan pengikut juga menjadi aspek penting dari pekerjaan ini, termasuk menanggapi komentar dan pesan, serta mengelola masukan atau feedback dari audiens untuk membangun hubungan yang kuat dan positif dengan konsumen. Berikut adalah tabel dan penjelasan mengenai kerja magang.

Tabel 3.2.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Kegiatan	Minggu Ke	Mulai	Selesai
Pengenalan lingkungan kerja	1	3 Febuari	4 Febuari
Penjelasan Mengenai Rencana Pekerjaan	2	7 Febuari	11 Febuari
Analisis kebutuhan Digital	3-4	14 Febuari	26 Febuari
Meeting Mingguan	1-16	16 Febuari	31 Mei

Perencanaan Konten	Ide	5-6	22 Febuari	3 Maret
Analisis Konten		6-8	6 Maret	15 Maret
Membuat Brief Konten Instagram		8-10	15 Maret	28 Maret
Menyusun Konten Tiktok	Draft	10-12	2 April	17 April
Eksplor Produksi	Pabrik	5	4 Maret	5 Maret
Membuat Design Poster Instagram		11-13	11 April	25 April
Mengambil keperluan Konten	Vidio	12-14	3 Mei	16 Mei
Editing Konten Vidio		13-14	7 Mei	17 Mei
Quality Cek Konten		15	20 Mei	23 Mei
Evaluasi dan Menyusun Laporan		16-17	24 Mei	5 Juni

3.2.1 Creative Project

Sebelum melakukan diskusi mengenai *creative project* kegiatan di awali dengan pengenalan lingkungan kerja memberikan pemahaman mendalam mengenai budaya kerja dan operasional harian. Sebelum memulai tugas, perusahaan memperkenalkan seluruh divisi beserta aktivitas yang dijalankan, mulai dari proses produksi, distribusi, hingga kegiatan internal lainnya. Dalam sesi ini, seluruh tim diajak untuk memahami nilai-nilai utama perusahaan, seperti komitmen terhadap kualitas produk, kepuasan pelanggan, dan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Rivero menaruh perhatian besar pada pentingnya menjaga mutu air mineral yang tinggi dan memastikan setiap botol yang diproduksi memenuhi standar kesehatan serta keselamatan yang ketat. Selain itu, perusahaan juga menjalankan

berbagai program ramah lingkungan, seperti daur ulang dan pengurangan penggunaan plastik, sebagai bagian dari komitmen terhadap keberlanjutan.

Melalui proses pengenalan ini, pemahaman tim terhadap strategi pemasaran menjadi lebih baik, sekaligus mendorong kolaborasi untuk mengevaluasi kegiatan pemasaran sebelumnya. Tujuan dari evaluasi ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai tanggung jawab dan ruang lingkup pekerjaan yang akan dilakukan. Materi pembelajaran yang disampaikan mencakup perencanaan kampanye di media sosial, interaksi dengan konsumen melalui *platform digital*, serta pentingnya penggunaan data analitik dalam menilai efektivitas kampanye pemasaran.

Pengenalan lingkungan kerja ini tidak hanya membantu dalam memahami peran selama masa magang, tetapi juga menunjukkan bagaimana kontribusi yang diberikan dapat selaras dengan visi dan tujuan besar perusahaan. Secara keseluruhan, pengalaman ini memberikan bekal pengetahuan yang kuat untuk mendukung kinerja yang efektif dan pertumbuhan profesional selama masa magang.



Gambar 3. 1: Foto Ruangan Kerja
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Sebagai *social media marketing* yang mengelola berbagai platform media sosial, tanggung jawab utama mencakup serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek serta memperkuat keterlibatan dengan audiens. Proses ini dimulai dengan merancang strategi konten yang selaras dengan tujuan bisnis dan tren pasar yang sedang berlangsung. Hal ini memerlukan analisis mendalam terhadap karakteristik audiens target dan pemahaman terhadap jenis konten yang paling efektif dalam menarik perhatian dan mempertahankan minat mereka.

Konten yang dihasilkan harus beragam dan menarik, mencakup elemen seperti teks, gambar, video, dan grafik visual. Setiap jenis konten disesuaikan dengan karakteristik unik masing-masing platform misalnya, Instagram yang menitikberatkan pada estetika visual dan TikTok yang lebih menonjolkan video pendek yang kreatif. Proses pembuatan konten ini juga melibatkan penggunaan alat desain grafis dan perangkat lunak pengeditan video untuk memastikan hasil yang berkualitas tinggi.

Setelah konten dirancang dan diproduksi, tahap berikutnya adalah publikasi. Penjadwalan konten dilakukan secara teratur untuk memastikan bahwa setiap postingan muncul pada waktu yang tepat guna menjangkau audiens secara maksimal. Alat manajemen media sosial digunakan untuk mengotomatisasi dan memantau jadwal publikasi ini. Selanjutnya, performa konten dievaluasi secara rutin menggunakan alat analitik seperti *Google Analytics* atau *Instagram Insights* untuk mengukur keberhasilan kampanye berdasarkan metrik seperti jangkauan, keterlibatan, klik, dan tingkat konversi. Data ini menjadi dasar untuk menilai efektivitas strategi konten dan melakukan penyesuaian yang diperlukan di masa mendatang.

