

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

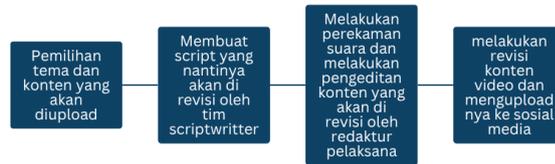
Kegiatan magang menjadi sebuah pengalaman yang berharga khususnya bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Kegiatan magang ini dapat membantu mahasiswa memahami dunia kerja dan keahlian yang mereka miliki. Selama proses praktik kerja magang ini, mahasiswa dapat mempersiapkan diri dan merasakan secara langsung gambaran kegiatan pada bidang tertentu, sekaligus memperoleh pemahaman tentang standar kompetensi yang dapat dijadikan bekal di dunia kerja nantinya.

Komunikasi Digital Indonesia (Komdigi) memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang sebagai Content Creator pada divisi IndonesiaBaik.id. Praktik kerja magang dilaksanakan dengan sistem hybrid, yaitu 3 hari Work From Home (WFH) dan 2 hari Work From Office (WFO), dengan jam kerja mulai dari pukul 08.00 hingga 17.00 WIB, tergantung pada kebutuhan konten yang sedang dikerjakan.

Selama pelaksanaan magang, penulis memperoleh kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam proses pembuatan konten edukatif dan informatif yang akan diunggah di IndonesiaBaik.id, platform media sosial tiktok. Selama magang, penulis berkoordinasi langsung dengan tim penulis skenario untuk merevisi dan menyempurnakan naskah konten yang sudah dibuat. Selain itu, penulis juga akan berkoordinasi dengan tim spesialis media sosial untuk membahas ide-ide baru untuk konten.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## ALUR KERJA MAGANG DI INDONESIA BAIK .ID



Gambar 3.1 Alur kerja Indonesiabaik.id

Sumber milik pribadi

Cara kerja seorang pembuat konten di IndonesiaBaik.id dimulai dengan menulis naskah konten yang disesuaikan dengan tema dan pesan yang ingin disampaikan. Setelah itu, tim penulis naskah akan merevisi dan menyunting naskah untuk memastikan bahwa gaya bahasa dan isi pesan sesuai. Penulis kemudian akan mengambil gambar atau mengedit video berdasarkan naskah yang telah disetujui. Setelah editing selesai, video terakhir akan diperiksa dan diedit kembali oleh tim spesialis sosial media sebelum akhirnya dirilis.

Melalui kerja sama serta kolaborasi dengan tim, proses produksi konten dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan standar yang diinginkan oleh Komdigi, terutama di divisi IndonesiaBaik.id.

U M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama 640 jam kerja masa magang, Saya aktif terlibat dalam berbagai kegiatan manajemen. Pelatihan yang saya jalani dirancang secara *end-to-end* dan mencakup seluruh siklus produksi konten, mulai dari penyusunan skrip, revisi skrip, proses perekaman video dan suara, hingga tahap revisi konten terakhir yang dilakukan oleh tim redaktur utama. Oleh karena itu, sangat penting untuk pekerjaan ini keterampilan pengelolaan konten dan komunikasi yang efektif, terutama dalam bekerja sama dengan tim penulis skenario dan redaktur pelaksana.

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *content creator* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tugas Utama Content Creator

<b>Pra-Produksi</b>	Melakukan riset topik untuk mengembangkan ide-ide konten yang inovatif dan relevan. Selanjutnya, menyusun naskah konten seperti <i>script</i> video, artikel, atau keterangan untuk media sosial.
<b>Produksi</b>	Mencari dan menyeleksi berbagai aset pendukung seperti materi visual foto atau video dan juga audio. Selain itu, mengumpulkan berbagai referensi desain sebagai panduan untuk kebutuhan produksi grafis.
<b>Pasca-Produksi</b>	Melakukan pemeriksaan akhir pada seluruh elemen konten dan mengoptimalkannya agar sesuai dengan platform tujuan. Setelah final, konten kemudian diunggah dan publikasinya dijadwalkan sesuai rencana yang telah ditetapkan.
<b>Administrasi &amp; Analisis</b>	Melakukan pengarsipan seluruh berkas konten, mulai dari materi mentah hingga hasil akhir, secara sistematis. Kemudian, memantau dan menganalisis performa dasar konten setelah dipublikasikan untuk evaluasi awal.

Sumber: Olahan Penulis(2025)

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama 640 jam kerja dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan sampai dengan tahapan eksekusi yang melibatkan banyak pihak. Penulis dapat mengimplementasikan mata kuliah *Social Media and Mobile Marketing*. Ketiga mata kuliah tersebut menjadi bekal fundamental bagi penulis selama magang di Indonesiabaik.id, karena kemampuan mengembangkan ide kreatif dan membuat konten yang menarik adalah kunci untuk menghasilkan karya yang relevan bagi audiens.

Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis dipercaya oleh Redaktur Pelaksana untuk menjadi Pembuat Konten yang membantu menjalankan Tiktok @indonesiabaik.id selama praktik kerja magang. Untuk memastikan bahwa konten Tiktok @indonesiabaik.id berjalan dengan lancar, penulis menggunakan metode SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, and Time-bound*).

