

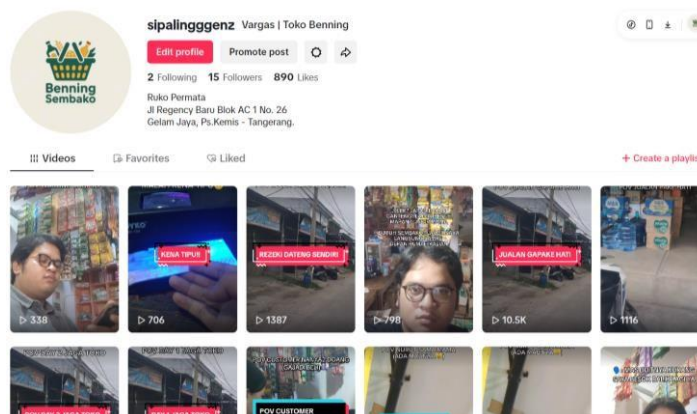
## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

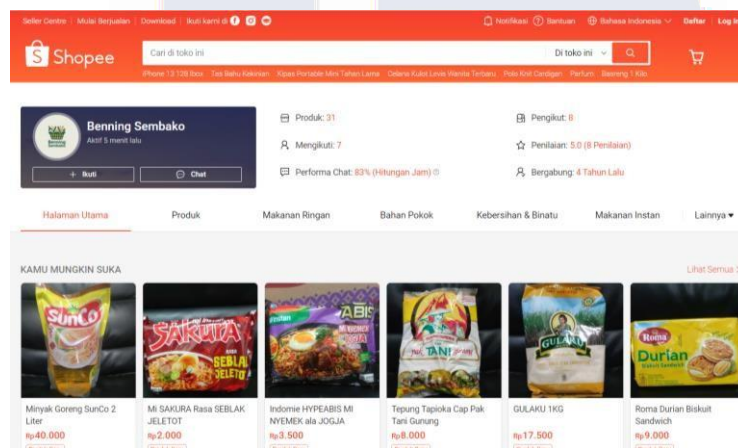
Selama menjalani program magang, penulis ditempatkan pada divisi Digital Marketing Toko Benning Sembako, dengan pembimbing utama yang mengawasi jalannya operasional serta strategi pemasaran digital toko. Karena Toko Benning Sembako baru mulai membangun kehadiran digital, penulis bertanggung jawab untuk membangun dan mengelola akun TikTok serta toko online di platform Shopee dari awal, sehingga seluruh aktivitas pemasaran dan penjualan digital dapat berjalan secara terstruktur.

Dalam menjalankan perannya sebagai Content Creator dan pengelola toko online, penulis memiliki tanggung jawab menyeluruh dalam siklus produksi konten dan operasional toko digital, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Proses kerja diawali dengan identifikasi tren pasar dan kebutuhan konsumen melalui riset topik yang relevan, yang kemudian dijadikan dasar penyusunan kalender konten bulanan. Selanjutnya, penulis menyusun naskah atau konsep konten, melakukan pengambilan gambar dan video, hingga proses editing untuk menghasilkan konten promosi yang menarik dan konsisten dengan citra Toko Benning Sembako. (Nabila & Winarti, 2023)



Gambar 3.1 Profile TikTok Toko Benning  
Sumber: TikTok Vargas | Toko Benning (2025)

Selain pembuatan konten, penulis juga bertugas mengelola aktivitas toko online, termasuk pengunggahan produk, pengaturan stok dan harga, penulisan deskripsi produk, hingga pemantauan pesanan dan komunikasi dengan pelanggan. Setiap konten dan pembaruan produk dipublikasikan secara teratur di platform digital untuk meningkatkan interaksi dengan audiens, membangun brand awareness, dan mendukung penjualan. Seluruh kinerja dievaluasi secara berkala berdasarkan data insight seperti jumlah tayangan, interaksi, dan transaksi penjualan, yang kemudian dijadikan acuan untuk strategi konten dan pengelolaan toko digital berikutnya. (Pasaraibu, 2025)



Gambar 3.2 Profile Shopee Toko Benning  
Sumber: Shopee tokobenningsembako (2025)

Secara keseluruhan, penulis memperoleh pengalaman kerja yang menyeluruh dalam praktik komunikasi digital di industri ritel UMKM. Pengalaman ini memperkuat pemahaman penulis tentang bagaimana strategi konten visual dan pengelolaan toko online dapat berfungsi tidak hanya sebagai sarana promosi dan penjualan, tetapi juga sebagai media untuk membangun brand awareness, menarik audiens baru, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen di ruang digital. Melalui proses pembuatan konten, pengelolaan akun TikTok, serta pengaturan operasional toko di Shopee, penulis dapat memahami dinamika pasar digital serta bagaimana penerapan strategi yang tepat dapat mendukung pertumbuhan usaha secara keseluruhan.

