

## BAB III PELAKSANAAN

### KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani program kerja praktik di PT Astro Technologies Indonesia, penulis menempati posisi sebagai *Social Media Specialist Intern*. Posisi ini berada di bawah koordinasi Tim *Social Media Specialist*. Dalam pelaksanaannya, penulis mendapatkan arahan langsung dari *Social Media Specialist* yang berperan sebagai pembimbing utama selama magang. Penulis juga bekerja sama dengan Tim *Creative Marketing* dalam proses produksi konten untuk media sosial perusahaan. Dalam peran tersebut, penulis bertanggung jawab untuk membantu pengelolaan serta pengembangan strategi pemasaran digital melalui platform media sosial, yang bertujuan untuk meningkatkan brand awareness dan keterlibatan pelanggan. Selain itu, penulis turut berpartisipasi aktif dalam merancang dan melaksanakan berbagai kampanye digital yang dirancang agar selaras dengan visi dan misi perusahaan.

Selama menjalani program kerja magang, Penulis mendapat bimbingan secara langsung dari Nila Afrianti, yang menjabat sebagai *Social Media Specialist Manager* di PT Astro Technologies Indonesia. Penulis bekerja sama dengan beliau dalam mengurus segala tugas, mulai dari merancang konsep hingga mendapatkan persetujuan dari beliau sebagai pembimbing lapangan. Nila Afrianti memiliki tanggung jawab langsung kepada Lucius Simkoputra, yang menjabat sebagai *Director of Marketing Communication & Growth Hacking* di PT Astro Technologies Indonesia. Kolaborasi yang efisien dan komunikasi yang efektif menjadi landasan utama dalam memperkuat hubungan baik dengan berbagai pihak, baik itu internal maupun eksternal. Partisipasi dari tim Creative Marketing dianggap sebagai elemen kunci dalam mendukung pembangunan serta pemeliharaan hubungan yang baik di antara anggota tim. Dengan demikian, koordinasi yang baik menjadi aspek yang tidak dapat diabaikan dalam mencapai kesuksesan dan pertumbuhan yang berkelanjutan bagi PT Astro Technologies Indonesia.

Selama magang, penulis melakukan koordinasi bersama dengan *Social*

*Media Specialist Manager, Production Team dan Creative Marketing.*

Koordinasi dengan Social Media Specialist Manager biasanya diperlukan untuk menyusun konten yang akan diposting di platform media sosial, baik berupa foto maupun video. Di sisi lain, koordinasi dengan *Production Team* terjadi ketika divisi *Social Media Specialist* membutuhkan *shooting high quality content*. Terutama pada perayaan hari besar, penulis juga turut membantu dalam pembuatan video serta menjadi *talent* pada video tersebut. Terakhir, koordinasi dengan *Creative Marketing* dilakukan saat diperlukan bantuan terkait pengeditan foto *high quality*, pembuatan konten poster resolusi tinggi pada platform Instagram dan *editing* foto untuk platform social media PT Astro Technologies Indonesia.

Selama menjalani kegiatan magang di PT Astro Technologies Indonesia, penulis mengikuti alur kerja yang cukup sistematis dan dinamis, menyesuaikan dengan ritme kerja tim media sosial dan kalender kampanye perusahaan. Proses kerja dimulai dengan memahami arahan umum dari atasan mengenai tema atau fokus konten dalam periode tertentu. Biasanya, tema tersebut berkaitan dengan momen tertentu seperti hari besar nasional, kampanye bulanan, atau tren yang sedang viral di media sosial.

Setelah tipe konten seperti apa telah ditentukan, penulis melakukan riset tren serta mengumpulkan referensi konten yang relevan dan sesuai dengan karakteristik target audiens Astro. Riset ini menjadi dasar dalam merancang ide-ide konten yang kemudian dituangkan ke dalam dokumen *content plan*. Dalam *slides content plan* tersebut, penulis mencantumkan konsep visual, copywriting awal, tanggal unggah, dan platform yang digunakan seperti Instagram atau TikTok.

Tahap berikutnya adalah pembuatan konten, yang melibatkan penulisan caption, pengumpulan atau produksi bahan visual (foto atau video), serta *shooting* menggunakan kamera profesional untuk *high quality content*. Setelah materi konten selesai dibuat, konten tersebut disiapkan untuk dijadwalkan unggah sesuai dengan jam yang dianggap paling optimal berdasarkan *insight* media sosial yang telah dianalisis sebelumnya.

Setelah konten dipublikasikan, penulis memantau performa konten melalui metrik seperti jumlah tayangan, jangkauan, jumlah interaksi (likes, komentar, dan *shares*), serta feedback langsung dari audiens. Data ini kemudian diolah menjadi bahan evaluasi untuk mengukur efektivitas konten dan menentukan strategi perbaikan untuk unggahan selanjutnya.

Alur ini berlangsung secara berulang dalam siklus mingguan atau bulanan, tergantung kebutuhan tim dan *content plan* perusahaan.

### **3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang**

Selama 640 jam bekerja di PT Astro Technologies Indonesia, penulis melakukan pekerjaan yang berkaitan dengan aktivitas pembuatan konten. Segala bentuk aktivitas dan tugas yang dilakukan oleh penulis akan dijabarkan secara lebih detail di bawah ini:

Sejak dimulainya masa magang, penulis ditempatkan pada posisi sebagai *Social Media Specialist Intern* di PT Astro Technologies Indonesia. Dalam posisi tersebut, penulis memiliki tanggung jawab untuk mendukung implementasi strategi pemasaran digital perusahaan melalui optimalisasi media sosial, dengan fokus utama pada peningkatan *brand awareness dan engagement* pelanggan. Salah satu aspek krusial dalam pemasaran melalui platform digital ini adalah membangun citra merek yang kuat, yang dicapai melalui komunikasi yang tepat sasaran dan penyajian konten yang menarik serta sesuai dengan kebutuhan audiens.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *quick commerce*, Astro menjadikan media sosial sebagai salah satu saluran utama untuk berkomunikasi dengan pelanggan sekaligus memperkenalkan berbagai layanan yang dimiliki. Oleh karena itu, Tim *Social Media Specialist* berperan penting dalam merancang dan mengembangkan strategi komunikasi digital yang mencerminkan karakter dan identitas merek Astro. Platform media sosial dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti memperkenalkan produk terbaru, menginformasikan promosi yang sedang berlangsung, menjalin interaksi dengan pelanggan, hingga membangun komunitas yang loyal terhadap merek.

Dalam pelaksanaan magang, penulis lebih difokuskan pada pengelolaan akun media sosial seperti Instagram dan TikTok, yang merupakan platform utama untuk menjangkau serta membangun hubungan dengan audiens. Jenis konten yang dikelola beragam, mulai dari promosi produk, tips berbelanja, informasi tren terkini, hingga konten interaktif yang melibatkan audiens melalui fitur komentar dan pesan langsung (*direct message*). Selain itu, media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai inti dan budaya kerja perusahaan kepada masyarakat secara luas.