Selain memproduksi dan mempublikasikan konten, membangun hubungan dengan audiens juga merupakan bagian penting dari peran ini. Tugas tersebut meliputi menanggapi komentar, pesan langsung, serta berbagai ulasan secara responsif dan profesional. Interaksi yang baik dengan pengikut berperan dalam menciptakan hubungan yang positif dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Mengelola feedback, baik positif maupun negatif, dengan bijak juga penting untuk menjaga citra dan reputasi merek.

Secara keseluruhan, seluruh kegiatan ini ditujukan untuk memperkuat kehadiran merek secara *online*, memenuhi target pemasaran, serta mendukung pertumbuhan bisnis secara menyeluruh. Mengelola media sosial sebagai seorang *social media marketing* membutuhkan kreativitas, kemampuan analisis yang tajam, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan tren dan preferensi audiens. Karena dunia pemasaran digital terus berkembang, pendekatan yang fleksibel dan strategis sangat dibutuhkan agar tujuan bisnis dapat tercapai secara optimal.

3.2.2 Analisis kebutuhan *creative project*

Analisis kebutuhan digital dalam pengelolaan media sosial *Instagram* dan *TikTok* untuk brand Rivero diawali dengan penetapan tujuan bisnis dan pemasaran yang jelas. Langkah pertama adalah memahami secara mendalam siapa target audiensnya, termasuk aspek demografi, minat, dan kebiasaan mereka dalam menggunakan platform digital. Dari hasil analisis ini, strategi konten dapat disusun agar tetap relevan dan mampu menarik perhatian audiens secara maksimal.

Langkah berikutnya adalah menentukan alat dan perangkat yang dibutuhkan, seperti *platform* untuk manajemen media sosial, aplikasi desain grafis, serta *tools* analitik yang berfungsi untuk memantau performa kampanye. Kebutuhan konten meliputi pembuatan materi visual yang menarik dan berkualitas tinggi, video yang kreatif, serta teks yang mampu membangun keterlibatan. Konten tersebut harus disesuaikan dengan karakter masing-masing *platform Instagram* yang mengutamakan visual estetik, dan *TikTok* yang lebih menekankan pada video pendek yang energik.

Penjadwalan waktu publikasi juga perlu dirancang secara optimal agar konten dapat menjangkau audiens pada waktu yang paling efektif. Evaluasi performa konten secara berkala menggunakan alat seperti *Instagram Insights* dan *TikTok Analytics* menjadi hal yang krusial untuk mengukur keberhasilan kampanye melalui indikator seperti jangkauan, tingkat keterlibatan, dan konversi. Data yang dikumpulkan dari analitik ini akan sangat membantu dalam penyempurnaan strategi ke depan.

Keterlibatan aktif dengan audiens juga menjadi aspek penting, seperti merespons komentar, membalas pesan, dan menangani masukan dari pengikut dengan cara yang tepat untuk membangun hubungan positif. Selain itu, strategi tambahan seperti bekerja sama dengan *KOL* untuk meningkatkan *exposure* dan keterlibatan audiens. Seluruh proses ini membutuhkan perencanaan yang komprehensif, kreativitas, serta kemampuan analitis yang baik untuk memastikan strategi yang diterapkan efektif dan mendukung pencapaian tujuan pemasaran. Setiap langkah dalam perencanaan harus berbasis pada data yang akurat dan pemahaman yang mendalam terhadap perilaku audiens. Pembuatan konten yang relevan dan menarik, penjadwalan publikasi yang tepat, serta pemanfaatan alat analitik yang efektif merupakan pilar utama dalam strategi ini.

Kemampuan untuk beradaptasi dengan tren terbaru serta merespons dengan cepat terhadap perubahan preferensi audiens menjadi kunci dalam menjaga eksistensi dan daya saing di ranah digital. Kolaborasi dengan pihak eksternal seperti influencer serta pelaksanaan kampanye yang melibatkan partisipasi audiens turut memperkuat visibilitas dan interaksi. Dengan pendekatan yang terencana namun fleksibel, pengelolaan media sosial brand Rivero dapat dilakukan secara efektif guna mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan brand di era digital.

3.2.3 Content Planning





Gambar 3. 2: Ide-Ide Konten
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Pada pertemuan mingguan kali ini, fokus utama diskusi lebih banyak diarahkan pada kegiatan kreatif dan strategis yang berkaitan dengan pengelolaan konten media sosial Rivero, khususnya untuk *platform Instagram* dan *TikTok*. Pertemuan diawali dengan pemaparan dari tim digital marketing mengenai perkembangan terkini dan *insight* yang telah dikumpulkan dari performa konten sebelumnya. Pemaparan ini menjadi dasar awal untuk membuka sesi *brainstorming* bersama dengan divisi digital marketing Rivero.