### **3.2 Tugas, Uraian dan Teori/Konsep Kerja Magang**

Selama menjalani kegiatan magang di Toko Benning Sembako selama dua bulan, penulis memiliki berbagai tanggung jawab yang berkaitan langsung dengan aktivitas digital marketing. Aktivitas ini bertujuan untuk membangun hubungan antara Toko Benning Sembako dengan audiens di era komunikasi digital saat ini, yang memegang peran penting dalam menjangkau konsumen secara lebih luas, spesifik, terukur, dan real-time. Beberapa platform digital yang digunakan meliputi media sosial seperti TikTok, serta toko online di Shopee, yang sekaligus menjadi sarana promosi dan penjualan produk secara efektif..

#### **3.2.1 Tugas yang dilakukan**

- Content Creation

Tugas utama yang dilakukan oleh penulis selama menjalani magang di Toko Benning Sembako berfokus pada aktivitas content creation dan pengelolaan toko digital, yang menjadi bagian penting dari strategi digital marketing toko. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab mulai dari merencanakan ide konten yang relevan dengan kebutuhan pasar, melakukan penyusunan naskah atau konsep kreatif, hingga melaksanakan pengambilan gambar dan video yang menarik serta sesuai citra toko. Setelah proses produksi selesai, penulis juga melakukan editing konten, menambahkan elemen visual, teks, dan musik agar konten lebih komunikatif dan mampu menarik perhatian audiens.

Dalam pelaksanaannya, penulis juga melakukan penyesuaian konten dengan karakter audiens Toko Benning Sembako serta mengikuti tren yang sedang berkembang di media sosial. Penulis melakukan pengamatan terhadap jenis konten yang memiliki tingkat interaksi tinggi, kemudian menyesuaikan gaya penyampaian, durasi, dan format visual agar lebih relevan dan mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, penulis memastikan konsistensi jadwal unggahan dan kesesuaian pesan konten dengan identitas toko, sehingga setiap konten yang dipublikasikan tetap selaras dengan tujuan komunikasi yang ingin disampaikan.

- Operasional E-Commerce

Selain itu, penulis juga mengelola operasional toko digital di Shopee, termasuk pengunggahan produk baru, penyesuaian harga dan stok, pembuatan deskripsi produk yang menarik dan informatif, serta pemantauan transaksi dan komunikasi dengan pelanggan. Aktivitas ini dilakukan secara rutin dan terstruktur agar toko online dapat berjalan efisien, interaksi dengan konsumen meningkat, serta brand awareness Toko Benning Sembako semakin kuat di ranah digital.

Dalam menjalankan kegiatan tersebut, penulis juga melakukan pengecekan berkala terhadap performa toko digital untuk memastikan seluruh informasi produk tetap akurat dan sesuai dengan kondisi aktual. Penulis menyesuaikan tampilan etalase toko agar lebih rapi dan mudah dipahami oleh pelanggan, serta memastikan respons terhadap pesan dan pertanyaan konsumen dilakukan dengan bahasa yang sopan dan jelas. Seluruh aktivitas ini dilaksanakan sesuai arahan pemilik usaha dan bertujuan untuk menjaga kelancaran operasional toko digital selama periode magang.

No	Periode	Tugas	Keterangan
1.	1-10 November 2025	Pra Produksi	Membuat akun TikTok dari Toko Benning dan merencanakan konten apa yang cocok dari riset yang sudah dilakukan
2.	11-30 November 2025	Produksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Syuting konten</li> <li>• Edit konten</li> <li>• Posting konten</li> </ul>
3.	1 – 15 Desember 2025	Pasca Produksi	Membuat akun Shopee dari Toko Benning dan juga melakukan foto dan penulisan deskripsi produk untuk dijual, lalu melakukan evaluasi dari insight tiktok dan performa di shopee

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Sumber: Olahan Penulis (2025)

### **3.2.2 Uraian Kerja Magang**

Dalam pelaksanaannya, kegiatan pembuatan konten digital yang dilakukan oleh penulis menerapkan prinsip manajemen produksi yang mencakup tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahap pra-produksi meliputi proses perencanaan ide, riset tren dan kebutuhan konsumen, serta penyusunan konsep dan kalender konten. Selanjutnya, pada tahap produksi, penulis melakukan pengambilan foto dan video produk sesuai dengan konsep yang telah direncanakan. Adapun tahap pasca-produksi mencakup proses pengeditan, penyempurnaan visual dan audio, hingga penyesuaian format konten sebelum dipublikasikan melalui media sosial dan platform e-commerce. Melalui pengelolaan setiap tahapan tersebut secara terstruktur, konten yang dihasilkan diharapkan memiliki nilai tambah serta mampu mendukung upaya peningkatan brand awareness dan penjualan Toko Benning Sembako. (Kotler & Keller, 2016)

#### **A. Pra Produksi**

Tahap pra-produksi merupakan bagian penting dalam proses pembuatan konten digital Toko Benning Sembako, karena pada tahap inilah seluruh perencanaan strategis dan konsep kreatif dirumuskan. Berdasarkan pengamatan selama kegiatan magang, proses pra-produksi dilakukan melalui diskusi dan riset sederhana yang disesuaikan dengan karakteristik usaha toko sembako dan target konsumennya. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi relevan dengan kebutuhan audiens serta mendukung tujuan pemasaran toko.

Salah satu aktivitas utama dalam tahap pra-produksi adalah riset audiens, yang dilakukan dengan menganalisis performa konten yang telah diunggah di media sosial, seperti jumlah tayangan, tingkat interaksi, durasi tontonan, serta respon audiens melalui komentar. Hasil evaluasi tersebut digunakan untuk mengidentifikasi jenis konten yang paling diminati, sehingga dapat menjadi acuan dalam penyusunan konten berikutnya. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan bahwa konten yang

efektif perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi audiens agar mampu membangun keterlibatan secara optimal.

Selain riset audiens, tahap pra-produksi juga mencakup proses brainstorming ide konten. Proses ini dilakukan untuk menghasilkan gagasan konten yang kreatif, informatif, dan relevan dengan aktivitas sehari-hari Toko Benning Sembako, seperti pengenalan produk, harga kebutuhan pokok, serta aktivitas operasional toko. Brainstorming menjadi tahap yang penting mengingat dinamika tren konten digital yang cepat berubah, khususnya pada platform TikTok, sehingga ide yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga sesuai dengan tren yang sedang berkembang.

Adapun hasil riset audiens yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa target audiens Toko Benning Sembako berada pada segmen sosial ekonomi menengah ke bawah hingga menengah (SES B–C). Berdasarkan temuan tersebut, penulis merancang konten dengan pendekatan hiburan yang ringan dan mudah dipahami, sehingga dapat menarik perhatian audiens tanpa terkesan terlalu promosi. Latar belakang pengambilan konten dilakukan langsung di area Toko Benning Sembako agar secara tidak langsung mampu membangun kesadaran merek (brand awareness) di benak penonton, sekaligus tetap memberikan pengalaman menonton yang natural dan relevan dengan keseharian audiens.

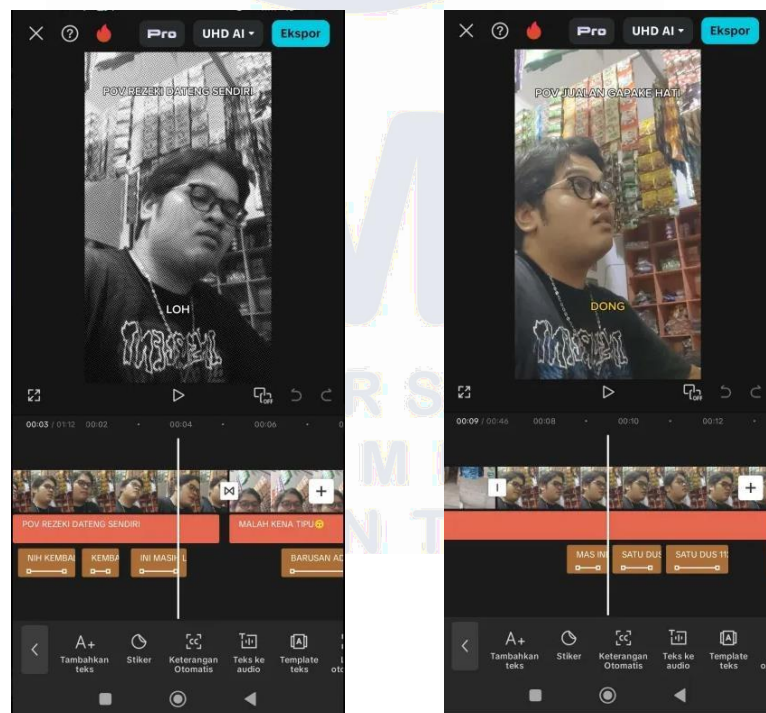
## **B. Produksi**

Tahap produksi merupakan tahap pelaksanaan dari seluruh perencanaan yang telah disusun pada tahap pra-produksi. Pada tahap ini, konsep dan ide konten yang telah dirancang diwujudkan ke dalam bentuk konten audio visual. Pelaksanaan produksi dimulai setelah adanya rancangan konten yang jelas, sehingga proses pengambilan gambar dapat dilakukan secara terarah.



Penulis mengeksekusi proses produksi secara mandiri dengan melakukan perekaman foto dan video untuk kebutuhan konten media sosial, khususnya TikTok. Selama proses produksi, penulis memperhatikan aspek teknis seperti pencahayaan, sudut pengambilan gambar, kualitas audio, serta penyesuaian latar belakang toko agar konten tetap terlihat natural dan relevan dengan aktivitas sehari-hari toko. Untuk peralatan yang digunakan disesuaikan dengan kebutuhan produksi dan kondisi lapangan, sehingga proses pembuatan konten dapat berjalan secara efisien tanpa mengurangi kualitas visual.

Setelah proses pengambilan gambar selesai, penulis melanjutkan ke tahap editing dengan melakukan pemotongan klip, penyesuaian durasi, penambahan teks, musik, serta elemen visual lainnya agar konten lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Proses editing dilakukan dengan menyesuaikan gaya visual yang ringan dan komunikatif, sesuai dengan karakter audiens Toko Benning Sembako.



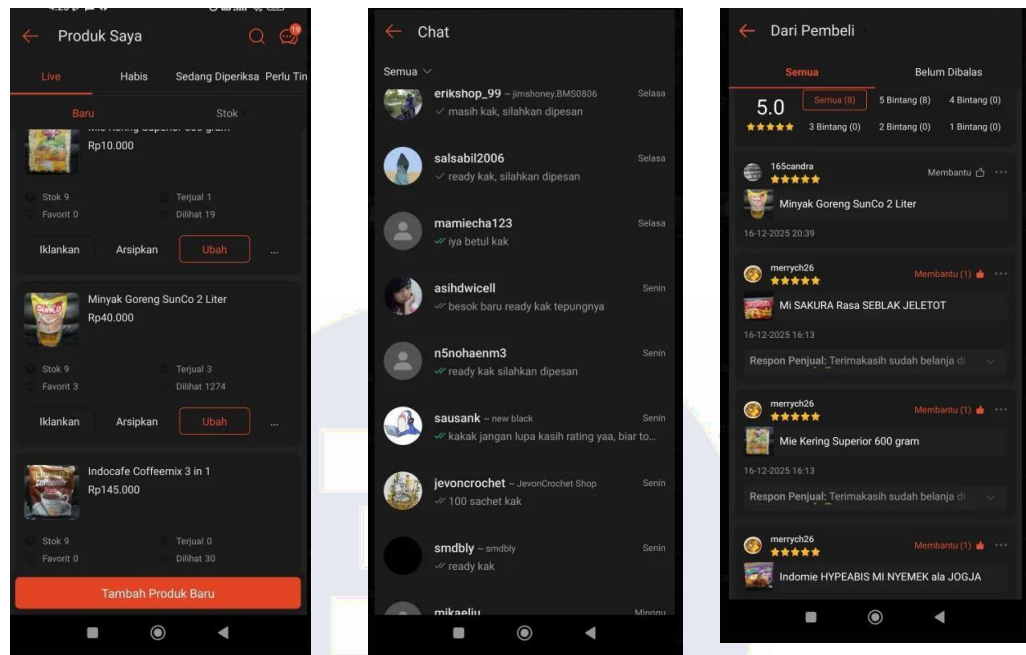
Gambar 3.3 Proses editing video di capcut

Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Selain proses produksi konten media sosial, penulis juga menjalankan tahap produksi dalam pengelolaan toko online Toko Benning Sembako melalui platform Shopee. Pada tahap ini, penulis bertanggung jawab mengeksekusi seluruh perencanaan yang telah disusun sebelumnya ke dalam bentuk tampilan toko digital, mulai dari pengunggahan produk, pengambilan dan pemilihan foto produk, penulisan deskripsi, hingga pengaturan harga dan ketersediaan stok. Setiap produk ditampilkan dengan visual dan informasi yang jelas agar mudah dipahami oleh konsumen serta mampu meningkatkan daya tarik pembelian.

Proses produksi pada platform Shopee juga mencakup aktivitas operasional harian, seperti memantau pesanan yang masuk, membalas pesan dari pelanggan, serta membantu proses pengemasan pesanan agar dapat dikirim tepat waktu. Melalui pengelolaan toko online yang terstruktur dan konsisten, penulis berupaya memastikan bahwa pengalaman berbelanja konsumen tetap nyaman sekaligus mendukung tujuan peningkatan penjualan dan citra profesional Toko Benning Sembako di ranah digital.





Gambar 3.4 Aktivitas operasional harian Shopee Toko Benning

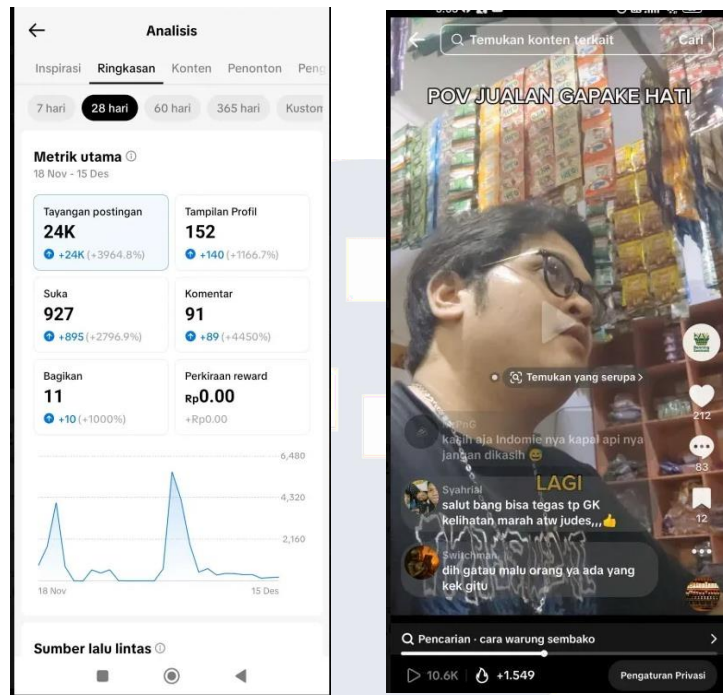
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

### C. Pasca Produksi

Tahap pasca-produksi (post-production) merupakan tahap akhir dari seluruh rangkaian proses pembuatan konten, di mana hasil dari tahap pra-produksi dan produksi direalisasikan melalui proses publikasi dan evaluasi. Pada tahap ini, konten yang telah melalui proses pengambilan gambar dan editing dipersiapkan untuk diunggah ke platform media sosial, khususnya TikTok, dengan menyesuaikan waktu unggah, caption, serta penggunaan elemen pendukung seperti tagar agar konten dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Selain proses publikasi, tahap pasca-produksi juga mencakup kegiatan pemantauan dan evaluasi performa konten berdasarkan data insight, seperti jumlah tayangan, tingkat interaksi, dan respons audiens melalui komentar. Hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk perbaikan dan pengembangan strategi konten selanjutnya, sehingga konten yang diproduksi tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga mampu membangun keterlibatan

audiens dan meningkatkan brand awareness Toko Benning Sembako secara berkelanjutan.



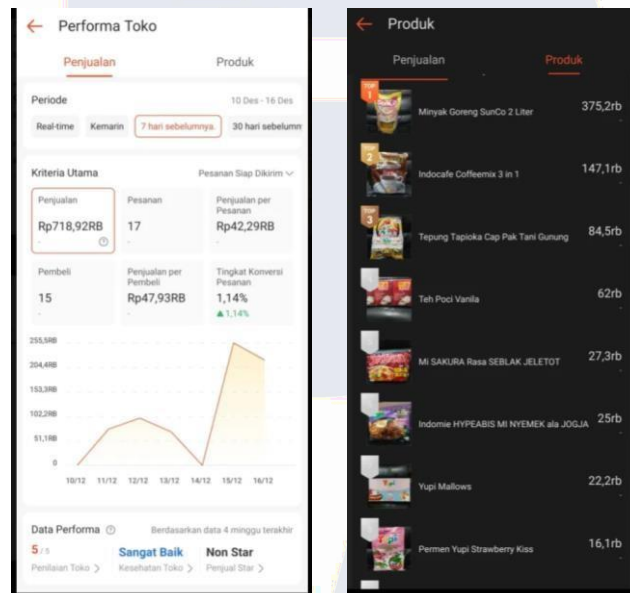
Gambar 3.5 Insight akun tiktok toko benning selama 1 bulan  
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Hasil dari konten yang diproduksi dan dipublikasikan selama periode satu bulan menunjukkan perkembangan yang cukup positif. Berdasarkan data insight media sosial, total tayangan konten mencapai sekitar 24.000 tayangan, dengan perolehan 927 likes dan 91 komentar dan di salah satu postingan ada yang mencapai 10.000 tayangan. Angka-angka ini mencerminkan peningkatan keterlibatan audiens terhadap konten Toko Benning Sembako, sekaligus menandakan bahwa strategi konten yang diterapkan berhasil menarik perhatian pengguna secara aktif.

Peningkatan interaksi tersebut juga menunjukkan bahwa konten yang disajikan relevan dengan kebutuhan dan minat audiens, sehingga mampu membangun kesadaran merek (brand awareness) Toko Benning Sembako secara efektif. Selain itu, data insight ini menjadi bahan evaluasi penting untuk merancang konten selanjutnya, menyesuaikan

format, tema, dan gaya penyampaian agar lebih menarik, interaktif, dan konsisten dengan citra toko di platform digital.

Selain aktivitas konten digital, penulis juga memantau performa Toko Benning Sembako di platform Shopee. Selama periode satu bulan, penulis bertanggung jawab untuk mengunggah produk, mengatur stok dan harga, menulis deskripsi, serta menanggapi pertanyaan pelanggan. Data performa toko online dianalisis melalui jumlah tayangan produk, interaksi dengan pelanggan, serta jumlah pesanan yang berhasil diproses.



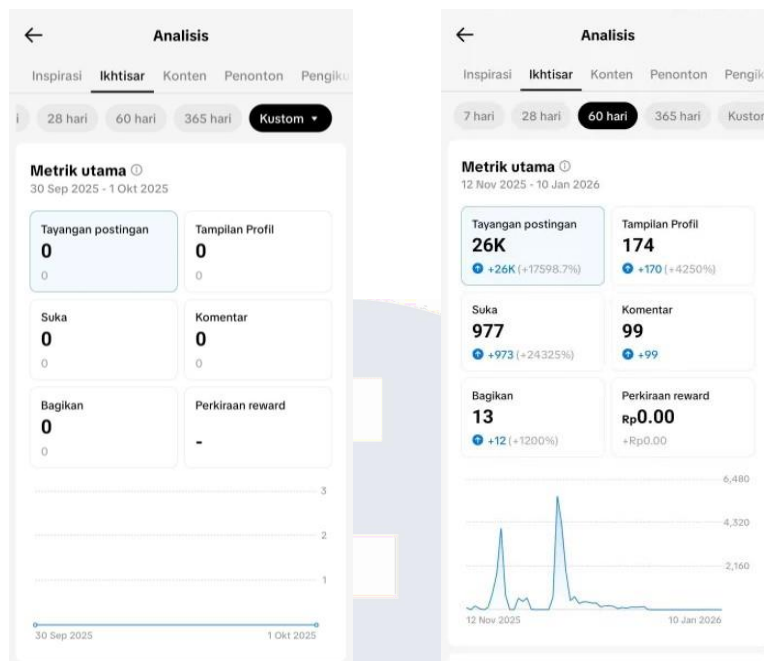
Gambar 3.6 Performa toko shopee toko benning 1 minggu  
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Hasil pengelolaan Toko Benning Sembako di platform Shopee selama periode satu bulan menunjukkan capaian yang cukup positif, dengan 17 pesanan, 15 pembeli, dan total penjualan sebesar Rp718.920. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan produk dan konten yang diterapkan mampu mendorong minat beli konsumen secara nyata. Meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan, data ini menegaskan bahwa kombinasi antara tampilan produk yang menarik, deskripsi yang informatif, serta respons cepat terhadap pertanyaan pelanggan berkontribusi pada peningkatan kepercayaan konsumen dan efektif dalam

mendukung tujuan penjualan serta pengembangan brand awareness Toko Benning Sembako.

Sejak awal pembuatan akun media sosial Toko Benning Sembako, aktivitas pengelolaan konten dimulai dari kondisi tanpa pengikut dan tanpa interaksi sama sekali. Penulis berperan dalam membangun akun tersebut dari tahap awal dengan melakukan perencanaan konten, penentuan konsep visual, serta penyusunan pesan yang disesuaikan dengan karakter toko sembako. Hingga saat ini, penulis telah memproduksi dan mengunggah sebanyak 20 konten yang menampilkan produk, informasi harga, serta aktivitas toko. Konten-konten tersebut diunggah secara bertahap dengan tujuan memperkenalkan Toko Benning Sembako kepada audiens media sosial dan membangun kehadiran digital toko.

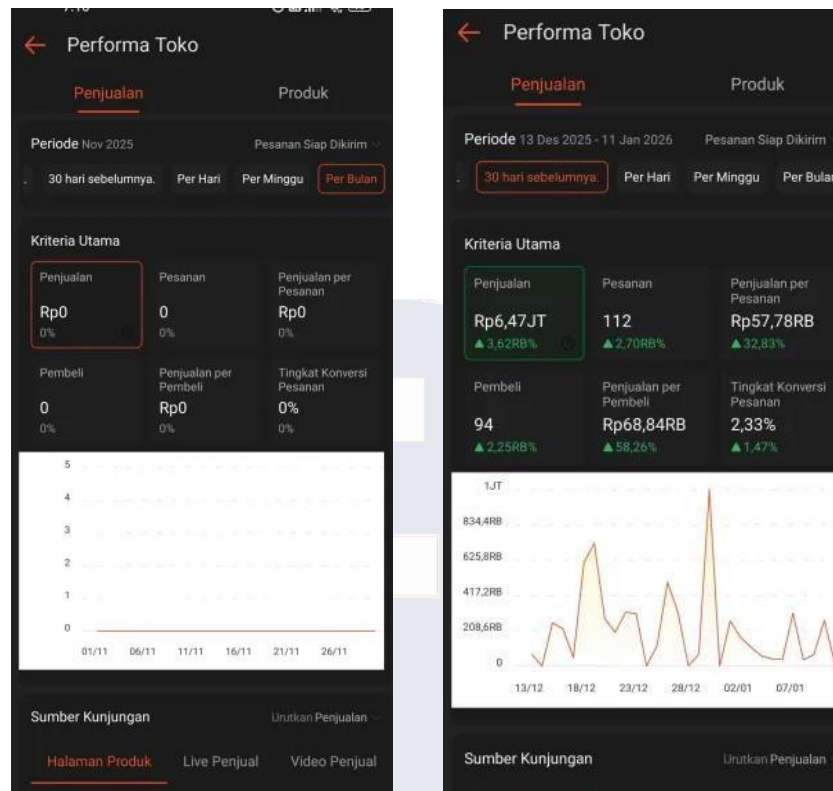
Seiring dengan konsistensi pembuatan dan publikasi konten, akun media sosial Toko Benning Sembako menunjukkan perkembangan dari sisi jangkauan dan interaksi. Berdasarkan data yang diperoleh, total tayangan postingan mencapai 26.000, dengan jumlah likes sebanyak 977 dan komentar sebanyak 99. Peningkatan ini menunjukkan adanya respons audiens terhadap konten yang dibagikan serta pertumbuhan visibilitas akun dibandingkan kondisi awal saat akun baru dibuat. Data tersebut menjadi gambaran perkembangan media sosial Toko Benning Sembako selama periode magang dan mencerminkan hasil dari aktivitas content creation yang dilakukan secara berkelanjutan.



Gambar 3.7 Statistik Awal dan Saat ini di TikTok Toko Benning  
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Selain itu, perkembangan Toko Benning Sembako di platform e-commerce Shopee juga menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pada awal magang, toko masih berada pada kondisi nol penjualan dan belum memiliki pelanggan. Penulis terlibat dalam pengelolaan toko sejak tahap awal tersebut dengan melakukan pengunggahan produk, penyusunan deskripsi, serta penyesuaian informasi harga dan stok secara rutin. Aktivitas ini dilakukan untuk memastikan toko dapat beroperasi dengan baik dan memberikan informasi yang jelas kepada calon pelanggan.

Seiring berjalannya waktu, pengelolaan toko Shopee membuahkan hasil yang nyata. Hingga akhir periode magang, total penjualan toko mencapai Rp6.470.000, dengan 112 pesanan yang berasal dari 94 pembeli berbeda. Kondisi ini menunjukkan adanya pertumbuhan transaksi dibandingkan kondisi awal, sekaligus mencerminkan efektivitas pengelolaan toko digital yang dilakukan secara terstruktur selama periode magang.



Gambar 3.8 Statistik Awal dan Saat ini di Shopee Toko Benning  
Sumber: Dokumentasi Penulis (2025)

Berdasarkan data yang diperoleh, dapat dikatakan bahwa baik akun media sosial maupun toko digital Shopee Toko Benning Sembako mengalami peningkatan yang cukup komprehensif selama periode magang. Aktivitas content creation yang konsisten berhasil meningkatkan visibilitas dan interaksi di media sosial, sementara pengelolaan toko di Shopee menunjukkan pertumbuhan transaksi dan jumlah pembeli yang nyata. Kondisi ini mencerminkan bahwa kombinasi strategi konten yang tepat dan pengelolaan operasional toko digital secara rutin mampu mendorong perkembangan brand awareness dan performa penjualan secara bersamaan, sekaligus memberikan pengalaman praktis yang berharga bagi penulis dalam memahami dinamika digital marketing dan e-commerce.

### 3.3 Kendala yang Ditemukan



Selama proses pembuatan konten dan pengelolaan Toko Benning Sembako, penulis menghadapi beberapa kendala. Kendala utama terdapat pada perlengkapan yang belum memadai, seperti kamera, pencahayaan, dan mikrofon, yang membatasi kualitas visual dan audio konten. Selain itu, keterbatasan waktu menjadi tantangan karena penulis harus membagi waktu antara pembuatan konten, pengelolaan toko online, dan kegiatan magang lainnya. Penyesuaian dengan tren konten yang cepat berubah di media sosial juga memerlukan perencanaan yang cepat agar konten tetap relevan dan menarik bagi audiens.

Kendala lain muncul dalam pengelolaan Shopee, termasuk ketidakpastian permintaan konsumen dan perluasan jangkauan promosi yang terbatas karena sumber daya pemasaran masih terbatas. Selain itu, keterbatasan tim kerja menjadi tantangan signifikan, karena penulis mengerjakan sebagian besar aktivitas secara mandiri, mulai dari pembuatan konten hingga pengelolaan toko digital. Meskipun begitu, kendala-kendala ini menjadi bahan evaluasi yang penting untuk meningkatkan efektivitas strategi konten dan operasional Toko Benning Sembako ke depannya.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Untuk mengatasi kendala perlengkapan yang belum memadai, penulis memaksimalkan peralatan yang tersedia dengan cara kreatif, misalnya memanfaatkan pencahayaan alami dan smartphone dengan kualitas terbaik untuk pengambilan gambar. Selain itu, perencanaan konten dilakukan secara sederhana melalui daftar ide dan jadwal posting mingguan, sehingga proses produksi menjadi lebih efisien dan waktu pengambilan gambar dapat dimanfaatkan secara optimal. Dengan begitu, kualitas konten tetap terjaga meskipun peralatan terbatas.

Kendala terkait keterbatasan waktu, ketidakpastian permintaan konsumen, dan minimnya tim kerja diatasi dengan penjadwalan kerja yang fleksibel dan pemanfaatan tools sederhana, seperti fitur notifikasi dan pengingat di Shopee. Penulis membagi waktu secara efisien antara pembuatan konten, pengelolaan produk, dan interaksi dengan pelanggan, sehingga operasional toko digital tetap berjalan lancar meskipun dikerjakan secara mandiri. Strategi ini juga membantu

menjaga konsistensi publikasi konten dan pelayanan pelanggan, sekaligus meningkatkan efektivitas keseluruhan dalam membangun brand awareness dan penjualan Toko Benning Sembako.

