

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Posisi yang diambil dalam pelaksanaan magang pada PT Danamas Insan Kreasi Andalan adalah *Content Creator Intern*. Proses kerja magang berada di bawah departemen MTV Creative, dengan supervisi langsung dari *Supervisor MTV Creative Planner* serta berkoordinasi dengan *Manager Digital Marketing* dan *Social Media Officer*. Dalam pelaksanaan kegiatan sehari-hari, penulis berperan aktif dalam proses perencanaan dan produksi konten digital yang ditujukan untuk mendukung kegiatan komunikasi pemasaran dan employer branding perusahaan.

Tanggung jawab utama sebagai *Content Creator Intern* mencakup tahapan kerja, yaitu *content planning*, *content production*, *editing design*, dan publikasi konten pada platform digital resmi PT DIKA, khususnya instagram. Proses ini dilakukan secara kolaboratif dengan tim kreatif dan media sosial untuk memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan sesuai dengan identitas visual perusahaan dan mencerminkan nilai-nilai DIKA (Dinamis, Integritas, Kekeluargaan, dan Andal). Selama masa magang, penulis berkontribusi dalam pembuatan berbagai jenis konten, seperti video *reels*, *carousel feeds*, dan Instagram stories, dengan tujuan untuk memperkuat citra positif perusahaan sebagai *One Stop Outsourcing Solution* yang memiliki lingkungan kerja profesional, dinamis, dan menyenangkan. Selain itu, penulis juga terlibat dalam kegiatan brainstorming ide kampanye digital, pembuatan *copywriting*, serta dokumentasi kegiatan internal perusahaan untuk mendukung strategi *employer branding PT DIKA*.



Gambar 3.1 Struktur Koordinasi Team MTV Creative
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama berlangsung proses magang selama 80 hari, telah dilakukan ragam jenis pekerjaan dari tahap *sync up* hingga tahap eksekusi. Kemampuan yang diperlukan adalah kemampuan berpikir kritis dan cepat tanggap dalam komunikasi baik secara internal dalam tim dalam pembuatan ide konten, eksekusi, editing dan pengunggahan agar bisa memberikan hasil yang maksimal.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Content Creator Intern* dalam aktivitas kerja magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan secara singkat adalah sebagai *supporting team* dalam menyediakan konten *digital marketing*. Tugas ini dijalankan dengan pendekatan *SOSTAC Framework* (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) untuk membantu menganalisis serta merancang kegiatan komunikasi pemasaran secara sistematis.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

- **Situation Analysis**

Penulis melakukan pengamatan awal terhadap kondisi media sosial perusahaan dengan menganalisis konten Instagram @ptdikaofficial yang telah dipublikasikan sebelumnya. Analisis ini meliputi jenis konten, konsistensi visual feed, gaya penyampaian pesan, tingkat engagement, serta kesesuaian konten dengan identitas dan layanan PT Danamas Insan Kreasi Andalan. Selain itu, penulis juga mengamati target audiens dan tren konten media sosial yang relevan sebagai dasar dalam menentukan arah perancangan konten selanjutnya.

<p>- Objectives</p>	<p>Penulis menetapkan tujuan pembuatan konten, yaitu meningkatkan <i>brand awareness</i> perusahaan, memperkuat citra profesional PT Danamas Insan Kreasi Andalan, serta menyampaikan informasi layanan perusahaan secara menarik melalui media sosial Instagram. Tujuan ini menjadi acuan dalam menentukan konsep konten dan pesan utama yang akan disampaikan.</p>
<p>- Strategy</p>	<p>Penulis menentukan strategi komunikasi dengan memilih Instagram sebagai media utama serta menggunakan pendekatan konten informatif dan visual yang menarik. Strategi ini diterapkan dengan menyusun <i>content planning</i> yang mencakup ide konten, format konten (<i>feed</i>, <i>reels</i>, dan visual desain), serta penyesuaian pesan dengan karakteristik audiens media sosial.</p>
<p>- Tactics</p>	<p>Diwujudkan melalui pelaksanaan teknis pembuatan konten, mulai dari pengambilan foto dan video (<i>take content & footage</i>), proses <i>editing</i> konten, desain <i>feed</i> instagram, hingga penulisan caption yang sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan. Setiap konten dirancang agar konsisten secara visual dan selaras dengan identitas brand PT Danamas Insan Kreasi Andalan.</p>
<p>- Action</p>	<p>Penulis melakukan implementasi konten dengan mengunggah hasil desain dan video ke Instagram @ptdikaofficial sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Selain itu, penulis juga memastikan konten telah melalui proses pengecekan sebelum dipublikasikan agar sesuai dengan standar perusahaan.</p>

- Control	Dilakukan dengan memantau performa konten yang telah dipublikasikan, seperti jumlah <i>likes</i> , komentar, dan <i>engagement</i> lainnya. Hasil pemantauan ini digunakan sebagai bahan evaluasi untuk perbaikan dan pengembangan konten pada periode berikutnya.
------------------	--

Tabel 2.1 SOSTAC Tugas Utama Seorang Content Creator Intern

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan sebagai seorang *Content Creator Intern* dalam aktivitas kerja magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan adalah sebagai berikut :

A. *Content Planning*

Dalam penyusunan strategi *content planning*, penulis terlebih dahulu melakukan analisis strategi media sosial Instagram dengan menjadikan akun Instagram Ternak Uang dan 7 Preneur sebagai bahan perbandingan. Analisis ini dilakukan dengan mengamati jenis konten yang dipublikasikan, gaya penyampaian pesan, konsistensi visual, serta pola komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi kepada audiens. Kedua akun tersebut dipilih karena dinilai memiliki karakter konten yang relevan, informatif, serta mampu membangun kepercayaan audiens melalui penyajian konten yang edukatif dan terstruktur.

Hasil dari analisis tersebut kemudian dijadikan dasar dalam menentukan strategi komunikasi konten Instagram @ptdikaofficial, khususnya dalam merancang konsep konten yang informatif, edukatif, dan branding. Penulis mengadaptasi pendekatan penyampaian pesan yang mudah dipahami, visual yang konsisten, serta pemilihan topik yang relevan dengan kebutuhan audiens, tanpa menghilangkan identitas dan karakter PT Danamas Insan Kreasi Andalan. Strategi ini bertujuan agar konten yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki nilai informasi dan mampu memperkuat citra profesional perusahaan.

Penulis bertanggung jawab menyusun *content planning* untuk media sosial Instagram @ptdikaofficial yang dirancang secara mingguan dengan jumlah 3–5 konten per minggu. Penyusunan *content planning* dilakukan untuk memastikan aktivitas komunikasi perusahaan di media sosial berjalan konsisten, terarah, dan sesuai dengan tujuan branding perusahaan.

Content planning yang disusun berisi beberapa jenis konten, antara lain konten informatif yang menjelaskan layanan PT Danamas Insan Kreasi Andalan, konten edukatif yang memberikan pemahaman kepada audiens terkait solusi dan manfaat layanan perusahaan, serta konten *branding* yang bertujuan memperkuat citra profesional perusahaan. Setiap konten dirancang dengan konsep visual dan pesan utama yang berbeda agar audiens tidak merasa monoton serta tetap tertarik untuk mengikuti akun Instagram perusahaan. Dalam proses perancangannya, penulis menentukan ide konten, format konten (*feed* atau *reels*), konsep visual, serta tujuan komunikasi dari masing-masing konten. Penentuan tujuan konten dilakukan agar setiap unggahan memiliki fungsi yang jelas, seperti meningkatkan brand *awareness*, membangun kepercayaan audiens terhadap perusahaan, serta menyampaikan informasi layanan secara efektif melalui media sosial.

Penyusunan *content planning* juga mempertimbangkan kesesuaian konten dengan karakteristik audiens instagram serta identitas visual perusahaan. Dengan adanya perencanaan konten mingguan, proses produksi hingga publikasi konten dapat dilakukan secara lebih terstruktur, efisien, dan selaras dengan strategi komunikasi PT Danamas Insan Kreasi Andalan.

Pillar	Objective	Key Message	Channel	Format	Boost	Copy	Caption	Content/Visual Reference	Proses pembuatan konten	PIC	Status	Link design	Placement	Note
PT DIKA OFFICIAL														
Information	-	Maulid Nabi Muhammad SAW	IG	Feeds - Single Image	-	No	-	Memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW 12 rabul awal 1446 Hijriah		Monique	-	Published - https://drive.google.com/file/d/1KQ3JLHnE81dEgAMt15N9Btph5Q/view	PT DIKA OFFICIAL	
Education	-	5 Hal yang Bisa Kamu Lakukan Agar Tidak Ditembak Orang Lain (Request Fanny)	IG	Feeds - Carousel Image	-	No	-	https://www.instagram.com/p/CgWUy5C9g7nqhdn8bdf/ https://www.instagram.com/p/CgWUy5C9g7nqhdn8bdf/		Monique	-	Not Yet Published - https://drive.google.com/file/d/1KQ3JLHnE81dEgAMt15N9Btph5Q/view	PT DIKA OFFICIAL	
Education	-	Tantangan Dalam Perekrutan	IG	Feeds - Carousel Image	-	No	-	Tantangan yang Harus Dipersiapkan untuk Kamu Hadapi dalam Perekrutan Skill Gap: Banyak perusahaan menghadapi tantangan dalam menemukan kandidat yang memiliki keterampilan teknis yang spesifik. Talent War: Persaingan untuk mendapatkan talenta terbaik di bidang tertentu, pemersaingan digital, dan persaingan semakin ketat. Pendekatan Orisan di Pasar Tenaga Kerja: Tren di pasar tenaga kerja terus berubah, seperti peningkatan akan keterampilan baru, sehingga perusahaan perlu terus menyesuaikan strategi perekrutan mereka.	https://www.instagram.com/p/CgWUy5C9g7nqhdn8bdf/ https://www.instagram.com/p/CgWUy5C9g7nqhdn8bdf/	Monique	-	Published - https://drive.google.com/file/d/1KQ3JLHnE81dEgAMt15N9Btph5Q/view	PT DIKA OFFICIAL	
Education	-	3 Karakteristik yang Jarang Disebutkan Namun Disukai Oleh Rekruter	IG	Feeds - Carousel Image	-	No	-	3 Karakteristik yang Jarang Disebutkan Namun Disukai Oleh Rekruter Kecerdasan Emosional: Kemampuan memahami dan mengelola emosi diri sendiri serta orang lain ini membantu dalam membangun hubungan yang baik dan menangani konflik secara efektif di tempat kerja. Rasa Tanggung Jawab: Kandidat yang bertanggung jawab atas pekerjaannya, termasuk mengakui kesalahan dan berinisiatif untuk memperbaikinya, sangat dihargai. Hal ini menunjukkan profesionalisme dan komitmen. Rasa Ingin Tahu: Keinginan yang tinggi untuk belajar hal baru, mengembangkan keterampilan, dan memahami berbagai aspek pekerjaan menunjukkan bahwa seseorang terus beradaptasi dan berkembang.	https://www.instagram.com/p/CgWUy5C9g7nqhdn8bdf/ https://www.instagram.com/p/CgWUy5C9g7nqhdn8bdf/	Monique	-	Published - https://drive.google.com/file/d/1KQ3JLHnE81dEgAMt15N9Btph5Q/view	PT DIKA OFFICIAL	

Gambar 3.2.1 *Content Planning* PT DIKA
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

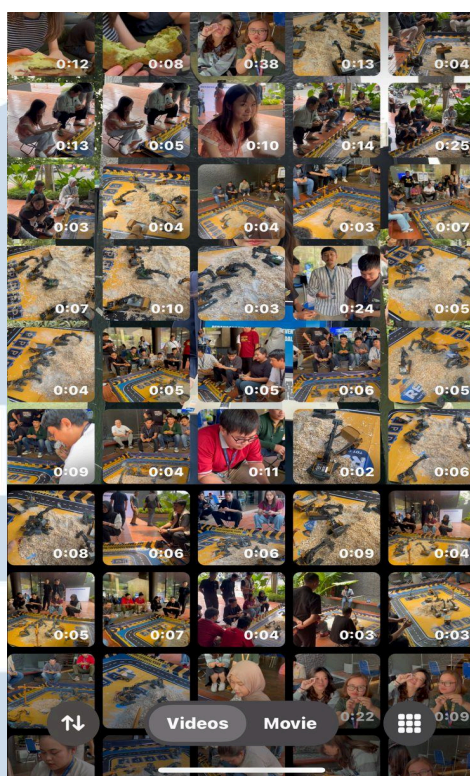
B. Take Content & Footage

Dalam pelaksanaan kerja magang, tahap *take content & footage* merupakan bagian dari *tactics* dalam konsep SOSTAC, yaitu pelaksanaan teknis dari strategi *content planning* yang telah disusun sebelumnya. Pada tahap ini, penulis bertanggung jawab melakukan pengambilan konten dan footage berupa foto dan video yang digunakan sebagai materi utama konten media sosial Instagram @ptdikaofficial. Proses pengambilan konten dilakukan berdasarkan *content planning*, sehingga setiap foto dan video yang dihasilkan memiliki tujuan komunikasi yang jelas dan sesuai dengan konsep konten yang dirancang.

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis bertanggung jawab melakukan pengambilan konten dan *footage* berupa foto dan video yang digunakan sebagai materi utama konten media sosial Instagram @ptdikaofficial. Proses pengambilan konten dilakukan berdasarkan *content planning* yang telah disusun sebelumnya, sehingga setiap foto dan video yang dihasilkan memiliki tujuan komunikasi yang jelas dan sesuai dengan konsep konten yang dirancang.

Pengambilan konten dan *footage* dilakukan dengan memperhatikan beberapa aspek penting, seperti sudut pengambilan gambar, komposisi visual, pencahayaan, serta kesesuaian tampilan dengan identitas perusahaan. *Footage* yang diambil mencakup dokumentasi aktivitas perusahaan, visual pendukung layanan yang ditawarkan, serta materi visual lainnya yang dapat memperkuat pesan konten. Hal ini bertujuan agar konten yang dihasilkan terlihat profesional dan menarik bagi audiens media sosial.

Selain itu, penulis memastikan bahwa hasil pengambilan konten dapat digunakan secara optimal pada tahap *editing*, baik untuk konten *feed* maupun *reels* instagram. Dengan melakukan pengambilan konten dan *footage* secara terencana dan sesuai konsep, proses produksi konten menjadi lebih efektif dan mendukung pencapaian tujuan komunikasi serta branding PT Danamas Insan Kreasi Andalan.



Gambar 3.2.2 *Footage* video PT DIKA
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

C. *Editing Content*

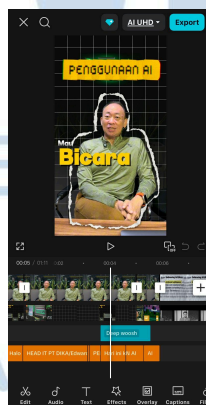
Setelah proses pengambilan konten dan *footage* selesai, penulis melanjutkan ke tahap *editing content* untuk mengolah materi visual agar siap dipublikasikan di media sosial Instagram @ptdikaofficial. Proses *editing* dilakukan dengan menyesuaikan konsep konten yang telah ditentukan dalam *content planning*, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan secara jelas dan efektif.

Editing konten meliputi beberapa tahapan, antara lain pemilihan *footage* terbaik, pemotongan durasi video, penyesuaian warna dan pencahayaan, serta penambahan elemen pendukung seperti teks, transisi, dan visual grafis sederhana. Penyesuaian format konten juga dilakukan agar sesuai dengan standar Instagram, baik untuk konten *feed* maupun *reels*, sehingga tampilan konten tetap optimal saat ditayangkan kepada audiens.

Melalui proses *editing*, penulis memastikan bahwa konten yang dihasilkan memiliki tampilan visual yang menarik, rapi, dan konsisten dengan identitas perusahaan. Editing konten bertujuan untuk meningkatkan kualitas visual, memperkuat pesan komunikasi, serta mendukung upaya branding PT Danamas Insan Kreasi Andalan melalui media sosial. Setelah proses pengambilan konten dan *footage* selesai, penulis melanjutkan ke tahap *editing content* untuk mengolah materi visual agar siap dipublikasikan di media sosial instagram @ptdikaofficial. Proses *editing* dilakukan dengan menyesuaikan konsep konten yang telah ditentukan dalam *content planning*, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan secara jelas dan efektif.

Editing konten meliputi beberapa tahapan, antara lain pemilihan *footage* terbaik, pemotongan durasi video, penyesuaian warna dan pencahayaan, serta penambahan elemen pendukung seperti teks, transisi, dan visual grafis sederhana. Penyesuaian format konten juga dilakukan agar sesuai dengan standar Instagram, baik untuk konten *feed* maupun *reels*, sehingga tampilan konten tetap optimal saat ditayangkan kepada audiens.

Melalui proses *editing*, penulis memastikan bahwa konten yang dihasilkan memiliki tampilan visual yang menarik, rapi, dan konsisten dengan identitas perusahaan. Editing konten bertujuan untuk meningkatkan kualitas visual, memperkuat pesan komunikasi, serta mendukung upaya branding PT Danamas Insan Kreasi Andalan melalui media sosial.



Gambar 3.2.3 *Editing content* PT DIKA
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

D. Design Feeds

Dalam pelaksanaan kerja magang, tahap design feeds merupakan bagian dari *tactics* dalam konsep SOSTAC, yaitu perancangan visual sebagai bentuk implementasi dari strategi content planning yang telah disusun. Pada tahap ini, penulis bertanggung jawab dalam mendesain tampilan feeds Instagram @ptdikaofficial agar terlihat konsisten, rapi, dan memiliki kesatuan visual. Proses desain feeds dilakukan dengan mengacu pada identitas visual perusahaan, seperti pemilihan warna, tipografi, serta gaya desain yang mencerminkan citra profesional PT Danamas Insan Kreasi Andalan.

Penulis bertanggung jawab dalam mendesain tampilan *feeds* Instagram @ptdikaofficial agar terlihat konsisten, rapi, dan memiliki kesatuan visual. Proses desain feeds dilakukan dengan mengacu pada identitas visual perusahaan, seperti pemilihan warna, tipografi, serta gaya desain yang mencerminkan citra profesional PT Danamas Insan Kreasi Andalan. Desain *feeds* disusun dengan memperhatikan tata letak konten agar setiap unggahan saling terhubung secara visual ketika dilihat dalam tampilan profil Instagram. Penulis menyesuaikan komposisi desain antara konten informatif, edukatif, dan branding agar *feed* tidak terlihat monoton, namun tetap selaras secara keseluruhan. Hal ini bertujuan untuk menciptakan tampilan akun yang menarik dan mudah dikenali oleh audiens.

Melalui perancangan desain *feeds* yang konsisten, penulis berupaya memperkuat identitas visual dan meningkatkan daya tarik akun Instagram perusahaan. Desain *feeds* yang tertata dengan baik juga diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan audiens terhadap perusahaan serta mendukung strategi *branding* dan komunikasi PT Danamas Insan Kreasi Andalan di media sosial.

FEEDS INSTAGRAM



Gambar 3.2.4 Desain *Feeds* Instagram PT DIKA
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

E. Pembuatan *Caption*

Dalam pelaksanaan kerja magang, pembuatan *caption* merupakan bagian dari taktik *action* dalam konsep SOSTAC yang mendukung proses implementasi konten di media sosial. Pada tahap ini, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan *caption* untuk setiap konten yang dipublikasikan pada media sosial Instagram @ptdikaofficial. *Caption* disusun sebagai pelengkap konten visual agar pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan dapat dipahami dengan jelas oleh audiens.

Penulis bertanggung jawab dalam pembuatan *caption* untuk setiap konten yang dipublikasikan pada media sosial Instagram @ptdikaofficial. *Caption* disusun sebagai pelengkap konten visual agar pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan dapat dipahami dengan jelas oleh audiens. Pembuatan *caption* dilakukan dengan menyesuaikan jenis dan tujuan konten, baik konten informatif, edukatif, maupun branding. Penulis menggunakan bahasa yang komunikatif, ringkas, dan mudah dipahami, namun tetap menjaga kesan profesional sesuai dengan citra PT Danamas Insan Kreasi Andalan. Selain itu, *caption* juga disesuaikan dengan karakteristik audiens media sosial instagram agar mampu menarik perhatian dan meningkatkan interaksi.

Caption yang dibuat berisi penjelasan singkat mengenai isi konten, informasi layanan perusahaan, serta pesan utama yang ingin disampaikan. Dalam beberapa konten, penulis juga menambahkan *call to action* untuk mendorong audiens melakukan interaksi, seperti memberikan komentar atau mengunjungi profil perusahaan. Melalui pembuatan *caption* yang tepat, konten diharapkan dapat mendukung tujuan komunikasi, memperkuat branding, serta meningkatkan *engagement* akun Instagram PT Danamas Insan Kreasi Andalan.

3.2.3 Uraian Pekerjaan Tambahan

Selama menjalani masa magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan, selain menjalankan tugas utama di divisi MTV Creative, pemagang juga diberikan beberapa tanggung jawab tambahan yang bersifat insidental maupun situasional. Tugas-tugas ini turut memberikan pengalaman kerja yang lebih luas dan memperkaya pemahaman penulis terhadap dinamika kerja di industri *outsourcing*. Adapun uraian kerja tambahan tersebut antara lain:

1. PIC Event Lomba 17 Agustus “MERDIKARIA”

Selain menjalankan tugas utama sebagai *Content Creator*, penulis juga diberikan tanggung jawab tambahan sebagai *Person in Charge* (PIC) dalam pelaksanaan *event* lomba peringatan Hari Kemerdekaan Indonesia yang mengusung tema “MERDIKARIA”. Dalam kegiatan ini, penulis berperan dalam membantu pengelolaan jalannya acara, memastikan rangkaian lomba berjalan sesuai dengan rencana, serta berkoordinasi dengan tim internal selama pelaksanaan *event*. Tugas sebagai PIC mencakup pengawasan teknis di lapangan, pengaturan alur kegiatan, serta memastikan peserta dan panitia dapat mengikuti kegiatan dengan tertib. Keterlibatan penulis dalam *event* ini bertujuan untuk mendukung kegiatan internal perusahaan sekaligus melatih kemampuan koordinasi dan tanggung jawab dalam penyelenggaraan acara.

2. *Merchant* BCA Kartu Kredit

Selain menjalankan tugas utama sebagai peserta magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan, penulis juga memperoleh pekerjaan tambahan sebagai merchant dalam proyek pembuatan kartu kredit BCA, yang merupakan salah satu klien PT DIKA. Pada proyek ini, penulis diberikan tanggung jawab untuk melakukan proses pembuatan *generate* voucher BCA dengan total sebanyak 30.000 voucher. Dalam pelaksanaannya, penulis menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop untuk melakukan proses auto-generate voucher secara sistematis, sehingga setiap voucher memiliki kode yang berbeda dan unik. Setelah proses pembuatan selesai, seluruh file voucher kemudian diklasifikasikan dan diunggah ke Google Drive sesuai dengan struktur penyimpanan yang telah ditentukan agar memudahkan proses distribusi dan pengelolaan data.

Pekerjaan ini menuntut tingkat ketelitian dan tanggung jawab yang tinggi, mengingat jumlah voucher yang besar serta pentingnya akurasi data untuk menghindari kesalahan kode atau duplikasi voucher. Melalui tugas ini, penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai alur kerja sama antara perusahaan merchant dengan pihak perbankan, khususnya dalam mendukung program pemasaran kartu kredit. Selain itu, pengalaman ini juga meningkatkan kemampuan penulis dalam menangani pekerjaan administratif berskala besar, pengelolaan data digital, serta penggunaan tools desain untuk kebutuhan operasional, bukan hanya visual kreatif.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

3.2.4 Kendala Utama

Kendala utama yang pemegang alami selama masa magang bukan semata-mata berasal dari keterbatasan alat atau teknis lapangan, namun lebih pada minimnya struktur kerja terstandarisasi dalam proses komunikasi internal dan perencanaan konten. Dalam konteks *marketing communication*, keberhasilan suatu konten tidak hanya ditentukan dari eksekusi visual semata, melainkan dari koordinasi antar departemen, kejelasan brief, serta waktu yang cukup untuk menyusun strategi komunikasi yang efektif.

Beberapa kendala yang penulis temui antara lain:

1. Tidak adanya pedoman baku untuk alur kerja pembuatan konten (SOP), mulai dari perencanaan, pengumpulan insight, hingga proses revisi, menyebabkan terjadinya tumpang tindih tugas dan miskomunikasi. Hal ini membuat pemegang sering kali bekerja secara reaktif, bukan proaktif.
2. Selama magang, penulis juga menerima sejumlah tugas tambahan seperti
3. Komunikasi team internal kurang efektif. Koordinasi antar tim terkadang tidak berjalan optimal karena belum adanya sistem komunikasi yang baku, sehingga memperlambat proses persetujuan dan revisi konten

3.2.5 Solusi

Solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala utama tersebut :

1. Solusi yang dapat diterapkan adalah menyusun dan memberlakukan *Standard Operating Procedure* (SOP) untuk seluruh proses kerja konten, mulai dari tahap pengumpulan ide, riset, eksekusi visual, hingga proses revisi dan publikasi. SOP ini dapat disusun secara sederhana namun sistematis agar mudah dipahami oleh tim maupun pemegang baru. Dengan adanya pedoman ini, pembagian peran menjadi lebih jelas dan meminimalisir tumpang tindih tugas maupun miskomunikasi.
2. Perlu adanya kesepakatan atau briefing awal yang lebih jelas antara pembimbing magang dan penulis terkait cakupan job description serta prioritas pembelajaran. Jika penulis memang akan dilibatkan dalam pekerjaan lintas bidang, maka sebaiknya dibuatkan jadwal atau pembagian waktu yang seimbang, agar fokus utama pemegang tetap pada bidang yang sesuai dengan tujuan magangnya, yaitu marketing communication.
3. Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, tim dapat mulai menerapkan sistem *briefing* pagi untuk harian. Selain itu, disarankan untuk membuat rapat singkat rutin yang berfokus pada progres konten dan pembagian tugas agar setiap anggota tim memahami status proyek terkini dan bisa memberikan umpan balik lebih cepat.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A