

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Kordinasi

Selama program magang, penulis berada langsung di bawah supervisi supervisor Tim Media Sosial Marketing Communication UMN. Semua arahan dan tugas diberikan langsung oleh supervisor, termasuk kegiatan editing, liputan, serta approval konten TikTok. Penulis juga berkoordinasi secara langsung dengan supervisor dalam setiap proses pengerjaan konten, mulai dari perencanaan hingga publikasi, sehingga alur kerja menjadi lebih efisien dan jelas. Alur koordinasi ini dapat divisualisasikan dalam bagan alur sederhana sebagai berikut:



Gambar 3.1. Alur kerja Mahasiswa Magang

3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama periode magang, penulis melakukan berbagai kegiatan di divisi Marketing Communication khususnya tim Media Sosial UMN. Kegiatan dimulai dari briefing terkait mekanisme liputan, liputan seminar, event, hingga pengambilan konten untuk platform TikTok dan Instagram. Penulis juga berperan sebagai talent untuk beberapa konten TikTok serta membagikan ide kreatif untuk konten yang akan dipublikasikan.

Selain itu, penulis terlibat dalam technical rehearsal, wawancara narasumber, liputan hari-H event seperti wisuda, Bisa Cinema, GEEM, dan berbagai kegiatan kampus lainnya, termasuk kegiatan up story Instagram, pengiriman footage ke Google Drive, serta editing konten untuk berbagai proyek, seperti CIC, Explore UMN, dan Explore Bisnis Mahasiswa.

Penulis juga melakukan koordinasi dan komunikasi dengan alumni, dosen, narasumber, serta tim terkait untuk memastikan kelancaran pembuatan konten dan distribusinya. Dalam setiap kegiatan, penulis ikut mengelola content plan TikTok,

melakukan analisis konten kompetitor, membuat caption, hingga mengunggah konten ke TikTok dan Reels, sehingga pengalaman magang mencakup keseluruhan proses produksi konten, mulai dari perencanaan, pengambilan, editing, hingga publikasi.

3.2.1. Liputan

Selama magang di tim media sosial UMN, terdapat dua jenis liputan, yaitu liputan event dan liputan kunjungan industri. Liputan event umumnya dilakukan di lokasi UMN, dengan kegiatan utama berupa dokumentasi dan unggahan kegiatan pada fitur story akun Instagram UMN. Sementara itu, liputan kunjungan industri dilakukan bekerja sama dengan bagian Career Development Center UMN, yang meliputi dokumentasi kegiatan kunjungan ke mitra atau perusahaan yang sedang bekerja sama maupun memiliki potensi kerja sama dengan UMN.



Gambar 3.2. Liputan Dining etiquette for young Profesional



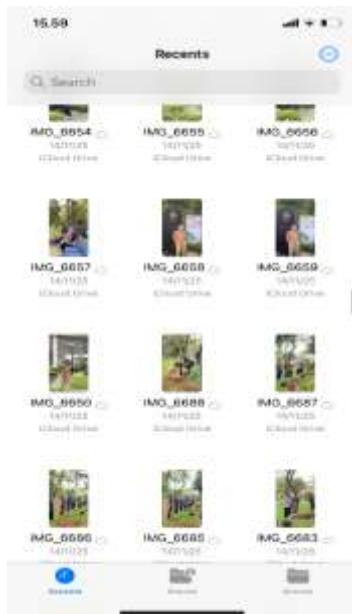
Gambar 3.3. Liputan Showcase business



Gambar 3.4. Liputan Open House, UMN



Gambar 3.5. Liputan Prototype Day DKV



Gambar 3.6. Liputan Penanaman Pohon bersama, Mentoring UMN



Gambar 3.7. Liputan Wisuda, Oktober



Gambar 3.8 Liputan Class Make up Industrial, perfilman



Gambar 3.9. Liputan Bisa Sinema Visit, event Pefilman



Gambar 3.10. Lipuatan Kunjungan Industri, Home Credit Indonesia



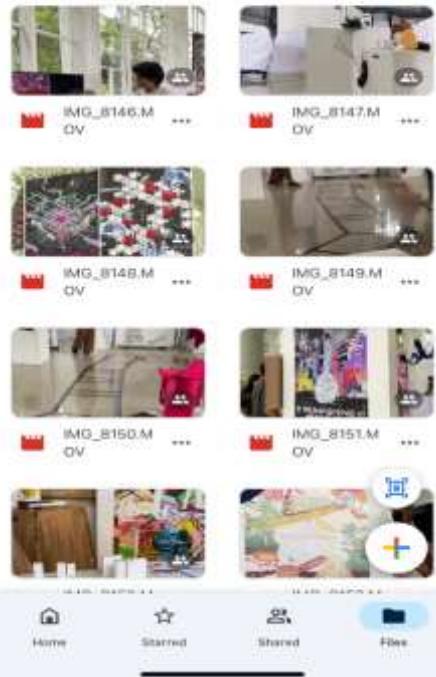
Gambar 3.11. Lipuatan Kunjungan Industri, Time International

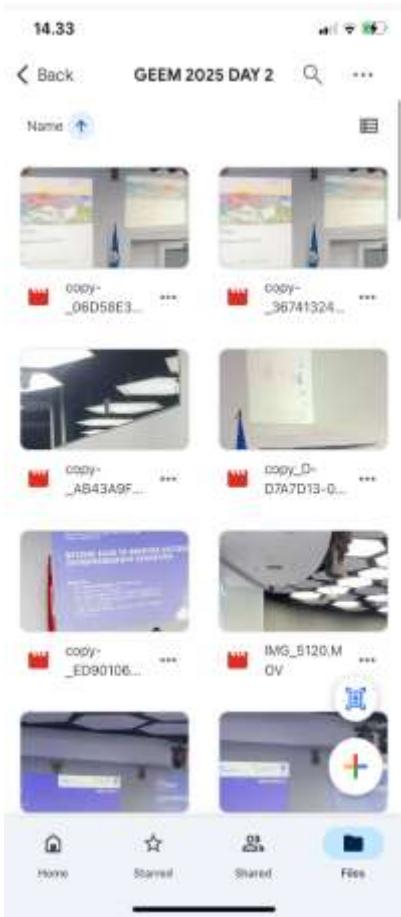


Gambar 3.12. Liputan Kunjungan Industr, Grand Indonesia



Gambar 3.13. Liputan Pameran Architecture





Gambar 3.14. Lipuatan Geem 2025 Day 2

3.2.2. Editing Content

Selama proses magang, saya memperoleh tanggung jawab di bagian *editing content*, di mana mekanisme editing mengikuti SOP tim media sosial namun tetap diberi kebebasan dalam mengekspresikan kreativitas dan ide. Waktu pengerjaan cukup fleksibel, kecuali untuk beberapa pekerjaan tertentu seperti liputan yang memiliki jadwal spesifik. Seluruh proses editing dilakukan sesuai dengan *content plan* yang telah disusun dan disetujui oleh supervisor. Gaya editing disesuaikan dengan citra dan identitas visual UMN, termasuk penggunaan warna, font, dan jenis konten, sehingga hasil materi yang dipublikasikan mencerminkan image dan karakter institusi secara konsisten.



Gambar 3.15 Editing content CIC, Sosial Media UMN



Gambar 3.16 Editing Content, distribusi Film, Podcast



Gambar 3.17 Editing Content Podcast UMN, Alumni Junralistik



Gambar 3.18. Editing Content Kami Fest, Wawancara Alumni



Gambar 3.19. Editing Content, Rating After UAS Content FUN



Gambar 3.20. Editing Content, Podcast Explore Kantor Alumni UMN



Gambar 3.21. Editing Content & Wawancara Dosen Perhotelan

3.2.3. Talent

Selain mengerjakan editing content, saya juga mulai berperan sebagai *talent* dalam beberapa konten media sosial UMN. Pada awalnya, peran saya relatif sederhana, namun seiring waktu saya mulai mengembangkan kemampuan acting ringan, public speaking, dan penggunaan intonasi bicara yang menarik agar konten lebih hidup dan dapat menjangkau audiens, khususnya generasi Z. Dalam peran ini, saya juga belajar bagaimana menyampaikan pesan konten secara interaktif, merancang script yang menarik, menentukan copywriting yang sesuai, serta menciptakan suasana konten yang dinamis sehingga setiap pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens.



Gambar 3.22. Talent untuk konten Promo Open House



Gambar 3.23. Menjadi Talent untuk konten Explore UMN
(Editing, Talent, syuting)



Gambar 3.24. Menjadi Talent untuk Konten Explore UMN



Gambar 3.25. Menjadi talent untuk konten fun



Gambar 3. 26. Menjadi talent untuk konten fun



Gambar 3.27. Menjadi Talent untuk konten event Open House



Gambar 3.28. Menjadi talent konten fun



Gambar 3.29 Menjadi Talent untuk akun pmb.umn



Gambar 3.30. talent untuk konten fun



Gambar 3.31. talent untuk akun pmb.umn

3.2.4. Perencanaan Konten atau Content Plan

Selama magang, saya juga turut berpartisipasi dalam *content planning*, mulai dari mencari ide konten, menentukan jenis konten yang akan ditayangkan di akun TikTok UMN, hingga ikut dalam proses pembuatan dan syuting konten. Saya terlibat dalam merancang konsep agar konten menarik perhatian audiens, serta berdiskusi mengenai insight dan engagement dari beberapa postingan tertentu. Selain itu, saya juga menganalisis postingan media sosial kampus atau perguruan tinggi lain untuk mendukung strategi campaign dan pengembangan konten UMN.

FILTER: UNT		
8 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)	9 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)	10 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)
11 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)	12 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)	13 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)
14 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)	15 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)	16 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)
17 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)	18 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)	19 OCTOBER 2020 (REEL & TIKTOK)

Gambar 3.32. Content Plan Tiktok okt



Gambar 3.33. Reminder Content, Timetree

3.2.5. Interview

Selama menjalani magang, selain berpartisipasi dalam berbagai event internal kampus, saya juga melaksanakan beberapa aktivitas pendukung konten, seperti melakukan wawancara dengan narasumber, mahasiswa, serta dosen. Kegiatan wawancara ini dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konten media sosial UMN, khususnya pada platform Instagram dan TikTok.



Gambar 3.34. Interview Mahasiswa DKV



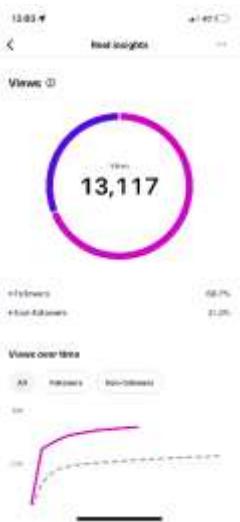
Gambar 3.35. Interview Mahasiswa Architecture

3.2.5. Analisis Performa Konten

Pada tahap ini, dilakukan analisis performa konten media sosial UMN berdasarkan data insight pada setiap postingan. Analisis meliputi jumlah jangkauan (reach), tingkat interaksi (engagement), serta respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Hasil analisis ini digunakan sebagai bahan evaluasi untuk menentukan efektivitas konten dan sebagai dasar perbaikan strategi konten selanjutnya.



Gambar 3.36. Overview Postingan editing view tertinggi



Gambar 3.37. Views Postingan editing view tertinggi



Gambar 3.38 Retention postingan editing paling tinggi



Gambar 3.38 Interactions Postingan editing paling tinggi

Berikut merupakan penjelasan mengenai performa konten dengan jumlah views tertinggi dari seluruh konten yang telah penulis buat selama hampir tiga bulan menjalani program magang di Tim Media Sosial UMN.

1. Gambaran Umum Konten

Konten yang dianalisis merupakan Instagram Reels dengan tema sidak/rating Sahabat UMN setelah UAS, berdurasi 1 menit 48 detik dan dipublikasikan pada 19 Januari. Konten ini bersifat hiburan ringan (entertainment) dengan pendekatan street interview yang relevan dengan target audiens mahasiswa.

2. Performa Tayangan (Views)

Total tayangan yang diperoleh mencapai 13.117 views, dengan distribusi sebagai berikut:

- Instagram: 12.731 views
- Facebook: 386 views

Distribusi audiens menunjukkan:

- Followers: 68,7%
- Non-followers: 31,3%

Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas penonton berasal dari pengikut akun, namun konten juga berhasil menjangkau audiens baru di luar followers, yang menandakan adanya potensi perluasan jangkauan (reach).

Grafik views over time memperlihatkan lonjakan tayangan yang signifikan pada awal publikasi, kemudian mengalami pertumbuhan yang lebih stabil. Pola ini mengindikasikan bahwa konten memiliki daya tarik awal yang cukup kuat, namun belum sepenuhnya mempertahankan momentum jangka panjang.

3. Retensi dan Durasi Tonton

Total watch time yang tercatat adalah 1 hari 5 jam 16 menit 38 detik, dengan rata-rata durasi tonton 14 detik.

Grafik retensi menunjukkan:

- Penurunan tajam pada detik-detik awal video
- Penonton yang bertahan hingga akhir video sangat sedikit

Hal ini menandakan bahwa meskipun konten menarik secara topik, durasi video relatif terlalu panjang dibandingkan kemampuan audiens untuk mempertahankan perhatian. Mayoritas penonton hanya menonton bagian awal sebelum melakukan skip.

4. Skip Rate

- Skip rate Reels ini: 57,6%
- Rata-rata skip rate akun: 71,2%

Angka ini menunjukkan bahwa performa konten lebih baik dibandingkan rata-rata konten akun, karena memiliki tingkat skip yang lebih rendah. Dengan kata lain, video ini relatif lebih menarik dibandingkan konten lain yang pernah diunggah sebelumnya.

5. Interaksi Audiens (Engagement)

Total interaksi yang diperoleh adalah 368 interaksi, dengan rincian:

- Likes: 341
- Shares: 18
- Saves: 8
- Reposts: 1
- Comments: 0

Sebanyak 88,7% interaksi berasal dari followers, dan 11,3% dari non-followers. Tingginya jumlah likes menunjukkan respons positif terhadap

konten, namun rendahnya komentar mengindikasikan bahwa konten belum cukup mendorong audiens untuk berdiskusi atau berinteraksi secara verbal.

6. Aktivitas Profil

Konten ini hanya menghasilkan 1 aktivitas profil, yang menunjukkan bahwa meskipun engagement cukup tinggi, konten belum efektif dalam mendorong audiens untuk mengunjungi profil atau melakukan tindakan lanjutan (call to action).

3.3. Kendala yang di temukan

Selama menjalani proses magang, penulis menghadapi beberapa kendala yang berasal dari faktor internal (diri sendiri) maupun faktor eksternal (lingkungan magang). Sebagai mahasiswa yang baru pertama kali merasakan pengalaman bekerja, proses magang ini memberikan dampak yang cukup signifikan. Meskipun demikian, pengalaman ini juga menjadi hal yang sangat disyukuri karena penulis dapat memahami secara langsung dinamika dunia kerja.

Kendala Internal (Faktor Diri Sendiri)

1. Penulis mengalami kendala dalam manajemen waktu (time management), di mana penulis sering mengalami kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaan tepat waktu. Namun demikian, penulis selalu berusaha untuk menyelesaikan setiap tugas dengan sebaik mungkin.
2. Penulis menyukai posisi serta tanggung jawab yang diberikan selama magang. Akan tetapi, pada waktu yang bersamaan penulis juga menghadapi permasalahan pribadi yang cukup serius. Kondisi tersebut berdampak pada menurunnya motivasi dalam melaksanakan beberapa tugas dan tanggung jawab, khususnya dalam proses penyusunan laporan MBKM yang mengalami keterlambatan.
3. Penulis juga mengalami kendala dalam penulisan laporan magang. Seperti yang telah disampaikan pada poin sebelumnya, manajemen waktu yang kurang optimal menyebabkan penulis mengalami kesulitan dalam menyusun laporan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Kendala Eksternal (Lingkungan Magang)

1. Pada awal pelaksanaan magang, penulis mengalami kendala dalam proses editing konten, khususnya dalam menyesuaikan gaya dan ciri khas editing

- dengan standar operasional prosedur (SOP) yang telah ditetapkan oleh tim media sosial.
2. Penulis mengalami kesulitan dalam mengedit konten karena sebelumnya hanya terbiasa mengerjakan editing konten sederhana. Namun, dengan adanya beban kerja editing yang lebih kompleks selama magang, penulis dapat mengasah dan meningkatkan keterampilan editing secara lebih baik.
 3. Kendala jaringan internet atau WiFi juga menjadi salah satu hambatan selama proses magang. Koneksi yang tidak stabil atau terjadinya gangguan jaringan cukup memengaruhi kelancaran pekerjaan, mengingat tanggung jawab penulis berkaitan langsung dengan pengelolaan konten media sosial.

3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas Kendala Internal

Solusi yang dilakukan penulis dalam menghadapi kendala internal adalah dengan mengambil waktu rehat selama tiga hari untuk melakukan evaluasi terhadap berbagai kendala yang dialami. Waktu rehat tersebut dimanfaatkan untuk merefleksikan faktor-faktor yang memengaruhi kondisi pribadi, lingkungan sekitar, serta tanggung jawab yang harus diselesaikan selama proses magang. Selain itu, penulis berupaya melatih fokus dan mengubah pola pikir (mindset) ke arah yang lebih dewasa dan profesional, baik dalam konteks dunia kerja maupun dalam kegiatan akademik. Upaya ini dilakukan agar penulis dapat menjalankan tanggung jawab dengan lebih disiplin dan bertanggung jawab.

Solusi atas Kendala Eksternal

Dalam menghadapi kendala eksternal, penulis berupaya mengelola beban pekerjaan yang cukup beragam dengan cara aktif berkomunikasi dan berdiskusi dengan atasan serta anggota Tim Media Sosial lainnya. Salah satu solusi yang diterapkan adalah dengan secara proaktif menawarkan diri untuk mengerjakan beberapa beban editing konten. Penulis meyakini bahwa dengan meningkatkan jam kerja dan beban tanggung jawab, proses adaptasi terhadap alur kerja, jenis pekerjaan, serta gaya dan taste yang diterapkan oleh Tim Media Sosial UMN dapat berjalan lebih optimal.

Terkait kendala jaringan internet atau WiFi, penulis mengambil inisiatif untuk menggunakan paket data pribadi sebagai alternatif. Solusi ini diterapkan guna

memastikan pekerjaan, khususnya pada proses editing konten dan kegiatan liputan, tetap dapat diselesaikan tepat waktu tanpa terhambat oleh gangguan jaringan.