Di samping pengelolaan konten harian, penulis juga turut berpartisipasi dalam sejumlah kampanye digital serta kegiatan *event online* yang diselenggarakan oleh tim marketing. Setiap kegiatan memiliki tujuan yang berbeda-beda, mulai dari meningkatkan visibilitas merek, mendorong interaksi dengan pelanggan, hingga memperkenalkan fitur baru yang ditawarkan oleh Astro. Sebagai bagian dari tim *Social Media Specialist*, penulis terlibat dalam seluruh proses pelaksanaan *event*, mulai dari tahap perencanaan (*pre-event*), pelaksanaan kegiatan (*event execution*), hingga proses evaluasi dan publikasi hasil kegiatan (*post-event*).

Setiap dokumentasi kegiatan kemudian dipublikasikan melalui akun media sosial resmi milik Astro. Oleh karena itu, setiap rangkaian acara perlu direncanakan secara strategis agar sejalan dengan tujuan pemasaran perusahaan. Dalam merumuskan strategi komunikasi yang optimal, tim turut mempertimbangkan tren media sosial yang sedang berkembang serta melakukan analisis terhadap aktivitas kompetitor sebagai acuan dan bahan pertimbangan.

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Adapun tanggung jawab utama yang dijalankan oleh seorang *Social Media Specialist Intern* selama kegiatan magang meliputi hal-hal berikut:

<b><i>Brainstorming</i></b>	Penulis turut ambil bagian dalam sesi diskusi kreatif yang dilaksanakan bersama Tim <i>Social</i>
-----------------------------	---

	<p><i>Media Specialist</i> dan <i>Creative Marketing</i> dengan tujuan merancang konsep konten yang selaras dengan strategi pemasaran digital Astro. Kegiatan <i>brainstorming</i> ini bertujuan untuk menggali ide-ide yang inovatif dan relevan guna meningkatkan keterlibatan audiens secara optimal. Berdasarkan pandangan Kotler &amp; Keller (2016), proses <i>brainstorming</i> dalam konteks pemasaran digital berperan penting dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif serta mampu beradaptasi dengan dinamika tren pasar yang terus berubah.</p>
<p><b>Reviewer</b></p>	<p>Penulis bertanggung jawab untuk meninjau kembali konten yang telah dibuat sebelum dipublikasikan guna memastikan kesesuaian dengan standar perusahaan serta menghindari kesalahan dalam aspek visual, teks, atau copywriting. Setelah itu penulis akan meninjau kembali konten-konten yang telah diunggah melalui likes, views, dan comment dan melihat konten seperti apa yang diinginkan oleh audiens PT. Astro Technologies Indonesia.</p>
<p><b>Content Planning</b></p>	<p>Penulis memiliki tanggung jawab dalam merancang <i>content plan</i> yang mencakup perencanaan topik, format konten, serta penjadwalan unggahan di platform media sosial milik Astro. Penyusunan</p>

	<p>rencana ini didasarkan pada hasil riset terhadap tren digital yang sedang berkembang serta analisis terhadap perilaku dan preferensi audiens, dengan tujuan utama meningkatkan interaksi dan keterlibatan pengguna. Menurut Chaffey &amp; Ellis-Chadwick (2019), perencanaan konten yang dilakukan secara sistematis dan berbasis data sangat penting dalam membangun keterlibatan konsumen serta menciptakan konsistensi pesan merek dalam lingkungan digital yang kompetitif.</p>
<b><i>Content Production</i></b>	<p>Penulis memproduksi berbagai jenis konten visual, seperti video pendek, gambar informatif, reels, dan infografis yang dipublikasikan melalui platform Instagram dan TikTok milik Astro. Konten yang disusun secara menarik dan relevan di media sosial memiliki potensi tinggi untuk menyebar secara luas (<i>viral</i>), terutama apabila mampu membangun keterlibatan emosional dan mendorong partisipasi aktif dari pengguna.</p>
<b>Dokumentasi</b>	<p>Selain memproduksi konten, penulis juga bertanggung jawab dalam mendokumentasikan berbagai kegiatan internal perusahaan, seperti acara dan kampanye yang berkaitan dengan strategi pemasaran digital Astro. Hasil dokumentasi ini kemudian diolah menjadi materi promosi yang siap dipublikasikan melalui media social.</p>

<p><b>Admin Media Sosial</b></p>	<p>Dalam menjalankan peran sebagai admin media sosial, penulis bertugas mengelola jadwal publikasi konten, memberikan respons terhadap interaksi audiens baik melalui kolom komentar maupun pesan pribadi, serta memantau respons dan umpan balik pengguna terhadap setiap konten yang diunggah. Tugas ini bertujuan untuk mendorong peningkatan keterlibatan audiens dengan merek dan membangun komunitas digital yang aktif serta memiliki loyalitas tinggi.</p>
<p><i>Copywriter</i></p>	<p>Penulis memiliki tanggung jawab dalam menyusun teks promosi, seperti caption untuk media sosial, dengan gaya bahasa yang komunikatif, singkat, dan selaras dengan identitas merek Astro. Konten tulisan tersebut dirancang agar mampu menarik perhatian audiens secara cepat dan mendorong terjadinya interaksi. Bly (2005) menyatakan bahwa copywriting yang efektif harus dapat segera membangkitkan ketertarikan pembaca serta mendorong mereka untuk melakukan tindakan yang sesuai dengan sasaran pemasaran yang telah ditentukan.</p>

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 3.2.1 Tugas yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang  
Sumber: Olahan Penulis (2025)

Melalui berbagai tugas yang dijalankan selama magang, penulis berhasil memperoleh pengalaman serta pencapaian yang signifikan. Penulis menjadi lebih kreatif dalam merancang konten yang menarik, lebih memahami cara berkomunikasi dengan bahasa yang efektif dan tepat, serta mengembangkan keterampilan dalam pengelolaan media sosial secara optimal. Selain itu, penulis juga semakin mengerti langkah-langkah persiapan yang diperlukan sebelum menyelenggarakan sebuah acara, sehingga dapat melaksanakan tugas-tugas dengan lebih terstruktur dan profesional.

### **3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

Selama menjalani kegiatan magang, penulis mendapatkan sejumlah tanggung jawab yang bertujuan mendukung strategi pemasaran media sosial di PT Astro Technologies Indonesia, yang uraian tugasnya dijelaskan sebagai berikut:

#### **3.2.2.1 *Brainstorming***

Dalam menjalankan perannya sebagai *Social Media Specialist Intern* di PT Astro Technologies Indonesia, penulis turut terlibat dalam proses brainstorming yang dilaksanakan secara kolektif bersama seluruh anggota tim yang berkaitan. Sesi brainstorming ini bertujuan untuk menghasilkan berbagai ide kreatif dan solusi secara spontan, yang kemudian akan dimanfaatkan dalam pengembangan konten media sosial perusahaan. Diskusi ini berlangsung dalam suasana terbuka, mendorong setiap anggota untuk berpikir secara inovatif serta menyampaikan ide sebanyak mungkin demi merumuskan strategi komunikasi digital yang efektif.