Sesi *brainstorming* ini berlangsung interaktif dan produktif, dengan melibatkan pertukaran ide-ide kreatif yang beragam dari seluruh anggota tim. Diskusi difokuskan pada perencanaan konten ke depan, mulai dari konsep, format, hingga narasi yang akan dibangun dalam setiap unggahan. Tim juga secara aktif membahas tren-tren konten terkini di media sosial yang berpotensi diadaptasi dan disisipkan dalam identitas brand Rivero agar tetap relevan dan menarik perhatian audiens, khususnya generasi muda.

Pembahasan dilakukan secara mendalam dan menyeluruh, mencakup ide-ide konten untuk TikTok dan Instagram, termasuk gaya penyampaian yang sesuai

untuk masing-masing platform. Tak hanya itu, aspek visual juga menjadi perhatian utama, di mana tim melakukan diskusi bersama untuk menentukan color palette yang selaras dengan citra merek Rivero. Warna-warna yang dipilih diharapkan dapat menciptakan kesan yang konsisten, estetik, dan mudah dikenali oleh audiens. Selain visual, tim juga menyepakati strategi waktu publikasi konten. Penentuan waktu terbaik untuk memposting di Instagram dan TikTok dibahas berdasarkan hasil analisis data audiens sebelumnya, dengan tujuan agar setiap konten yang diunggah bisa menjangkau lebih banyak pengguna dan mendapatkan tingkat engagement yang maksimal.

Secara keseluruhan, pertemuan ini menjadi momen kolaboratif yang penting dalam memastikan bahwa seluruh proses perencanaan konten dilakukan secara terstruktur, relevan dengan tren, dan tetap mempertahankan nilai serta karakteristik brand Rivero. Kolaborasi intensif seperti ini sangat mendukung upaya peningkatan kualitas konten serta memperkuat kehadiran digital Rivero di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis. Di dalam *content planning* juga terdapat salah satu point penting yaitu membuat *content brief*.

- *Content Brief* untuk *Instagram* dan *TikTok*

Sebagai tindak lanjut dari hasil diskusi dan analisis konten sebelumnya, tim kemudian diminta untuk menyusun *brief* konten *Instagram* guna memastikan bahwa strategi konten yang akan dijalankan memiliki arah yang jelas dan terstruktur. Tujuan utama dari pembuatan konten ini adalah untuk meningkatkan *brand awareness*, membangun citra positif Rivero sebagai air mineral berkualitas tinggi, serta mempererat kedekatan emosional dengan audiens melalui penyampaian konten yang informatif, visual menarik, dan interaktif. Sasaran utama konten ini adalah pria dan wanita berusia 18 hingga 30 tahun, termasuk mahasiswa, pekerja muda, serta individu yang menjalani gaya hidup aktif dan sehat. Mereka merupakan pengguna aktif media sosial yang tertarik dengan tren visual estetik, gaya hidup sehat, dan informasi ringan yang mudah dicerna.

Dalam hal gaya visual dan penyampaian pesan, konten Rivero akan mengusung tampilan yang segar, bersih, dan minimalis dengan dominasi hijau, putih, dan

sentuhan netral lainnya untuk memperkuat kesan alami dan profesional. Gaya bahasa yang digunakan akan bersifat ramah, ringan, dan informatif, dengan tetap menjaga kesopanan agar sesuai dengan karakteristik Gen Z dan milenial. Jenis konten yang dirancang akan mencakup unggahan edukatif seperti #riveromurni, konten video pendek “Behind The Bottle” yang menampilkan proses produksi yang akan di kemas dalam *reels instagram*. Tak ketinggalan, akan disisipkan konten interaktif seperti polling, kuis, atau tebak-tebakan melalui *Instagram Story* untuk mendorong partisipasi audiens secara langsung.

Setiap konten akan dilengkapi dengan *call to action (CTA)* yang bertujuan meningkatkan interaksi, seperti ajakan untuk membagikan informasi kepada teman, meninggalkan komentar, atau mengikuti *polling*. Untuk mendukung produksi konten, digunakan berbagai alat bantu seperti *Canva* atau *CapCut* untuk pengeditan video. Waktu publikasi pun telah ditentukan berdasarkan performa sebelumnya, yakni unggahan *feed* dilakukan antara pukul 11.00–13.00 di hari kerja, sementara *Reels* akan dipublikasikan pada malam hari antara pukul 18.00–20.00. Dengan *brief* ini, diharapkan strategi konten *Instagram Rivero* dapat dieksekusi secara konsisten, terukur, dan tepat sasaran, mendukung tujuan utama untuk memperkuat eksistensi *brand* di *platform digital*.

Hari	Jenis Konten	Deskripsi Konten	Waktu Unggah	Platform
Senin	#riveroairmurni	Edukasi manfaat minum air mineral	11.00 – 13.00	Instagram Feed
Rabu	Behind The Bottle	Video proses produksi air Rivero	11.00 – 13.00	Instagram Reels
Jumat	#KesehatanTubuh	Info Berlangganan Rivero	11.00 – 13.00	Instagram Feeds
Minggu	Konten Interaktif	Polling	18.00 – 20.00	Instagram Story

Gambar 3. 3: Brief Konten untuk Instagram
Sumber: Dokumen Pribadi Perusahaan

TIMELINE TIKTOK



Gambar 3. 3: Timeline Tiktok
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

3.2.3 Content Creation

Pembuatan konten merupakan salah satu tugas utama dalam program magang kali ini. Terdapat sejumlah komponen yang termasuk dalam proses *content creation*. Berikut adalah penjelasannya.

