

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Sebagai mahasiswa magang di PT WINOD RITEL INDONESIA yang memegang peranan sebagai Content Creator, penulis mengemban tanggung jawab utama terutama dalam pembuatan dan pengelolaan *daily content* pada platform TikTok milik perusahaan. Kegiatan ini mengharuskan penulis untuk melakukan koordinasi langsung dengan Social Media Specialist, dan Marketing Communication (Marcom) dengan tujuan agar setiap konten yang dibuat sejalan dengan strategi pemasaran digital yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh WINOD.

Proses magang memiliki tahapan pertama yaitu, pengecekan kalender konten mingguan yang sudah dirancang oleh Social Media Specialist. Kalender ini berisikan detail jadwal unggahan dan ide konten harian, ketentuannya meliputi empat konten setiap hari pada hari kerja (Senin–Jumat), ditambah dengan satu konten per hari di waktu akhir pekan. Meninjau dari isi kalender tersebut, penulis akan beradaptasi terkait rencana produksi konten harian tanpa mengabaikan tema dan tujuan konten yang sudah ditetapkan sebelumnya.

Konsep konten yang sudah dibriefing akan dilakukan ke tahap selanjutnya yaitu persiapan produk. Tahapan ini akan membuat penulis untuk mengajukan permintaan produk ke tim gudang, guna melakukan pencatatan kebutuhan produk. Produk yang sudah tercatat rencangannya akan digunakan dalam proses pembuatan konten. Proses produksi konten akan dimulai saat kebutuhan sudah tersedia, tahapan selanjutnya yang akan dilakukan adalah: penataan produk, pengaturan angle pengambilan gambar, pencahayaan (lighting), serta proses perekaman video.

Setelah video mentahan sudah ada, tahapan editing konten akan dilakukan oleh penulis sepenuhnya dengan memanfaatkan aplikasi CapCut. Proses editing tersusun dari tahap pertama yaitu penyusunan urutan video, pemotongan (cut to cut), penempatan teks, pemilihan font, penambahan animasi pada tulisan, serta

penambahan musik dan efek suara pendukung. Selain itu, penulis harus memerhatikan posisi hook dan CTA yang sesuai dengan strategi konten sesuai dengan ketentuan yang sudah ditetapkan supaya konten tetap menarik dan komunikatif.

Tahapan setelah proses editing selesai, maka akan dilanjutkan dengan penulis yang mengirimkan hasil konten ke grup kerja internal “Tim Creative Winod”. Grup ini memiliki anggota yang terdiri dari: General Manager, Marketing Communication, Digital Marketing Manager, dan Social Media Specialist. Proses selanjutnya proses quality control (QC) oleh Marcom, proses ini akan memastikan kesesuaian dengan standar visual serta pesan merek perusahaan. Sebelum konten disetujui, apabila terdapat revisi atau masukan, penulis akan melakukan penyuntingan ulang hingga konten disetujui.

Saat konten telah mendapatkan persetujuan, penulis sudah diperbolehkan mengunggah hasil akhir ke Google Drive sebagai arsip perusahaan dan menjadikan konten tersebut sebagai referensi publikasi. Seluruh proses yang dilakukan harus memperhatikan arahan dari tim Digital Marketing, hal ini diharapkan supaya setiap konten yang dihasilkan akan secara langsung mendukung strategi promosi dan meningkatkan visibilitas merek WINOD di media sosial, khususnya TikTok.

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

#### **3.2.1 Tugas Kerja Magang**

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

No.	Jenis Kegiatan	Uraian Kegiatan	Frekuensi
1	Pembimbingan Anak Internship Baru	Mengarahkan dan memberikan penjelasan kepada anak internship yang baru mengenai alur kerja divisi konten, penggunaan tools kerja, standar pembuatan konten, serta bagaimana cara untuk koordinasi dengan tim Marketing Communication (Marcomm).	Insidental
2	Produksi Konten Digital	Merancang dan membuat konten digital sebanyak 4 konten per hari dalam bentuk video untuk diupload oleh Tim Sosmed	Setiap hari
3	Proses Persetujuan Konten (Approval)	Pengajuan konten yang telah dibuat kepada tim Marketing Communication (Marcomm) untuk persetujuan publikasi	Setiap hari

4	Revisi Konten	Melakukan perbaikan dan menyesuaikan konten ulang sesuai arahan dan permintaan Marcomm	Sesuai kebutuhan
5	Pelaksanaan Photoshoot	Melakukan photoshoot (menjadi model dari produk) sesuai dengan arahan dan konsep	Insidental
6	Pengelolaan Penyimpanan	Mengelola file hasil produksi konten harian, termasuk pengarsipan video daily	Setiap hari
7	Koordinasi Tim	Mengkordinasikan kembali ide dan meminta bantuan Tim Sosmed apabila terdapat konten yang tidak bisa dibuat sendiri	Setiap hari

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

Dalam aktivitas magang penulis ditempatkan sebagai *content creator* yang terjun langsung untuk menciptakan konten sekaligus mengelolanya. Penulis memiliki peranan strategis yang dipercaya dapat membangun citra perusahaan, sekaligus mendukung kegiatan pemasaran dengan media komunikasi digital terutama saat memberikan informasi kepada publik. Penulis sebagai *content creator* juga memiliki peran penting untuk *talent model* photoshoot produk.



**Gambar 3. 1** Penulis sebagai model dari photoshoot  
Sumber: Instagram WINOD

Penulis juga terlibat langsung pada proses pembuatan konten foto mau pun video yang nantinya akan digunakan untuk promosi/kebutuhan media sosial perusahaan. Proses kerja berawal dari tahap penerimaan ide konten: *menerima ide/konsep yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan dari promosi WINOD dan mengedepankan*

*karakteristik audiens yang dibuat oleh Tim Sosmed*, selain itu penulis juga akan memerhatikan pesan komunikasi yang ingin disalurkan agar senada dengan identitas WINOD. Konsep yang sudah disusun akan dilanjutkan dengan tahap produksi konten yang meliputi:

a) Pengambilan konten (Foto/Video)

Pengambilan konten dilakukan dengan menggunakan fasilitas yang disediakan WINOD yaitu perangkat IPhone seri 13 Base dan Wifi Kantor.

b) Editing Konten

Setelah video sudah dikumpulkan, penulis akan melakukan proses editing konten untuk melakukan penyesuaian visual, pemotongan video, penambahan teks, maupun penyesuaian format agar senada dengan apa yang ingin disampaikan tanpa mengabaikan aspek identitas WINOD dengan menggunakan aplikasi Capcut.

c) Evaluasi Konten

Setelah konten sudah rampung, penulis akan melakukan pengajuan dengan tim Marketing Communication. Aproval dari mereka dibutuhkan guna meninjau kembali standarisasi promosi yang mereka inginkan dan menyunting video ulang jika tidak disetujui. Tahapan ini akan meminta penulis untuk menerima masukan, arahan, serta revisi dari tim Markom.

Kegiatan magang ini memberikan pengalaman kerja nyata terkait alur produksi konten digital, koordinasi antar kepengurusan perusahaan, sampai ke penerapan strategi komunikasi pemasaran secara professional. Tentunya pengalaman ini akan berguna untuk penulis ke depannya. Aktivitas magang ini berlangsung di hari kerja, mulai dari Senin sampai dengan Jumat, ada pun penulis diharuskan membuat 4 konten dalam waktu 1 hari dan 1 konten di penghujung pekan. Setiap konten dedit sendiri dan diajukan sampai mendapatkan persetujuan dari Markom, video yang belum disetujui tidak akan diunggah. Berikut merupakan profil dari akun TikTok WINOD.



**Gambar 3. 2 Profil Instagram dan TikTok PT. WINOD**

Sumber: Media Sosial WINOD

Selama kurang lebih 2 tahun berpartisipasi aktif bekerja sebagai content creator serta dalam program magang di WINOD, penulis mengamati bahwa perusahaan memanfaatkan dua platform media sosial utama yaitu, Instagram dan TikTok dengan pemanfaatan dan jenis konten yang berbeda.

Instagram WINOD dengan jumlah pengikut sebanyak 325K, digunakan perusahaan sebagai media untuk membangun *branding*, memperkuat identitas visual merek, dan juga sebagai sarana untuk membangun hubungan dengan audiensnya. Konten yang diunggah di Instagram didominasi oleh foto produk, reels, dan carousel dengan variasi konten yang menampilkan koleksi terbaru, informasi produk, promo, dan juga *giveaway*.

Sedangkan pada platform TikTok dengan jumlah pengikut sebanyak 424,1K, digunakan perusahaan sebagai media untuk meningkatkan penjualan sekaligus memperluas jangkauan audiens. Jenis konten yang diunggah pada platform TikTok terbagi menjadi 2 kategori, yaitu konten *product focus* yang bertujuan untuk promosi, serta konten *entertainment* yang mengikuti tren yang bertujuan untuk meningkatkan engagement.

Selama menjalani program magang di WINOD, penulis berkewajiban untuk membuat 4 konten dalam sehari. Penulis juga berhasil membuat konten yang terunggah menjadi konten kreatif dan disukai calon konsumen melalui media TikTok dan Instagram. Berikut merupakan beberapa konten yang menjadi contoh keberhasilan penulis sebagai *content creator* di WINOD:

- Konten Hiburan POV: Penjaga Toko yang Jutek dengan Konsumen. Ditonton sebanyak 2,1 M  
Mendapatkan pengikut baru dari konten tersebut sebanyak 947 pengikut.
- Konten Promosi: Sneakerina Era  
Ditonton sebanyak 1,4 M.  
Mendapatkan pengikut baru dari konten tersebut sebanyak 329 pengikut.

c) Konten Promosi: Ballerina Sneakers

Ditonton sebanyak: 1,5 M.

Mendapatkan pengikut baru dari konten tersebut sebanyak 810 pengikut.

d) Konten Promosi: New Collection Ballerina Sneakers

Ditonton sebanyak: 1,1 M.

Mendapatkan pengikut baru dari konten tersebut sebanyak 850 pengikut.

e) Konten Promosi: Reyi Flatshoes

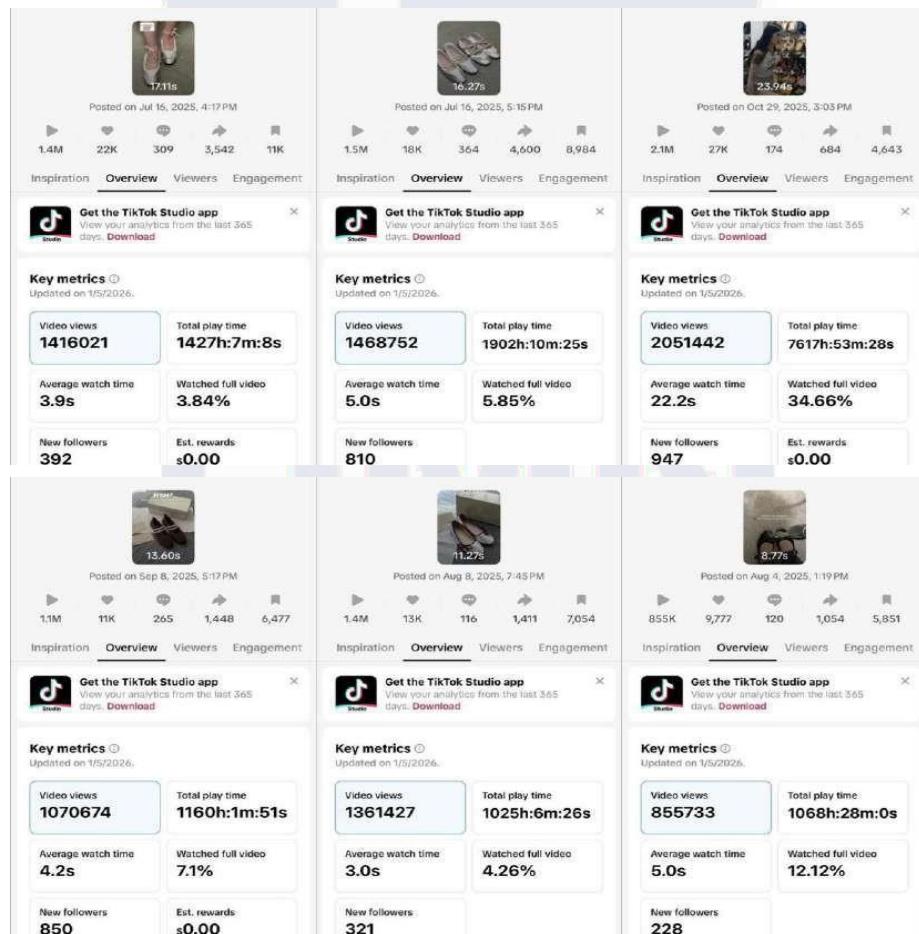
Ditonton sebanyak: 1,4 M.

Mendapatkan pengikut baru dari konten tersebut sebanyak 321 pengikut.

f) Konten Promosi: Ketahanan Produk

Ditonton sebanyak: 885.K

Mendapatkan pengikut baru dari konten tersebut sebanyak 228 pengikut.



**Gambar 3. 3** Insight TikTok yang menampilkan Video Views, Total Playtime, Average Watch, New Followers.

Sumber: TikTok WINOD.

**Tabel 4.1** Contoh Konten Promosi pada TikTok

Jenis Konten	Promosi
<b>Brief awal oleh social media specialist</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Info Dissa Ballerina sneakers sudah restock all color all size!</li> <li>- Tambahkan ajakan untuk checkout produk sebelum sold out lagi.</li> <li>- Awalnya pegang kayak di reference, tapi expresinya lebih ke kaget ya</li> <li>- Untuk videonya mix dengan clip product only dan try on yaa</li> </ul>
<b>Final perubahan oleh content creator</b>	<p>Hook: “Yang di tunggu tunggu UDAH RESTOCK!!!”</p> <p>Pesan: “ya! DISSA BALLERINA SNEAKERS yang viral dan abis terus itu AKHIRNYA RESTOCK LOHHH!</p> <p>Lengkap all color &amp; all size kata minod sih kamu harus cepet2an checkout, sebelum sold lagi, karena stock cuma dikiit banget!”</p> <p>CTA: “Langsung gas cek keranjang!!!”</p>
<b>Link konten</b>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSaejSYVx/">https://vt.tiktok.com/ZSaejSYVx/</a>

**Tabel 4.2** Contoh Konten Hiburan pada TikTok

Jenis Konten	Hiburan
<b>Brief awal oleh social media specialist</b>	<p>Konten POV: ngikutin kata otak</p> <p>Jadi ceritanya jes sebagai costumer, lagi nyobain sepatu (hera). Trus jes tiba-tiba lari kayak mau kabur dari toko, tapi balik lagi. Nanti pegawai toko nya panik pas jes mau kabur ya.</p>
<b>Final perubahan oleh content creator</b>	Tidak ada perubahan.
<b>Link konten</b>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSae6HWko/">https://vt.tiktok.com/ZSae6HWko/</a>

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Kegiatan magang tentunya tidak hanya memberikan pengalaman yang sepenuhnya positif, penulis juga menghadapi serangkaian tantangan saat menjadi *content creator* di WINOD, berikut merupakan kendala-kendalanya, di antara lain:

a) Kendala Persetujuan Konten

Kendala pertama yang menghambat penulis dalam bekerja terdapat di tahap persetujuan konten ke pihak Marketing Communication. Biasanya beberapa konten membutuhkan revisi dari beragam segi, seperti segi ide/konsep, visual, pesan komunikasi yang dinilai kurang tersampaikan, dan minimnya kesesuaian dengan citra merek perusahaan. Dalam proses ini penulis harus kembali beradaptasi dengan permintaan Marketing Communication dan mengkaji untuk penyesuaian ulang terhadap konten yang sudah jadi. Situasi tersebut membawa penulis ke dalam kondisi di mana perlunya penambahan waktu penggerjaan, terlebih lagi apabila revisi dilakukan secara berulang. Penulis juga harus merevisi sekaligus mempertahankan nilai dari konsep utama dengan baik, terlebih lagi juga target 4 konten dalam 1 hari harus dicapai.

b) Kendala Akses dan Penyimpanan

Kendala kedua sangat akrab dengan penggunaan fasilitas perangkat perusahaan, yakni iPhone 13 base yang tersedia dan merupakan pendukung dari proses produksi konten seringkali mengalami keterbatasan memori/penyimpanan. Terlebih lagi, penulis harus menjadikan Google Drive sebagai media penyimpanan utama. Namun, terdapat kendala baru di Google Drive, di mana kapasitas penyimpanan yang terbatas dan juga sering penuh. Kondisi ini menjadi penyebab mengapa proses unggah dan unduh file menjadi terhambat, terlebih lagi kualitas media memang harus HD agar mendapatkan kualitas konten yang baik. Kendala ini sangat bersinggungan dengan efektivitas kerja dan bisa memperlambat proses pengelolaan arsip konten digital.

c) Keterbatasan Ruang Ganti

Salah satu kendala yang agak krusial namun bisa dibilang masalah individu yang berkaitan erat dengan kenyamanan dan keamanan adalah tidak tersedianya fasilitas ruang ganti khusus di lingkungan kerja. Meninjau dari beberapa situasi,

penulis perlu berganti pakaian untuk keperluan produksi konten yang akan dibuat. Karena ruang ganti yang memadai tidak tersedia, penulis terpaksa menggunakan toilet basah sebagai tempat berganti pakaian. Toilet tersebut juga digunakan secara campur, boleh digunakan oleh karyawan gudang, baik laki-laki maupun perempuan, sehingga permasalahan ini menimbulkan rasa kurang nyaman dan kurangnya privasi bagi penulis sebagai *content creator*.

### 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Sebagai tindakan untuk mengatasi berbagai kendala yang muncul selama kegiatan magang, penulis berupaya menerapkan beberapa hal sebagai solusinya, sebagai berikut:

a) Peningkatan Koordinasi dan Pemahaman Brief Konten

Solusi yang tepat untuk mengefisiensikan pekerjaan adalah berupaya menjadi lebih aktif dalam berkomunikasi, terutama pada saat berkoordinasi dengan tim Marketing Communication sejak tahap awal perencanaan pembuatan konten. Penulis berusaha memahami dengan lebih jelas saat brief konten, standar visual, serta pesan komunikasi yang diinginkan oleh perusahaan, bahkan mempelajari standar pada konten-konten sebelumnya yang pernah disetujui. Maka dari itu proses revisi akan menurun, sedangkan standar akan lebih stabil.

b) Pengelolaan Penyimpanan Data yang Lebih Efektif

Dalam mengatasi kendala terkait penyimpanan, penulis melakukan manajemen media dengan lebih terstruktur. Caranya adalah penghapusan file yang tidak digunakan untuk konten, pengaturan folder penyimpanan supaya lebih rapi, dan melakukan penyesuaian alur kerja agar tetap produktif, biar pun akses penyimpanan perangkat dan kapasitasnya terbatas.

c) Penyesuaian Pribadi

Penulis melakukan penyesuaian pribadi dikarenakan terbatasnya fasilitas ruang ganti, ada pun penggunaan pakaian yang nyaman dan fleksibel merupakan salah satu solusinya. Penulis juga melakukan persiapan yang matang sebelum tiba ke lokasi kerja, meskipun belum menyentuh kata ideal, namun setidaknya langkah tersebut akan menjaga kenyamanan, etika kerja, dan profesionalitas selama

menjalankan kegiatan magang.