Kerja sama tim memegang peranan penting dalam mendukung kelancaran aktivitas ini. Katzenbach dan Smith (1993) menyatakan bahwa sebuah tim yang efektif terdiri dari individu-individu dengan kemampuan yang saling melengkapi,

memiliki komitmen terhadap tujuan bersama, bertanggung jawab atas hasil kerja kolektif, serta menjalankan metode kerja yang telah disepakati bersama.

Hal ini menunjukkan bahwa hasil yang dicapai secara tim akan lebih optimal dibandingkan dengan hasil individu. Dalam praktiknya, sesi brainstorming rutin dilakukan oleh tim Astro guna mengeksplorasi ide-ide yang relevan dengan identitas merek serta sesuai dengan preferensi target audiens.

Penulis bersama tim berdiskusi mengenai konsep konten, segmentasi audiens, dan tren sosial media terkini, khususnya dalam menyusun strategi peningkatan *engagement* pada platform Instagram dan TikTok. Misalnya, ketika menyusun rencana untuk konten video pendek atau visual berbasis tren viral, tim mempertimbangkan aspek kesesuaian terhadap karakteristik brand Astro.

Sebelum menentukan konsep final, dilakukan riset mendalam terhadap perilaku dan minat audiens, serta analisis terhadap performa konten sebelumnya. Evaluasi ini berfungsi sebagai pijakan untuk merumuskan pendekatan yang lebih strategis dan efisien dalam meningkatkan interaksi pengguna. Lingkungan brainstorming yang diciptakan bersifat kondusif, terbuka, dan terarah agar semua anggota merasa nyaman dalam menyampaikan ide. Hal ini tidak hanya meningkatkan kreativitas, namun juga membangun rasa percaya diri tim dalam mengembangkan dan mengeksekusi ide-ide tersebut.

Dengan demikian, proses *brainstorming* menjadi tahap krusial yang tidak hanya menginisiasi pembuatan konten, tetapi juga menjadi pilar utama dalam memastikan efektivitas komunikasi pemasaran digital Astro. Melalui kegiatan ini, tim dapat terus berinovasi serta menyajikan konten yang relevan dan menarik sehingga mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat eksistensi merek di ranah media sosial.



Gambar 3.1 Bukti kerja sedang brainstorming untuk konten

### 3.2.2.2 Reviewer

Sebagai *reviewer*, penulis bertugas untuk meninjau materi publikasi digital sebelum dipublikasikan dengan tujuan memastikan kesesuaian konten terhadap standar perusahaan serta meningkatkan kualitas pesan yang disampaikan. Tugas ini tidak berfokus pada ulasan produk, melainkan pada evaluasi desain dan isi konten visual yang akan tayang di platform digital.

Penulis bekerja sama dengan pihak agensi pembuat konten, yang secara berkala mengirimkan rencana konten bulanan (*monthly content plan*) kepada tim internal. Dalam hal ini, penulis memiliki tanggung jawab awal untuk melakukan review terhadap konten yang meliputi elemen visual seperti pemilihan warna, tipografi, tata letak desain, hingga penempatan logo perusahaan, guna memastikan bahwa setiap materi sejalan dengan pedoman identitas merek.

Proses peninjauan ini dilakukan satu hari sebelum jadwal publikasi, atau pada hari yang sama, sebelum diajukan kepada atasan untuk memperoleh persetujuan akhir. Jika ditemukan ketidaksesuaian, penulis memberikan umpan balik kepada agensi dalam bentuk revisi yang terperinci. Sebaliknya, apabila konten telah memenuhi standar, penulis mengkonfirmasi kepada agensi bahwa konten dapat segera dipublikasikan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), konsistensi dalam komunikasi pemasaran merupakan kunci dalam membangun dan mempertahankan identitas merek yang kuat. Oleh karena itu, proses review ini menjadi salah satu langkah penting untuk menjaga kesinambungan visual serta naratif dalam seluruh saluran komunikasi perusahaan. Penulis juga memperoleh pemahaman mendalam mengenai selera audiens dan dapat mengevaluasi efektivitas konten dalam membangun *engagement* di media sosial.



Gambar 3.2 Bukti kerja sedang review konten

Penulis bekerja sama dengan pihak agensi pembuat konten, yang secara berkala mengirimkan rencana konten bulanan (*monthly content plan*) kepada tim internal. Dalam hal ini, penulis memiliki tanggung jawab awal untuk melakukan review terhadap konten yang meliputi elemen visual seperti pemilihan warna, tipografi, tata letak desain, hingga penempatan logo perusahaan, guna memastikan bahwa setiap materi sejalan dengan pedoman identitas merek.

Proses peninjauan ini dilakukan satu hari sebelum jadwal publikasi, atau pada hari yang sama, sebelum diajukan kepada atasan untuk memperoleh persetujuan akhir. Jika ditemukan ketidaksesuaian, penulis memberikan umpan balik kepada agensi dalam bentuk revisi yang terperinci. Sebaliknya, apabila konten telah memenuhi standar, penulis mengkonfirmasi kepada agensi bahwa konten dapat segera dipublikasikan.

Menurut Kotler dan Keller (2016), konsistensi dalam komunikasi pemasaran merupakan kunci dalam membangun dan mempertahankan identitas merek yang kuat. Oleh karena itu, proses review ini menjadi salah satu langkah penting untuk menjaga kesinambungan visual serta naratif dalam seluruh saluran komunikasi perusahaan. Penulis juga memperoleh pemahaman mendalam mengenai selera audiens dan dapat mengevaluasi efektivitas konten dalam membangun *engagement* di media sosial.

### **3.2.2.3 Content Planning**

Selama menjalani magang sebagai *Social Media Specialist Intern* di PT Astro Technologies Indonesia, penulis turut berperan aktif dalam proses *content planning*, yaitu perencanaan strategis terhadap seluruh konten yang akan dipublikasikan melalui media sosial perusahaan. Tahapan ini sangat penting karena berfungsi sebagai fondasi dalam memastikan bahwa setiap konten yang dibuat selaras dengan tujuan komunikasi merek, relevan dengan kebutuhan audiens, serta dipublikasikan secara konsisten.

Perencanaan konten mencakup penentuan tema, jenis konten, jadwal publikasi, serta penyesuaian format konten dengan karakteristik masing-masing platform digital seperti Instagram, TikTok, dan *LinkedIn*. Penulis menyusun *content calendar* atau kalender editorial bulanan yang mencantumkan urutan publikasi

konten berdasarkan momen penting, tren sosial yang sedang berkembang, dan kampanye pemasaran perusahaan. Proses ini dilakukan bersama tim internal serta berkoordinasi dengan agensi konten eksternal guna memastikan integrasi dan efisiensi kerja antar tim.

Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019), perencanaan konten yang baik memerlukan pemahaman menyeluruh terhadap audiens sasaran, tujuan bisnis, serta *channel* distribusi, agar komunikasi digital dapat mencapai hasil yang optimal. Dalam praktiknya, penulis dan tim memulai proses perencanaan dengan melakukan analisis performa konten sebelumnya melalui *insight* media sosial, kemudian merumuskan strategi baru berdasarkan data tersebut untuk meningkatkan jangkauan (*reach*) dan keterlibatan pengguna (*engagement*).

Penulis juga memperhatikan momen penting seperti hari besar nasional, kampanye tematik, serta tren mingguan yang relevan, untuk memastikan konten tetap kontekstual dan aktual. Kalender konten yang disusun mencakup rincian jenis konten (seperti edukatif, promosi, atau hiburan), waktu unggah, serta target audiens utama. Selain itu, dilakukan juga pemetaan pesan utama (*key message*) dari setiap konten agar tetap konsisten dengan identitas merek Astro.

Tahapan content planning ini melibatkan kolaborasi antar bagian, termasuk diskusi dengan desainer grafis dan copywriter untuk menyamakan pemahaman tentang arah visual dan pesan konten. Setelah rencana konten disusun, dokumen tersebut akan diajukan kepada supervisor untuk di *review* dan mendapatkan persetujuan akhir sebelum dieksekusi.

Perencanaan konten yang sistematis tidak hanya mendukung efektivitas operasional tim media sosial, tetapi juga memberikan kontribusi penting dalam membangun citra merek yang profesional dan konsisten. Seperti yang dijelaskan oleh Pulizzi (2014), perencanaan strategis dalam pemasaran konten memungkinkan perusahaan menyampaikan nilai kepada audiens dengan cara yang berkelanjutan dan bermakna.

Melalui keterlibatan dalam proses *content planning*, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola strategi komunikasi digital yang terstruktur, serta keterampilan dalam merancang kalender konten yang efektif. Hal ini menjadi

bekal penting bagi penulis dalam memahami praktik terbaik manajemen konten di lingkungan profesional.

		Week1						
		Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
		3	4	5	6	7	8	9
		ENGAGEMENT CONTENT						
TEAM		Campaign (Ramadan)				Ibarat Takjil Score		
TIME POST								
IG Feed		Ide Menu buka puasa selama seminggu + Jadwal insak (Yulie)				Launching Giveaway Ibarat Takjil Score (Jess)		
TEAM			Campaign (Ramadan)				Campaign (Ramadan)	
TIME POST					Campaign (Ramadan)			
IG Story			UGC Battle Gorengan Andalan Buka Puasa (Yulie)				UGC Rekomendasi menu takjil dan AstroFriends (Jess)	
TEAM			Ibarat Takjil Score		Ibarat Takjil Score			
TIME POST								
IG Story AG			Teaser H-3 Giveaway Ibarat Takjil Score (Yulie)		Teaser H-1 Giveaway Ibarat Takjil Score (Yulie)			
TEAM			Campaign (Ramadan)				Ibarat Takjil Score	Referral
TIME								

Gambar 3. 3 Content Plan Instagram PT Astro Technologies Indonesia

Sumber: Google sheets astronauts.id (2025)

Yang diatas adalah salah satu bentuk content plan di minggu pertama bulan Maret 2025 yang sudah diisi referensi dan ide konten oleh penulis untuk platform Instagram.

		WEEK 1						
		Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
		3	4	5	6	7	8	9
		TIKTOK CONTENT						
TEAM								
TIME POST								
Tiktok Carousel		Socmed Intern Ask for Talent		POV Belanja tanpa harus ngantri sana sini #15menitsampai (ref joget kerrnick lamar)	Berbukalah dengan yang manis (ref)			
TEAM								
TIME POST								
Tiktok Video		POV: Ramadan bersama Astro (ref)	Resep Es buah (ref)	Aku kelka bulan puasa nahhan buet ga jajan, tapi baru jam 12 udah ngeliat apa aja yang mau di beli (ref)	A Day In My Life Employee Astro Selama Ramadan	Temen non-is semangat cari takjil https://vt.tiktok.com/ZSMuPsL4G/		
TEAM			Campaign (Ramadan)		Campaign (Ramadan)	Campaign (Ramadan)	Indo Score	Referral
TIME POST								
IG Reels		Perbedaan Uang	Food Prep Sahur Ala Anak Kos		Rekomendasi Sayur sehat selama puasa	Food Prep Buka puasa Ala Anak Kos	Launching Giveaway Indo Score	Reminder Referral code
		WEEK 2						
		Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
		10	11	12	13	14	15	16

Gambar 3. 4. Content Plan TiktTok PT Astro Technologies Indonesia

Sumber: Google sheets astronauts.id (2025)

Yang diatas adalah salah satu bentuk content plan di minggu pertama bulan Maret 2025 yang sudah diisi referensi dan ide konten oleh penulis untuk platform

Tiktok.

#### 3.2.2.4 Content Production

Berdasarkan pemaparan Chaffey dan Ellis-Chadwick (2016) dalam buku *Digital Marketing Strategy, Implementation, and Practice*, content marketing dapat dipahami sebagai proses pengelolaan berbagai bentuk konten—baik berupa teks, media interaktif, audio, maupun video—yang ditujukan untuk menarik perhatian serta membangun hubungan dengan pelanggan dan calon pelanggan, guna mendukung pencapaian tujuan bisnis melalui media cetak maupun digital, termasuk situs web dan platform mobile (hlm. 354). Dalam praktik magang, penulis turut berperan dalam merancang konten yang tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga dirancang untuk meningkatkan interaksi pengguna serta memperkuat kesadaran terhadap produk dan layanan milik Astro.

Pembuatan konten dimulai dengan perencanaan yang matang berdasarkan *trend* yang sedang berkembang di media sosial. Saya bertugas untuk merancang konten yang meliputi gambar, video, dan tulisan yang relevan untuk audiens. Sebagai referensi, Chaffey & Ellis-Chadwick (2016) menyatakan bahwa konten yang efektif harus mampu menggabungkan berbagai bentuk media dan disebarluaskan melalui berbagai saluran media sosial agar dapat menjangkau audiens secara maksimal.

Proses ini melibatkan beberapa tahapan:

1. **Brainstorming** dengan tim untuk menentukan jenis konten yang sesuai dengan tujuan kampanye (misalnya, untuk meningkatkan *brand awareness* atau mendorong penjualan).
2. **Pengembangan konsep kreatif** untuk konten visual dan caption/copywriting yang sesuai dengan audiens target.
3. **Pengeditan dan pembuatan konten** menggunakan Capcut untuk TikTok dan Adobe Photoshop dan Canva untuk Instagram.
4. **Penjadwalan unggahan** menggunakan platform seperti Instagram Calender atau set alarm (khusus tiktok) untuk memastikan bahwa setiap konten diposting pada waktu yang paling efektif.