- Syuting Vidio

Menurut Angelica Kosim dan Riris Loisa (2023) dalam (Sutanto, 2024), perencanaan konten yang optimal harus mengutamakan pemahaman terhadap target audiens dan kebutuhan mereka. Langkah awal dalam proses ini adalah mengenali siapa audiens yang dituju, termasuk aspek demografis, minat, serta perilaku mereka. Dengan mengetahui karakteristik tersebut, konten yang dibuat bisa lebih relevan dan menarik karena disesuaikan dengan preferensi audiens. Konten yang relevan adalah konten yang mampu menjawab pertanyaan, menyelesaikan permasalahan, atau memenuhi kebutuhan audiens. Bentuknya dapat berupa artikel informatif, panduan praktis, tips, maupun konten hiburan yang sesuai dengan minat mereka. Misalnya, jika audiensnya adalah individu yang peduli terhadap

lingkungan, maka konten mengenai gaya hidup berkelanjutan dan produk ramah lingkungan akan sangat sesuai.

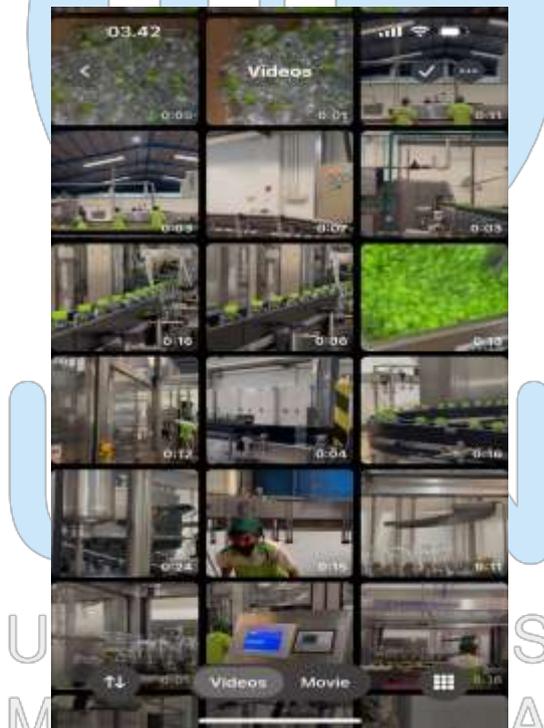
Agar mampu bersaing di tengah derasnya arus informasi di media sosial, konten juga perlu dikemas semenarik mungkin. Hal ini bisa dilakukan dengan memanfaatkan elemen visual yang kuat, judul yang memikat, serta narasi yang menyentuh secara emosional atau menginspirasi. Konten dalam bentuk visual seperti gambar dan video umumnya lebih mampu menarik perhatian serta menghasilkan keterlibatan (*engagement*) yang lebih tinggi. Selain itu, konten juga harus mudah dibagikan agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*). Untuk itu, konten perlu dioptimalkan untuk berbagai platform digital, dilengkapi dengan tombol berbagi, serta mendorong audiens untuk menyebarkan konten tersebut. Konten yang mengundang interaksi seperti kuis, polling, atau ajakan berkomentar juga berpotensi lebih sering dibagikan oleh pengguna. Dengan menitikberatkan pada kebutuhan audiens serta memastikan bahwa konten yang dibuat bersifat relevan, menarik, dan mudah untuk disebarluaskan, maka strategi perencanaan konten dapat berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan eksistensi dan citra merek.

Lebih lanjut, Kosim dan Loisa (2023) dalam (Sutanto, 2024), menjelaskan bahwa proses pembuatan konten melibatkan kreativitas yang terintegrasi dalam tahapan perencanaannya. Pembuatan konten tidak hanya menekankan pada aspek artistik, tetapi juga strategi yang efektif guna mendukung performa proyek secara keseluruhan. Dalam praktiknya, pembuatan konten video dilakukan di beberapa lokasi seperti pabrik, supermarket, dan tempat lainnya. Salah satu lokasi utama pengambilan video adalah pabrik produksi Rivero, yang menampilkan proses manufaktur modern dan sistematis. Di pabrik ini, produksi dilakukan melalui tahapan yang terstruktur, dimulai dari penerimaan bahan mentah hingga proses pemotongan, pengepresan, dan pengemasan dengan bantuan mesin berteknologi tinggi untuk menjamin efisiensi dan kualitas produk akhir.

