

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Proses kerja magang dipimpin langsung oleh David selaku Sales & Marketing Specialist dan bertugas untuk membantu peran Social Media Management atau Social Media Marketing dalam pembuatan konten pada media sosial PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera. Selama proses kerja magang juga dilibatkan dalam sesi *brainstorming* bersama dalam perencanaan konten hingga hasil karena dalam menjalankan proses kerja sebagai Digital Marketing atau Social Media Management, perusahaan tidak memiliki tim khusus dalam hal tersebut. Dalam kurang lebih 5 bulan praktik kerja magang, terdapat kewajiban atau kesempatan dalam mengurus website, Instagram, TikTok, dan Facebook perusahaan.

Tugas yang dijalankan sebagai Social Media Manager akan berkoordinasi dengan Sales & Marketing Specialist yang merupakan supervisor untuk membahas konten dan kontak untuk dihubungi oleh calon pembeli. Dalam koordinasi tersebut menghasilkan ide konten, *script*, *caption*, konten, dan lainnya. Dalam tugas, Social Media Management membuat perencanaan, desain konten, konten, hingga proses eksekusi memposting konten pada media sosial perusahaan. Selain itu, koordinasi untuk *approval* konten hingga unggahan media sosial dilakukan dengan David selaku supervisor.

Selain mengurus media sosial, pekerjaan lainnya menjadi admin WhatsApp perusahaan agar dapat melayani klien hingga melakukan penjualan, perusahaan memberikan ekspektasi agar dapat interaksi dengan calon pembeli serta berhasil melakukan penjualan. Pada proses magang selama bulan keempat telah berhasil menjual 2.000 lembar karung, hal tersebut telah memenuhi ekspektasi perusahaan dan penjualan 2.000 lembar di awal dianggap telah berhasil.

Proses menjadi karyawan magang pada PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera awalnya mendaftar karena rekomendasi teman dan mulai mengirim *Curriculum Vitae* (CV) pada perusahaan. Awalnya penempatan kerja magang akan

dilaksanakan di PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera Jakarta Barat, namun melihat peluang untuk pengalaman dan pembelajaran lebih jauh terkait perusahaan (produk, cara pembuatan, kepengurusan penjualan) lebih memadai pada PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera Cikande. Kesempatan sebagai pengelola media sosial perusahaan memberikan proyek atau peningkatan pada perusahaan karena sebelumnya perusahaan tidak memiliki tujuan atau konsistensi pada media sosial, namun akhirnya memutuskan untuk mengikuti tren, perusahaan membutuhkan seseorang yang relevan dan paham akan media digital.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Pada saat berlangsungnya proses kerja magang selama seratus hari melakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari perencanaan, jadwal, sampai dengan tahap eksekusi konten. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan untuk pengetahuan dasar tentang tren media sosial dan target audiens. Tentu untuk memulai hal tersebut dilakukannya *brainstorming* sebagai bentuk menganalisa ide konten hingga konsep yang ingin dibuat, setelah itu melakukan *copywriting* untuk setiap *caption* pada konten, setelah mendapatkan *approval* atau persetujuan maka konten akan diunggah pada media sosial perusahaan (Instagram, Facebook, dan TikTok) dengan konsep *mirroring* setiap konten.

Pada bulan keempat, perusahaan memberikan fasilitas baru untuk mengerjakan tugas sebagai Admin WhatsApp, hal ini dilakukan untuk melakukan pelayanan pada calon pembeli ataupun klien untuk mengirimkan pesan melalui WhatsApp tersebut. Tugas tersebut membantu supervisor untuk menyortir pesan yang masuk sehingga tidak tertinggal satupun, pekerjaan tersebut tidak seluruhnya dibebankan, tetapi memberikan kepercayaan berupa fasilitas handphone sebagai sarana untuk mengerjakan tugas mengelola media sosial dan membalas seluruh pesan WhatsApp.

Sebagai karyawan magang hanya memegang beberapa berkas atau tugas penting selain itu dialihkan pada pengelolaan media sosial perusahaan yang masih awal dijalankan.

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

Brainstorming	Proses perencanaan dan mencari ide untuk membuat hingga eksekusi konten media sosial perusahaan.
Content Planning	Membuat data melalui spreadsheets sebagai ide atau perencanaan dari ide konten yang telah dilakukan secara <i>brainstorming</i> .
Copywriting & Script Writing	Proses membuat <i>script</i> dan <i>caption</i> untuk setiap postingan pada media sosial. Membuat script untuk artikel pada website perusahaan.
Content Marketing	Memposting konten yang telah dibuat melalui strategi untuk memasarkan produk melalui konten.
Content Brief Design	Membuat brief untuk postingan menggunakan website atau aplikasi Canva Design.
Admin WhatsApp	Membalas seluruh pesan yang masuk, memberikan informasi harga, ketentuan produk, dan melayani klien selama jam operasional berlangsung.

Tabel 3.2 Timeline Tugas Kerja Magang

		TIMELINE SOCIAL MEDIA																			
No	Uraian Kegiatan	Bulan Pelaksanaan																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
1	Brainstorming																				
2	Content Planning																				
3	Copywriting & Script Writing																				
4	Content Marketing																				
5	Content Brief Design																				
6	Admin WhatsApp																				

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Pekerjaan dalam proses kerja magang menjadi salah satu hal penting yang harus dilaksanakan sebagai kewajiban seorang karyawan magang. Tugas utama tersebut merupakan hal yang dapat dipelajari dan menjadi pengalaman dalam kerja secara profesional. Tugas utama yang dilakukan oleh seorang digital marketing dalam mengelola media sosial pada aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Digital Marketing tidak hanya sekedar memberikan ide atau kreativitas untuk mempromosikan produk/perusahaan, namun menjadi *social media management* untuk mengatur, mengukur, dan merencanakan konten. Selain itu, *digital marketing* melakukan pemasaran melalui *branding* dengan penggunaan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan *awareness*. Kleindl & Burrow (2005), *Digital Marketing* adalah proses perencanaan atau pelaksanaan yang terdiri dari ide, konsep, promosi, dan distribusi. Hal tersebut diartikan untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan konsumen yang saling menguntungkan kedua belah pihak.

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang Digital Marketing (*social media management*) dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Brainstorming

Proses ini merupakan salah satu yang harus dilakukan seorang Social Media Management dan supervisor untuk merencanakan konten dan hal apa saja yang dapat dibagikan. *Brainstorming* sendiri menjadi salah satu bagian untuk menghasilkan ide dan konsep untuk tujuan utama dari *postingan*. Tahap ini dilakukan dengan mencari ide dan *trend* melalui media sosial atau preferensi. *Brainstorming* merupakan teknik dengan bentuk diskusi untuk mendapatkan ide, pengetahuan, informasi, dan pengalaman melalui keseluruhan pendapat seluruh anggota (Indrawati, 2011).

Penggunaan teknik ini dilakukan setiap hari agar konsisten dan memenuhi kebutuhan konten pada media sosial, tentunya setiap konten harus memiliki ide dan konsep tersendiri yang menonjolkan produk distribusi hasil perusahaan untuk meningkatkan penjualan. Namun, tidak hanya untuk meningkatkan penjualan, media sosial digunakan untuk memberikan berbagai tips, promosi, dan produk *knowledge* guna meningkatkan *awareness* perusahaan.

Penggunaan teknik brainstorming atau pencarian ide dilakukan digunakan sebagai laporan dan content plan agar konten lebih efektif dan efisien. Perencanaan dilakukan setiap harinya dengan mencari berbagai tren yang relevan namun tetap mengikuti aturan dari perusahaan. Tidak hanya untuk media sosial namun untuk melakukan penjualan harus memiliki ide kreatif atau evaluasi keseluruhan.

Pentingnya melakukan perencanaan ide dan evaluasi dalam era digital sehingga dapat melakukan perbaikan jika terjadi kendala. Ide yang telah direncanakan harus berkoordinasi dengan supervisor sehingga mendapatkan pendapat lain untuk mengunggah sebuah postingan.

Brainstorming yang dilakukan pada perusahaan adalah dengan menuliskan setiap ide pada catatan setiap harinya sehingga ide yang telah ditulis dapat dipilah maupun dikembangkan menjadi satu konten. Hal ini menjadi salah satu hal yang memberikan dampak bagi setiap postingan karena untuk mengunggah sebuah konten memerlukan berbagai ide atau kreasi yang sesuai dengan topik atau target.

Tabel 3.3 Tugas Kerja Magang Brainstorming

NO.	JENIS IDE KONTEN	ISI KONTEN
1.	Caption	PANGGILAN UNTUK PENJUAL SAYUR “Panggilan 100%” anti robek, dipastikan dapat menampung dan menyimpan sayuran berkilo-berkilo.
2.	Instagram Story	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat desain instagram story • Campaign Artikel pada TikTok
3.	Artikel	<ul style="list-style-type: none"> • Sejarah Plastik • Sayuran yang bagus untuk kesehatan tubuh <ul style="list-style-type: none"> • Fungsi plastik pada awalnya <ul style="list-style-type: none"> • Mulsa
4.	Media Sosial	<ul style="list-style-type: none"> • This or That Karung Beras <ul style="list-style-type: none"> • Caption

Aktivitas atau proses *brainstorming* yang dilakukan dalam proses kerja magang memiliki persamaan dengan mata kuliah ***Social Media & Mobile Marketing Strategy*** dimana pada mata kuliah tersebut belajar menyusun ide, rencana, dan jadwal pembuatan konten sehingga relevan dengan kerja magang yang dilaksanakan. Contoh *brainstorming* yang dilakukan untuk media sosial Instagram @ssaswovenspecialist dan Facebook Sinar Surya Abadi Cikande dengan mencatat seluruh ide atau tren yang relevan dengan produk, seluruh ide akan ditulis pada buku khusus data perusahaan, selain itu ide tersebut akan di analisa melalui berbagi sumber agar menghindari terjadinya berita *hoax*.

Brainstorming merupakan proses yang penting dalam pencarian ide dalam bentuk kreatif sebelum akan diposting dan menyesuaikan target audiens. Perusahaan bergerak di bidang industri manufaktur umumnya belum banyak diketahui secara luas mengenai produk yang dijual. Melalui *brainstorming*, sebuah konten dapat dikembangkan secara kreatif, relevan, dan edukatif. Perusahaan harus tetap konsisten melakukan *brainstorming* pada setiap konten karena hal ini merupakan tahap awal dalam meningkatkan *awareness* pada dunia digital.

2. Content Planning

Sebagai perencana ide dan pemegang media sosial, membuat content planning pada *spreadsheets* sebagai bukti dan jadwal konten. Membuat rencana konten yang relevan dengan target audiens dan berdiskusi dengan supervisor mengenai konsep yang ingin ditonjolkan perusahaan. *Content plan* (Pratiwi, 2021), rencana pada konten sebelum mengeksekusi yang dilakukan sebulan sekali.

Content plan yang dilakukan saat ini dengan membuat rencana konten harian dalam satu hari untuk beberapa hari atau bulanan. Proses pembuatannya dilakukan agar jadwal, rencana, dan pekerjaan lebih tertata

atau terdata sehingga memudahkan untuk menyortir konten. Konten bersifat *mirroring* atau dalam ketiga aplikasi media sosial postingan akan sama, namun beberapa konten tidak selalu di *posting* pada ketiga akun perusahaan. Tujuan dari penggunaan *content plan* sebagai salah satu hal dalam mengelola perencanaan media sosial adalah strategi keefektifan konten dan memastikan seluruh konten yang akan dipublikasikan memiliki arah atau tujuan pemasaran. Tanpa adanya perencanaan maka aktivitas pada media sosial tidak akan ada arah atau tujuan yang jelas sehingga kurang relevan dengan target pasar. Beberapa hal mengapa *content plan* sangat dibutuhkan dalam mengelola media sosial, menjaga konsisten dari *brand* agar tetap menjaga konsistensi postingan yang sesuai dengan audiens untuk meningkatkan kepercayaan terhadap merek. Memiliki jadwal khusus agar efisien dilakukan agar memiliki jam khusus dan tertata, menghindari terjadinya postingan secara mendadak.

Tr	Konten	Jenis	Tr	Detail	Pemilik	Status	Tanggal postingan	File	Tr	Catatan
2	DESIGN BRIEF 1 IG & FB	FACEBOOK		FEEDS & CAPTION UNTUK DE	Sinar Surya A...	Dalam peninjauan	12/02/2025	FEEDS 1 IG FB		KARUNG BERAS
3	DESIGN BRIEF 1 IG & FB	INSTAGRAM		COPYWRITING CAPTION	Sinar Surya A...	Dalam peninjauan	12/02/2025	FEEDS 2 IG FB		KARUNG BERAS
4	COMPANY PROFILE	WEBSITE		ABOUT, SSAS GALLERY, PROT	Sinar Surya A...	Dipublikasikan	13/02/2025	WEBSITE SUDAH P		COMPANY PROF
5	BRIEF DESIGN BLOG WEBS	CANVA		TIPS MENGHINDARI KUTU BE	Sinar Surya A...	Dipublikasikan	19/02/2025	CANVA & WEBSITE		BLOG TIPS MEN
6	BLOG TIPS MENGHINDARI KL	WEBSITE		ARTIKEL	Sinar Surya A...	Dipublikasikan	19/02/2025	1		ARTIKEL 1
7	KARUNG BERAS CENEREAV	FACEBOOK		CAROUSEL + CAPTION	Sinar Surya A...	Dipublikasikan	13/02/2025	CANVA NO 2		FOR SALES
8	WARING SAYUR	FACEBOOK		CAROUSEL + CAPTION	Sinar Surya A...	Dipublikasikan	19/02/2025	CANVA DESIGN SO		
9	SOCIAL MEDIA PLAN	CANVA		PLANNING ALL SOCMED	Sinar Surya A...	Dalam proses	11/02/2025	CANVA SOCMED P		
10	PRODUCT KNOWLEDGE	CANVA		BRIEF DESIGN SOCMED	Sinar Surya A...	Dalam proses	20/02/2025	CANVA BRIEF DESI		
11	FUNGSI WARING SAYUR	TIKTOK		FUNGSI WARING SAYUR	Sinar Surya A...	Dipublikasikan	19/02/2025	TIKTOK		

Gambar 3.2 Content Planning PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera

Sumber : Tangkapan Layar Media Sosial Perusahaan (2025)

Pada gambar 3.2 merupakan *content plan* yang dibuat melalui spreadsheets sebagai tanda postingan konten telah berhasil posting sesuai tanggal, bulan, maupun jenisnya. Spreadsheets *content plan* media sosial

PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera memiliki tujuan agar rencana yang telah dibuat akan lebih efektif jika sudah terdata dan tidak terlewat, hal ini memudahkan untuk memberikan waktu yang tepat memposting konten pada media sosial.

Setiap bulannya akan dibuat *content plan* sebagai bukti dan keefektifan postingan media sosial. Spreadsheets content plan dilaksanakan hingga bulan April karena pada bulan Mei mulai lebih aktif pada tugas admin Whatsapp, walaupun tidak memperhatikan dan fokus *pada content plan* spreadsheets, media sosial tetap melakukan postingan secara konsisten dengan memposting *caption* atau desain promosi pada komunitas relevan yang membahas beras, karung, tepung, hingga *supplier* untuk memberikan *awareness* produk pada PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera melalui Facebook.

Content plan dilakukan sesuai dengan urutan tanggal atau jadwal yang disusun pada spreadsheets dengan mengatur jam posting yang pas. Jam posting pada media sosial adalah jam 12 siang, 1 siang, dan 3 siang, hal ini dilakukan berdasarkan jam istirahat atau masa aktif orang-orang istirahat dari pekerjaan. Tidak hanya jam tayang yang menjadi hal penting, namun menyesuaikan hari-harinya.

Ide yang telah dikembangkan biasanya dapat digunakan untuk 1 sampai 3 konten dengan produk yang berbeda, contohnya katalog produk atau karung, akan menggunakan desain yang sama, hal lainnya yaitu artikel untuk media sosial, terkadang lebih sering menggunakan desain yang relevan dengan topik.

3. Copywriting & Script Writing

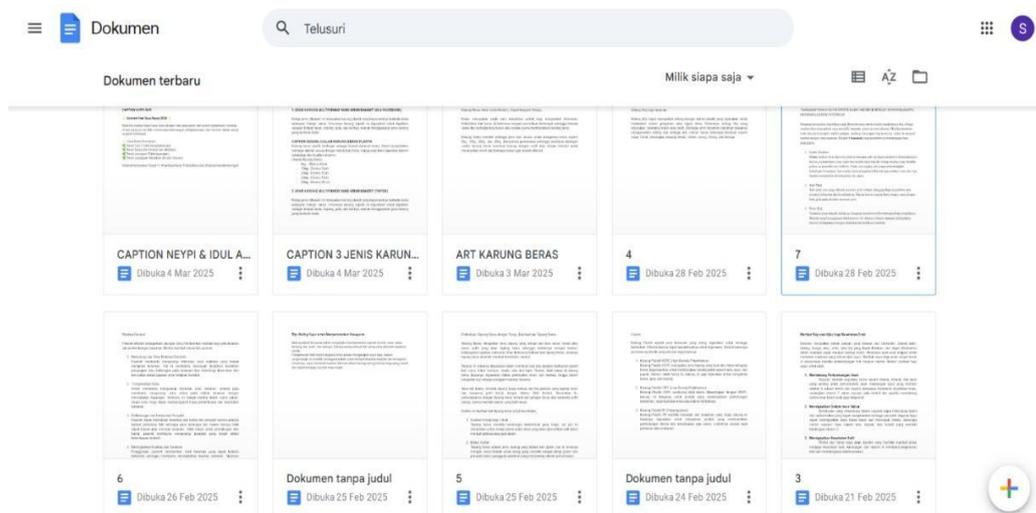
Membuat script dan caption untuk postingan media sosial perusahaan yang memerlukan *copywriting*. Proses pembuatan *script* dan *caption* dilakukan dengan ditulis berdasarkan konten atau kata-kata yang relevan dengan konten yang akan diposting. (Ariyadi, 2020), *copywriting* sangat penting digunakan untuk menyampaikan pesan promosi secara singkat dan menarik dalam periklanan produk. Pesan pada sebuah konten tentunya membutuhkan kata-kata persuasif yang menarik audiens untuk melihat isi konten yang dibuat. Tentu, untuk sebuah konten yang menarik membutuhkan *copywriting* di dalamnya, pada akun media sosial @ssaswovenspecialist terdapat beberapa jenis konten berbeda.

Pembuatan kata-kata atau *copywriting* dalam konten maupun *caption* disesuaikan dengan postingan sehingga selaras dengan video atau foto yang akan diposting. Hal pertama yang akan dilakukan adalah mencatat seluruh ide *copywriting* dan *caption* lalu memastikan telah sesuai dengan postingan.

Peran *copywriting* dalam sebuah postingan sangat penting terutama pada media sosial karena menjadi sarana untuk menyampaikan pesan dari postingan atau merek, tentu saat ini *copywriting* menjadi salah satu bagian atau *hook* untuk meningkatkan *engagement*. *Copywriting* bukan sekedar penyusunan kata-kata, namun menyampaikan emosi dan ajakan persuasif agar terjadinya interaksi pada konsumen. Melalui kata-kata dengan emosi yang kuat dalam sebuah postingan maka dapat membangun sebuah citra *brand* dan menyampaikan pesan yang ingin disampaikan melalui postingan.

Tabel 3.4 Tabel Tugas Kerja Magang Copywriting & Script Writing

NO.	JENIS	ISI COPYWRITING
1.	Caption	<p>Bingung cari supplier karung beras, waring sayur, atau kemasan produk pertanian anda?</p> <p>SSASWOVENSPECIALIST jawabannya!</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bahan kuat dan tahan lama • Desain menarik dan jahitan rapih • Cocok untuk yang mencari supplier!
2.	Artikel	<ul style="list-style-type: none"> • Paraneet bagi tanaman • 4 Tips merawat Tanaman kamu dari sinar matahari • Waring sayur bagi sayuran dan buah-buahan



Gambar 3.3 Copywriting Caption dan Script Content (2025)

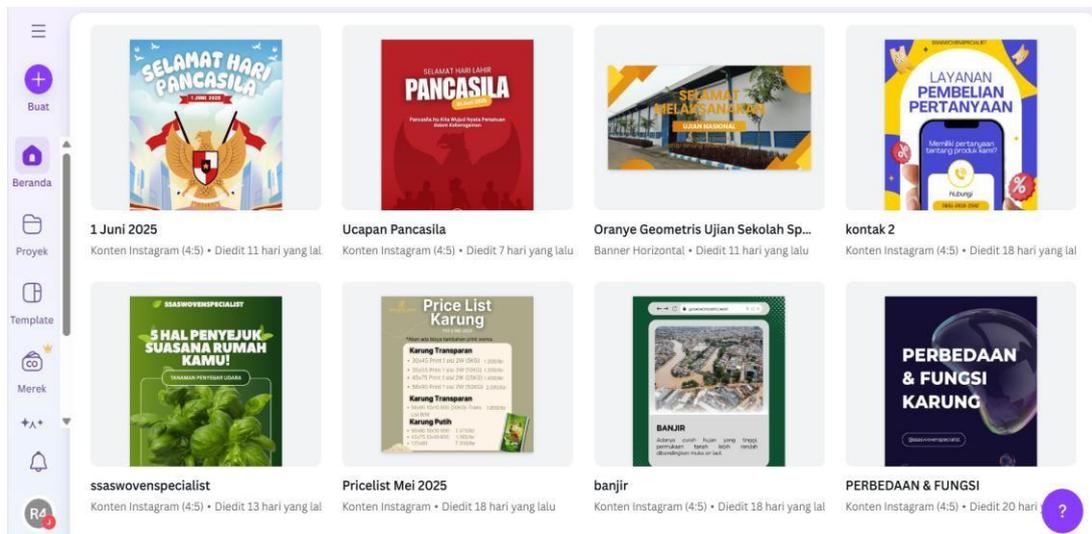
Proses pembuatan *copywriting* atau *script* akan dibuat melalui google documents atau pada buku catatan khusus, hal tersebut digunakan sebagai *caption* postingan atau artikel. *Caption* akan selalu dibuat setelah desain postingan selesai karena menyesuaikan desain dan konteks postingan. Pada gambar 3.3 merupakan contoh *caption* yang dibuat untuk postingan karung beras yang dibuat pada buku khusus. Pada google documents, *script* artikel dibuat untuk postingan website, pada buku khusus untuk postingan *caption* pada media sosial. *Caption* sangat penting digunakan sebuah postingan untuk menjelaskan tujuan dari postingan tersebut, tentunya kata-kata yang dirancang untuk menarik perhatian audiens. Penggunaan *caption* dalam sebuah postingan digunakan sebagai hook untuk meningkatkan *engagement*.

4. Content Marketing

Content Marketing merupakan strategi yang dibuat melalui konten komersial untuk menyebarkan informasi kepada audiens melalui platform media sosial seperti website, blog, media sosial, dan video (Purwanto & Sahetapy, 2022). Purwanto & Sahetapy (2022) mengatakan bahwa kegiatan *content marketing* merupakan promosi secara *online* atau media sosial dengan konten. Pada perusahaan, *content marketing* dilakukan setiap hari untuk mengiklankan produk dari PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera dengan pembuatan konten pribadi.

Tujuan penggunaan *content marketing* untuk melakukan edukasi, manfaat pasar, dan keunggulan pada setiap produk yang ditawarkan. Lebih banyak konten yang diposting pada akun perusahaan menggunakan konten edukasi atau informatif mengenai produk sehingga relevan, hal tersebut dilakukan dalam bentuk gambar, *caption*, dan artikel singkat sehingga perusahaan dapat memperkenalkan produk hingga meyakinkan pembeli khususnya pada sektor pertanian, perkebunan, dan logistik. Perusahaan

dapat membangun citra profesional melalui *content marketing* dengan mengevaluasi *feedback*, proses produksi, dan melayani konsumen.



Gambar 3.4 Platform Desain Postingan Canva

Sumber : Tangkapan Layar Media Sosial Perusahaan (2025)

Gambar 3.4 merupakan pembuatan konten yang dibuat menggunakan Canva sebagai alat untuk membuat desain berbagai postingan. Desain tersebut berupa katalog produk, *pricelist*, promosi, pengetahuan, dan informasi. Pada media sosial perusahaan (Instagram, Facebook, dan TikTok) dapat memposting kurang lebih 40 konten dalam 1 bulan, namun bersifat *mirroring* atau seluruh postingan tidak dibedakan. Konten dibuat secara otodidak sebagai permintaan perusahaan secara mendadak dan dapat terencana dengan membuat ide setiap harinya agar lebih efektif.

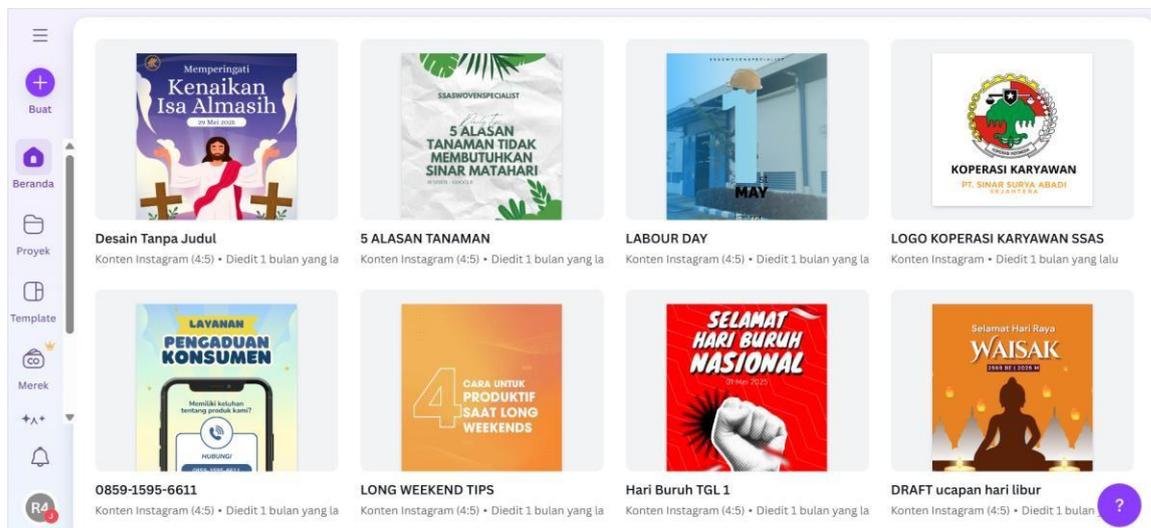
Macam-macam konten untuk postingan media sosial berupa, pengetahuan yang dikemas dalam bentuk artikel atau *blog*, tentunya artikel relevan dengan produk yang dijual. Pembuatan *script* tersebut membutuhkan berbagai sumber pada google dijadikan satu, tentunya seluruh kalimat akan di parafrase untuk menghindari terjadinya plagiarisme. Postingan pada Instagram, Facebook, dan TikTok dari PT. Sinar Surya

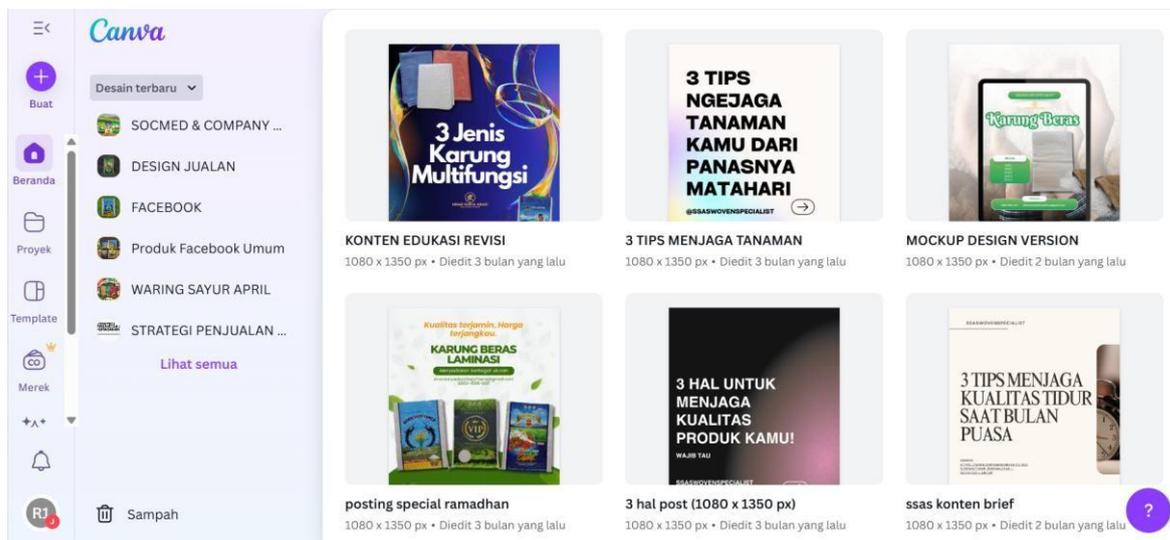
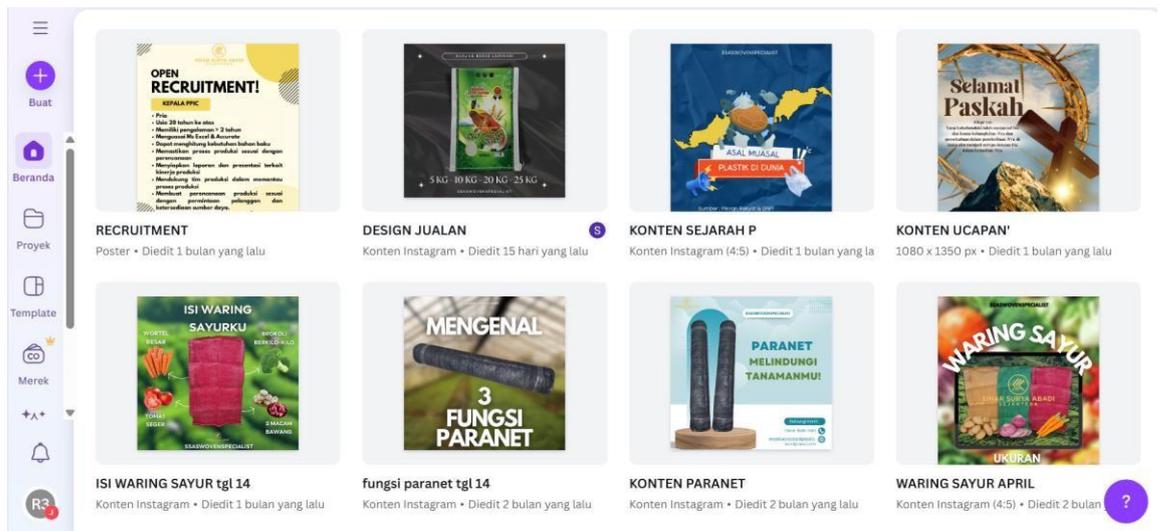
Abadi Sejahtera memiliki berbagai jenis konten termasuk artikel atau tips, namun lebih menekankan postingan katalog produk dengan tujuan mencari pembeli atau audiens yang sesuai untuk menjadi klien.

Content Marketing yang dilakukan agar dapat mencapai tujuan adalah konsisten dalam mempromosikan produk yang dijual, namun harus melihat dan menyesuaikan segmen pasar. Tujuan membuat konten untuk perusahaan adalah meningkatkan jumlah penjualan dan *awareness* dari klien yang belum menggunakan produk dari PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera.

5. Content Brief Design

Content Brief Design merupakan salah satu tugas yang dilakukan untuk membuat seluruh postingan media sosial seperti promosi, ucapan, katalog produk, dan artikel lainnya. Konten yang akan dibuat merupakan ide saat melakukan *brainstorming* dan *content planning*. Desain sangat penting dalam sebuah postingan karena menunjukkan tujuan dan arti yang akan disampaikan selain *caption*.





Gambar 3.5 Content Brief Design

Sumber : Tangkapan Layar Media Sosial Perusahaan (2025)

Seluruh *content brief design* dibuat pada website atau aplikasi Canva agar lebih tertata dan memudahkan pencarian referensi desain untuk konten yang akan dibuat. Gambar 3.5 merupakan beberapa desain konten yang telah diposting, seluruh desain yang dibuat berkaitan dengan artikel produk, katalog produk, promosi produk, dan poster.

Ketiga gambar yang ditampilkan merupakan hasil desain yang menggunakan platform Canva dan beberapa desain tersebut merupakan

konten media sosial untuk diposting. Postingan dibagi menjadi beberapa tema atau tujuan, salah satunya konten spesial khusus ramadhan, pada tema tersebut menunjukkan sesuatu yang relevan dengan ramadhan. Contohnya, konten makanan khas Idul Fitri, ucapan hari raya Idul Fitri dan Idul Adha.

Konten spesial identik dengan berbagai kesempatan atau peristiwa pada bulan-bulan tertentu, hal tersebut untuk memperingati kebudayaan atau peristiwa tertentu. Hal ini menjadi konten postingan yang tidak dibuat secara terus menerus, melainkan hanya sekedar mengikuti tren dan menghargai umat yang merayakan Idul Fitri



Gambar 3.6 Contoh Content Design Brief

Gambar 3.6 merupakan contoh dari content desain brief pada konten spesial Idul Fitri, konten spesial ini dibuat tidak selalu dibuat, namun akan dibuat sesuai

dengan peristiwa tertentu. Idul Fitri identik dengan makanannya, saat puasa banyak makanan yang khas dan selalu ada hanya saat bulan puasa seperti kolak. Hal ini diposting untuk menunjukkan ikut terlibat dalam mengucapkan Idul Fitri.

Hal ini dilakukan untuk menciptakan hubungan dengan audiens. Content design brief merupakan desain yang menjelaskan tema, tujuan, arah, dan target audiens. Tentu sebelum pembuatan konten akan dibuat brief atau desain untuk menunjukkan ide yang telah dirancang dan menyesuaikan dengan tema agar maksud atau arti dari konten tersampaikan. Tidak hanya konten dalam peristiwa tertentu, namun konten informatif seperti katalog produk dan artikel menarik audiens untuk mengetahui tujuan dari akun media sosial yang telah dibangun. Seluruh postingan dalam media sosial perusahaan harus mencerminkan produk ataupun artikel yang relevan dengan produk yang dijual sehingga tujuan yang telah direncanakan terlihat jelas.

Content design brief terlihat tidak terlalu penting namun sebenarnya hal ini penting dilakukan karena dalam sebuah postingan sering kali terdapat hal-hal ambigu yang membuat kesalahpahaman akan pengertian dari tujuan dan maksud konten tersebut sehingga sebuah postingan membutuhkan rancangan, ide, struktur yang jelas melalui *brief*. Bagian-bagian yang harus diperhatikan dalam pembuatan brief adalah maksud, tujuan, kenapa, dan apa yang menjadi pembahasan dalam desain tersebut, selain bagian, harus memperhatikan atau menyesuaikan target audiens melalui desain untuk menghindari konten tidak relevan.

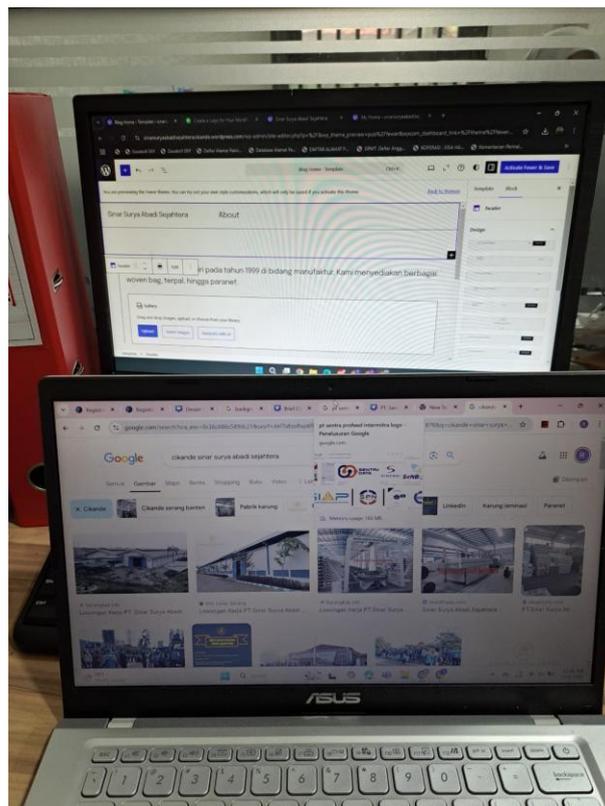
Dokumen yang berisi arahan lengkap atau content design brief mengenai pembuatan konten terstruktur untuk mengevaluasi apakah konten telah sesuai dengan tujuan, maksud, dan pesan kreatif telah sesuai dengan audiens. Design merupakan komunikasi dari *brand* kepada audiens. Sebuah konten memiliki latar belakang tersendiri yang berupa tujuan dari postingan seperti *brand awareness*, *engagement*, dan penjualan.

Penggunaan content design brief pada perusahaan lebih menggunakan aplikasi Canva sebagai tempat untuk membuat desain, namun beberapa ide dituliskan pada content plan, brief hanya sebuah postingan yang akan di seleksi

untuk posting. Referensi untuk pembuatan konten terdapat pada berbagai desain Canva dengan *keyword* “Promosi Produk” untuk menjadi design produk pada konten produk di media sosial perusahaan.

Strategi komunikasi dalam media sosial salah satunya merupakan pembuatan konten yang terarah untuk meningkatkan *awareness* dari audiens. Melalui content design brief, proses ini membuat konten lebih terarah karena memudahkan untuk melakukan revisi. Hal ini sangat penting dilakukan pada media sosial pada era saat ini agar kontenn selaras dengan visi dan ide yang telah direncanakan.

Media sosial merupakan hal yang penting bagi sebuah perusahaan, dengan mengikuti era digital memudahkan perkembangan *awareness* audiens terhadap perusahaan.



Gambar 3.7 Proses Update Website PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera

Sumber : Data Pribadi (2025)

Proses pengerjaan website perusahaan yang dikerjakan pada bulan pertama melakukan proses kerja magang. Hal ini sebagai tugas utama yang dilakukan untuk *update* profil perusahaan pada google. Website saat ini dilengkapi dengan berbagai artikel, sebelumnya perusahaan hanya berfokus pada informasi perusahaan, kontak, dan produk. Tujuan pembuatan website yang lebih lengkap tentunya ingin meningkatkan nama perusahaan pada setiap pencarian “karung, terpal, paranet” pada laman google, selain itu banyaknya persaingan pada bidang manufaktur ini membuat perusahaan harus tetap mengikuti perkembangan era saat ini. Hal ini tentu memberikan pengaruh atau sumber calon pembeli untuk melakukan *approaching* pada WhatsApp yang tertera pada website.

6. Admin WhatsApp

WhatsApp merupakan aplikasi yang digunakan sebagai alat berkomunikasi secara *online* dengan jaringan luas, aplikasi ini memudahkan untuk berinteraksi dengan mudah hingga dapat berinteraksi dengan orang lain yang berbeda wilayah maupun negara. Tujuan penggunaan WhatsApp sebagai alat berkomunikasi dengan klien adalah memudahkan kedua pihak untuk berinteraksi dan seiring perkembangan zaman, aplikasi ini memiliki manfaat atau keunggulan yang berbeda jauh dengan penggunaan SMS atau media sosial lainnya. WhatsApp merupakan aplikasi khusus untuk mengirimkan pesan antar individu, pada aplikasi dapat membuat grup sehingga dapat berbincang dengan banyak orang. Perusahaan menggunakan WhatsApp agar dapat menunjukkan profesionalitas dan kepercayaan klien dengan profil maupun pelayanan yang maksimal

Admin WhatsApp pada PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera menjadi salah satu bagian dalam *jobdesk* dari Sales & Digital Marketing, membalas seluruh pesan dari calon pembeli. Perusahaan memiliki ekspektasi untuk menjadikan WhatsApp sebagai pusat penjualan selain media sosial, kebanyakan dari pembeli interaksi atau berkomunikasi melalui nomor ponsel dan WhatsApp karena tercantum pada google.

Sebagai admin sales, perusahaan memberikan kesempatan agar setidaknya dalam kurun waktu kurang dari 4 bulan melaksanakan proses kerja magang melakukan penjualan, hal tersebut menjadi wadah atau pembelajaran untuk membangun skill *Personal & Relationship Selling*, sesuai dengan mata kuliah yang telah ditempuh pada perkuliahan. Pekerjaan tersebut membantu kepala bagian Marketing dalam membalas seluruh pesan untuk melayani klien sesuai jam operasional kantor (08.00-17.00). Pada bulan pertama hingga ketiga, pekerjaan sebagai admin belum menjadi utama, media sosial menjadi wadah penjualan karena perusahaan mulai *aware* dengan seiring perkembangan era digital.

Sebagai admin WhatsApp tentunya akan melayani calon pembeli maupun pembeli. Pada gambar 3.8 menunjukkan pelayanan yang dilakukan sebagai admin dan bertanggungjawab atas pembelian. Klien pada gambar di atas sedang melakukan transaksi pembelian karung plastik dari PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera pada bulan Mei 2025.

Pada bulan kelima selama melakukan proses kerja magang, kesempatan yang diberikan oleh supervisor untuk melakukan penjualan telah berhasil dilakukan sebanyak 2.000 lembar karung beras. Gambar di atas merupakan bukti pesan klien yang telah melakukan DP sebagai bentuk terjadinya transaksi antara perusahaan dan klien.

Setiap harinya membalas seluruh pesan WhatsApp dari klien atau calon pembeli. Pekerjaan ini diperlukan komunikasi untuk interaksi dengan *customer*, hal ini membantu mengasah *skill* untuk melakukan penjualan, terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu, pelayanan dan hubungan baik, keduanya dapat meyakinkan *customer* memberikan kepercayaan untuk melakukan transaksi. Pelayanan pada WhatsApp, perusahaan memberikan fasilitas berbentuk handphone untuk membalas dan mengurus seluruh pesan dari klien yang ingin bertanya maupun membeli, hal ini memudahkan pekerjaan sehingga tidak mencampurkan data pribadi. Fasilitas tersebut merupakan upaya perusahaan untuk membantu proses kerja magang untuk mengenal lebih dalam tentang dunia *Marketing* atau *point of view* sebagai penjual. Fitur pada WhatsApp perusahaan menyediakan katalog produk seperti karung beras, karung plastik, waring sayur, terpal plastik, paranet, dan produk lainnya. Tujuan dari fitur tersebut memberikan gambaran untuk pricelist sehingga memudahkan calon pembeli. Kegunaan fitur tidak sesuai dengan harga sebenarnya, namun hal ini dilakukan agar calon pembeli melakukan pesan secara langsung.

Desain pada fitur tersebut dibuat menggunakan Canva, katalog produk tersebut disesuaikan dengan jenis produknya. Seluruh harga disesuaikan dengan jenis, ukuran, dan ketebalan anyamannya, namun untuk beberapa produk selain karung akan disesuaikan dengan harga per roll. Harga dapat dibuat menggunakan excel yang sudah terhubung dengan perhitungan yang sudah terdapat di excel tersebut.

3.2.2 Kendala Utama

Kendala utama saat proses kerja magang dalam hal posisi pekerjaan sebagai Sales & Digital Marketing Intern, hal ini terjadi karena divisi ini tidak memiliki tim untuk mengurus media sosial melainkan hanya bekerja sama dengan supervisor. Tentunya pengelolaan media sosial kurang efektif dan hanya menggunakan ide yang dikembangkan secara individual. Perusahaan sebelumnya tidak konsisten dengan dunia media sosial sehingga belum memiliki banyak pengalaman dalam hal tersebut.

Koordinasi yang kurang karena keterbatasan waktu yang dimiliki oleh Supervisor sehingga *brainstorming* dilakukan secara individual. Tentu hal ini menghambat untuk posting desain yang telah dibuat karena harus mendapatkan *approval*. Perusahaan memiliki beberapa SOP produk yang tidak dapat di publik secara langsung pada media sosial dengan adanya perjanjian dengan klien atau perusahaan lain yang menggunakan jasa di PT. Sinar Surya Abadi Sejahtera.

Perusahaan tidak menyediakan dana untuk melakukan iklan berbayar pada media sosial sehingga sulit untuk mendapatkan *engagement* karena akun perusahaan baru dibuat pada bulan Februari 2025. Tanpa penggunaan ads, postingan kurang dilihat atau hanya sekedar postingan karena kurangnya tanggapan pada seluruh media sosial perusahaan. Koordinasi atau tidak adanya tim membuat perencanaan atau ide sulit karena tidak ada perbedaan pendapat yang dapat dirundingkan.

3.2.3 Solusi

Proses kerja magang merupakan syarat wajib yang dilaksanakan oleh mahasiswa semester enam untuk memenuhi SKS, namun hal ini memberikan mahasiswa pengalaman dan pembelajaran untuk memahami kerja secara langsung. Syarat yang diberikan oleh kampus telah sesuai karena mahasiswa mendapatkan tempat kerja magang yang profesional dan kredibel.

Perusahaan mampu memberikan ruang bagi mahasiswa untuk terus belajar mengenai hal-hal yang sebelumnya belum pernah dilakukan. Fasilitas hingga pembelajaran memberikan manfaat banyak bagi mahasiswa sebagai karyawan magang sehingga kendala tidak terlalu menjadi masalah untuk bekerja secara individual, walaupun tidak memiliki tim khusus, perusahaan selalu membantu dan memberikan dukungan melalui penyediaan handphone khusus, komputer khusus, dan segala perlengkapan lainnya.

Kendala tidak akan menjadi penghalang utama sebuah proses kerja terhambat terus-menerus, seluruh hambatan memiliki solusi. Perusahaan tidak memberikan kesulitan atau tekanan selama proses kerja magang sehingga apapun kendala yang terjadi masih dapat dibenahi dan perusahaan menyesuaikan kemampuan atau *skill* yang dimiliki karyawan magang dalam bekerja individual.

Solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala utama dalam proses kerja magang tersebut dengan cara melakukan brainstorming dan melakukan diskusi bersama supervisor untuk merencanakan ide-ide konten, hal tersebut dilakukan dengan koordinasi secara *online* melalui WhatsApp. Konsistensi pada media sosial mulai dilakukan dengan memposting berbagai bentuk promosi setiap empat kali dalam seminggu dengan jenis konten *mirroring*.

Brainstorming dilakukan secara individual maupun koordinasi tetap dilakukan sehingga tidak menunda waktu posting konten agar tetap efektif. Perkembangan atau pengalaman perusahaan pada media sosial dibangun melalui diskusi bersama supervisor mengenai ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama lima semester perkuliahan, hal tersebut membantu perusahaan untuk *aware* dengan penggunaan media sosial. Keterbatasan SOP tidak menjadi penghalang untuk memposting promosi produk karena perusahaan memiliki desain karung yang dijual secara umum ataupun melalui request pelanggan.

Tim merupakan salah satu hal yang terpenting untuk berjalannya seluruh pekerjaan atau proses, namun hal tersebut dapat diatasi dengan menganalisa tren dan menempatkan konten pada segmen yang tepat. Tidak hanya mengelola media

sosial, tetapi menjadi *salesperson* sehingga tidak hanya berfokus pada hal ini. Solusi strategis agar proses pembuatan ide atau *brainstorming* dilakukan dengan membuat *content plan* yang dibuat secara bulanan sehingga supervisor dapat dengan mudah mengecek atau *approve* konten yang telah dibuat.

Menjaga konsistensi dalam media sosial sangat penting agar meningkatkan akun perusahaan, namun kendala tidak menjadi alasan untuk tidak menggunakan media sosial sebagai alat atau sarana untuk promosi produk. Perusahaan dapat mengeluarkan biaya untuk melakukan *ads*, namun hal ini belum terlaksana karena belum ada kepastian dari pihak atasan. Pemanfaatan dapat dilakukan dengan sering memposting pada laman media sosial atau aktif dalam komunitas untuk membagikan informasi terkait produk yang dijual.

Supervisor berusaha untuk memahami *digital marketing* dan kegunaan media sosial sehingga tidak terlalu sulit untuk mengelola media sosial tanpa adanya tim. Hal ini menjadi salah satu solusi agar dapat membantu perkembangan perusahaan di era digital. Fokus perusahaan tidak hanya pada media sosial melainkan pelayanan pada klien yang menghubungi melalui nomor telepon maupun WhatsApp.

Seluruh solusi telah dilakukan dengan tepat sehingga memudahkan karyawan magang untuk memanfaatkan fasilitas yang ada untuk mendukung kerja secara individu. Walaupun tidak memiliki tim, pekerjaan dimudahkan dengan bantuan dari divisi lain pada departemen QC, contohnya pada saat ingin mencari karung yang ingin dijadikan sample dan akan dikirimkan ke perusahaan lain. Pekerjaan semakin dimudahkan karena saling berkoordinasi.

Seluruh solusi tersebut berjalan sesuai yang direncanakan sehingga memudahkan pekerjaan karyawan magang saat ini. Perusahaan memberikan kebebasan untuk karyawan magang dalam mempelajari seluruh hal yang ada di kantor maupun pabrik. Kendala yang terjadi menjadikan karyawan magang untuk belajar banyak hal seperti aktif, kreatif, koordinasi, dan mencari solusi.