Selain membuat dan mempublikasikan konten, saya juga bertanggung jawab untuk menganalisis performa konten di media sosial. Menggunakan data dari

platform analitik seperti *Instagram Insights* dan *TikTok Analytics*, saya dapat mengevaluasi seberapa baik konten yang diunggah dapat menarik audiens. Saya

juga memantau *engagement rate*, *impressions*, dan *shares* untuk menilai efektivitas setiap jenis konten yang diposting. Sebagaimana disebutkan oleh Chaffey & Ellis-Chadwick (2016), pengukuran yang tepat sangat penting dalam pemasaran digital untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi memberikan dampak yang maksimal. Data ini juga digunakan untuk merencanakan strategi konten di masa mendatang agar lebih efektif dalam mencapai tujuan pemasaran.



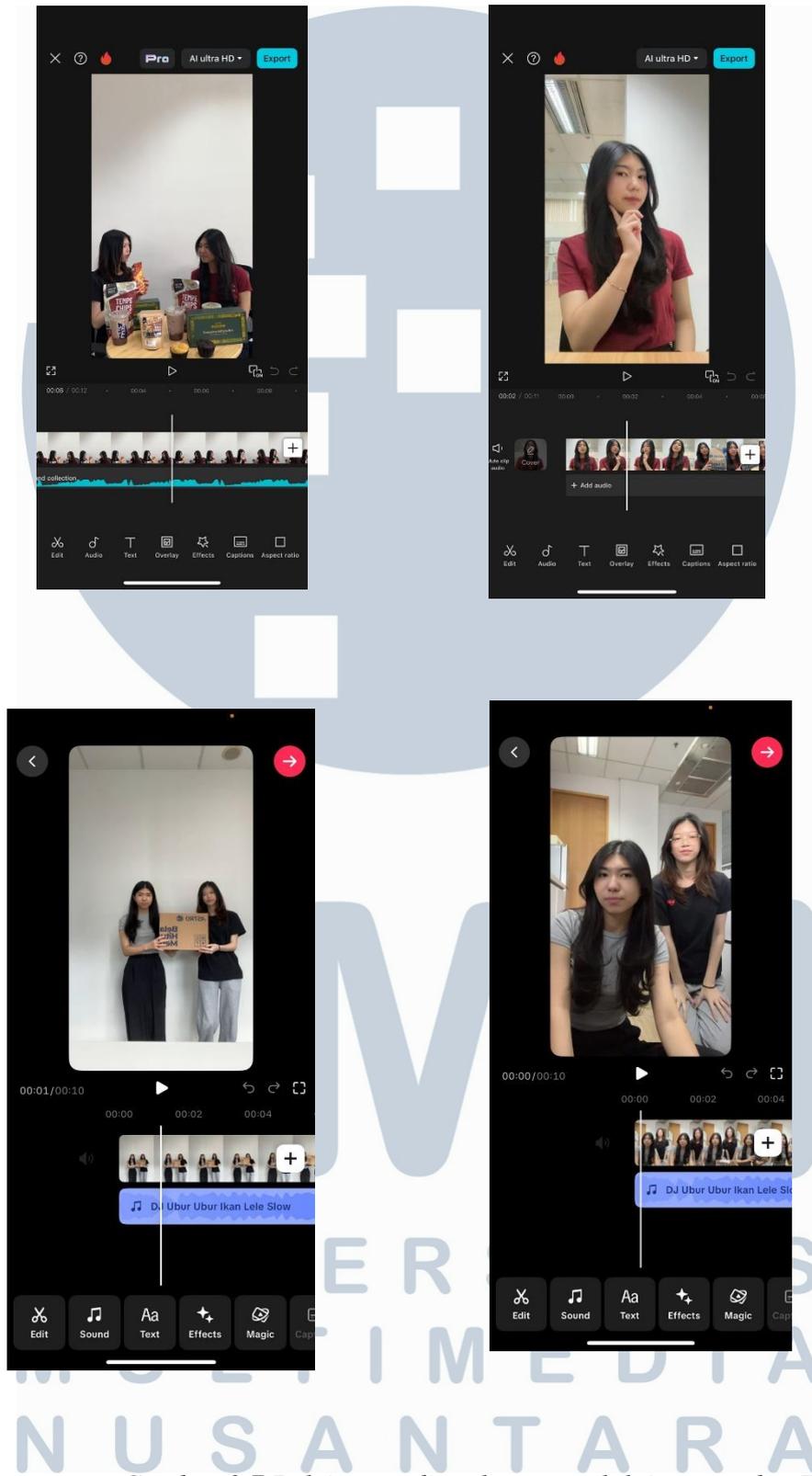
Gambar 3. 5 Bukti tayang konten TiktTok PT Astro Technologies Indonesia 2025

Sumber: Tiktok @Astronauts.id (2025)



Gambar 3. 6 Bukti tayang konten Instagram Reels TiktTok PT Astro Technologies Indonesia 2025

Sumber: Reels Instagram @Astronauts.id (2025)



Gambar 3.7 Bukti pengeditan konten melalui capcut dan Tiktok

Selama pelaksanaan magang, penulis memperoleh berbagai pengalaman berharga yang turut mendukung pengembangan keterampilan secara profesional. Salah satu hal yang menonjol adalah peningkatan kemampuan dalam menulis dan mengedit, yang merupakan aspek penting dalam menghasilkan konten yang menarik sekaligus berkualitas. Melalui pengalaman ini, penulis belajar merumuskan pesan yang komunikatif dan tepat sasaran dalam setiap unggahan, serta mengembangkan keterampilan menyunting konten secara cermat agar tetap sesuai dengan arah pemasaran dan pedoman identitas merek yang berlaku.

Di samping itu, latar belakang penulis dalam dasar-dasar desain grafis turut memperkuat keterampilan visual yang dimiliki, sehingga mampu menghasilkan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga sejalan dengan identitas merek yang ingin disampaikan. Selama magang, penulis mempelajari penggunaan berbagai software desain untuk membuat gambar, video, serta materi promosi lain yang memiliki nilai estetika tinggi—hal yang krusial dalam menarik perhatian audiens di lingkungan media sosial yang sangat kompetitif.