- 1) *Specific*  
Mengelola dan membuat konten edukatif untuk akun TikTok @indonesiabaik.id. Tujuan utamanya adalah menggunakan pengetahuan perkuliahan untuk menyebarkan informasi positif dan akurat kepada masyarakat.
- 2) *Measurable*  
Untuk mengevaluasi keberhasilan, selesaikan seluruh siklus produksi konten dan melacak metrik performa dasar selama periode magang.
- 3) *Achievable*  
Tujuan yang dapat dicapai dapat dicapai dengan bantuan penuh dari tim internal (pembimbing lapangan dan spesialis media sosial), serta pengetahuan yang relevan dari perkuliahan
- 4) *Relevant*  
Kegiatan ini relevan untuk memenuhi syarat kelulusan akademik, mendukung tujuan perusahaan untuk menyebarkan informasi positif, dan memberikan pengalaman kerja dalam komunikasi digital.
- 5) *Time-Bound*  
Semua aktivitas pengelolaan konten dijadwalkan untuk berlangsung selama periode magang yang ditetapkan, yaitu dari Februari 2025 hingga Mei 2025.  
Timeline Pengerjaan magang di Indonesiabaik.id yang dilakukan penulis selama 4 bulan adalah sebagai berikut ini :

Tabel 3.2 Timeline pengerjaan magang di Indonesiabaik.id

Minggu ke-	Fokus Pekerjaan	Kegiatan Spesifik	Output / Keterangan
1-2	Adaptasi dan pengenalan lingkungan kerja di GPRTV	- Briefing awal - Observasi alur kerja tim - Review konten yang sudah tayang	Memahami gaya konten @GPRTV dan SOP kerja yang ada di GPRTV maupun Indonesiabaik.id.

3	Pindah divisi ke Indonesiabaik.id dan melakukan penulisan dan riset naskah	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riset tren TikTok &amp; topik pemerintah</li> <li>- Menulis draft naskah menggunakan rumus AIDA</li> </ul>	Draft naskah pertama direvisi bersama scriptwriter.
4	Mulai memproduksi konten untuk pertama kalinya	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Editing video dengan CapCut</li> <li>- Voice over mandiri</li> <li>- Tambah elemen visual</li> </ul>	Konten percobaan tayang pertama kali di TikTok dengan dibantu social media specialist.
5-8	Produksi konten dengan permintaan sesuai dengan apa yang diminta oleh supervisor, permintaan konten berupa konten mingguan yang biasanya tidak trending	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riset tren TikTok &amp; topik pemerintah</li> <li>- Menulis draft naskah menggunakan rumus AIDA</li> <li>- Editing video dengan CapCut</li> <li>- Voice over mandiri</li> <li>- Tambah elemen visual</li> </ul>	Mulai mengerjakan 2 konten per minggu dengan bantuan social media specialist dan juga scirpwriter.
9-15	Mulai melakukan produksi konten yang mulai trending saat ini dan juga mulai membuat analisis per tiap kontennya. Konten yang nantinya kurang diminati orang pada umumnya akan di catat agar tidak di buat lagi kontennya atau kontennya dibuat lebih kreatif lagi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Riset tren TikTok &amp; topik pemerintah</li> <li>- konsultasi dengan social media specialist untuk mengerjakan konten trending apa yang bisa di upload ke sosmed</li> <li>- Menulis draft naskah menggunakan rumus AIDA</li> <li>- Editing video dengan CapCut</li> <li>- Voice over mandiri</li> <li>- Tambah elemen visual</li> </ul>	Menggunakan TikTok Analytics untuk lihat engagement & retention.
16	Evaluasi akhir + ide konten lanjutan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konsep baru dari hasil insight</li> <li>- Presentasi evaluasi ke tim mengenai konten yang kurang diminati</li> </ul>	Memberi insight konten mana yang disukai audiens dan mengapa
17	Finalisasi laporan + dokumentasi kerja	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kumpulkan semua arsip produksi -</li> <li>- Revisi laporan &amp; konsultasi dengan pembimbing</li> </ul>	Laporan performa konten dan dokumentasi lengkap disiapkan untuk dosen pembimbing

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Selama magang sebagai pembuat konten di divisi spesialis sosial media, berbagai konsep teoritis yang dipelajari di perkuliahan harus diterapkan ke dalam konteks industri. Proses kerja yang sistematis, termasuk evaluasi dan perencanaan strategis, sangat penting untuk menghasilkan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan lembaga.

Para ahli pemasaran konten berpendapat bahwa siklus yang terstruktur selalu merupakan bagian dari proses pembuatan konten yang berhasil. **Joe Pulizzi (2014)**, seorang pionir dalam topik ini, menekankan betapa pentingnya menggunakan strategi yang berpusat pada audiens sebagai dasar sebelum memulai produksi.