Selain aktivitas produksi, pengambilan video juga dilakukan di pabrik ini sebagai bagian dari strategi promosi dan dokumentasi perusahaan. Area-area tertentu diatur khusus sebagai lokasi pengambilan gambar, lengkap dengan

pengaturan pencahayaan dan dekorasi yang mendukung kualitas visual. Materi video yang dihasilkan meliputi proses produksi, teknologi yang digunakan, serta wawancara dengan para karyawan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai operasional perusahaan. Dengan pendekatan ini, pabrik Rivero tidak hanya menunjukkan komitmennya terhadap kualitas produksi, tetapi juga menghadirkan transparansi dan daya tarik visual yang kuat melalui konten multimedia. Hal ini berperan penting dalam memperkuat citra merek dan membangun kepercayaan konsumen terhadap dedikasi perusahaan dalam menjunjung tinggi kualitas dan inovasi.

- Proses *Editing*



Gambar 3. 4: Draft Vidio untuk Konten

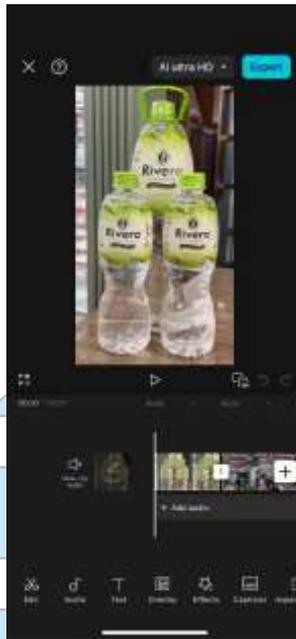
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Setelah proses pengambilan gambar selesai dilakukan di lokasi, tahap awal dalam pengeditan konten adalah menyortir seluruh rekaman video yang diperoleh. Langkah ini mencakup peninjauan menyeluruh terhadap semua materi yang tersedia, pemilihan adegan yang paling sesuai dan menarik, serta penghapusan bagian-bagian yang dianggap kurang relevan atau berkualitas rendah. Setelah penyortiran selesai, rekaman yang telah dipilih kemudian dimasukkan ke dalam aplikasi pengeditan video, seperti *CapCut*. Di dalam aplikasi tersebut, proses

dimulai dengan menyusun urutan adegan agar sesuai dengan narasi atau alur cerita yang telah dirancang sebelumnya. Tahap ini mencakup pemotongan dan penyusunan ulang klip untuk menciptakan alur visual yang runtut dan menyatu secara logis.

Selanjutnya, dilakukan penyuntingan secara mendetail, termasuk penyesuaian elemen visual seperti warna, kontras, dan tingkat kecerahan agar kualitas tampilan tetap konsisten di seluruh bagian video. Transisi antar adegan juga diberi perhatian khusus guna menjaga daya tarik visual bagi penonton. Selain aspek visual, elemen audio pun menjadi bagian penting dalam proses pengeditan. Musik latar yang sesuai ditambahkan, dan suara diedit agar terdengar jernih dan seimbang. Jika diperlukan, teks dan elemen grafis juga dimasukkan untuk menambahkan informasi atau memperkuat narasi video. Tahap terakhir adalah melakukan peninjauan keseluruhan terhadap hasil akhir video. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap unsur telah diperhatikan dengan baik dan pesan yang ingin disampaikan telah tersampaikan dengan jelas dan efektif. Setelah semua tahapan selesai dan video dinyatakan siap, konten tersebut dapat dipublikasikan kepada audiens yang dituju.





Gambar 3.5: Proses *Editing* dengan *CapCut*
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Dalam proses pengeditan video menggunakan aplikasi *CapCut*, tahap pertama yang dilakukan adalah mengimpor seluruh rekaman (*footage*) yang telah diperoleh ke dalam perangkat lunak tersebut. Setelah itu, proses dilanjutkan dengan menyusun urutan adegan berdasarkan alur cerita yang telah dirancang sebelumnya. *CapCut* menyediakan berbagai fitur yang memudahkan pengguna dalam menyisipkan transisi antar adegan, baik yang bersifat sederhana maupun transisi kreatif yang selaras dengan tema video.

Setelah susunan adegan terbentuk, langkah berikutnya adalah menambahkan elemen visual pendukung seperti teks dan grafis untuk memperkuat penyampaian pesan atau memberikan informasi tambahan. *CapCut* menyediakan beragam pilihan gaya tulisan dan jenis huruf (*font*) yang dapat disesuaikan dengan karakteristik video yang diinginkan. Penggunaan efek visual seperti pengaturan warna, pencahayaan, dan kontras juga dimanfaatkan guna memperbaiki tampilan estetika video secara keseluruhan. Selain aspek visual, kualitas audio juga menjadi perhatian penting dalam proses pengeditan dengan *CapCut* memungkinkan pengguna untuk menambahkan musik latar yang sesuai dengan nuansa dan tema video, serta mengedit elemen suara agar terdengar jernih dan seimbang. Proses ini

mencakup pengaturan volume, penyesuaian efek suara, serta memastikan bahwa narasi atau dialog terdengar jelas.