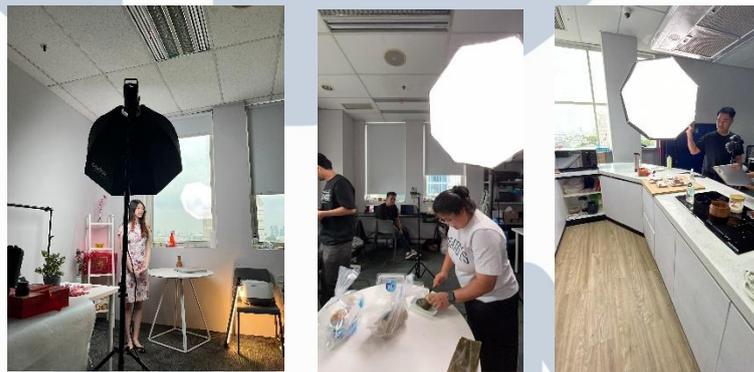
Riset konten menjadi bagian yang tak kalah penting dalam proses ini. Penulis mengembangkan keterampilan dalam menemukan dan merumuskan ide konten yang tidak hanya menghibur tetapi juga relevan dan bermanfaat bagi audiens. Proses ini mengajarkan penulis cara untuk mengembangkan konten yang dapat mendidik audiens sekaligus mempengaruhi perilaku konsumen dengan cara yang positif dan produktif. Misalnya, penulis belajar untuk menyesuaikan jenis konten dengan kebutuhan dan minat audiens target, seperti ibu rumah tangga yang mungkin tertarik pada konten edukatif atau remaja yang lebih tertarik pada konten hiburan dan tren terkini.

Lebih jauh lagi, magang ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai preferensi dan minat audiens yang lebih spesifik, seperti ibu rumah tangga dan remaja, yang menjadi target utama dari banyak produk dan kampanye pemasaran. Penulis belajar untuk menyesuaikan gaya penyampaian konten agar lebih sesuai dengan keinginan audiens tersebut, sehingga konten yang dihasilkan dapat lebih mudah diterima dan memberikan dampak yang lebih besar terhadap perilaku konsumen.

Selain keterampilan teknis, proses magang ini juga memperkuat

kemampuan penulis dalam hal pengelolaan waktu dan kolaborasi tim. Penulis belajar bagaimana mengatur prioritas tugas, bekerja dengan efisien untuk menyelesaikan pekerjaan tepat waktu, serta berkoordinasi dengan berbagai anggota tim untuk mencapai tujuan bersama. Komunikasi yang efektif menjadi kunci utama dalam menjaga kelancaran alur kerja, terutama saat melakukan revisi, mendapatkan persetujuan konten, dan memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam setiap tahapan pembuatan konten.

Secara keseluruhan, pengalaman magang ini sangat memperkaya penulis dalam berbagai aspek, baik dari segi keterampilan teknis dalam pembuatan konten yang berkualitas, hingga keterampilan interpersonal yang diperlukan dalam bekerja dalam tim. Semua pembelajaran ini sangat berharga dan memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan karir penulis di industri pemasaran digital, khususnya dalam bidang content creation di media sosial.



*Gambar 3.8 Behind the Scenes Content Production*

*Sumber: dokumentasi pribadi penulis*

### **3.2.2.5 Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan proses pencatatan atau perekaman suatu aktivitas, informasi, maupun peristiwa dalam berbagai format, baik berupa tulisan, audio, maupun visual. Dalam konteks profesional, dokumentasi memiliki peran krusial dalam memantau perkembangan suatu kegiatan secara berkelanjutan. Keberadaan dokumentasi yang terstruktur membantu organisasi dalam menjaga ketersediaan arsip yang sistematis, sehingga informasi dapat diakses secara efisien dan akurat saat diperlukan.

Selama menjalankan tanggung jawab sebagai Social Media Specialist Intern di PT Astro Technologies Indonesia, penulis secara rutin melakukan dokumentasi terhadap berbagai kegiatan internal perusahaan. Aktivitas ini mencakup

pengambilan foto dan video dalam berbagai agenda, seperti pertemuan tim, acara internal, serta kegiatan operasional lainnya. Tujuan dari dokumentasi tersebut antara lain untuk mengamankan aset visual perusahaan, merekam momen penting dalam lingkungan kerja, serta menyediakan bahan mentah untuk kebutuhan konten media sosial Astro.



**Sumber:** Tiktok Post @astronauts.id (2025)



*Gambar 3. 9 Dokumentasi bonding team*

**Sumber:** Instagram Story @astronauts.id (2025)

Penulis juga turut serta dalam mendokumentasikan kegiatan kebersamaan tim di Astro, salah satunya melalui sesi pembuatan *vision board*. Dalam kegiatan tersebut, setiap anggota tim membawa majalah atau buku dari rumah yang kemudian dipotong dan dikreasikan secara mandiri untuk disusun pada *vision board* masing-masing. Proses dokumentasi dilakukan guna mengabadikan momen kolaboratif tersebut serta menampilkan ekspresi kreativitas individu dalam merumuskan visi dan inspirasi pribadi mereka.

### 3.2.2.6 Admin Media Sosial

Dalam kapasitas sebagai Admin Media Sosial, tanggung jawab utama penulis meliputi penanganan interaksi dengan audiens, baik dalam bentuk menjawab pertanyaan, memberikan saran atau solusi yang tepat, maupun membantu pengguna memahami fitur serta layanan yang tersedia di platform. Peran ini memerlukan kemampuan komunikasi yang efektif guna membangun hubungan yang baik serta meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap perusahaan.

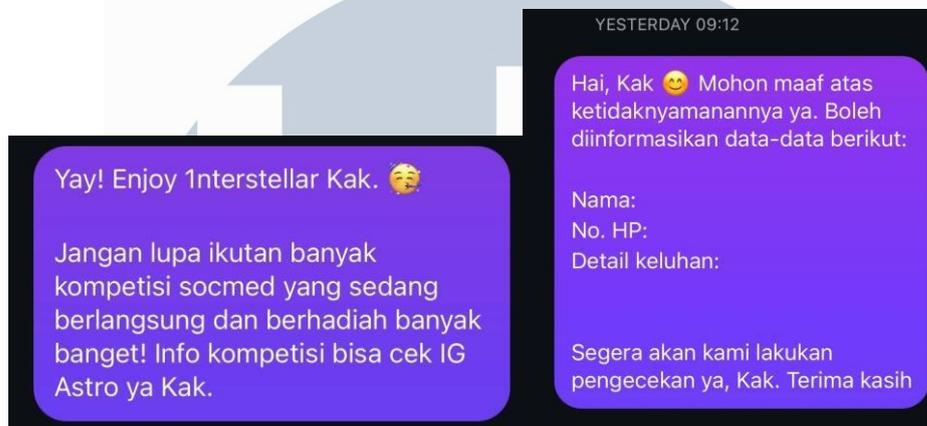
Selama melaksanakan tugas ini, penulis diberi kepercayaan untuk mengelola akun media sosial milik PT Astro Technologies Indonesia yang difungsikan sebagai wadah berbagi berbagai kegiatan internal karyawan. Akun tersebut juga berperan sebagai saluran komunikasi antara perusahaan dan audiens, sehingga penulis kerap menerima komentar maupun pesan langsung (*Direct Message/DM*) dari pengguna yang memerlukan tanggapan.

Sebagai pengelola akun, penulis bertugas untuk merespons berbagai bentuk interaksi, mulai dari membalas komentar, menjawab pertanyaan, hingga memberikan tanda suka pada komentar yang relevan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memastikan terciptanya komunikasi yang dinamis dan responsif antara perusahaan dan audiensnya di media sosial, sehingga keterlibatan pengguna dapat terus terjaga secara optimal.