Berikut ini adalah langkah kerja yang dilakukan oleh penulis selama kerja magang diuraikan di sini:

#### A. *Planning & Strategy*

Proses Perencanaan dan Strategi dilakukan terlebih dahulu oleh tim dikarenakan proses perencanaan dan strategi merupakan langkah utama dalam menyusun perencanaan konten, tim memulainya terlebih dahulu. Pada titik ini, garis besar, jalan, dan tujuan dari setiap konten yang akan dibuat ditetapkan. Jika Anda tidak membuat strategi yang kuat pada awalnya, konten yang Anda buat dapat menjadi tidak terarah, tidak relevan, dan tidak memiliki dampak yang diinginkan. Proses ini mencakup lebih dari sekadar persiapan teknis; itu mencakup pembentukan pemikiran strategis yang akan bertanggung jawab atas setiap keputusan yang dibuat pada tahap-tahap berikutnya.

Joe Pulizzi (2014), seorang pionir dalam pemasaran konten, menekankan bahwa strategi yang efektif selalu berfokus pada kebutuhan audiens daripada produk atau organisasi. Artinya, sebelum berpikir tentang "konten apa yang akan dibuat", Anda harus menjawab pertanyaan "mengapa konten ini harus dibuat?" dan "untuk siapa konten ini ditujukan?". Penulis menggunakan pendekatan strategis, yang dibagi menjadi beberapa tugas utama:

## 1) Penetapan tujuan berbasis strategi

Setiap konten yang dibuat di @indonesiabaik.id di TikTok harus memiliki tujuan yang jelas dan sesuai dengan tujuan utama lembaga. Tujuan yang ditetapkan tidak terlalu abstrak; sebaliknya, mereka dirancang secara khusus untuk mencegah produksi konten yang hanya bertujuan untuk "sekadar ada". Untuk memastikan bahwa setiap tujuan memiliki tujuan yang jelas dan tolok ukur keberhasilan, penulis menggunakan kerangka SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound*). Sebagai contoh, seri konten bertujuan untuk "Meningkatkan pemahaman audiens usia 18-25 tahun mengenai program baru yang dikeluarkan pemerintah kemarin seperti program Pemeriksaan Kesehatan Gratis (PKG) Hari Ulang Tahun, yang diukur melalui peningkatan keterlibatan dan jumlah pertanyaan relevan di kolom komentar."

Cek Kesehatan Gratis: Ini Manfaat dan Jenis Pemeriksaan yang Kamu Dapatkan

Ditulis Oleh Karina Kusumawati | 04 Feb 2023 | 08:40 | 202309 Kari | Waktu Baca 2 Menit



Gambar 3.2 Program pemerintah Program Kesehatan Gratis

Sumber : ayosehat.kemkes.go.id

## 2) Analisis mendalam terhadap audiens

Memahami audiens adalah kunci untuk menciptakan konten yang beresonansi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Ann Handley (2014), konten yang hebat lahir dari empati dan pemahaman mendalam terhadap audiens. Oleh karena itu, penulis melakukan analisis untuk membangun "Persona Audiens" yang representatif bagi pengikut TikTok @indonesiabaik.id. Persona ini mencakup:

- Demografi: Usia (mayoritas 18-24 tahun), lokasinya mencakup seluruh daerah di Indonesia, dan mulai dari sekolah menengah pertama hingga mahasiswa.

### Data Demografi TikTok (Statistik Utama)

- Ada **hampir 1 miliar** kunjungan unik TikTok setiap bulannya.
- **1 dari 4** pengguna TikTok berusia di bawah 20 tahun.
- TikTok memiliki lebih banyak **Gen Z** pengguna selain Instagram.
- Mayoritas kreator TikTok berusia **18 hingga 24 tahun**.
- **54,8%** pengguna TikTok adalah wanita.
- **Indonesia** menghabiskan waktu paling lama di TikTok setiap bulannya.

Gambar 3.3 Data pengguna tiktok di Indonesia  
sumber : explodingtopics.com

- Psikografi: Motivasi utama sebagian besar pengguna TikTok di Indonesia adalah untuk mencari hiburan dan mengisi waktu luang. Format video pendek yang adiktif dengan algoritma yang kuat membuat konten mudah dikonsumsi secara singkat dan terus-menerus.



Sumber: Hasil Survei: Topex Akur Studi Independen GNR Baiti-7 (Survei Bagaimana Perilaku Masyarakat Dalam Mengonsumsi Konten Video di Media Sosial 2020)

Gambar 3.4 Daftar konten yang diminati pengguna tiktok  
Sumber : goodstats.id

U M W N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

- Perilaku Media: Jam aktif di media sosial puncaknya pada malam hari (19:00 - 22:00 WIB), format konten yang disukai adalah video pendek (untuk hiburan & edukasi singkat), serta video infografis yang dinamis, dan sumber informasi yang mereka percaya utamanya adalah influencer/kreator konten dan ulasan dari pengguna lain karena dianggap lebih otentik.

Dengan informasi yang jelas, penulis dapat menyesuaikan gaya bahasa, format visual, dan kedalaman materi agar lebih mudah diterima dan dipahami oleh audiens target, sehingga pesan yang bersifat formal dari pemerintah dapat tersampaikan dengan cara yang lebih relevan dan menarik bagi anak muda.

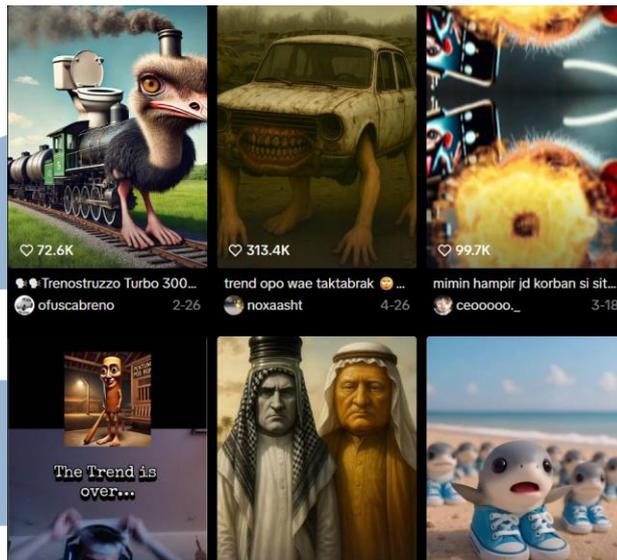
### 3) Riset topik dan tren yang relevan

Untuk menjaga agar konten tetap segar dan relevan, proses riset dilakukan secara berkelanjutan. Riset ini tidak hanya terbatas pada topik-topik yang berkaitan langsung dengan program pemerintah, tetapi juga mencakup:

- Analisis Tren Platform: Mengidentifikasi format video, efek visual, dan musik latar yang sedang naik daun di TikTok. Tren ini kemudian disaring dan diadaptasi. Tidak semua tren dapat digunakan; hanya tren yang formatnya dapat disesuaikan dengan pesan edukatif dan citra positif Indonesiabaik.id yang akan dipertimbangkan.

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.5 Trend *brainrot* yang sempat viral di tiktok dan dibuat kontennya  
 Sumber [www.tiktok.com](http://www.tiktok.com)

- Analisis Kesenjangan Konten (Content Gap): Menganalisis konten dari lembaga serupa atau media lain untuk menemukan topik-topik penting yang belum banyak dibahas. Ini menjadi peluang bagi Indonesiabaik.id untuk memposisikan diri sebagai sumber informasi yang unik dan komprehensif.
- Riset Kata Kunci Sosial: Memanfaatkan fitur pencarian di TikTok untuk memahami kata kunci atau pertanyaan apa yang sering diajukan oleh pengguna terkait isu-isu publik. Hasil riset ini menjadi dasar untuk membuat konten "Help" yang bersifat evergreen dan menjawab kebutuhan informasi audiens secara langsung.

### ***B. Ideation & Concept Development***

Tahap ideasi dan pengembangan konsep berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan antara strategi abstrak dengan rencana produksi yang konkret. Setelah memahami "mengapa" dan "untuk siapa" konten dibuat pada tahap perencanaan, tahap ini berfokus untuk menjawab pertanyaan "konten spesifik apa yang akan kita wujudkan?". Proses ini merupakan kombinasi antara kreativitas murni dan pemikiran analitis untuk memastikan bahwa setiap ide yang lahir tidak hanya inovatif, tetapi juga praktis dan sejalan dengan pilar konten yang telah ditetapkan.

Aktivitas pada tahap ini lebih dari sekadar sesi diskusi informal. Penulis menerapkan pendekatan yang lebih terstruktur untuk memaksimalkan potensi kreatif dan memastikan setiap konsep memiliki landasan yang kuat.

- 1) Sesi Brainstorming Terstruktur: Penulis bersama tim media sosial lainnya melaksanakan sesi brainstorming yang bertujuan untuk menghasilkan kuantitas ide sebanyak mungkin. Salah satu metode yang digunakan adalah mind mapping, di mana sebuah topik utama (misalnya, "Literasi Keuangan untuk Gen Z") dipecah menjadi berbagai sub-topik dan sudut pandang yang lebih spesifik (contoh: "Cara Menghindari Pinjol Ilegal", "Tips Menabung Gaji Pertama", "Investasi untuk Pemula"). Metode ini memungkinkan eksplorasi ide secara visual dan membuka kemungkinan-kemungkinan baru yang tidak terpikirkan sebelumnya.
- 2) Penyaringan dan Pemilihan Ide: Tidak semua ide yang dihasilkan akan dilanjutkan ke tahap produksi. Setiap ide akan disaring kembali menggunakan kriteria yang telah ditetapkan dalam strategi, seperti relevansi dengan audiens, kesesuaian dengan citra lembaga, dan potensi untuk viral atau dibagikan. Proses ini memastikan bahwa sumber daya produksi hanya dialokasikan untuk ide-ide yang paling menjanjikan.
- 3) Pengembangan Menjadi Konsep Matang: Ide yang terpilih kemudian dikembangkan menjadi sebuah lembar konsep konten (content concept brief). Dokumen ini berfungsi sebagai panduan tunggal bagi semua pihak yang terlibat dalam produksi. Di dalamnya, penulis merincikan elemen-elemen penting seperti:
  - Pesan Kunci (Key Message): Satu kalimat utama yang harus tersampaikan kepada audiens.
  - Format Konten: Apakah akan dibuat dalam format video explainer, infografis, man-on-the-street, atau drama singkat.
  - Tone & Manner: Gaya penyampaian konten (misalnya: informatif namun santai, serius dan berwibawa, atau humor edukatif).
  - Call-to-Action (CTA): Tindakan spesifik yang diharapkan dari audiens setelah mengonsumsi konten.