Setelah seluruh elemen video baik visual maupun audio telah diolah, tahap akhir adalah melakukan peninjauan keseluruhan untuk memastikan bahwa transisi, teks, efek visual, dan suara telah terintegrasi secara harmonis dan sesuai dengan konsep yang telah direncanakan. Jika semua telah sesuai, video siap untuk dipublikasikan kepada audiens yang ditargetkan.

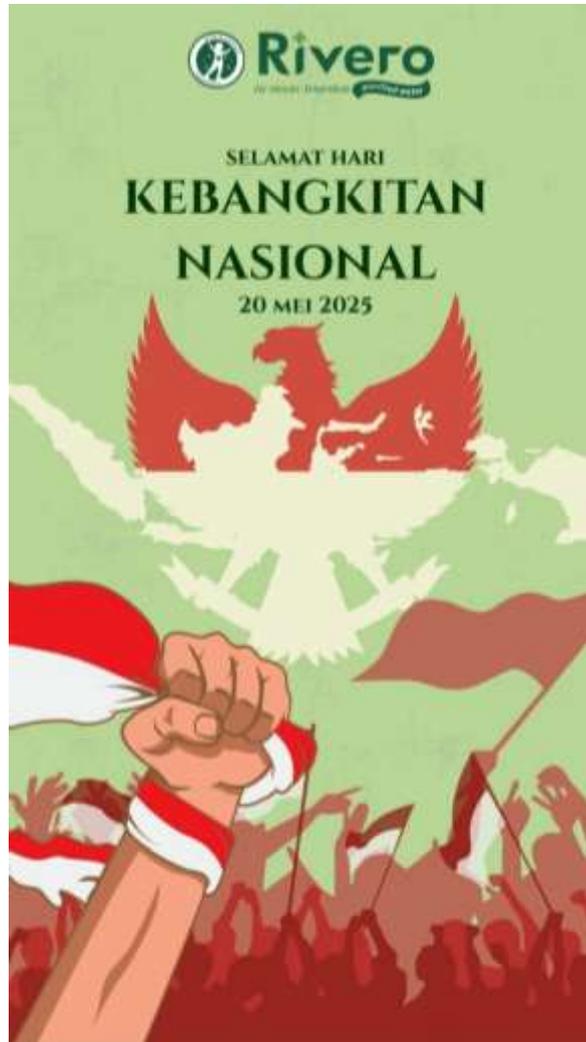
3.2.4 Visual Design

Perkembangan desain dalam beberapa waktu terakhir menunjukkan kemajuan yang sangat signifikan. Ilmu desain komunikasi visual kini berkolaborasi dengan berbagai disiplin ilmu lainnya untuk menghasilkan beragam karya yang disesuaikan dengan bentuk media serta kebutuhan dari target audiens (Yulius & Pratama, 2021). Dalam merancang konten untuk *Instagram* dan *Tiktok*, terdapat dua format utama yang perlu diperhatikan, yaitu *feeds* dan *story*. Untuk konten *feed*, penting untuk menyiapkan foto-foto dengan kualitas tinggi yang mampu menarik perhatian dan sejalan dengan citra visual merek. Foto-foto ini sebaiknya memiliki pencahayaan optimal, komposisi yang estetis, serta tampilan visual yang konsisten. Penataan setiap gambar juga harus disesuaikan agar membentuk keselarasan tata letak feed secara keseluruhan, sehingga menciptakan tampilan yang menarik dan mendorong audiens untuk mengeksplorasi lebih jauh.

Sementara itu, konten untuk *story* memerlukan pendekatan desain yang lebih aktif dan interaktif. Hal ini dapat diwujudkan melalui penambahan teks yang menarik, penggunaan stiker, serta filter yang sesuai dengan tema. *Story* juga sangat efektif digunakan untuk kegiatan promosi langsung, seperti *unboxing* produk, testimoni pelanggan, ataupun cuplikan di balik layar dari proses produksi. Kreativitas dan konsistensi dalam setiap desain *story* sangat penting, sekaligus memastikan bahwa pesan yang disampaikan mudah dipahami dengan cepat oleh para pengguna.

Kedua format tersebut perlu dirancang sejalan dengan strategi pemasaran menyeluruh serta identitas merek Rivero. Desain visual harus mampu

mencerminkan karakteristik unik merek, melalui pemilihan warna, jenis huruf, dan elemen grafis lainnya yang konsisten dengan branding Rivero. Dengan demikian,



Gambar 3. 6: Contoh Konten Untuk *Story*
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

desain konten Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media visual, tetapi juga menjadi sarana yang efektif dalam membangun kesadaran merek, mendorong keterlibatan audiens, serta memperkuat loyalitas konsumen.

Gambar di atas menampilkan contoh konten *Instagram Story* yang dibuat dalam rangka memperingati Hari Kebangkitan Nasional. Konten-konten tersebut diharapkan mampu meningkatkan interaksi dengan audiens melalui akun *Instagram* @riveromurni.



Gambar 3. 8: Contoh Feeds Instagram Rivero

Sumber: Dokumen Pribadi Perusahaan

Selain itu, terdapat contoh desain *feed Instagram* Rivero yang menampilkan cara pembuatan *infused water*. Konten ini dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian audiens sekaligus mengajak mereka menjalani gaya hidup lebih sehat bersama produk Rivero.



Gambar 3. 7: Contoh Instagram Feeds

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis

Terdapat juga desain *Instagram Feed* yang berisi informasi mengenai produk Rivero. Desain ini mengusung tema alam, yang merepresentasikan bahwa Rivero berasal dari sumber air alami pegunungan dan telah melalui berbagai tahapan proses produksi. Namun, konten ini belum dipublikasikan di akun *Instagram* Rivero karena masih tertunda akibat adanya kendala saat proses *Quality Check* oleh pihak atasan.

3.2.5 Quality Check

Kualitas adalah elemen mendasar dalam menciptakan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, dalam proses produksi suatu barang, perusahaan harus memberikan perhatian khusus terhadap kualitas agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen (Andespa, 2020), sedangkan *Quality check* atau pemeriksaan kualitas merupakan tahapan penting dalam proses pengembangan desain grafis guna memastikan bahwa hasil akhir telah memenuhi standar yang ditetapkan dan sesuai dengan ekspektasi klien. Berdasarkan penjelasan dalam buku Manajemen Kualitas dalam Desain Grafis oleh Suryadi (2018) dalam (Sutanto, 2024), *quality check* mencakup beberapa aspek utama. Pertama, akurasi desain, yang berarti memastikan bahwa hasil desain sesuai dengan brief yang telah diberikan, meliputi pemilihan warna, tipografi, tata letak, serta elemen-elemen visual lainnya. Desain juga harus mengikuti pedoman merek yang telah ditentukan untuk menjaga konsistensi identitas visual. Kedua, aspek visual yang berkaitan dengan resolusi gambar, kejelasan teks, dan harmonisasi antar elemen grafis. Gambar harus tajam dan teks mudah dibaca. Ketiga, aspek fungsionalitas, yaitu memastikan bahwa desain dapat ditampilkan dengan optimal di berbagai platform dan media yang digunakan.

Selain pada desain grafis, proses *Quality Check* (QC) juga diterapkan dalam konten video sebagai bagian dari tahapan akhir sebelum publikasi. Setelah proses pengeditan selesai, tim Konten Marketing melakukan evaluasi menyeluruh terhadap video untuk memastikan kualitasnya sesuai dengan standar. Pemeriksaan dimulai dari aspek visual, memastikan bahwa pemotongan adegan dilakukan dengan rapi, transisi berjalan lancar, dan tidak terdapat gangguan visual seperti

noise berlebih atau gambar pecah. Teks dan elemen grafis juga dievaluasi agar tampil jelas dan tidak mengganggu pengalaman menonton.

Selanjutnya, evaluasi dilakukan terhadap audio, mencakup kejelasan suara narasi atau dialog, serta keseimbangan musik latar agar tidak menutupi suara utama. Sinkronisasi antara visual dan audio juga diperiksa untuk memastikan timing yang tepat antara efek suara dan adegan. Selain itu, ditinjau kembali apakah pesan yang disampaikan telah tersampaikan secara efektif dan sesuai dengan tujuan konten. Pada tahap akhir, video diperiksa untuk memastikan kesesuaian dengan pedoman yang berlaku, termasuk aspek hak cipta dan sensitivitas konten. Dengan menjalankan proses *Quality Check* secara menyeluruh, baik pada desain grafis maupun video, dapat dipastikan bahwa konten yang dipublikasikan memiliki kualitas tinggi dan mampu memberikan pengalaman yang maksimal bagi audiens.

3.2.6 Tugas Tambahan

Selain menjalankan tanggung jawab utama sebagai *Social Media Marketing*, terdapat pula tugas tambahan dari perusahaan berupa keterlibatan dalam perencanaan kegiatan *gathering* karyawan Rivero. Tugas ini mencakup proses pemilihan lokasi acara hingga penyusunan rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan. Penugasan ini menjadi kesempatan untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh melalui mata kuliah *Special Event*, khususnya dalam hal perencanaan, koordinasi, dan pelaksanaan acara yang bersifat khusus dan melibatkan banyak peserta.

3.3 Kendala yang ditemukan

A. Kendala dari Penulis

Salah satu tantangan utama yang kerap dihadapi adalah menjaga konsistensi dalam menciptakan konten yang tetap menarik dan tidak monoton. Seiring berjalannya waktu, penulis sering kali dituntut untuk terus menghasilkan materi yang segar dan menghibur. Namun, hal ini tidaklah mudah, karena untuk mempertahankan daya tarik, ide-ide konten harus tetap relevan dengan situasi terkini.

Salah satu strategi efektif untuk mempertahankan relevansi adalah dengan mengikuti tren yang sedang berkembang. Namun demikian, dengan kebutuhan produksi konten yang cukup banyak, penulis kerap mengalami kesulitan dalam menemukan gagasan baru yang tetap selaras dengan tren yang berubah dengan cepat. Di sisi lain, perusahaan PT Mitra Anugerah Sejahtera Pratama beroperasi di bawah pengawasan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM), yang menerapkan regulasi ketat terkait promosi dan periklanan. Oleh karena itu, tidak semua tren populer dapat digunakan secara bebas dalam konten pemasaran. Aturan-aturan yang diberlakukan BPOM membatasi ruang gerak dalam mengadopsi tren yang sedang viral, sehingga sering kali sulit untuk menyesuaikan tren tersebut dengan produk atau tema yang akan diangkat.

Kondisi ini pada akhirnya dapat berdampak pada menurunnya tingkat keterlibatan audiens terhadap konten yang disajikan, karena keterbatasan dalam menghadirkan variasi dan kebaruan dalam materi promosi yang dihasilkan.

B. Kendala dari Perusahaan

Salah satu hambatan yang dihadapi oleh perusahaan adalah lambatnya respons dari pihak atasan. Setiap kali terdapat rencana baru seperti proyek kreatif, perencanaan konten, atau konten yang telah selesai diproduksi, semuanya harus melalui proses pengecekan terlebih dahulu oleh atasan. Namun, tanggapan dari *Head of Marketing* sering kali memerlukan waktu yang cukup lama. Hal ini menyebabkan keterlambatan dalam proses unggah konten yang seharusnya sudah dapat dipublikasikan, bahkan beberapa materi masih tertunda karena belum memperoleh persetujuan hingga saat ini.

C. Kendala dari Universitas

Berbagai tantangan terkait dengan perkuliahan juga muncul. Salah satu masalah utama adalah minimnya kesempatan praktik langsung yang diberikan oleh universitas, sehingga penulis perlu beradaptasi dengan kondisi di lapangan saat menjalani masa magang.

3.4 Solusi untuk Kendala yang ditemukan

A. Solusi Bagi Penulis

Untuk menjaga konsistensi dalam menghasilkan konten yang menarik, penulis dapat mempertimbangkan pengembangan strategi perencanaan konten yang lebih terstruktur, misalnya dengan membuat kalender editorial yang mengakomodasi tren terkini. Selain itu, kolaborasi bersama tim kreatif serta riset pasar yang lebih mendalam dapat membantu dalam mengenali tren yang relevan dan menciptakan ide konten yang lebih inovatif. Dalam menghadapi keterbatasan mengikuti tren akibat regulasi dari BPOM, perusahaan dapat menempatkan nilai keamanan dan kepatuhan sebagai prioritas utama. Strategi pemasaran yang lebih kreatif dan unik dapat dikembangkan agar tetap mampu menarik perhatian audiens tanpa melanggar aturan yang berlaku.

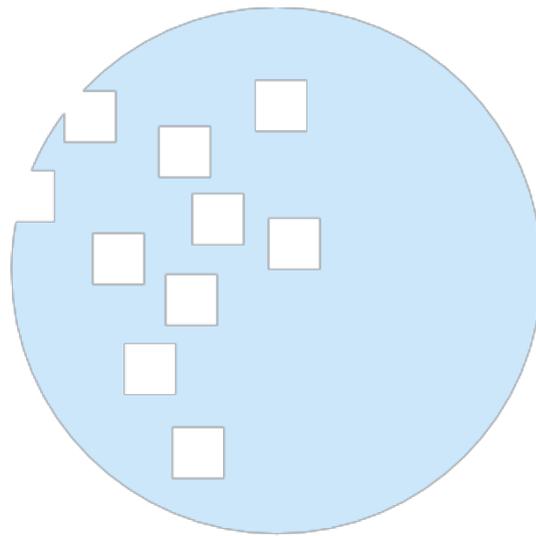
B. Solusi Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat mengimplementasikan beberapa solusi, seperti menetapkan jadwal atau tenggat waktu yang jelas bagi atasan untuk memberikan persetujuan, agar setiap proyek dan konten memiliki batas waktu peninjauan yang tegas. Selain itu, memberikan wewenang lebih besar kepada tim marketing untuk mengambil keputusan operasional terkait konten yang tidak memerlukan persetujuan strategis, sehingga konten rutin dapat langsung dipublikasikan tanpa menunggu persetujuan yang memakan waktu. Terakhir, mengadakan pelatihan bagi tim marketing dan atasan mengenai manajemen waktu dan penentuan prioritas agar proses persetujuan berjalan lebih cepat dan efektif. Dengan menerapkan solusi tersebut, diharapkan alur kerja dapat dipercepat dan konten dapat diunggah tepat waktu, sehingga meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital Rivero.

C. Solusi Bagi Universitas

Dalam menghadapi tantangan kurangnya praktik langsung dari universitas, penting bagi mahasiswa magang untuk secara proaktif mencari pengalaman praktis di luar lingkungan akademik. Hal ini dapat dilakukan dengan mengikuti proyek ekstrakurikuler, magang, atau pekerjaan paruh waktu yang relevan dengan bidang studi. Selain itu, pembinaan dan dukungan dari pihak

perusahaan maupun universitas juga sangat membantu mahasiswa magang dalam mengatasi kendala tersebut dan berkembang di lingkungan kerja nyata.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA