

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

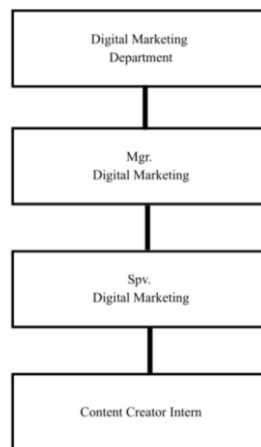
3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Program MBKM magang dirancang untuk memberikan fleksibilitas bagi mahasiswa dalam menempuh pembelajaran di luar program studi atau universitas, untuk mempersiapkan diri memasuki dunia kerja yang lebih relevan dan nyata. Program magang ini menjadi bentuk praktik pembelajaran yang wajib diikuti oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai salah satu persyaratan dalam penyelesaian studi jenjang sarjana, khususnya di program studi PJJ Ilmu Komunikasi. Melalui program ini, mahasiswa memiliki kesempatan untuk memilih perusahaan dan posisi magang yang selaras dengan bidang keilmuan yang dipelajari. Pelaksanaan magang ini bertujuan untuk memberikan pemahaman secara langsung mengenai lingkungan kerja yang profesional, memperluas wawasan, pengalaman, dan mengembangkan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan industri komunikasi saat ini.

Kegiatan magang dilaksanakan di Prioritas Jaya Indonesia dalam kurun waktu enam bulan, terhitung sejak 21 Juli 2025 hingga 21 Januari 2026, dengan posisi sebagai *Content Creator Intern* dibawah naungan Departemen *Digital Marketing* PT Priotritas Jaya Indonesia.

3.1.1 Kedudukan

Kegiatan magang dilaksanakan di Prioritas Jaya Indonesia dalam kurun waktu enam bulan, terhitung sejak 21 Juli 2025 hingga 21 Januari 2026, dengan posisi sebagai *Content Creator Intern* dibawah naungan Departemen *Digital Marketing* PT Prioritas Jaya Indonesia. Selama periode magang, penulis mendapatkan bimbingan dan pengawasan secara langsung oleh Haviz Fala Asyraf selaku *Brand Manager* sekaligus *Supervisor Digital Marketing*. Sementara itu, Beatrice Clarissa Solihin sebagai *Manager Digital Marketing* juga turut terlibat dalam proses kerja tim, meskipun bukan sebagai pembimbing utama penulis.



Gambar 3. 1 Ruang lingkup kerja divisi *digital marketing*
Sumber: Olahan penulis, 2025

Departemen *Digital Marketing* ini bertanggung jawab untuk merancang, mengelola, dan mengevaluasi strategi pemasaran berbasis digital guna meningkatkan visibilitas merek, menjangkau target audiens secara efektif, serta mendukung pencapaian tujuan bisnis perusahaan.

a. *Digital Marketing Manager*

Bertanggung jawab dalam mengawasi pelaksanaan *digital marketing*, mengelola anggaran *digital marketing* dan memastikan penggunaannya berjalan dengan efisien, mengambil keputusan strategis berdasarkan hasil analisis data, serta mengkoordinasikan dan memimpin tim *digital marketing* dalam menyusun strategi pemasaran.

b. *Digital Marketing Supervisor*

Bertanggung jawab untuk mengawasi pelaksanaan pembuatan dan publikasi sesuai dengan *editorial planning* dan *brand identity*, memberikan arahan dan evaluasi terhadap kinerja *Content Creator*, memantau dan mengevaluasi performa konten media sosial secara berkala, serta menyampaikan laporan perkembangan dan hasil kinerja digital marketing kepada *Digital Marketing Manager*.

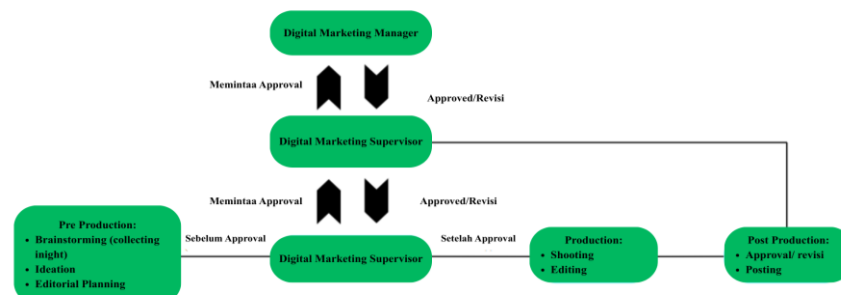
c. *Content Creator Intern*

Bertanggung jawab untuk membantu pengembangan ide, perancangan *editorial planning*, membuat konten visual dan audiovisual, melakukan

pengambilan gambar dan video, mengedit video, mengelola berbagai konten, dan melaporkan hasil pekerjaan dan perkembangan tugas kepada *Digital Marketing Supervisor* yang difokuskan pada media sosial Instagram dan Tiktok, khususnya untuk *brand* HONOR dan VLAGIO.

3.1.2 Koordinasi

Alur kerja *Content Creator Intern* di PT Prioritas Jaya Indonesia berlangsung secara sistematis. Tahap awal berupa *pre-production*, dimulai dari tahap *ideation & planning*, biasanya tim *digital marketing* akan melakukan sesi *brainstorming* dengan tujuan untuk mengumpulkan *insight* terkait kebutuhan audiens dan tren, setelah itu tim akan membuat *editorial planning* sebagai acuan dalam pembuatan konten, arah konten, penulisan *caption & hashtag*, serta referensi visual yang mendukung, hingga pendistribusian konten di media sosial. Tahap berikutnya, ide yang telah dirancang akan melalui proses persetujuan (*approval*) dari di *Supervior Digital Marketing*, yang kemudian akan diteruskan juga ke *Digital Marketing Manager* untuk mendapatkan persetujuan akhir (*final approval*). Setelah mendapatkan persetujuan, tahap selanjutnya yaitu *production*, pada tahap ini *content creator* melakukan proses *shooting* . Nantinya, *footage* video yang sudah selesai diambil akan diedit melalui tahap *post production*, setelah selesai diedit hasil video akan diberikan kepada *Manager* dan *Supervisor* (*preview*) untuk memberikan *feedback*. Jika dirasa konten tersebut perlu direvisi, maka *content creator* akan memperbaiki video konten tersebut, tetapi jika konten tersebut sudah dirasa cukup baik, maka konten tersebut siap untuk diunggah berdasarkan jadwal dan *platform* yang ditentukan.



Gambar 3. 2 Bagan alur *Content Creator Intern* di PT Prioritas Jaya Indonesia
Sumber : Olahan penulis, 2025

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas *Content Creator Intern* selama magang meliputi aktivitas kreatif yang mendukung *digital marketing*, terkhusus pada *platform* media sosial Instagram dan Tiktok. Dalam kesehariannya *Content Creator Intern* bertugas untuk melakukan riset *trend* dan bantu mengidentifikasi kebutuhan audiens di media sosial, menyusun *editorial planning*, membuat video, hingga mengunggahnya ke media sosial. Pembuatan konten tersebut bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, *customer engagement*, dan penjualan, terutama untuk brand HONOR dan VLAGIO. Berikut rincian dari pekerjaan *Content Creator Intern* selama magang di PT Prioritas Jaya Indonesia:

Aktivitas	Jenis Pekerjaan	Waktu Pelaksanaan																											
		2025																											
		Juli				Agustus				September				Oktober				November					Desember				2026		
		3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4
Pre-production	Research dan mencari referensi konten																												
	Membuat editorial planning																												
Production	Shooting																												
	Editing																												
Post-production	Approval & Revisi																												
	Posting																												
Event	Event Collaboration																												

Tabel 3. 1Detail Pekerjaan yang Dilakukan
Sumber : Olahan penulis, 2025

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Secara umum *Content Creator Intern* bertugas untuk membuat konten *end to end*, dari awal sampai akhir. Proses ini dilakukan dari tahap *brainstorming*, penyusunan *editorial planning*, *shooting*, *editing*, *preview*, *approval*, hingga publikasi video konten di media sosial *brand* (Tiktok dan Instagram).

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama enam bulan menjadi *Content Creator Intern* di PT Prioritas Jaya Indonesia, penulis secara langsung terlibat dalam berbagai aktivitas perancangan konten di media sosial. Dimulai dari perumusan ide, pembuatan *editorial planning*, pelaksanaan produksi *shooting*, *editing*, revisi konten, dan pengunggahan konten ke media sosial. Aktivitas pembuatan konten yang dilakukan oleh *Content Creator Intern* ini sejalan dengan pendekatan yang dikemukakan oleh Kotler

(2017) yang mengacu pada *step by step content marketing*. Pendekatan ini menjadi acuan bagi *Content Creator Intern* untuk membuat konten secara terstruktur sesuai dengan tahapannya, dengan menggunakan beberapa elemen seperti teknik *copywriting*. Dalam setiap video konten yang dibuat *Content Creator Intern* harus menambahkan elemen *hook*, pesan utama, dan *call to action*. Adapun tugas dan tanggung jawab dari *Content Creator Intern* sebagai berikut:

Pre Production:

a. *Brainstorming*



Gambar 3. 3 Gambaran sesi *brainstorming*
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025

Brainstorming merupakan suatu cara yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan dalam mengumpulkan sekelompok orang dengan tujuan untuk menciptakan ide-ide atau pikiran yang baru (Minter & Reid (2007), "*Lightning In A Bottle*"). Hal ini sejalan dengan kebiasaan tim *digital marketing* PT Prioritas Jaya Indonesia yang selalu berkumpul saat awal atau akhir bulan untuk menciptakan suatu ide strategi *digital marketing*-nya. Berpartisipasi aktif dalam sesi *brainstorming* merupakan salah satu aktivitas yang perlu dilakukan oleh masing-masing individu yang ada di tim *digital marketing*. Pada tahap awal ini, tim *digital marketing* akan menentukan aktivitas yang akan dilakukan, produk yang akan dihighlight di bulan berikutnya, dan bagaimana strateginya pemasarannya.

b. Penyusunan *Editorial Planning*

Selanjutnya, salah satu tugas *Content Creator Intern* yaitu menyusun *editorial planning* untuk brand HONOR dan VLAGIO. Penyusunan *editorial planning* ini bertujuan untuk menjaga konsistensi dan efektivitas dalam pembuatan hingga tahap distribusi konten. Pembuatan *editorial planning* ini dilakukan dengan cara menentukan *posting date*, *PIC*, *production request date*, *status*, *content title*, *platform*, *post type*, *content pillar*, *topic*, *script/brief*, *reference*, *caption*, *hashtag*, *boost*, *talent*, dan *editor*. Elemen-elemen tersebut yang akan menjadi acuan bagi *Content Creator Intern* dalam memproduksi kontennya. Dalam merancang pesan yang ingin disampaikan kepada audiens, *Content Creator Intern* harus memiliki kemampuan menulis kreatif yang baik, menulis kreatif merupakan tahap dimana *Content Creator Intern* menuangkan suatu pikiran melalui tulisan yang kreatif dengan tujuan memberi pengalaman kepada pembaca, kemampuan menulis kreatif ini disebut sebagai *copywriting* yang biasa digunakan oleh *Content Creator Intern* dalam membuat *script* atau *brief*. Sebab, *copywriting* yang menarik akan lebih mudah diterima oleh konsumen, dan kata-kata yang mudah diingat akan membuatnya tetap terlintas di benak konsumen (Rasti, 2019)

Posting Date	PIC	Production Request Date	Status	Content Title	Platform	Post Type	Content Pillar	Topic	Script/Brief	Reference	Caption	Hashtag	Boost	Talent	Editor
2025-01-15	Yohana Bella Ameilia	2025-01-15	Ready to Post	Video Content 1	Instagram	Reel	Product	HONOR Magic6 Pro	Video script for HONOR Magic6 Pro launch	https://www.honor.com/	Introducing the new HONOR Magic6 Pro. It's not just a phone, it's a masterpiece. #HONORMagic6Pro	#HONORMagic6Pro	Yes	Yohana Bella Ameilia	Yohana Bella Ameilia
2025-01-16	Yohana Bella Ameilia	2025-01-16	Ready to Post	Image Content 1	Instagram	Post	Product	HONOR Magic6 Pro	Image script for HONOR Magic6 Pro launch	https://www.honor.com/	Introducing the new HONOR Magic6 Pro. It's not just a phone, it's a masterpiece. #HONORMagic6Pro	#HONORMagic6Pro	Yes	Yohana Bella Ameilia	Yohana Bella Ameilia
2025-01-17	Yohana Bella Ameilia	2025-01-17	Ready to Post	Video Content 2	Instagram	Reel	Product	HONOR Magic6 Pro	Video script for HONOR Magic6 Pro launch	https://www.honor.com/	Introducing the new HONOR Magic6 Pro. It's not just a phone, it's a masterpiece. #HONORMagic6Pro	#HONORMagic6Pro	Yes	Yohana Bella Ameilia	Yohana Bella Ameilia
2025-01-18	Yohana Bella Ameilia	2025-01-18	Ready to Post	Image Content 2	Instagram	Post	Product	HONOR Magic6 Pro	Image script for HONOR Magic6 Pro launch	https://www.honor.com/	Introducing the new HONOR Magic6 Pro. It's not just a phone, it's a masterpiece. #HONORMagic6Pro	#HONORMagic6Pro	Yes	Yohana Bella Ameilia	Yohana Bella Ameilia
2025-01-19	Yohana Bella Ameilia	2025-01-19	Ready to Post	Video Content 3	Instagram	Reel	Product	HONOR Magic6 Pro	Video script for HONOR Magic6 Pro launch	https://www.honor.com/	Introducing the new HONOR Magic6 Pro. It's not just a phone, it's a masterpiece. #HONORMagic6Pro	#HONORMagic6Pro	Yes	Yohana Bella Ameilia	Yohana Bella Ameilia
2025-01-20	Yohana Bella Ameilia	2025-01-20	Ready to Post	Image Content 3	Instagram	Post	Product	HONOR Magic6 Pro	Image script for HONOR Magic6 Pro launch	https://www.honor.com/	Introducing the new HONOR Magic6 Pro. It's not just a phone, it's a masterpiece. #HONORMagic6Pro	#HONORMagic6Pro	Yes	Yohana Bella Ameilia	Yohana Bella Ameilia
2025-01-21	Yohana Bella Ameilia	2025-01-21	Ready to Post	Video Content 4	Instagram	Reel	Product	HONOR Magic6 Pro	Video script for HONOR Magic6 Pro launch	https://www.honor.com/	Introducing the new HONOR Magic6 Pro. It's not just a phone, it's a masterpiece. #HONORMagic6Pro	#HONORMagic6Pro	Yes	Yohana Bella Ameilia	Yohana Bella Ameilia
2025-01-22	Yohana Bella Ameilia	2025-01-22	Ready to Post	Image Content 4	Instagram	Post	Product	HONOR Magic6 Pro	Image script for HONOR Magic6 Pro launch	https://www.honor.com/	Introducing the new HONOR Magic6 Pro. It's not just a phone, it's a masterpiece. #HONORMagic6Pro	#HONORMagic6Pro	Yes	Yohana Bella Ameilia	Yohana Bella Ameilia
2025-01-23	Yohana Bella Ameilia	2025-01-23	Ready to Post	Video Content 5	Instagram	Reel	Product	HONOR Magic6 Pro	Video script for HONOR Magic6 Pro launch	https://www.honor.com/	Introducing the new HONOR Magic6 Pro. It's not just a phone, it's a masterpiece. #HONORMagic6Pro	#HONORMagic6Pro	Yes	Yohana Bella Ameilia	Yohana Bella Ameilia
2025-01-24	Yohana Bella Ameilia	2025-01-24	Ready to Post	Image Content 5	Instagram	Post	Product	HONOR Magic6 Pro	Image script for HONOR Magic6 Pro launch	https://www.honor.com/	Introducing the new HONOR Magic6 Pro. It's not just a phone, it's a masterpiece. #HONORMagic6Pro	#HONORMagic6Pro	Yes	Yohana Bella Ameilia	Yohana Bella Ameilia

Gambar 3. 4 Contoh *editorial planning*

Sumber : Dokumentasi penulis, 2025

Menurut Bly (2020), terdapat unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam menulis kreatif atau *copywriting* diantaranya:

- Menarik perhatian (*attention*)

Copywriting yang dibuat harus dapat memikat calon konsumen sehingga mereka tertarik untuk menonton konten sampai habis dan penasaran terhadap produk yang dipromosikan. Hal ini diterapkan oleh *Content Creator Intern* dengan membuat hook pada setiap videonya. Biasanya *Content Creator Intern* membuat *hook* pada 2-5 detik pertama.

- Mengkomunikasikan (*communicate*)

Copywriting yang dibuat harus dapat menyampaikan informasi dan pesan *brand* secara efektif. Pada *brand* parfum HONOR dan VLAGIO biasanya *Content Creator Intern* akan memberikan informasi mengenai manfaat, wangi dari masing-masing parfum, harga, lokasi dimana parfum bisa ditemukan, hingga edukasi bagi audiens. Mengingat hasil pemakaian parfum tidak dapat terlihat di kamera, jadi *Content Creator Intern* melakukan komunikasi pesan tersebut agar audiens dapat memvisualisasikan pesan *brand* dalam benak mereka.

- Meyakinkan dengan menggunakan unsur

Dalam meyakinkan calon konsumen, pada beberapa kontennya *Content Creator Intern* menggunakan pendekatan *storytelling* dengan cara mengangkat permasalahan yang sering dialami audiens pada awal video serta solusinya pada akhir video, dan pendekatan menampilkan *follower* media sosial sebagai ide kontennya, sebagai contoh audiens menyampaikan pertanyaan atau perasaannya melalui komentar atau DM, lalu *brand* akan menjawabnya melalui video konten.

- Mengajak untuk berinteraksi (*call to action*)

Unsur ini digunakan oleh *brand* untuk mendorong audiens melakukan tindakan yang diharapkan. Dalam perancangan konten ini *Content Creator Intern* memanfaatkan *call to action* dengan cara menambahkan teks “*Buy Now!*”, “*Grab Yours Now!*”, “*Checkout Now!*”, “*Try Now!*” pada saat mengedit konten atau kolom *caption*, serta menambahkan keranjang kuning atau mencantumkan *link* produk dari toko *online brand*.

Penerapan unsur-unsur ini biasa disebut *hook*, *problem*, *solution*, dan *call to action* dalam penulisan dan isi videonya.

Kedua tahap ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Kotler (2017) dalam bukunya yang berjudul *Marketing 4.0*, dimana *brainstorming* dan penyusunan *editorial planning* merupakan langkah yang harus dilakukan dalam mencari gagasan tentang konten apa yang akan diciptakan dan melakukan perencanaan yang tepat. Pada tahap ini tim *digital marketing* dan *Content Creator Intern* menyusun strategi pemasaran konten yang mengandung tema, format, dan narasi yang relevan, sehingga memastikan terwujudnya kampanye pemasaran konten yang sukses.

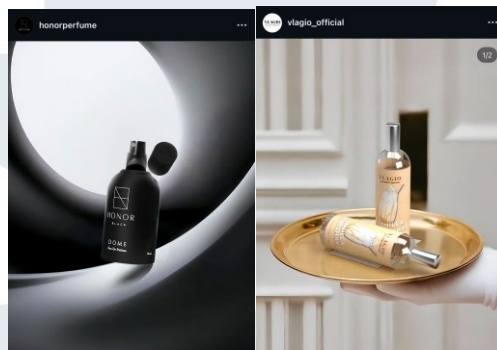
Production:

c. *Shooting*

Setelah menyusun *editorial planning*, *Content Creator Intern* melanjutkan ke proses produksi konten. Tahap ini sejalan dengan tahapan *content marketing* dalam buku *Marketing 4.0* yang dikemukakan oleh Kotler (2017), *content creation* atau pembuatan konten merupakan tahapan yang sangat penting dan tidak bisa dilakukan dengan setengah hati, dengan kata lain ketika membuat konten dibutuhkan komitmen yang sangat besar, baik dalam waktu maupun anggaran. Oleh sebab itu, setiap konten yang dibuat harus

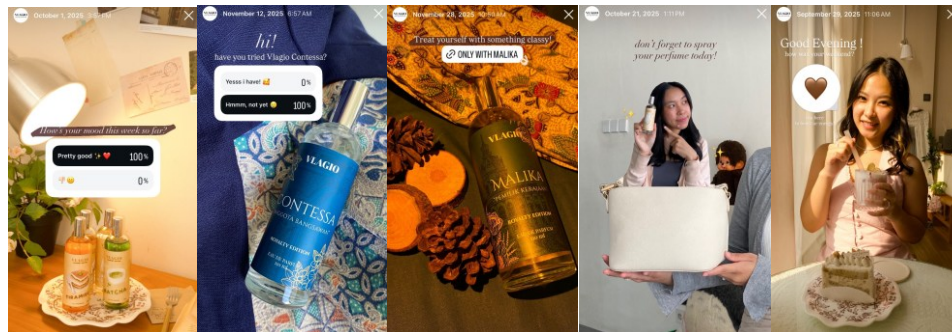
sejalan dengan tema yang telah ditetapkan, hal ini menjadi pedoman agar konten yang dihasilkan tetap menarik, relevan, dan konsisten dengan *brand image*.

Pada tahap ini, *output* yang dihasilkan dapat berupa gambar (*design* atau *photography*) dan video (*videography*) tergantung pada kebutuhan *brand* dan jadwal di *editorial planning*. Untuk konten yang berupa gambar biasanya akan diunggah pada *feed* akun Instagram *brand*. Tim *design* dan *Content Creator Intern* akan berkoordinasi dalam pembuatan hingga pendistribusian konten tersebut. Tim *design* akan bertugas membuat konten tersebut, sedangkan *content creator intern* bertugas untuk mengunggah konten tersebut ke akun Instagram *brand* HONOR dan VLAGIO.

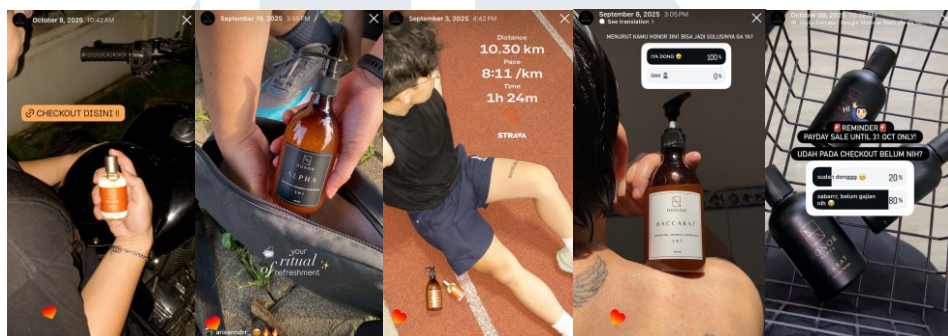


Gambar 3. 5 contoh hasil konten tim design
Sumber: Instagram [@honorperfume](#) dan [@vlagio_official](#), 2025

Selain berkoordinasi dengan tim design, *Content Creator Intern* juga bertugas mengambil gambar untuk kebutuhan *Instagram Story*. *Content Creator Intern* bertanggung jawab untuk menunggah minimal 3 *story* per hari untuk masing-masing *brand*, dengan total 6 *story* per hari. Pengunggahan *story* ini dilakukan untuk membangun kedekatan dengan audiens, meyakinkan audiens, dan mendorong audiens untuk melakukan pembelian.



Gambar 3. 6 Instagram Story VLAGIO
Sumber: Instagram @vlagio_official, 2025



Gambar 3. 7 Instagram Story HONOR
Sumber: Instagram @honorperfume, 2025

Sedangkan konten yang berupa video akan diunggah ke akun Tiktok dan Instagram (*Reels*) brand sesuai jadwal di *editorial planning*. Dalam proses produksi pembuatan konten, *Content Creator Intern* harus memastikan kebutuhan teknis dan non teknis siap untuk digunakan, seperti kamera, *lighting*, *tripod*, *mic*, dan lain-lain. Selain itu, *Content Creator Intern* akan menentukan *muse*, lokasi *shooting*, *angle* kamera, dan memberi arahan kepada *muse*.

Content Creator Intern juga secara langsung terlibat dalam sesi pemotretan produk yang secara rutin diluncurkan oleh PT Prioritas Jaya Indonesia. Dalam hal ini *Content Creator Intern* berperan aktif dalam mendukung kelancaran *photoshoot*, membuat konten sesuai kebutuhan dalam *editorial planning* dan *moodboard*, serta mendokumentasikan proses *photoshoot*.



Gambar 3. 8 Behind the scene photoshoot VLAGIO GOURMET EDITION
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025



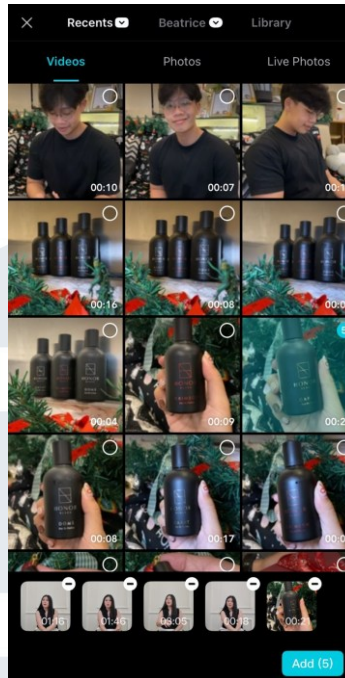
Gambar 3. 9 Behind the scene photoshoot HONOR EXTRAIT
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025

Post Production:

d. Editing

Setelah melakukan proses pengambilan gambar atau video, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh *Content Creator Intern* yaitu mengedit video mentahan yang ada menggunakan aplikasi CapCut Pro. Proses editing ini dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- Pemilihan *footage*

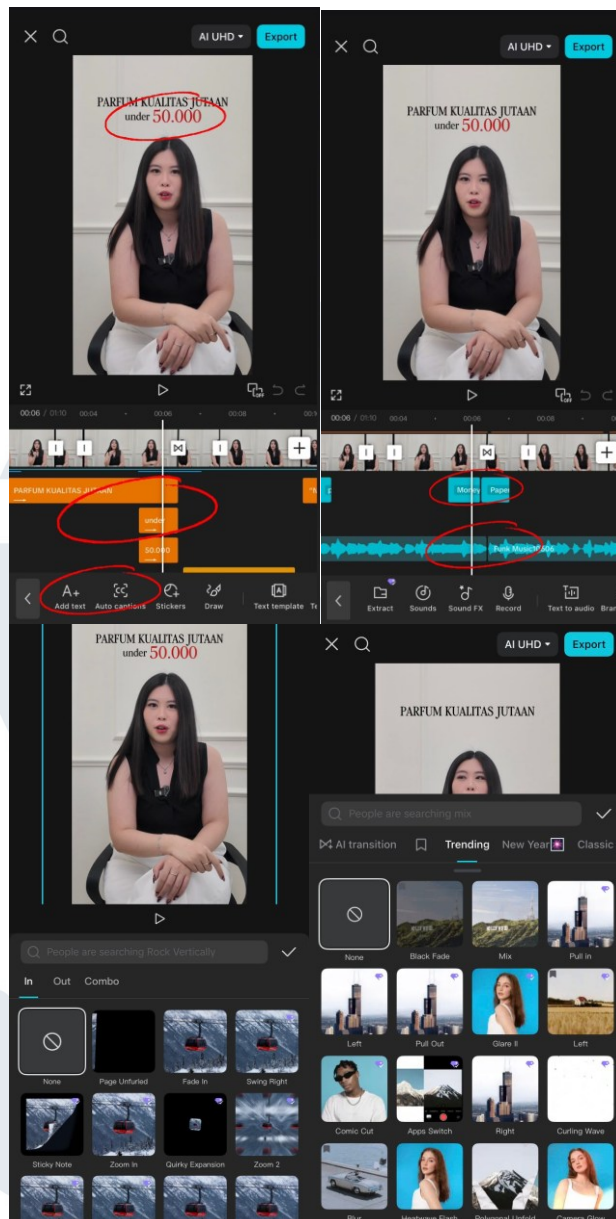


Gambar 3. 10 Pemilihan *footage*
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025

Pemilihan *footage* dilakukan untuk memilih mana konten yang dirasa cocok dan cukup baik untuk dimasukkan dan digabung menjadi satu video yang utuh untuk membentuk alur sebuah konten. Lebih dalam, *Content Creator Intern* akan menggabungkan *footage* mentah namun tetap berdasarkan *brief* yang telah disusun di *editorial planning* sebelumnya.

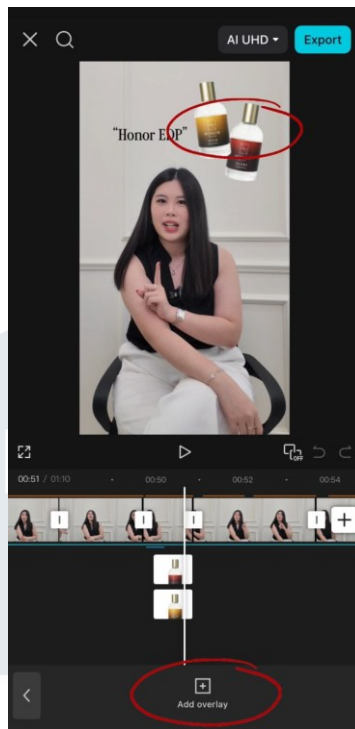
- Penyuntingan video

Selanjutnya, masuk dalam proses penyuntingan video. Tahap ini merupakan tahap yang cukup krusial sebelum video didistribusikan di media sosial. Disini *Content Creator Intern* akan memotong *footage* yang tidak dibutuhkan, menyesuaikan ritme adegan, visual (teks), dan audio, dan menambah transisi atau animasi pada setiap *footage* jika dibutuhkan.



Gambar 3. 11 Contoh penggunaan teks dan audio, penambahan transisi dan animasi
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025

Content Creator Intern juga akan menambahkan gambar untuk mendukung isi pesan yang disampaikan, agar audiens tidak hanya mendengar tetapi juga melihat secara visual apa yang dijelaskan dalam video tersebut.

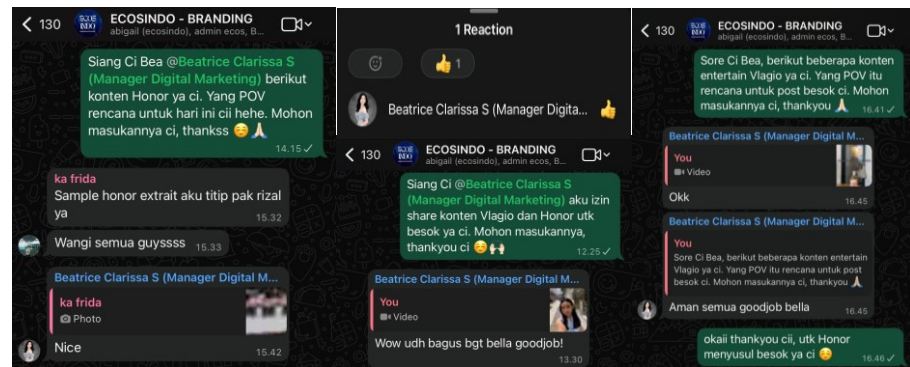


Gambar 3. 12 Contoh penggunaan *overlay*
 Sumber : Dokumentasi penulis, 2025

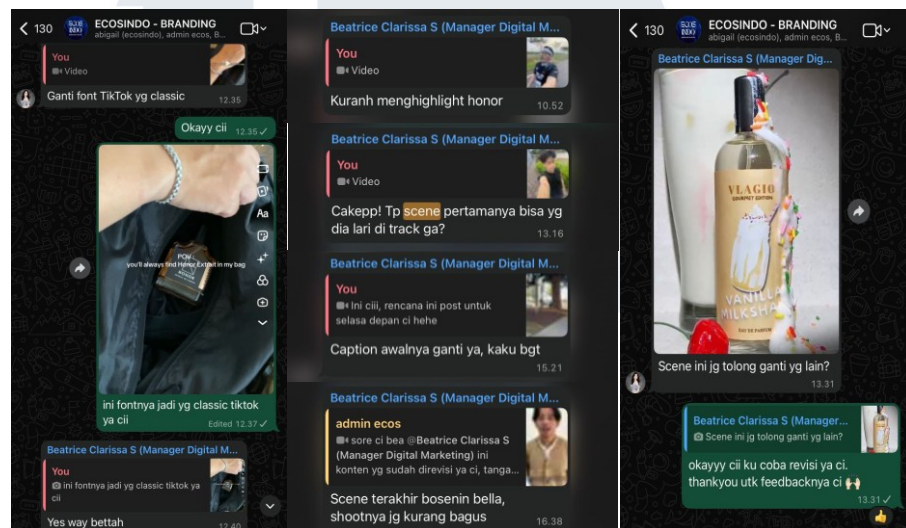
Pada tahap ini semua unsur harus dipastikan disusun dengan rapi untuk menciptakan keselarasan antara visual dan audio. Hal ini merupakan tahap utama yang perlu diperhatikan secara *detail*, agar tidak terjadi kesalahan teknis seperti perbedaan warna, ketidaksinkronan audio dengan visual, atau kesalahan teknis lainnya yang dapat mengganggu audiens.

e. *Approval & Revisi*

Setelah *Content Creator Intern* selesai melakukan produksi, tahap selanjutnya yaitu *preview* atau *drafting* konten kepada *Supervisor Digital Marketing* dan *Manager Digital Marketing*. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan *feedback* apakah konten tersebut sudah layak untuk dipublikasikan atau masih memerlukan revisi. Proses ini biasanya dilakukan secara tatap muka atau melalui *chat online* dalam grup Whatsapp *digital marketing*.



Gambar 3. 13 *Feedback approval*
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025



Gambar 3. 14 *Feedback berupa revisi*
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025

Penilaian konten biasanya ditentukan oleh *Supervisor Digital Marketing* dan *Manager Digital Marketing*, dengan kriteria sebagai berikut :

- Berpenampilan baik dan menarik, sebagai seseorang yang tampil di depan kamera dan akan dilihat oleh banyak orang, *Content Creator Intern* harus berpenampilan baik dan menarik. Hal ini dinilai dari penggunaan *makeup*, penataan rambut, hingga pakaian yang digunakan, apakah rapi dan menarik, serta sejalan dengan *color pallate* dari masing-masing *brand*.

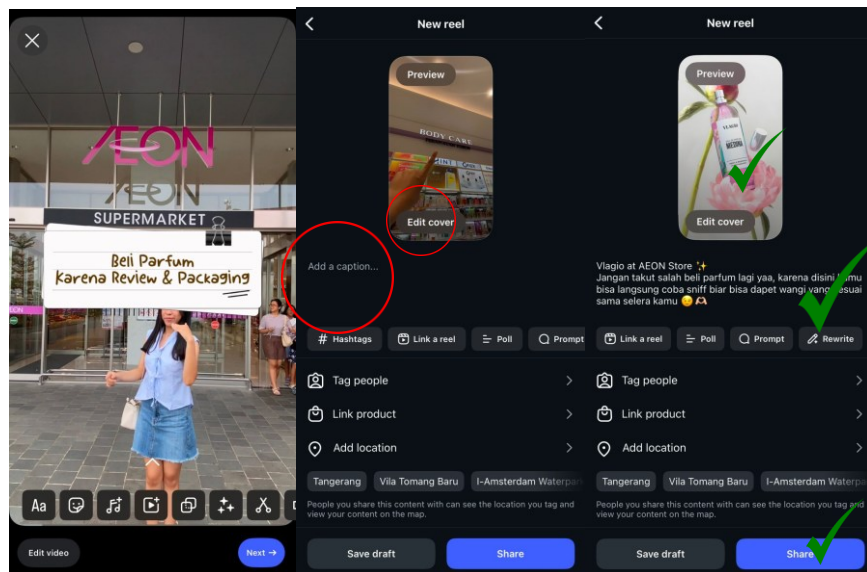
- Menggunakan *lighting*, hal ini dilakukan agar produk dapat terlihat dengan jelas. Biasanya dalam pembuatan konten sehari-hari *Content Creator Intern* menggunakan matahari sebagai cahaya alami. Tetapi tak menutup kemungkinan juga *Content Creator Intern* menggunakan *lighting* profesional ketika mereka sedang membuat video cinematic.
- Menggunakan lensa utama, *Content Creator Intern* menggunakan *handphone* Iphone 11 sebagai sarana pengambilan video konten sehari-hari, dengan menggunakan fitur kamera dan lensa 1x diarpakan video atau gambar yang dihasilkan memiliki kualitas yang cukup baik dan minim distorasi.
- Menstabilkan kamera, biasanya *Content Creator Intern* menggunakan *tripod* atau menyandarkan *handphone* ditempat yang stabil agar video yang dihasilkan presisi dan enak untuk dilihat.
- Tidak blur, video konten yang dihasilkan harus fokus dan tidak blur. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menekan kamera dan tahan layar untuk mengunci fokus.
- Penggunaan *hook* dan *call to action*, hal ini wajib ada dalam setiap video konten yang dibuat oleh *Content Creator Intern* karena berfungsi sebagai strategi dalam membangun *customer engagement* dan memperkuat *brand image*.

Jika konten di-approve maka konten tersebut siap untuk dipublikasikan, tetapi jika konten tersebut mendapatkan revisi, maka konten akan diperbaiki terlebih dahulu sesuai arahan atau *feedback* yang diberikan. Setelah rervisi diterima dan konten mendapatkan *final approval*, *Content Creator Intern* akan melanjutkan ke tahap publikasi.

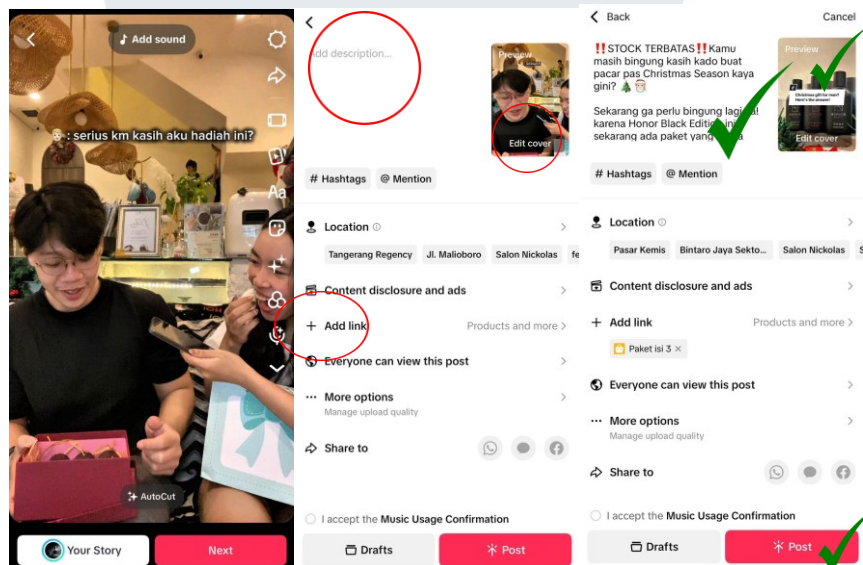
f. Publikasi Konten

Media yang dimiliki oleh merek terdiri atas aset saluran yang dimiliki merek dan berada di bawah kendali merek sepenuhnya, serta memiliki kebebasan dalam mendistribusikan kontennya kapan pun (Kotler, 2017). Dalam mempublikasikan konten-kontennya PT Prioritas Jaya Indonesia memanfaatkan *platform (owned media)* Tiktok maupun Instagram *brand* yaitu HONOR dan VLAGIO. Meskipun gratis, membangun dan mengelola media sosial milik merek membutuhkan sumber daya internal yang signifikan (Kotler, 2017), oleh sebab itu peran tim *Digital Marketing* dan *Content Creator Intern* sangatlah penting, mereka harus memastikan bahwa konten yang diproduksi dapat ditemukan oleh konsumen melalui distribusi konten yang tepat.

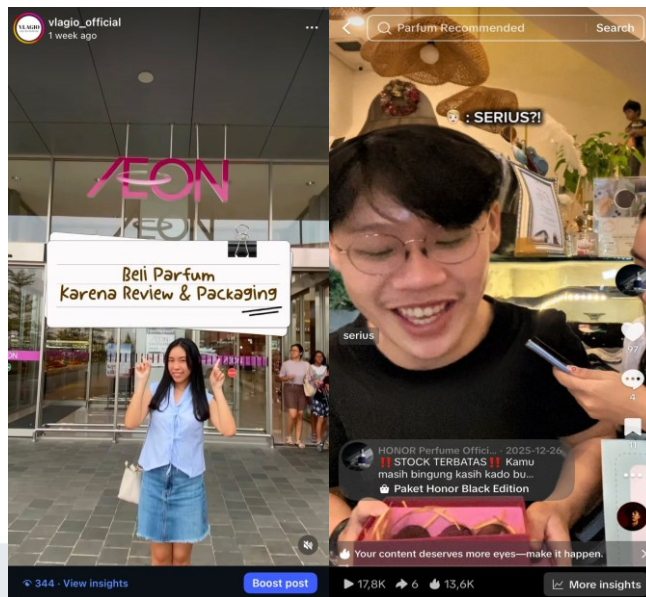
Pendistribusian konten ini dilakukan dengan konsisten dengan pembagian waktu sebagai berikut; selama bulan Juli hingga November 2025 *Content Creator Intern* mengunggah 2 konten video per minggu. Pertama, hari Selasa yaitu konten *entertainment* di Tiktok, sedangkan hari Jumat konten *review/ storytelling/ educational/ promotional* di Tiktok dan Instagram (*mirroring*). Dua bulan berikutnya, yaitu bulan Desember 2025 dan Januari 2026 *Content Creator Intern* hanya mengunggah 1 konten video per minggu, yaitu hari Jumat konten *review/ storytelling/ educational/ promotional* di Tiktok dan Instagram (*mirroring*).



Gambar 3. 15 Contoh proses publikasi konten di Instagram
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025



Gambar 3. 16 Contoh proses publikasi konten di Tiktok
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025

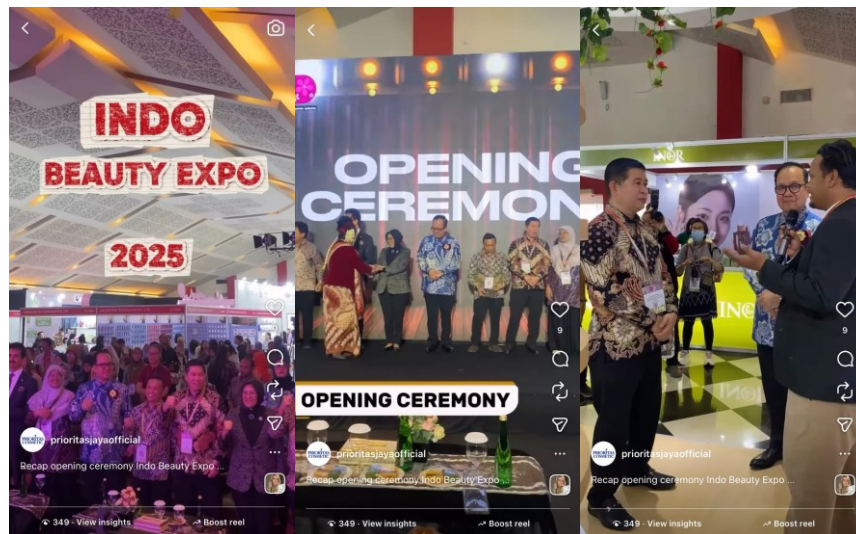


Gambar 3. 17 Contoh hasil publikasi konten di Instagram dan Tiktok
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025

g. *Event Collaboration*

Dalam menjalin kerjasama dan kemitraan dengan berbagai pihak lokal dan internasional. PT Priotas Jaya Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang B2B dan B2C sering ikut terlibat dalam beberapa kegiatan yang menjadikan *Content Creator Intern* menerima pekerjaan tambahan, seperti pada penjelasan berikut:

- 7-9 Agustus 2025
Mendokumentasikan *Indo Beauty Expo 2025*, acara yang dibuat oleh Kementerian Peindustrian Indonesia dengan menghadirkan berbagai *brand* kosmetik dan produk kecantikan dari dalam dan luar negeri.



Gambar 3. 18 Konten event Indo Beauty Expo 2025
Sumber : Instagram @prioritasjayaofficial, 2025

- 17 Oktober 2025

Dokumentasi kunjungan kampus Universitas Negeri Sumatera dalam rangka kunjungan industri ke PT Prioritas Jaya Indonesia. *Content Creator Intern* bertugas untuk merekam dan mengambil gambar selama acara berlangsung.

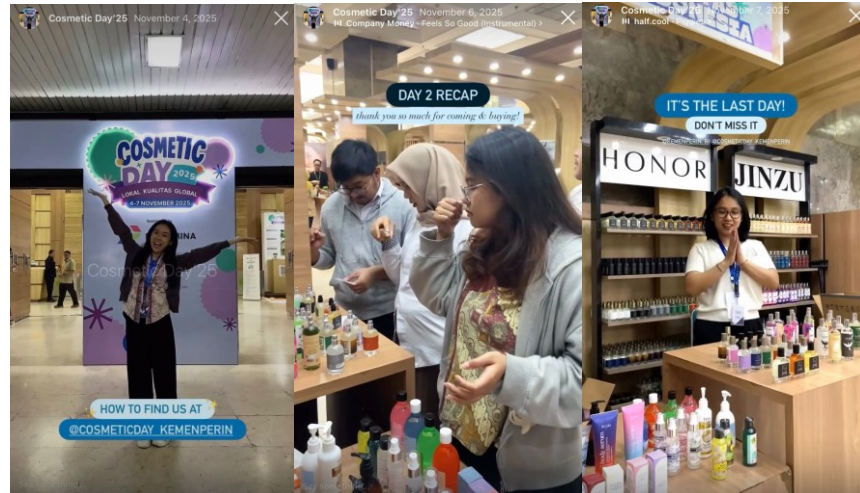


Gambar 3. 19 Dokumentasi PJI X ITERA 2025
Sumber : Dokumentasi penulis, 2025

- 4-7 November 2025

Cosmetic Day merupakan acara yang dibuat oleh Kementerian Perindustrian dengan tujuan untuk memperluas jangkauan pasar,

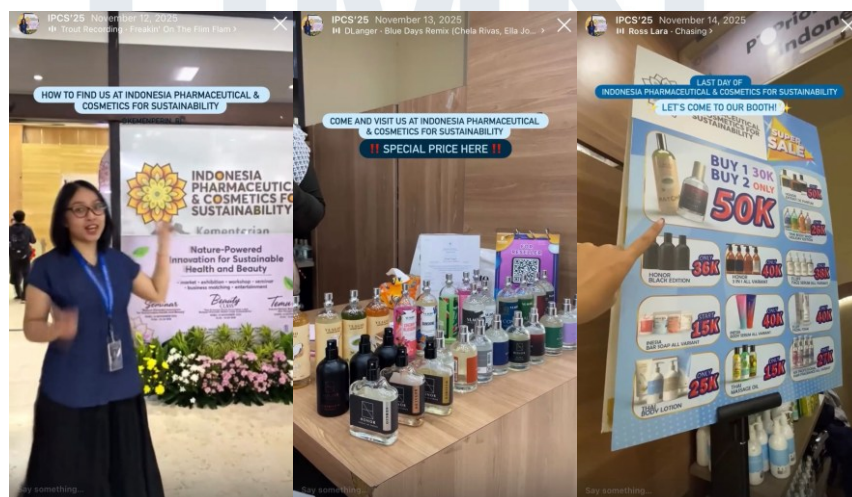
meningkatkan kesadaran dan kepercayaan konsumen, serta memperkuat sinergi antara pemerintah dan dunia usaha.



Gambar 3. 20 Dokumentasi *Cosmetic Day 2025*
Sumber : *Instagram story @prioritasjayaofficial*, 2025

- 12-14 November 2025

Indonessia Pharmaceutical & Cosmetic for Sutainibility juga merupakan acara yang dibuat oleh Kementerian Perindustrian dengan tujuan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kesadaran dan kepercayaan konsumen, serta memperkuat sinergi antara pemerintah dan dunia usaha.



Gambar 3. 21 Dokumentasi *Indonessia Pharmaceutical & Cosmetic for Sutainibility 2025*
Sumber : *Instagram story @prioritasjayaofficial*, 2025

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Berikut kendala yang dialami selama *Content Creator Intern* melakukan praktik magang di PT Prioritas Jaya Indonesia:

1. Pada awal masa praktik magang, *Content Creator Intern* merasa sulit beradaptasi karena terdapat perbedaan budaya dengan tempat sebelumnya bekerja. Dengan jobdesk yang tentunya juga berbeda, *Content Creator Intern* merasa kesulitan dalam melakukan pekerjaan yang dibeirkan. Hal ini merupakan *pure* kendala yang dihadapi oleh *Content Creator Intern*.

2. Penyesuaian *style* konten yang dibuat oleh *Content Creator Intern* dengan kriteria yang ditentukan juga menjadi kendala bagi *Content Creator Intern* dalam membuat konten. Meskipun *Content Creator Intern* telah mempelajari teknik penyusunan ide selama perkuliahan, dalam penerapannya sering ditemukan ketidaksesuaian antara ide yang diusulkan dengan kebutuhan aktual perusahaan. Hal ini terjadi akibat perbedaan pengalaman serta sudut pandang antara *intern* dan tim profesional, sehingga beberapa ide tidak digunakan karena dianggap kurang sejalan dengan arah *brand* dan target audiens.

3. Kendala lainnya yaitu, keterbatasan ide konten. Hal ini disebabkan karena *Content Creator Intern* ditetapkan untuk bertanggung jawab atas *brand* pria yaitu HONOR, saat masa awal magang *Content Creator Intern* untuk menentukan ide konten dan cara mengeksekusinya. Mengingat *Content Creator Intern* belum ada pengalaman dalam *handle brand* pria.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

1. *Content Creator Intern* melakukan observasi aktif terhadap alur kerja dan budaya perusahaan, serta mempelajari kebiasaan kerja tim secara bertahap. Selain itu, inisiatif untuk bertanya dan meminta arahan kepada *Supervisor* maupun rekan kerja sehingga memperjelas ekspektasi pekerjaan. Dengan memahami *jobdesc* secara lebih mendalam dan

melakukan evaluasi terhadap hasil kerja yang telah dibuat, *Content Creator Intern* dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja baru secara lebih efektif.

2. *Content Creator Intern* juga dapat mempelajari dan menganalisis konten yang sebelumnya telah dipublikasikan oleh perusahaan sebagai referensi utama. Diskusi rutin dengan *Supervisor* terkait standar visual, *tone* komunikasi, serta arah *brand* juga penting dilakukan sebelum proses produksi dimulai. Melalui proses evaluasi dan umpan balik yang berkelanjutan, *Content Creator Intern* dapat menghasilkan ide dan konten yang lebih selaras dengan kebutuhan perusahaan, *brand identity*, dan target audiens.

3. Untuk mengatasi keterbatasan ide konten akibat minimnya pengalaman dalam menangani *brand* pria. *Content Creator Intern* melakukan riset mendalam terkait karakteristik audiens pria, tren konten yang relevan, serta gaya komunikasi yang sesuai dengan *brand* HONOR. Selain itu *Content Creator Intern* juga dapat mencari inspirasi dari kompetitor atau *brand* serupa yang dapat memperluas sudut pandang penulis.