### **C. Content Production**

Tahap produksi adalah proses realisasi di mana konsep yang telah disetujui diwujudkan menjadi aset konten final yang siap untuk dipublikasikan. Tahap ini membutuhkan ketelitian teknis dan kepekaan artistik untuk memastikan kualitas hasil akhir sesuai dengan standar yang ditetapkan. Proses ini dibagi menjadi beberapa sub-tahapan yang krusial:

1. **Penulisan Naskah dan Copywriting:** Penulis menyusun naskah video atau draf tulisan yang menerapkan prinsip-prinsip naratif dan persuasif. Misalnya, dengan menggunakan struktur AIDA, naskah dirancang untuk menarik perhatian (*Attention*) di detik-detik awal, membangun minat (*Interest*) dengan alur yang logis, menciptakan keinginan (*Desire*) dengan menonjolkan manfaat informasi, dan diakhiri dengan ajakan untuk bertindak (*Action*). Selain naskah untuk video, penulis juga membuat *copywriting* untuk *caption* yang berfungsi untuk memberikan konteks tambahan dan mendorong interaksi di kolom komentar.

DRAFT KONTEN KONSEP  
Indonesiabaik.id

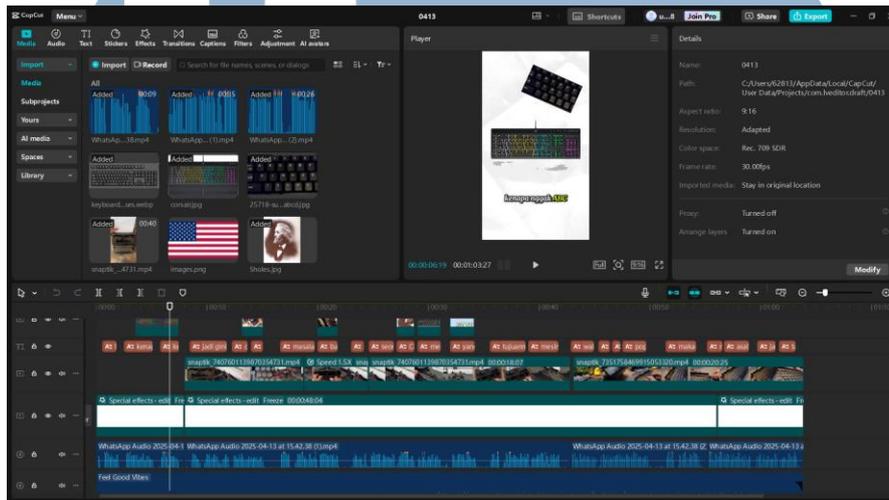
Draft konten sosmed  
Apa Sih itu eSIM?

Durasi	Audio Visual	Teks
	gambar SIM card gambar eSIM	Masih pakai SIM card fisik? Sekarang udah ada yang lebih canggih, namanya eSIM! Bentar bentar, ini kita bukan lagi ngomongin Surat Izin Mengemudi yaa! Tapi soal Subscriber Identity Module, alias kartu seluler yang kamu punya di HP.  eSIM, merupakan singkatan dari <b>embedded SIM</b> . Sederhananya, kartu SIM yang bentuknya versi digital. Teknologi ini dikembangkan oleh GSMA, organisasi global yang mengatur standar telekomunikasi.  Lalu apa sih bedanya dengan SIM Card fisik?
	foto hp yang sedang di pengaturan manajer SIM	Bedanya dengan SIM fisik, eSIM ini nggak perlu dilepas-pasang secara fisik ke dalam HP. Artinya, kartu SIM-nya sudah <b>tertanam langsung di dalam HP</b> kamu. Nggak ada drama "SIM slot rusak" lagi tuh! Jadi, kamu nggak perlu colok-colok SIM card lagi ke HP.  Semua setting operator bisa diatur digital! Dengan eSIM, kamu bisa beralih operator hanya lewat pengaturan perangkat—tanpa repot mengganti kartu fisik loh, ini karena eSIM bisa menyimpan beberapa profil operator sekaligus.  Fleksibilitas ini membuat eSIM cocok buat kamu yang suka jalan jalan keluar negeri dan membutuhkan nomor ganda.
	gambar ganti kartu gambar 5g gambar tameng	Dengan eSIM, sinyalnya pun sudah support 5G, dan keamanan data yang terjamin.
	orang <b>megang</b> HP di layarnya ada eSIM	Jadi kapan kamu mulai move on ke eSIM nih Sohib?

Gambar 3.7 Penulisan Script menggunakan rumus AIDA

Sumber dokumen pribadi

2. **Produksi Visual dan Audio:** Pada tahap ini, penulis terlibat dalam proses eksekusi visual, menggunakan aplikasi video berupa aplikasi CapCut. Aktivitas ini mencakup pemotongan klip, penggabungan aset visual, penambahan teks keterangan (*subtitle*), pemilihan musik latar yang sesuai dengan *mood* konten, dan penambahan efek visual untuk meningkatkan daya tarik.



Gambar 3.6

tahap pengeditan menggunakan aplikasi capcut  
Sumber dokumen pribadi

3. **Proses Peninjauan dan Persetujuan (*Review & Approval*):** Draft pertama dari konten yang telah diproduksi tidak langsung dipublikasikan. Konten tersebut akan melalui proses peninjauan internal oleh supervisor atau penanggung jawab. Umpan balik yang diberikan kemudian digunakan oleh penulis untuk melakukan revisi hingga konten dianggap telah memenuhi semua standar kualitas dan kesesuaian pesan sebelum melangkah ke tahap distribusi.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



Gambar 3.7 tahap melakukan revisi terhadap supervisor agar dapat di upload ke tiktok

#### D. Distribution & Promotion

Membuat konten yang hebat adalah satu hal, tetapi memastikan konten tersebut dilihat oleh audiens yang tepat adalah hal lain yang sama pentingnya. Tahap distribusi adalah proses strategis untuk mempublikasikan dan menyebarkan konten agar dapat menjangkau audiens seluas mungkin. Penulis tidak hanya mengunggah konten, tetapi juga mengoptimalkan setiap aspek publikasi.

No	Tanggal	Jenis Konten	Detail Konten	Waktu	Status
1	20/03/2025	video	permainan musik dan t. di multimedia	17:00	✓
2	13/03/2025	video	Revisi konten 'TikTok dan Peran AI'	17:00	✓
3	22/03/2025	video	Trailer untuk webinar di Indonesia	17:00	✓
4	14/03/2025	video	Infografis tentang AI dan etika di dunia	18:00	✓
5	20/03/2025	video	Analisis perkembangan AI di Indonesia	18:00	✓
6	17/03/2025	video	Podcast #101: AI dan etika di dunia	17:00	✓
7	20/03/2025	video	Podcast #102: AI dan etika di dunia	17:00	✓
8	20/03/2025	video	Podcast #103: AI dan etika di dunia	17:00	✓
9	13/03/2025	video	Podcast #104: AI dan etika di dunia	17:00	✓
10	12/03/2025	video	Podcast #105: AI dan etika di dunia	17:00	✓
11	13/03/2025	video	Podcast #106: AI dan etika di dunia	17:00	✓
12	14/03/2025	video	Podcast #107: AI dan etika di dunia	17:00	✓

Gambar 3.8 Timeable untuk di post di tiktok

Sumber dokumen pribadi

- 1) Penerbitan Strategis: Konten dijadwalkan untuk diunggah pada jam-jam puncak (prime time) di mana target audiens paling aktif di platform TikTok. Analisis waktu aktif audiens menjadi dasar penentuan jadwal ini.
- 2) Optimalisasi Platform: Penulis memastikan setiap konten diunggah dengan memanfaatkan fitur-fitur platform secara maksimal. Ini termasuk penggunaan hashtag yang relevan dan sedang tren untuk meningkatkan visibilitas di halaman

pencarian, memilih gambar sampul (cover) yang menarik, serta memastikan kualitas video optimal untuk format vertikal.

- 3) Promosi Silang (Cross-Promotion): Untuk memperkuat jangkauan, terkadang dilakukan promosi silang di mana informasi mengenai konten TikTok yang baru diunggah juga dibagikan melalui platform media sosial lain yang dimiliki Indonesiabaik.id, dari Instagram utama Indonesiabaik.id Stories, untuk mengarahkan trafik audiens.

### E. Analysis & Evaluation

Tahap terakhir dalam siklus hidup konten adalah analisis, di mana keberhasilan konten diukur secara kuantitatif dan kualitatif. Tahap ini sangat penting karena data dan wawasan yang diperoleh akan menjadi fondasi untuk perencanaan strategi di siklus berikutnya, menciptakan proses perbaikan berkelanjutan. Sesuai dengan prinsip Bukti Sosial dari Robert Cialdini (2006), tingkat interaksi audiens dapat menjadi cerminan dari seberapa besar konten tersebut diterima oleh komunitas.

1. Pengukuran Kinerja Kuantitatif: Penulis secara rutin memantau dasbor analitik TikTok untuk melacak metrik-metrik kunci, yang dapat dikelompokkan menjadi:
  - Metrik Jangkauan: *Views*, *Reach*, dan *Unique Viewers* untuk memahami seberapa luas konten tersebar.
  - Metrik Keterlibatan: *Likes*, Komentar, *Shares*, dan *Saves* untuk mengukur seberapa dalam konten beresonansi dengan audiens.
  - Metrik Audiens: Pertumbuhan jumlah pengikut (*followers*) dan rata-rata waktu tonton (*average watch time*) untuk melihat dampak jangka panjang terhadap komunitas.