Di samping itu, penulis juga kerap menangani keluhan pelanggan terkait layanan Astro. Permasalahan yang sering muncul antara lain keterlambatan pengiriman, kesalahan dalam pesanan, kendala ketersediaan produk, hingga masalah teknis pada aplikasi. Dalam merespons keluhan tersebut, penulis memastikan bahwa setiap pesan ditangani dengan sikap profesional dan solutif, serta memberikan arahan yang jelas, termasuk mengarahkan pengguna ke tim layanan pelanggan resmi apabila diperlukan.

Untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi dalam penanganan pesan, penulis juga menyusun dan menggunakan template balasan yang telah disesuaikan dengan standar komunikasi perusahaan. Meskipun menggunakan *template*, penulis tetap menyesuaikan respons dengan konteks masing-masing keluhan guna

memastikan bahwa pelanggan merasa dihargai, didengar, dan dilayani secara personal.



Gambar 3. 10 Contoh template reply customer

### 3.2.2.7 Copywriter Sumber: Instagram @Astronauts.id (2025)

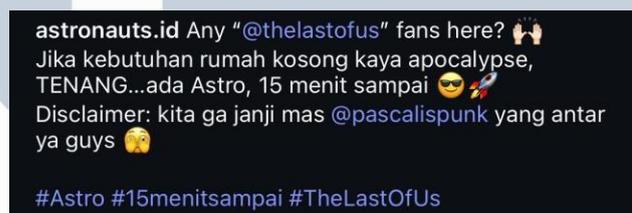
Dalam ranah pemasaran, berbagai bentuk tulisan yang ditemukan pada iklan, unggahan media sosial, papan reklame, dan materi promosi lainnya dikenal sebagai *copywriting*. Tulisan-tulisan ini memiliki fungsi utama untuk menarik perhatian audiens dan mendorong mereka melakukan tindakan sesuai dengan tujuan pemasaran. Berdasarkan penjelasan dari *American Writers and Artists Institute (AWAI)*, *copywriting* merupakan proses penyusunan teks promosi dan pemasaran yang bersifat persuasif, yang bertujuan untuk mengarahkan audiens agar mengambil tindakan tertentu, seperti melakukan pembelian, mengklik tautan, berdonasi, ataupun menghubungi pihak penjualan.

*Copywriting* adalah keterampilan penting dalam menyusun pesan promosi yang mampu membangkitkan minat audiens. Semakin kuat daya tarik teks yang disusun, semakin besar pula kemungkinan untuk meningkatkan *engagement* terhadap konten yang dipublikasikan.

Selama menjalankan peran sebagai Social Media Specialist Intern di PT Astro Technologies Indonesia, penulis secara rutin bertanggung jawab dalam merancang *caption* untuk konten yang akan dipublikasikan di media sosial. Dalam proses penulisannya, penulis mempertimbangkan dengan cermat pilihan kata agar sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan perusahaan. Selain itu, *hashtag* yang

relevan turut disertakan untuk memperluas jangkauan audiens. Setelah *caption* selesai disusun, hasilnya akan dikirimkan kepada supervisor untuk ditinjau. Jika telah sesuai dengan standar perusahaan, maka *caption* akan langsung dipublikasikan bersama kontennya. Namun, apabila diperlukan perbaikan, penulis akan melakukan revisi hingga memperoleh persetujuan akhir.

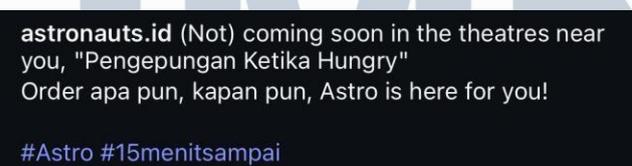
Salah satu contoh hasil *copywriting* yang telah disusun oleh penulis mendapatkan tanggapan positif dari supervisor, meskipun terdapat sedikit revisi berupa penambahan beberapa *hashtag* untuk optimalisasi jangkauan. Meskipun terlihat sederhana, menyusun *caption* yang sesuai dengan ekspektasi perusahaan merupakan tantangan tersendiri. Pengalaman ini memotivasi penulis untuk terus mengembangkan kemampuan *copywriting* agar lebih efektif dalam menyampaikan pesan sekaligus menarik perhatian audiens.



astronauts.id Any “@thelastofus” fans here? 🙌  
Jika kebutuhan rumah kosong kaya apocalypse,  
TENANG...ada Astro, 15 menit sampai 🤪🚀  
Disclaimer: kita ga janji mas @pascalispunk yang antar  
ya guys 🙄  
[#Astro](#) [#15menitsampai](#) [#TheLastOfUs](#)



Astro 🟢 · 4-8  
Welcome back to office life! Untuk  
kalian yang masih mager masak, we got  
you di Astro Cafe! 🙌 [#astronautsid](#)  
[#15menitsampai](#) [#fyp](#)



astronauts.id (Not) coming soon in the theatres near  
you, "Pengepungan Ketika Hungry"  
Order apa pun, kapan pun, Astro is here for you!  
[#Astro](#) [#15menitsampai](#)



Astro 🟢 · 4-7  
Daripada wacana, mending langsung  
order yang pasti-pasti aja. Pakai Astro  
15 menit sampai 🚀 [#astronautsid](#)  
[#15menitsampai](#) [#fyp](#)

Gambar 3. 11 Copywriting Caption Instagram dan Tiktok

**Sumber:** Instagram & Tiktok Post @astronauts.id (2025)

### 3.2.3 Korelasi pekerjaan dengan Mata Kuliah yang diambil

Berikut korelasi antara pekerjaan sebagai *Social Media Specialist* dengan mata kuliah yang telah diambil:

#### 3.2.3.1 Art, Copywriting & Creative Strategy

**Korelasi:**

Sebagai *Social Media Specialist Intern*, penulis secara langsung menerapkan teknik copywriting dalam pembuatan *caption*, deskripsi konten, dan materi promosi. Penulis menyusun teks promosi yang ringkas, menarik, dan sesuai dengan citra merek Astro, yang bertujuan untuk meningkatkan *engagement* dan mendorong audiens untuk mengambil tindakan seperti berinteraksi atau membeli produk.

**Penerapan:**

- Menulis *caption* untuk Instagram dan TikTok dengan pendekatan persuasif.
- Menyusun pesan promosi yang sesuai gaya komunikasi brand dan target audiens.
- Menyesuaikan tone dan style tulisan untuk berbagai platform.

#### 3.2.3.2 Social Media & Mobile Marketing Strategy

**Korelasi:**

Penulis terlibat dalam perencanaan strategi pemasaran digital melalui media sosial, termasuk menentukan jenis konten, jadwal publikasi, dan penyesuaian dengan platform seperti Instagram dan TikTok. Ini selaras dengan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam mata kuliah tersebut, seperti mengenali kanal distribusi, menentukan *content mix*, dan memahami karakteristik mobile users.

**Penerapan:**

- Membuat dan menjalankan *content calendar* berbasis momen dan tren.
- Menggunakan analitik dari Instagram Insights & TikTok untuk evaluasi performa.
- Menyesuaikan konten dengan perilaku konsumen mobile (konten singkat, visual menarik, dll).

### 3.2.4 Timeline Pengerjaan saat Magang

Tugas Kerja	Uraian Kerja	Jan	Feb	Mar	Apr
Content Planning	Riset tren dan kompetitor	✓			
	Content calendar		✓	✓	✓
Content Production	Pembuatan konten (foto, video, reels)	✓	✓	✓	✓
	Editing visual & copywriting caption	✓	✓	✓	✓
Copywriting	Pembuatan caption dan CTA	✓	✓	✓	✓
	Optimasi hashtag & storytelling		✓	✓	✓
Social Media Admin	Upload & scheduling konten	✓	✓	✓	✓
	Menjawab komentar & DM	✓	✓	✓	✓
Monitoring & Evaluation	Analisis performa konten			✓	✓
	Revisi strategi konten			✓	✓
Dokumentasi & Event	Dokumentasi internal (foto/video)	✓	✓	✓	✓
	Kegiatan bonding dan vision board	✓		✓	✓

*Gambar 3. 12 Timeline magang di PT Astro Technologies Indonesia*

*Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis (2025)*

Dalam proses magang ini, peran penulis sebagai bagian dari tim *Social Media* sangat penting untuk mendukung kegiatan promosi, perencanaan konten, hingga pengelolaan interaksi digital dengan audiens. Berbagai pekerjaan dilakukan secara bertahap mulai dari riset tren, penyusunan strategi konten, produksi media, hingga evaluasi performa yang berkesinambungan.

Penulis ikut terlibat dalam pengembangan konten kreatif untuk Instagram dan TikTok, yang diarahkan untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* terhadap produk-produk PT Astro Technologies Indonesia. Tugas-tugas tersebut dikerjakan secara paralel dan dinamis, disesuaikan dengan siklus pemasaran bulanan dan kalender kampanye internal perusahaan.

Selain aktivitas inti di bidang *content planning* dan *copywriting*, penulis juga aktif dalam kegiatan dokumentasi internal seperti *vision board*, momen kebersamaan tim, serta pengelolaan komentar dan pesan langsung dari pelanggan di media sosial. Pengalaman ini memberikan pemahaman nyata mengenai strategi komunikasi digital yang terintegrasi dan berbasis data.

Selama pelaksanaan magang, kegiatan ini tidak hanya memperkuat keterampilan teknis dalam produksi konten, tetapi juga meningkatkan kemampuan analisis, kolaborasi tim, dan ketepatan waktu dalam menyelesaikan proyek sesuai target perusahaan.

### 3.2.5 Kendala Utama

Selama menjalani kegiatan magang sebagai Social Media Specialist di PT Astro Technologies Indonesia, penulis menghadapi beberapa tantangan yang cukup berpengaruh terhadap efektivitas kerja. Adapun kendala-kendala yang dimaksud antara lain:

### **1. Keterbatasan Waktu dalam Penyelesaian Konten**

Dalam proses pembuatan dan pengelolaan konten, penulis kerap dihadapkan pada tenggat waktu yang cukup ketat. Sering kali jadwal publikasi konten berdekatan dengan deadline revisi atau persetujuan akhir, sehingga waktu untuk melakukan penyesuaian atau eksplorasi ide menjadi terbatas. Hal ini menyebabkan beberapa konsep konten tidak dapat dikembangkan secara maksimal.

### **2. Kurangnya Referensi Visual yang Konsisten**

Salah satu tantangan yang dihadapi adalah tidak tersedianya panduan visual yang terstruktur secara rinci, seperti template tetap atau brand guideline yang lengkap. Akibatnya, penulis harus melakukan penyesuaian berulang untuk memastikan desain yang dibuat tetap sesuai dengan identitas visual perusahaan. Hal ini berdampak pada konsistensi tampilan media sosial yang sempat kurang stabil di awal magang.

### **3. Kesulitan dalam Menyelaraskan Gaya Komunikasi dengan Audiens**

Penulis juga mengalami kesulitan dalam menentukan gaya penulisan caption atau konten yang tepat sasaran. Hal ini disebabkan oleh adanya perbedaan karakteristik audiens pada tiap platform, yang memerlukan pendekatan komunikasi yang berbeda-beda. Penyesuaian gaya bahasa agar tetap profesional namun tetap menarik untuk audiens menjadi tantangan tersendiri.

Meskipun menghadapi beberapa kendala tersebut, penulis terus berupaya untuk meningkatkan kualitas kerja dengan memperbaiki manajemen waktu, memperbanyak riset terkait tren konten, serta beradaptasi dengan dinamika komunikasi yang sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial Astro. Tantangan-tantangan tersebut menjadi pengalaman berharga dalam proses pembelajaran di dunia kerja yang sesungguhnya.

### 3.2.6 Solusi

Untuk mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi selama masa magang, penulis mengambil sejumlah langkah strategis sebagai berikut:

#### 1. **Manajemen Waktu yang Lebih Efisien**

Dalam menghadapi keterbatasan waktu penyelesaian konten, penulis mulai memprioritaskan sistem perencanaan yang lebih terstruktur, seperti Menyusun daftar prioritas harian (to-do-list) serta menggunakan alat bantu seperti Google Calender untuk memantau jadwal; publikasi dan tenggat waktu. Dengan manajemen waktu yang lebih baik, penulis dapat mengalokasikan waktu secara proporsional antara pembuatan, revisi, dan persetujuan konten.

#### 2. **Inisiatif Menyusun Panduan Visual Sederhana**

Guna menjawab tantangan kurangnya referensi visual yang konsisten, penulis berinisiatif membuat panduan visual dasar secara mandiri, yang mencakup pemilihan palet warna, jenis font, dan gaya desain yang sesuai dengan identitas merek Astro. Panduan ini kemudian digunakan sebagai acuan pribadi dalam pembuatan konten agar hasil yang dihasilkan tetap konsisten dari segi estetika dan branding.

#### 3. **Riset Audiens dan Evaluasi Gaya Komunikasi**

Dalam menyesuaikan gaya komunikasi dengan audiens, penulis melakukan riset sederhana melalui analisis komentar, pesan langsung, dan performa *insight* dari konten yang telah dipublikasikan sebelumnya. Dengan cara ini, penulis dapat memahami jenis bahasa, nada komunikasi, dan format konten yang paling disukai oleh pengikut akun Astro. Selain itu, penulis juga memperbanyak referensi melalui konten kompetitor serta tren di media sosial untuk memperkaya sudut pandang kreatif.

Melalui upaya-upaya ini, penulis tidak hanya dapat menyesuaikan diri dengan dinamika pekerjaan, tetapi juga memperoleh pengalaman praktis dalam mengelola kendala secara profesional dan solutif.