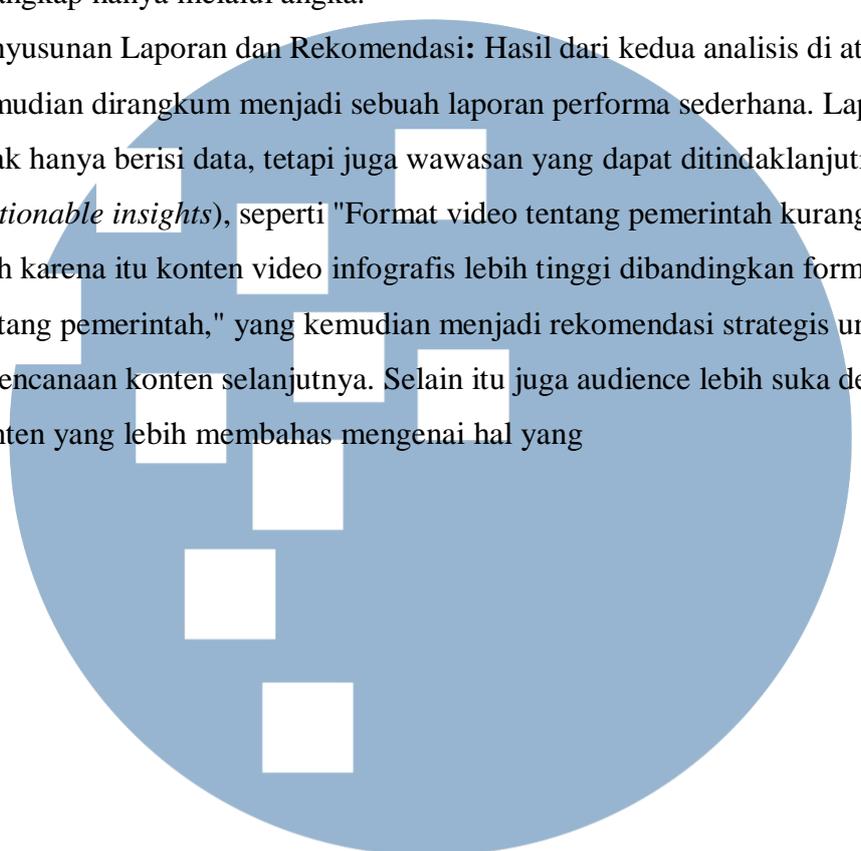
Nomor	Tanggal konten di up	Jenis konten	Judul konten	Jumlah Likes	Jumlah Comment	Jumlah Share	Jumlah Save	Jumlah Views	Penambahan Followers
1.	18/03/2025	videografis	kapan puncak mudik 2025?	11	1	2	2	755	1
2.	20/03/2025	videografis	persiapan mudik dan s.id/mudikpedia	5	0	0	0	231	0
3	21/03/2025	videografis	Apa syarat Naturalisasi pemain bola?	47	1	0	0	895	0
4	22/03/2025	videografis	Tradisi unik lebaran di Indonesia	4	2	0	0	144	0
5	27/03/2025	videografis	Indonesia memiliki salah satu seven summit dunia?	17	0	0	3	745	0
6	27/03/2025	videografis	Apakah pengangkatan CASN dipercepat?	6	0	0	1	502	0
7	27/03/2025	videografis	Mudikpedia 2025 : Satu kanal untuk semua informasi mudik lebi	2	0	0	0	136	0
8	28/03/2025	videografis	Menikmati keindahan TNBTS	20	1	0	0	651	0

Gambar 3.8 Statistik konten yang diupload di tiktok

2. Analisis Kualitatif: Selain angka, penulis juga melakukan analisis kualitatif dengan membaca dan mengkategorikan sentimen yang muncul di kolom komentar. Umpan balik langsung dari audiens ini memberikan wawasan

mendalam mengenai persepsi, pertanyaan, atau bahkan kritik yang tidak bisa ditangkap hanya melalui angka.

3. **Penyusunan Laporan dan Rekomendasi:** Hasil dari kedua analisis di atas kemudian dirangkum menjadi sebuah laporan performa sederhana. Laporan ini tidak hanya berisi data, tetapi juga wawasan yang dapat ditindaklanjuti (*actionable insights*), seperti "Format video tentang pemerintah kurang diminati oleh karena itu konten video infografis lebih tinggi dibandingkan format video tentang pemerintah," yang kemudian menjadi rekomendasi strategis untuk perencanaan konten selanjutnya. Selain itu juga audience lebih suka dengan konten yang lebih membahas mengenai hal yang



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.2.3 Kendala Utama

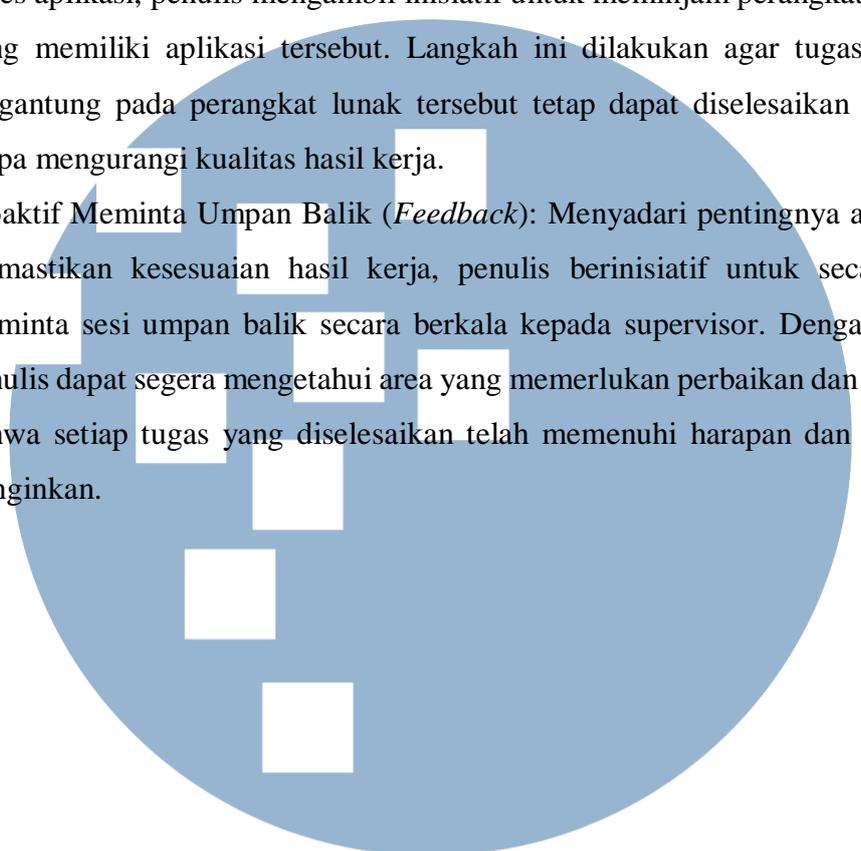
Selama pelaksanaan kegiatan magang, penulis menghadapi beberapa kendala yang memerlukan adaptasi dan penyelesaian masalah. Kendala-kendala tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Perbedaan antara Teori Perkuliahan dan Praktik di Lapangan Kendala pertama yang dirasakan adalah adanya perbedaan antara pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah dengan aplikasi praktis di dunia kerja. Teori yang bersifat ideal sering kali perlu disesuaikan dengan dinamika, kecepatan, dan tuntutan pekerjaan di lapangan yang lebih kompleks dan dinamis.
- 2) Keterbatasan Akses Perangkat Lunak: Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah tidak tersedianya akses terhadap aplikasi atau perangkat lunak khusus yang esensial untuk menunjang penyelesaian tugas. Keterbatasan ini berpotensi menghambat efisiensi dan kelancaran pengerjaan beberapa tugas yang telah diberikan.
- 3) Kurangnya Bimbingan Awal dari Supervisor: Pada awal periode magang, penulis merasakan adanya kendala dalam hal arahan dan bimbingan dari supervisor. Kurangnya sesi umpan balik (*feedback*) yang terstruktur pada tahap awal ini menimbulkan ketidakpastian mengenai apakah tugas yang dikerjakan telah sesuai dengan ekspektasi dan standar yang ditetapkan oleh perusahaan.

### 3.2.4 Solusi

Untuk mengatasi kendala-kendala yang telah diuraikan sebelumnya, penulis melakukan beberapa langkah proaktif sebagai solusi, yaitu:

- 1) Menjembatani Kesenjangan antara Teori dan Praktik Untuk mengatasi perbedaan antara teori di kampus dan praktik di lapangan, penulis mengambil inisiatif untuk proaktif belajar secara mandiri. Penulis secara aktif mengamati alur kerja senior, bertanya kepada mentor mengenai praktik terbaik di industri, dan mencari referensi tambahan di luar jam kerja.

- 
- 2) Mencari Alternatif untuk Akses Perangkat Lunak: Sebagai solusi atas keterbatasan akses aplikasi, penulis mengambil inisiatif untuk meminjam perangkat milik rekan yang memiliki aplikasi tersebut. Langkah ini dilakukan agar tugas-tugas yang bergantung pada perangkat lunak tersebut tetap dapat diselesaikan tepat waktu tanpa mengurangi kualitas hasil kerja.
  - 3) Proaktif Meminta Umpan Balik (*Feedback*): Menyadari pentingnya arahan untuk memastikan kesesuaian hasil kerja, penulis berinisiatif untuk secara proaktif meminta sesi umpan balik secara berkala kepada supervisor. Dengan demikian, penulis dapat segera mengetahui area yang memerlukan perbaikan dan memastikan bahwa setiap tugas yang diselesaikan telah memenuhi harapan dan tujuan yang diinginkan.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA