

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Selama menjalani program Kerja Profesi (KP) di Prinna Id, praktikan ditempatkan langsung di toko operasional langsung. Prinna Id merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang busana muslimah dan telah berdiri sejak tahun 2012. usaha ini dikenal luas melalui dua *brand* utamanya, yaitu Prinna yang target pasarnya untuk muslimah dewasa dengan karakter elegan sesuai dengan syariat, dan Anasya yang dirancang khusus untuk konsumen muslimah muda dengan gaya lebih kasual. Pada dua *brand* tersebut tidak hanya fokus pada aspek estetika dan kenyamanan, akan tetapi tetap mengedepankan nilai-nilai syariat pada setiap koleksi produk yang mereka buat.

Selama menjalani Kerja Profesi (KP) di Prinna Id praktikan masuk kedalam divisi *marketing* konten sosial media yang di mana praktikan berkesempatan untuk berkontribusi dalam promosi *online*. Tugas-tugas yang dijalankan meliputi pembuatan perencanaan konten untuk media sosial Instagram dan Tiktok, membuat konten harian, konten besar, membuat konten pribadi, mengedit dan mempublikasi ke media sosial, dan menjadi *Host Live* sekaligus menjadi Operator *live*.

Melalui pelaksanaan program Kerja Profesi ini, praktikan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi *digital marketing* dalam industri busana muslimah. Selain aspek teknis, praktikan juga berkesempatan merasakan langsung dinamika kerja di lingkungan UMKM yang sedang berkembang, yang menuntut kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat, kreativitas dalam menciptakan solusi pemasaran, serta keterampilan komunikasi dan koordinasi bersama tim secara efektif. Pengalaman ini sekaligus menjadi bekal untuk praktikan dalam membangun kompetensi profesional dalam menghadapi tantangan dunia kerja sesungguhnya di masa depan.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja profesi di Prinna Id dimulai dengan penempatan praktikan pada divisi *marketing* konten sosial media, yang memiliki peran penting dalam pengelolaan promosi digital melalui berbagai *platform* seperti Instagram, TikTok, dan Shopee. Kegiatan utama yang dilakukan praktikan mencakup seluruh alur pemasaran *digital*, dimulai dari perencanaan konten, pembuatan kalender konten, hingga pelaksanaan live streaming sebagai *host* dan operator.

Tahapan pertama dalam pelaksanaan kerja adalah menyusun rencana konten *digital* berdasarkan hasil riset target *audiens*, tren pasar, dan performa konten sebelumnya. Praktikan merancang kalender konten bulanan yang memuat jadwal posting *feeds*, Instagram *stories*, serta sesi *live streaming*. Kalender ini menjadi acuan tim konten agar proses produksi konten berjalan konsisten dan terarah.

Selanjutnya, praktikan terlibat dalam proses pembuatan konten harian, baik berupa foto maupun video pendek, yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement*. Konten diproduksi berdasarkan topik yang telah dirancang, seperti *tips* berpakaian, tutorial hijab, dan *review* produk. Selain itu, praktikan juga terlibat dalam pembuatan konten besar yang bersifat tematik dan dipublikasikan dua kali dalam sebulan. Konten besar memerlukan perencanaan yang lebih matang, pengambilan gambar di lokasi khusus, dan pengeditan *visual* yang lebih kompleks.

Dalam proses produksi, praktikan juga bertanggung jawab untuk melakukan *editing* konten menggunakan aplikasi seperti CapCut, InShot, dan Canva. Pengeditan mencakup pemotongan video, penyesuaian warna, penambahan teks, transisi, dan audio untuk menghasilkan konten yang menarik dan profesional.

Selain memproduksi konten, praktikan juga berperan sebagai *host live streaming*. Dalam sesi *live* ini, praktikan memperkenalkan produk secara langsung, menjelaskan keunggulan dan spesifikasi produk, serta berinteraksi *real-time* dengan *audiens* melalui komentar. Praktikan harus mampu berbicara dengan persuasif, menjaga ekspresi wajah yang menarik, dan menjawab pertanyaan dengan cepat untuk menciptakan pengalaman berbelanja yang interaktif dan menyenangkan.

Selain itu, praktikan juga menjalankan fungsi sebagai operator *live*, yaitu menyiapkan produk yang akan ditampilkan, mengatur posisi produk, pencahayaan, serta menyiapkan fitur interaktif seperti *voucher* dan promo yang diberikan selama *live*. Peran operator sangat penting untuk mendukung kelancaran siaran dan meningkatkan kemungkinan konversi penjualan.

Kegiatan lain yang dilakukan adalah pembuatan iklan berbayar di Instagram, di mana praktikan bersama tim menentukan target *audiens*, durasi, dan jenis iklan (*feeds/story*), serta menganalisis performa iklan melalui *insight* seperti jumlah tayangan dan interaksi.

Seluruh rangkaian kegiatan ini memberikan pengalaman nyata bagi praktikan dalam memahami proses kerja pemasaran *digital*, baik dari sisi teknis maupun komunikasi. Praktikan juga belajar beradaptasi dengan tantangan seperti keterbatasan fasilitas, kendala koneksi *internet*, dan keterbatasan ruang produksi, serta menyusun solusi untuk menghadapinya secara mandiri dan kolaboratif.

3.2.1 Rencana Konten

Selama menjalani kerja praktik di perusahaan, praktikan diberi tanggung jawab untuk menyusun perencanaan konten media sosial sebagai bagian dari strategi *digital marketing*. Dalam pelaksanaannya, praktikan membuat kalender konten dalam format spreadsheet, yang digunakan sebagai panduan penjadwalan unggahan harian di *platform* Instagram. Kalender ini mencakup berbagai jenis konten yang dirancang untuk meningkatkan interaksi dan kesadaran terhadap produk atau kampanye yang sedang dijalankan.

Langkah awal yang dilakukan oleh praktikan adalah menentukan tema atau topik utama yang akan diangkat selama periode tertentu. Tema ini disesuaikan dengan momen atau kampanye yang sedang berlangsung, seperti bulan Ramadan, Hari Raya, atau peluncuran produk baru. Sebagai contoh, pada tanggal 11 di dalam kalender konten terdapat tema “pakaian *casual white* hijab *bela square*”, yang merupakan bagian dari promosi produk hijab dengan gaya kasual.

	A	B	C	D
5				
6				
7	2	3	4	5
8	(FEEDS)	IGS	feeds & igs	feeds
9	FLAYER menyambut ramadhan (Link hasil)	Life hack puasa (Link Hasil Video)	pakaian casual withhijab bela square	konten macam-macam warna hijab (voal & bela square) (link video)
10	9	10	11	12
11	feeds	feeds	feeds	fee
12	konten besar (oase) pakai alesha dan medina	foto-foto pakai gamis alesha dan medina	konten tiktok outfit of the day	kor
13	16	17	18	19
14	feeds	feeds	feeds & igs	
15	konten flayer (countdown untuk promo besar-besaran)	mix and match pakai baju alesha, kerudung pashmina	konten besar (untuk contoh kontennya ada di ppt) (konten besar 1) flay	
16	23	24	25	26

Gambar 3.1 Kalender Konten
Sumber: Dokumen *Spreadsheets*

Setelah tema ditentukan, praktikan menyusun jenis-jenis konten yang akan dipublikasikan berdasarkan platform dan format yang sesuai. Konten yang direncanakan terdiri dari unggahan di Instagram *Feeds*, Instagram *Stories* (IGS), kombinasi antara *Feeds* dan IGS, serta konten berbasis video seperti *Reels* atau *Stories* dengan tautan. Selain konten promosi, praktikan juga merancang konten edukatif dan inspiratif seperti *tips mix and match* busana, kombinasi warna hijab, serta inspirasi *outfit of the day* (OOTD). Praktikan berusaha menyeimbangkan antara

konten penjualan (*hard selling*) dan konten yang bersifat ringan atau menghibur (*soft selling*).

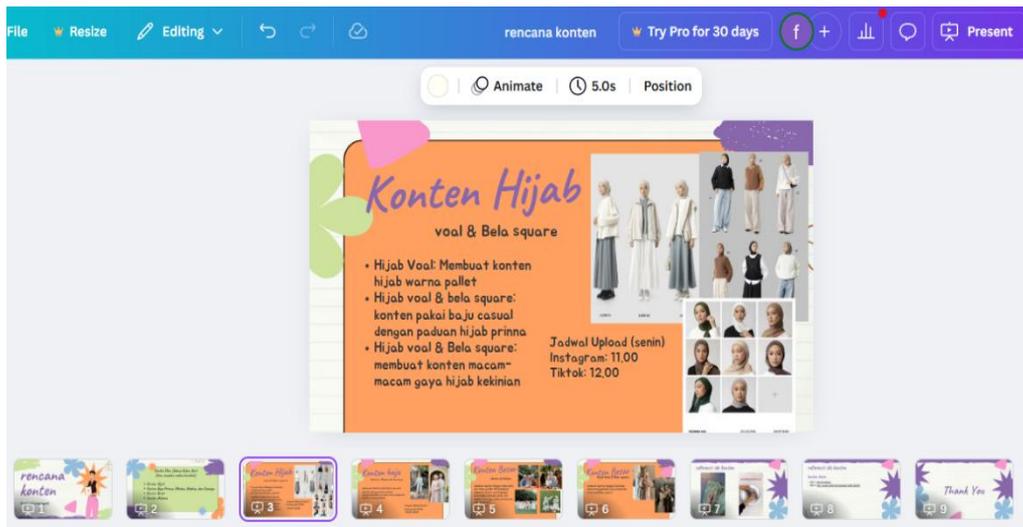
Kalender konten kemudian disusun dalam bentuk tabel bulanan, di mana setiap sel menunjukkan tanggal serta konten yang akan diunggah pada hari tersebut. Setiap konten diberi keterangan singkat mengenai isi atau fokus utamanya. Misalnya, pada tanggal 2 terdapat konten berjudul “FLAYER menyambut ramadhan”, kemudian pada tanggal 5 direncanakan konten “konten macam-macam warna hijab”, dan pada tanggal 13 terdapat “konten *Stack outfit of the day*”. Seluruh isi kalender dirancang agar selaras dengan kebutuhan pemasaran perusahaan dan preferensi *audiens* target.

Dalam proses perencanaan konten ini, praktikan juga berkoordinasi langsung dengan tim desain dan produksi. Praktikan memberikan referensi visual, informasi produk, dan arah konsep kreatif yang dibutuhkan untuk membantu pembuatan materi konten. Kerja sama ini bertujuan agar hasil konten yang diproduksi sesuai dengan jadwal dan tetap menjaga identitas visual serta pesan *brand*.

Setelah kalender konten selesai disusun, praktikan secara berkala melakukan pemantauan terhadap implementasi jadwal tersebut. Jika terdapat perubahan kebijakan promosi, tren media sosial yang sedang berkembang, atau permintaan dari pihak manajemen, maka praktikan melakukan penyesuaian pada kalender konten yang telah dibuat. Fleksibilitas ini penting agar strategi konten tetap relevan dan efektif dalam menarik perhatian *audiens*.

3.2.2 Rencana Konten Harian

bidang kerja dalam membuat perencanaan konten harian merupakan proses strategis yang melibatkan berbagai tahapan untuk memastikan setiap konten yang diterbitkan di media sosial atau *platform digital* benar-benar relevan, menarik, dan mampu mencapai tujuan pemasaran yang telah ditetapkan. Proses ini dimulai dengan menentukan tujuan konten harian, misalnya untuk meningkatkan *brand awareness*, *engagement*, atau penjualan produk, hingga setiap konten yang dibuat memiliki arahan yang jelas dan terukur. Setelah tujuan ditetapkan, praktikan bersama tim akan melakukan riset singkat terhadap tren terkini, kebutuhan *audiens*, serta melihat performa konten sebelumnya untuk mendapatkan inspirasi dan memastikan konten yang dihasilkan tetap relevan dengan target pasar.



Gambar 3.2 Rencana Konten Harian

Sumber: Dokumen Pribadi

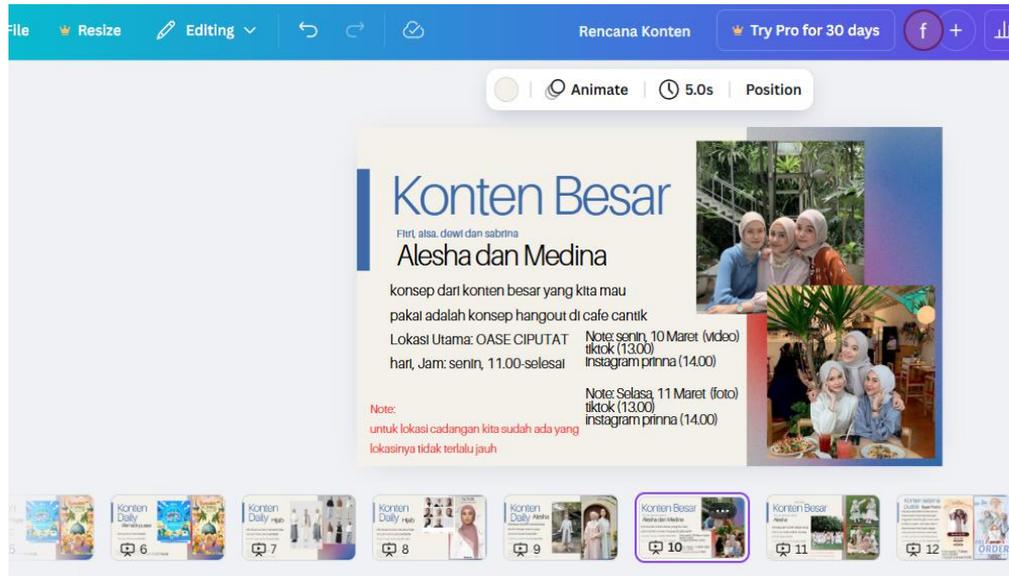
bidang kerja dalam membuat perencanaan konten harian di Prinna melibatkan serangkaian proses yang terstruktur dan kolaboratif. Setiap hari praktikan dan tim produksi konten bertugas untuk menentukan konsep dan tema yang akan diangkat, seperti digambar diatas yang menampilkan “konten hijab: voal dan bela square”. proses ini dimulai dengan membuat daftar ide konten yang relevan dengan kebutuhan *audiens*, tren *fashion* muslimah, serta karakteristik produk yang ingin dipromosikan. Setelah itu, praktikan dan tim merancang konsep visual, seperti membuat tutor hijab, inspirasi *mix and match outfit*, hingga *tips* memilih warna hijab yang sesuai dengan warna kulit dan busana.

Dengan perencanaan yang matang dan terjadwal setiap hari, membuat praktikan dalam memproses produksi konten menjadi lebih efisien dan terarah. Hal ini juga memudahkan praktikan dan tim untuk mengukur efektivitas setiap konten yang dipublikasikan, melakukan penyesuaian strategi, serta memastikan bahwa seluruh produk Prinna dapat terpromosikan secara merata dan maksimal kepada target pasar.

3.2.3 Rencana Konten Besar

bidang kerja dalam membuat perencanaan konten besar yang dipublikasikan setiap dua minggu sekali merupakan proses strategis yang membutuhkan perencanaan matang, kolaborasi tim, dan pemikiran kreatif. Proses ini biasanya praktikan awali dengan menentukan tujuan utama dari konten, misal memperkenalkan produk baru, atau mencoba berinteraksi dengan *audiens* melalui konten yang dibuat. Setelah tujuan ditetapkan, praktikan dan tim melakukan riset

mendalam terkait tren terkini, serta analisis kompetitor untuk memastikan konten besar yang dibuat benar-benar relevan dan berdampak.



Gambar 3.3 Rencana Konten Besar
Sumber: Dokumen Pribadi

Dalam membuat perencanaan konten besar yang dilakukan dan dipublikasikan setiap dua minggu sekali di Prinna melibatkan serangkaian proses yang terstruktur, kreatif, dan kolaboratif. Konten besar yang ada pada gambar tersebut, yang merupakan salah satu konten tematik yang dirancang untuk memberikan nilai lebih dan memperkuat *branding* perusahaan. Proses perencanaan dimulai dengan penentuan tema utama yang relevan dengan target *audiens*, dalam hal ini mengangkat konsep *hangout* bermasa teman dengan busana cantik dari Prinna.

Setelah itu, praktikan dan tim produksi konten menyiapkan segala kebutuhan teknis seperti pemilihan tempat, perizinan untuk membuat video dan foto, mengatur waktu pengambilan gambar dan video supaya dapat berjalan sesuai dengan rencana. Selain menyiapkan segala kebutuhan untuk membuat konten, praktikan juga menyusun *caption* yang menarik dan informatif, serta menentukan waktu publikasi yang strategis.

3.2.4 Pembuatan Konten Harian

Dalam pelaksanaan kerja profesi di Prinna Id, salah satu tanggung jawab utama yang dilakukan oleh praktikan adalah pembuatan konten harian untuk media sosial, khususnya Instagram. Konten ini berfungsi sebagai sarana promosi *digital* yang tidak hanya menampilkan produk, tetapi juga membangun citra *brand* serta menjaga *engagement* dengan *audiens*. Pembuatan konten dilakukan setiap hari

kerja dan disesuaikan dengan kalender konten yang telah dirancang sebelumnya bersama tim *marketing*.

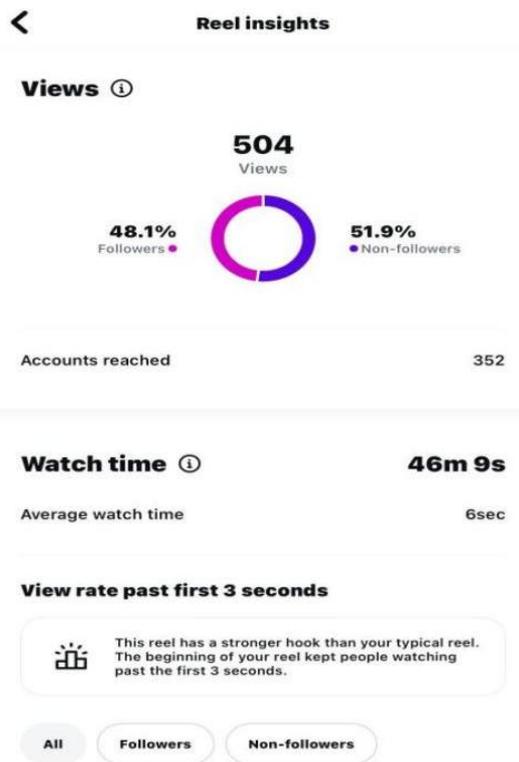
Praktikan terlibat mulai dari tahap perencanaan ide, penulisan naskah (*caption*), proses pengambilan gambar, hingga pengeditan dan publikasi konten. Setiap konten disesuaikan dengan karakteristik produk yang akan dipromosikan dan target *audiens* yang ingin dijangkau. Dalam proses pengambilan gambar, praktikan menyesuaikan dengan pencahayaan dan latar belakang visual yang sesuai dengan *tone brand*. Pengeditan dilakukan dengan aplikasi seperti CapCut dan Canva, serta diperhatikan agar video tidak terlalu panjang, efektif dalam menyampaikan informasi, dan tetap estetik.



Gambar 3.4 Pembuatan Konten Harian

Sumber: Dokumen Pribadi

Gambar diatas menunjukkan praktikan melakukan pembuatan konten harian sesuai dengan perencanaan yang dibuat. video konten tersebut untuk memberikan rekomendasi kepada *audiens* terkait warna-warna hijab bela square. Setelah konten siap, praktikan mempublikasikan konten tersebut sesuai dengan jadwal yang ada di rencana konten, upaya itu dilakukan agar dapat menjangkau *audiens* secara maksimal. Selain itu, praktikan juga menyiapkan *caption* dan *hashtag* yang relevan untuk meningkatkan *engagement* dan interaksi dengan para pengikut.



Gambar 3.5 Insight Reels

Sumber: Dokumen Instagram Prinna Id

Setelah konten dipublikasikan, praktikan melakukan pemantauan terhadap performa konten melalui fitur Instagram *Insights*. Berdasarkan salah satu *reel insight*, konten yang dibuat telah memperoleh 504 *views*, dengan distribusi penonton terdiri dari 48,1% *followers* dan 51,9% *non-followers*, menunjukkan bahwa konten berhasil menjangkau *audiens* baru di luar pengikut akun. Hal ini menunjukkan bahwa konten memiliki daya tarik (*hook*) yang cukup kuat untuk ditampilkan di *feed eksplorasi* Instagram.

Selain itu, total durasi tontonan mencapai 46 menit 9 detik, dengan rata-rata waktu tonton 6 detik per pengguna. Meskipun durasi tonton rata-rata masih tergolong singkat, data ini sejalan dengan karakteristik konten reels yang bersifat cepat dan mengandalkan visual yang menarik dalam 3–5 detik pertama. *Insight* juga menunjukkan bahwa pembukaan video memiliki *hook* yang lebih kuat dibandingkan rata-rata konten sebelumnya, sehingga mampu mempertahankan perhatian penonton untuk terus menonton setelah tiga detik pertama.

Hasil pemantauan ini menjadi bahan evaluasi penting dalam perbaikan strategi konten berikutnya. Praktikan mencatat bahwa konten yang memiliki visual menarik di awal, disertai tulisan yang mencolok dan musik yang sesuai dengan tren, cenderung menghasilkan jangkauan yang lebih luas. Oleh karena itu, dalam produksi

konten selanjutnya, praktikan lebih memfokuskan diri pada penguatan bagian awal video dan penggunaan musik yang sedang viral agar dapat mempertahankan minat *audiens* lebih lama.

Seluruh proses ini memberikan pengalaman langsung kepada praktikan dalam memahami bagaimana kreativitas visual dan analisis data digital *marketing* saling mendukung untuk menciptakan konten yang tidak hanya menarik, tetapi juga berdampak terhadap *engagement* dan perluasan audiens. Melalui tugas pembuatan konten harian ini, praktikan mendapatkan pemahaman menyeluruh mengenai pentingnya menggabungkan unsur estetika, strategi komunikasi visual, dan evaluasi berbasis data untuk mendukung kegiatan promosi produk dalam ranah *digital*.

3.2.5 Pengeditan Konten Harian

Praktikan memiliki peran strategis sebagai *editor* konten besar yang dipublikasikan secara rutin setiap hari kerja, yakni dari Senin hingga Jumat. Konten ini menjadi bagian utama dari strategi *digital marketing* harian perusahaan yang bertujuan untuk meningkatkan *engagement*, memperkuat *branding*, dan memperkenalkan produk *fashion* muslimah secara lebih menarik kepada target *audiens*. Seluruh konten besar ini dirancang menggunakan konsep kreatif yang mengedepankan sinematik bahan dan *mix and match outfit* bersama teman, guna memberikan variasi visual sekaligus inspirasi gaya kepada para penonton.

Proses kerja dimulai dengan perencanaan konsep harian, yang dilakukan berdasarkan kalender konten mingguan yang telah disusun sebelumnya. Praktikan, bersama tim produksi, menentukan tema konten seperti “*Outfit Kembaran Bareng Sahabat*”, “*Tunik Super Gemoy untuk Nongkrong*”, atau “*Mix & Match Hijab dan Gamis di Cuaca Panas*”. Tema-tema ini disesuaikan dengan karakter produk yang sedang dipromosikan, tren *fashion* terkini, dan minat pasar yang teridentifikasi dari *insight* media sosial.



Gambar 3.6 Editing Konten Harian

Sumber: Dokumen Pribadi

Setelah konsep ditentukan, tahap selanjutnya adalah pengambilan video, yang dilakukan secara kolaboratif bersama teman atau rekan kerja yang menjadi model dalam konten. Praktikan turut mengarahkan pengambilan gambar agar memperlihatkan dengan jelas tekstur bahan, gerakan lembut kain saat digunakan, serta interaksi alami antara model untuk menampilkan kesan kasual dan hangat. Gaya pengambilan video diarahkan agar menyerupai sinematik *fashion clip*, dengan komposisi gambar yang artistik, pencahayaan alami, dan gerakan kamera yang *smooth*.

Setelah *footage* terkumpul, praktikan melanjutkan ke proses *editing* video, menggunakan aplikasi seperti CapCut atau InShot. Fokus utama dalam proses ini adalah menyusun visual yang meng-*highlight* kelebihan bahan produk (seperti kelenturan, jatuhnya kain, dan kenyamanan), serta menyampaikan suasana kebersamaan dalam *mix and match outfit*. Praktikan menambahkan judul dan *stiker* visual seperti “Tunik Super Gemoy & Adem Banget!” yang diletakkan secara proporsional agar tidak mengganggu visual utama, namun tetap menjadi penarik perhatian.

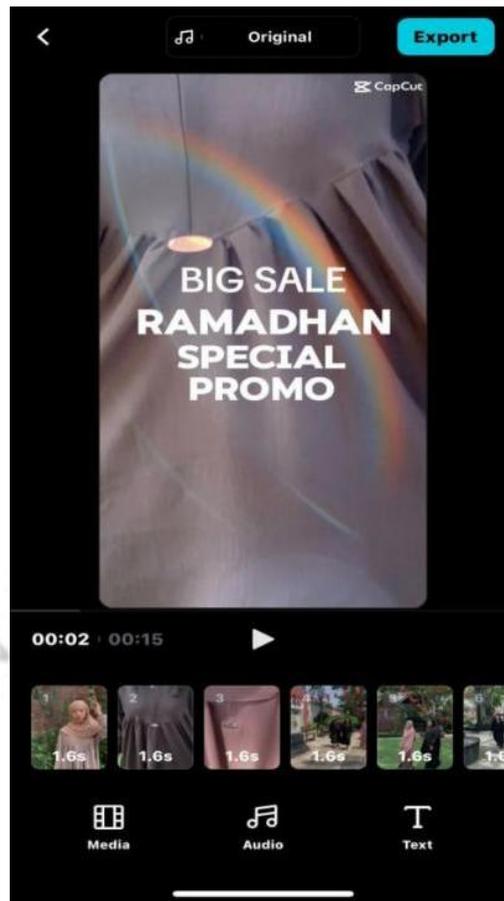
Dalam *editing*, praktikan juga menyisipkan *background* musik yang ringan dan *trendy*, yang mendukung nuansa santai dan *youthful*. Musik yang dipilih dipastikan tidak terlalu dominan agar penonton tetap fokus pada tampilan produk. Selain itu, kecepatan video, transisi antar adegan, dan penempatan *teks* diatur sedemikian rupa untuk menciptakan pengalaman visual yang dinamis namun tetap informatif.

Hasil akhir konten kemudian ditinjau bersama tim sebelum dipublikasikan. Setiap video diunggah secara konsisten di *platform* Instagram dan TikTok pada jam yang telah ditentukan, biasanya pukul 11.00 atau 16.00, mengikuti jam aktif *audiens* berdasarkan data *insight*. Tujuan dari konsistensi publikasi ini adalah untuk menjaga algoritma media sosial tetap aktif, meningkatkan kemungkinan muncul di halaman eksplor, serta membangun ekspektasi dan loyalitas audiens terhadap konten harian Prinna.

3.2.6 Pengeditan Konten Besar

Selama melaksanakan kerja profesi di Prinna Id, praktikan memiliki tanggung jawab penting dalam proses pembuatan konten besar yang dipublikasikan secara berkala, yaitu dua kali dalam satu bulan. Konten ini menjadi salah satu media utama dalam menyampaikan informasi promosi, memperkenalkan produk baru, serta mendukung momentum tertentu seperti *event* Ramadhan atau *launching* koleksi musiman. Tugas *editing* konten besar ini dilakukan secara sistematis dan mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan perusahaan terkait tampilan visual, kejelasan informasi, serta pemilihan elemen multimedia.

Tahapan pelaksanaan kerja dimulai dari proses perencanaan konten. Praktikan menentukan tema konten berdasarkan kalender promosi yang sudah disusun oleh tim *marketing*. Misalnya, untuk konten yang akan ditayangkan menjelang Ramadhan, konsep video disusun dengan tujuan menyampaikan informasi promo spesial seperti “BIG SALE RAMADHAN” atau “SPECIAL PROMO MUKENA RAMADHAN”. Tujuan dari konten ini adalah untuk menarik perhatian konsumen terhadap diskon musiman, serta menciptakan urgensi pembelian sebelum hari raya.



Gambar 3.7 Editing Konten Besar
Sumber: Dokumen Pribadi

Setelah konsep dirancang, praktikan mengumpulkan *footage* produk yang relevan baik dari hasil pengambilan gambar sendiri maupun dari arsip video sebelumnya. Tahap berikutnya adalah proses penyuntingan (*editing*) menggunakan aplikasi video *editing* seperti CapCut. Praktikan secara *detail* menyusun urutan gambar agar sesuai dengan alur narasi visual yang informatif. Dalam proses ini, penekanan diberikan pada penempatan teks promosi yang jelas dan mudah dibaca, seperti headline “*BIG SALE RAMADHAN SPECIAL PROMO*” yang ditempatkan di bagian awal video.

Pemilihan teks dilakukan dengan mempertimbangkan ukuran *font*, warna yang kontras namun tetap harmonis dengan latar video, serta durasi tampilnya *teks* agar dapat terbaca dengan nyaman oleh penonton. Informasi yang disampaikan dalam konten juga disusun secara singkat dan padat cukup menyampaikan jenis promosi, nama produk, dan ajakan bertindak (*call to action*) seperti “Cek Shopee Sekarang” atau “Stok Terbatas!”.

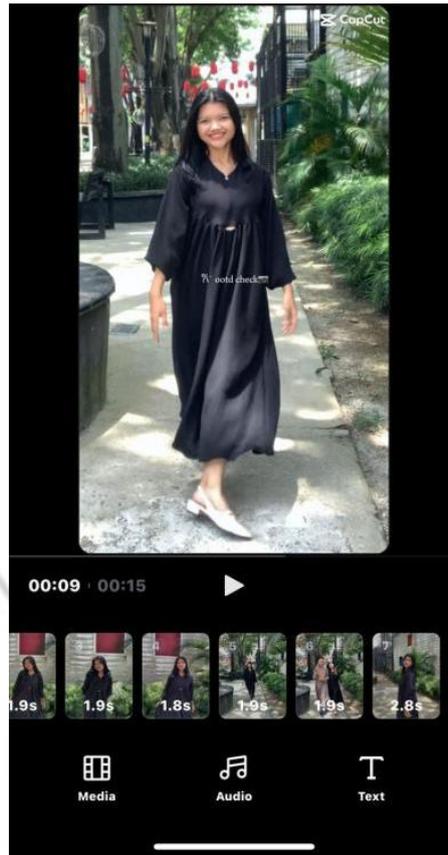
Selain *teks*, praktikan juga memilih *backsound* atau musik latar yang sesuai dengan tema konten. Untuk video promo seperti Ramadhan, musik yang digunakan dipilih dengan nuansa lembut, tenang, dan tetap ritmis, agar tidak menutupi suara narasi visual atau mengganggu pesan utama yang ingin disampaikan. Musik dipastikan tidak terlalu mencolok atau bising, namun cukup untuk memberikan kesan emosional dan mendukung atmosfer konten secara keseluruhan.

Setelah proses *editing* selesai, video ditinjau kembali untuk memastikan seluruh elemen visual, *teks*, dan *audio* telah selaras dan memenuhi standar estetika brand Prinna Id. video kemudian dijadwalkan untuk dipublikasikan pada waktu yang telah ditentukan, biasanya bertepatan dengan awal atau pertengahan bulan ketika *audiens* cenderung aktif mencari referensi produk dan promo menarik.

3.2.7 Pengeditan Konten Pribadi

Selama melaksanakan kerja profesi di Prinna Id, salah satu tanggung jawab yang dijalankan secara mandiri oleh praktikan adalah membuat dan mengedit konten pribadi bertema *fashion* muslimah yang dipublikasikan secara rutin setiap hari Sabtu. Konten ini menjadi bagian dari strategi *digital marketing* mingguan yang bertujuan untuk memperkuat *branding* Prinna Id melalui pendekatan yang lebih personal dan dekat dengan *audiens* media sosial.

Dalam pelaksanaan tugas ini, praktikan bekerja secara mandiri mulai dari tahap perencanaan konsep konten, pengambilan video, hingga *editing* dan publikasi konten akhir. Proses perencanaan dimulai dengan menentukan tema yang akan diangkat setiap minggunya, seperti “rekomendasi *Outfit of The day* (OOTD)” atau “*Style* Gamis Hitam Elegan”. Tema ini dipilih dengan mempertimbangkan tren media sosial saat ini, referensi dari kompetitor, dan karakteristik *audiens* target yang telah dianalisis melalui *insight* Instagram..



Gambar 3.8 Editing Konten Pribadi
Sumber: Dokumen Pribadi

Setelah tema ditentukan, praktikan menyusun alur atau *storyboard* singkat sebagai panduan saat pengambilan gambar. Lokasi pengambilan konten dipilih berdasarkan ketersediaan *spot* yang mendukung estetika visual, seperti area *outdoor* yang memiliki pencahayaan alami dan latar belakang yang bersih. Pengambilan gambar dilakukan sendiri menggunakan *tripod* dan ponsel, dengan memperhatikan sudut pengambilan (*angle*), kestabilan kamera, serta komposisi *frame* agar hasil video tetap berkualitas meskipun dilakukan tanpa bantuan tim.

Setelah proses perekaman selesai, praktikan melanjutkan ke tahap *editing* video. Proses ini dilakukan menggunakan aplikasi *mobile* seperti CapCut. Pada tahap ini, praktikan melakukan pemotongan durasi video, menyesuaikan urutan *frame*, menambahkan musik latar yang sedang tren, serta memasukkan elemen *teks* seperti nama produk, harga, dan *hashtag* yang relevan. *Editing* juga disesuaikan agar ritme visual selaras dengan musik, guna meningkatkan daya tarik dan kemungkinan interaksi dari penonton.

Seluruh proses, mulai dari konsep hingga hasil akhir, diselesaikan oleh praktikan secara mandiri dan dijadwalkan untuk dipublikasikan setiap hari Sabtu

melalui akun media sosial Prinna Id. Tujuan dari konten ini adalah untuk menjaga konsistensi unggahan, memberikan variasi visual di *feed*, serta membangun koneksi yang lebih personal antara *brand* dan *audiens* dengan menampilkan model dan gaya berpakaian yang *relatable*.

Melalui pelaksanaan kerja ini, praktikan tidak hanya mengembangkan kemampuan teknis seperti pengambilan gambar dan *editing*, tetapi juga kemampuan manajerial dalam hal perencanaan konten mingguan, manajemen waktu produksi, serta pengambilan keputusan kreatif secara mandiri. Praktikan juga belajar menilai performa konten berdasarkan *insight* Instagram seperti jumlah *views*, *likes*, *share*, dan komentar untuk terus melakukan perbaikan di minggu-minggu selanjutnya.

3.2.8 Mengatur Produk Live Streaming

bidang kerja dalam mengatur produk *live streaming* melibatkan serangkaian proses untuk memastikan sesi *live* berjalan lancar, menarik, dan mampu mendorong penjualan secara optimal. Pada tahap awal, praktikan bersama tim pemasaran secara bersama-sama menentukan produk apa saja yang akan ditampilkan dalam *live streaming*, dengan mempertimbangkan faktor seperti tren pasar, permintaan pelanggan, serta ketersediaan stok produk.



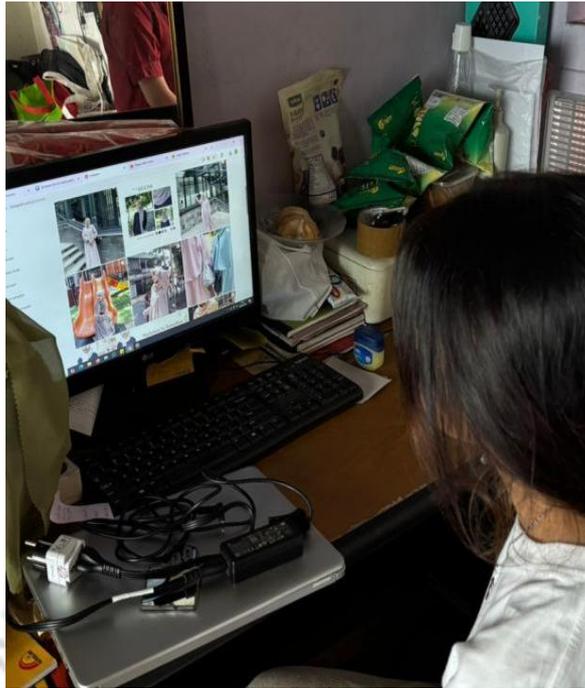
Gambar 3.9 Mengatur Produk Shopee
Sumber: Dokumen Pribadi

Produk yang dipilih biasanya merupakan koleksi terbaru, produk unggulan, atau *item* yang sedang mendapatkan diskon khusus agar mampu menciptakan eksklusivitas di kalangan penonton. Setelah produk terpilih, praktikan dan tim pemasaran menyiapkan daftar produk secara *detail*, termasuk spesifikasi, harga, warna, ukuran, serta perbandingan bahan produk satu dengan produk lain agar dapat dijelaskan dengan jelas oleh *host live streaming*. Selanjutnya, praktikan dan tim melakukan penataan atau staging produk di ruang *live streaming*, di mana produk diatur sedemikian rupa agar tampak menarik dan mudah dilihat oleh *audiens*. Proses ini juga melibatkan pengaturan pencahayaan, latar belakang, dan properti pendukung agar visual yang dihasilkan berkualitas tinggi dan mampu menonjolkan keunggulan produk.

3.2.9 Membuat Iklan di Instagram

Selama menjalankan kerja profesi di Prinna Id, salah satu tugas yang diberikan kepada praktikan adalah membuat dan mengelola iklan di media sosial Instagram. Tugas ini merupakan bagian dari strategi *digital marketing* perusahaan untuk meningkatkan jangkauan *brand*, menarik *audiens* baru, dan mendorong konversi penjualan melalui *platform digital* yang paling aktif digunakan oleh target pasar Prinna Id, yaitu perempuan muslimah usia 20 hingga 45 tahun.

Proses pelaksanaan kerja diawali dengan riset konten dan target *audiens*. Praktikan melakukan observasi terhadap konten visual yang paling banyak diminati oleh *audiens* Prinna Id, termasuk gaya busana, *tone* warna, narasi *caption*, serta waktu tayang yang paling efektif. Praktikan juga menganalisis *insight* dari konten-konten sebelumnya guna menentukan jenis postingan yang layak dijadikan bahan promosi berbayar. Konten dengan *engagement* tinggi seperti jumlah *likes*, komentar, *share*, serta jangkauan luas, diprioritaskan untuk ditampilkan dalam bentuk iklan.



Gambar 3.10 Membuat Iklan di Instagram

Sumber: Dokumen Pribadi

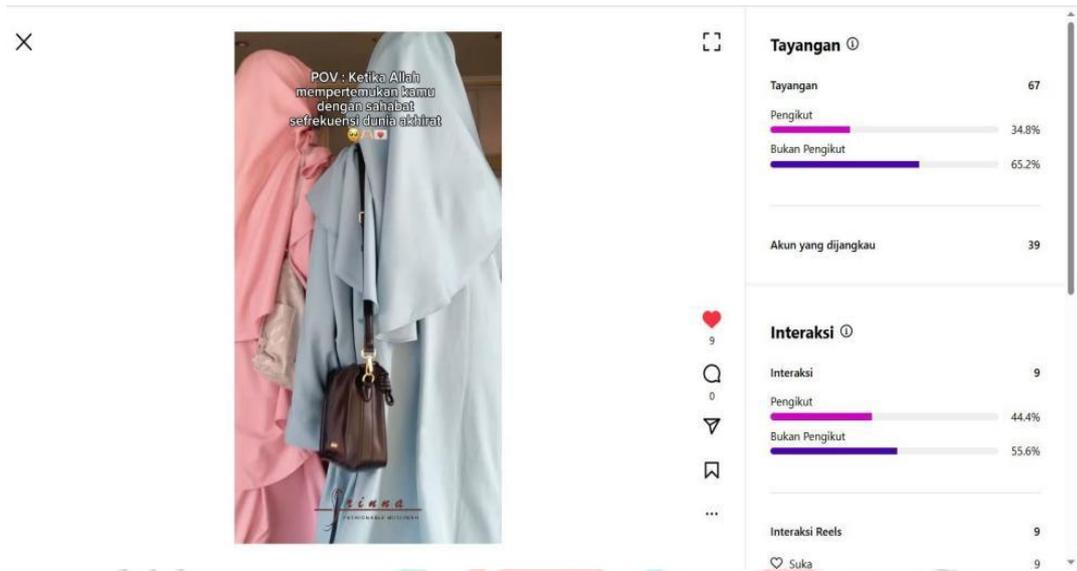
Setelah menentukan konten yang akan dipromosikan, praktikan menyusun naskah caption dan memilih *call to action* (CTA) yang sesuai, seperti "Beli Sekarang", "Lihat Produk", atau "Kunjungi Toko". *Caption* disusun secara komunikatif, singkat, dan persuasif, agar mampu menarik perhatian pengguna dalam waktu singkat. Selain itu, praktikan juga menyesuaikan pemilihan *thumbnail* atau cuplikan utama untuk *reels* dan *feed* promosi agar tampil menarik di halaman eksplorasi pengguna.

Langkah selanjutnya adalah proses teknis penayangan iklan melalui Instagram Ads. Praktikan mengakses akun bisnis Instagram Prinna Id melalui *desktop*, menghubungkannya dengan Facebook *Ads Manager*, lalu menyusun parameter kampanye iklan, seperti tujuan iklan (*traffic*, *engagement*, atau *conversion*), pemilihan *audiens* berdasarkan wilayah (misalnya Jabodetabek atau seluruh Indonesia), usia (18–45 tahun), jenis kelamin (perempuan), dan minat (*fashion muslimah*, *modest wear*, belanja online). Praktikan juga menentukan *budget* harian dan durasi penayangan iklan, misalnya Rp 50.000 per hari selama lima hari.

Setelah iklan ditayangkan, praktikan melakukan pemantauan performa iklan secara berkala. Hasil analisis meliputi jumlah tayangan (*impressions*), klik tautan, *engagement rate*, serta peningkatan *traffic* ke halaman toko *online*. Berdasarkan hasil pemantauan, praktikan menyusun laporan singkat mengenai efektivitas iklan

yang telah dijalankan, serta memberikan rekomendasi untuk iklan selanjutnya, seperti pengoptimalan waktu tayang dan variasi visual yang lebih menarik.

Melalui pelaksanaan tugas ini, praktikan mendapatkan pengalaman langsung dalam menyusun strategi pemasaran *digital* yang efektif dan berbasis data. Praktikan juga memahami pentingnya desain visual yang komunikatif, pemilihan kata yang tepat, serta pengaturan target iklan agar promosi dapat menjangkau *audiens* secara lebih spesifik dan berdampak terhadap peningkatan *brand awareness* maupun penjualan.



Gambar 3.11 insight Iklan di Instagram
Sumber: Dokumen Instagram Prinna Id

Berdasarkan data insight dari konten tersebut, diperoleh total 67 tayangan, dengan distribusi penonton mencakup 34,3% dari pengikut (*followers*) dan 65,7% dari *non*-pengikut. Hal ini menunjukkan bahwa iklan berhasil menjangkau pasar baru dan menarik perhatian pengguna di luar lingkaran pengikut utama. Dalam konteks promosi *digital*, angka tersebut merupakan indikator positif karena menandakan adanya potensi peningkatan jangkauan audiens dan pertumbuhan basis pengikut baru.

Dari sisi interaksi, konten ini mendapatkan respon yang cukup baik. Data menunjukkan bahwa interaksi berasal dari 44,4% pengikut dan 55,6% *non*-pengikut. Artinya, lebih dari separuh pengguna yang berinteraksi merupakan *audiens* baru yang sebelumnya belum mengikuti akun Prinna Id. Hal ini menjadi indikator keberhasilan promosi dalam membangun ketertarikan awal dari calon konsumen potensial.

3.2.10 Live Streaming

Salah satu tanggung jawab utama yang dijalankan oleh praktikan selama kegiatan kerja profesi di Prinna Id adalah menjadi *host live streaming* di platform Shopee. *Live streaming* merupakan salah satu strategi pemasaran *digital* yang digunakan oleh Prinna Id untuk menjangkau konsumen secara langsung dan *real-time*, serta menjadi sarana interaktif dalam memperkenalkan produk *fashion muslimah* kepada publik secara lebih dekat dan komunikatif.

Dalam pelaksanaan tugas ini, praktikan bertanggung jawab penuh untuk mempersiapkan, menjalankan, dan menyelesaikan sesi *live streaming*. Persiapan dilakukan sejak sebelum siaran dimulai, yaitu dengan memilih dan menata produk yang akan ditampilkan selama *live*. Produk tersebut terdiri dari mukena, gamis, hijab, serta produk turunan lainnya yang diproduksi oleh Prinna Id. Penataan produk dilakukan sedemikian rupa agar tampak menarik dan terfokus pada layar kamera.



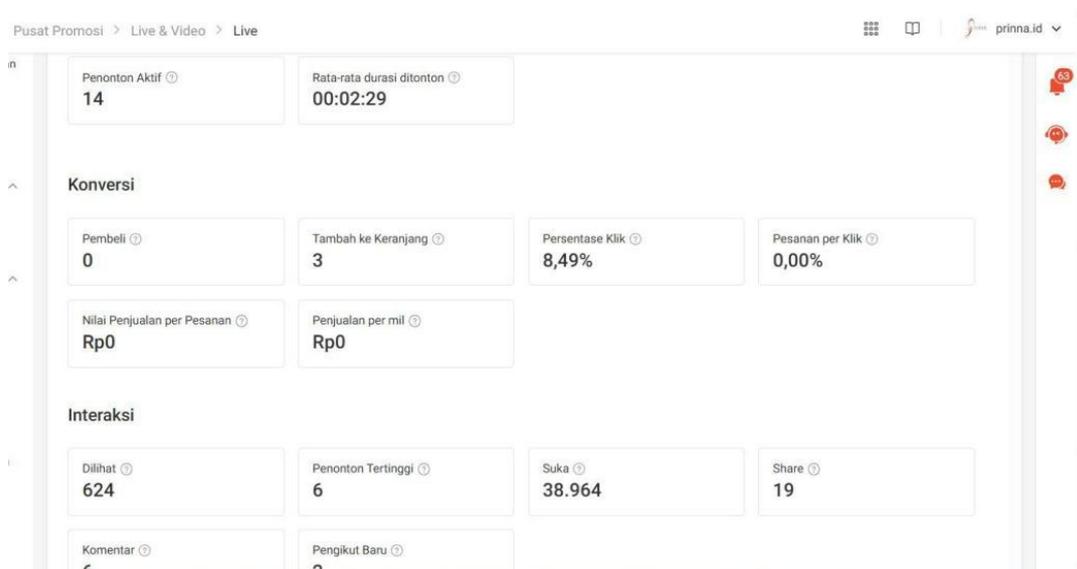
Gambar 3.12 Host Live

Sumber: Dokumen Instagram Story Prinna Id

Dalam melakukan *live* praktikan harus mampu memberikan informasi secara menarik, komunikatif, dan jelas kepada *audiens* dengan memanfaatkan *skill* komunikasi. Praktikan juga belajar memahami preferensi konsumen secara *real-time*

berdasarkan interaksi, serta mengevaluasi performa *live* berdasarkan jumlah penonton, jumlah klik, dan produk yang masuk keranjang.

Pelaksanaan kerja sebagai *host live* ini menjadi bagian penting dari strategi *digital marketing* Prinna Id dan memberikan pengalaman profesional yang nyata bagi praktikan dalam industri *fashion* berbasis *e-commerce*. Aktivitas ini bukan hanya mendekatkan *brand* kepada pelanggan, tetapi juga memberikan citra dinamis dan ramah dari sisi pelayanan dan komunikasi langsung dengan konsumen.



Gambar 3.13 Data penonton *Live Streaming*

Sumber: Data dari Shopee Prinna Id

Setelah sesi berakhir, dilakukan evaluasi terhadap performa *live streaming* berdasarkan data yang tersedia pada *dashboard* Shopee. Dari data tersebut diketahui bahwa sesi *live* telah ditonton sebanyak 624 kali, dengan 14 penonton aktif dan rata-rata durasi ditonton selama 2 menit 29 detik. Meskipun belum menghasilkan penjualan (Rp0), terdapat 3 produk yang dimasukkan ke keranjang, dengan persentase klik sebesar 8,49%, yang menunjukkan bahwa produk yang ditampilkan cukup menarik perhatian penonton.

Dari sisi interaksi, terdapat 6 komentar, 38.964 *likes*, dan 19 kali *share*, serta muncul 2 pengikut baru yang mengikuti akun toko selama atau setelah sesi *live* berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun konversi penjualan belum terjadi, performa interaksi sudah cukup baik untuk ukuran UMKM yang sedang membangun jangkauan pasar.

Melalui kegiatan ini, praktikan belajar secara langsung mengenai pentingnya komunikasi dua arah saat *live*, bagaimana menyusun narasi produk yang menarik, serta bagaimana membaca dan menafsirkan data performa untuk evaluasi ke

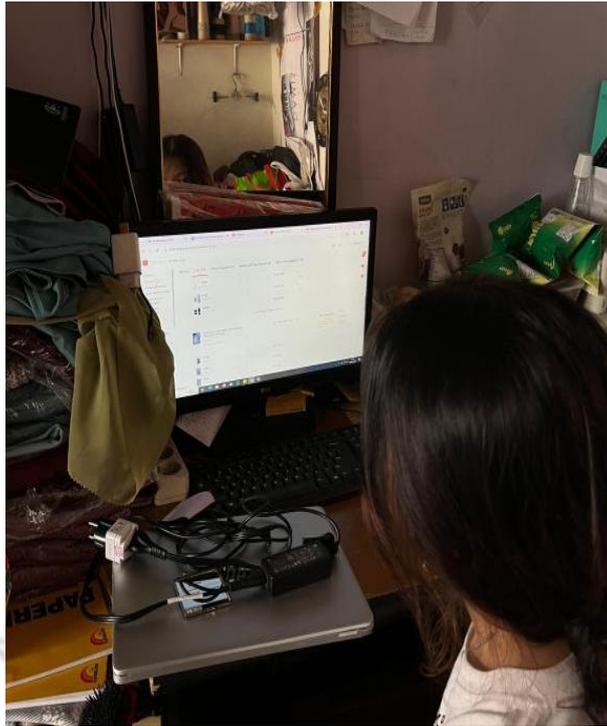
depannya. Praktikan menyadari bahwa membangun kepercayaan konsumen melalui *live streaming* bukan hanya soal penjualan langsung, tetapi juga soal membentuk citra positif, meningkatkan eksposur brand, dan menumbuhkan loyalitas *audiens* secara bertahap.

Dengan menjadi *host live streaming*, praktikan tidak hanya mengembangkan kemampuan *public speaking* dan teknik promosi, tetapi juga memahami pentingnya konsistensi dan strategi berbasis data dalam dunia pemasaran digital. Kegiatan ini menjadi salah satu pengalaman yang sangat berharga dan relevan dengan perkembangan industri bisnis *online* saat ini.

3.2.11 Operator Live Streaming

Selama menjalani kegiatan kerja profesi di Prinna Id, praktikan tidak hanya berperan sebagai *host* dalam sesi *live streaming*, tetapi juga menjalankan peran penting sebagai operator *live* atau pengatur produk selama siaran langsung. Tugas ini merupakan bagian dari proses pendukung *live streaming* yang sangat menentukan kelancaran dan kualitas siaran, terutama dalam konteks promosi produk secara *digital* melalui *platform e-commerce* seperti Shopee.

Dalam menjalankan tugas ini, praktikan bertanggung jawab atas persiapan produk sebelum *live* dimulai. Produk yang akan ditampilkan dipilih dan disusun berdasarkan daftar yang telah disepakati sebelumnya oleh tim *marketing*. Setiap produk diklasifikasikan berdasarkan jenis, ukuran, dan warna agar *host* dapat dengan mudah mengambil dan menjelaskan produk selama siaran berlangsung. Praktikan memastikan bahwa semua produk dalam kondisi rapi dan siap ditampilkan secara visual, karena penampilan produk yang baik sangat berpengaruh terhadap minat beli *audiens*.



Gambar 3.14 Mengoprasikan jalannya Live

Sumber: Dokumen Pribadi

Selain mengatur produk fisik, praktikan juga menangani bagian teknis di sistem Shopee *Live*, khususnya terkait pengaturan *voucher* promosi dan diskon produk. Sebelum sesi *live* berlangsung, praktikan menginput informasi *voucher* melalui *dashboard* Shopee *Seller Center*, seperti besaran diskon, jumlah kuota, serta masa berlaku. *Voucher* ini biasanya disesuaikan dengan produk yang sedang dipromosikan untuk meningkatkan daya tarik dan mendorong konversi pembelian saat *live* berlangsung.

Selama siaran berlangsung, praktikan berada di luar kamera, namun tetap aktif dalam mendampingi *host*. Saat *host* menjelaskan produk kepada penonton, praktikan turut membantu dengan memberikan isyarat atau menjelaskan ulang secara singkat melalui kolom komentar jika ada pertanyaan yang belum sempat terjawab secara lisan. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa penonton tetap mendapatkan informasi secara lengkap, meskipun *respons host* terbatas oleh waktu atau *volume* pertanyaan yang masuk.

Peran praktikan juga sangat penting dalam memantau kelancaran teknis siaran, seperti memastikan koneksi *internet* stabil, posisi kamera tetap sejajar, serta pencahayaan cukup. Praktikan juga bertugas menyambung komunikasi antara tim produksi dan *host* jika terjadi gangguan teknis atau perubahan urutan produk yang

ditampilkan. Dengan demikian, seluruh sesi *live* bisa berjalan tanpa hambatan berarti dan tetap terkoordinasi secara *real-time*.

Melalui pengalaman ini, praktikan belajar mengenai pentingnya kerja sama tim dalam penyelenggaraan promosi *digital* berbasis *live streaming*. Meskipun berada di balik layar, peran operator *live* sangat vital untuk mendukung *host* dan menciptakan siaran yang terarah, efisien, dan menarik. Praktikan juga memahami bagaimana pengaturan produk dan penggunaan fitur promosi seperti *voucher* dapat meningkatkan efektivitas pemasaran serta memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan bagi *audiens*.

3.3 Kendala yang Dihadapi

Selama melakukan kerja profesi di Prinna Id, Pratkan memiliki beberapa kendala yang cukup menantang baik dari aspek teknis, keterampilan, maupun manajerial. Kendala-kendala ini muncul sebagai bagian dari dinamika proses adaptasi terhadap lingkungan kerja baru, serta kompleksitas pekerjaan di bidang *digital marketing* yang memerlukan ketelitian, kreativitas, dan pemahaman mendalam tentang media *digital*. Adapun beberapa kendala utama yang dihadapi antara lain sebagai berikut:

- a) Kurangnya koneksi *internet* yang mendukung: pada saat mengerjakan tugas-tugas yang diberikan seperti, membuat perencanaan konten, melakukan pengeditan, dan menjalankan *live streaming* sering kali *internet* mengalami gangguan koneksi bahkan koneksinya mati, sehingga menghambat jalannya pekerjaan yang sedang dilakukan.
- b) Kurangnya akses untuk mengedit video atau foto: Dalam melakukan pengeditan video dan foto, praktikan diberikan akses aplikasi *Capcut pro* hanya sementara saja, untuk mengedit video dan foto selanjutnya, praktikan hanya menggunakan aplikasi tersebut hanya *regular* saja dengan kualitas dan fitur yang terbatas.
- c) Kurangnya tempat untuk membuat konten: Selama magang, praktikan sering kali membuat konten di prinna, akan tetapi tempat untuk pembuatan konten sangat terbatas. Hal tersebut membuat kualitas video atau foto kurang mendapatkan pencahayaan bagus, tempat yang mendukung, dan tampilan konten yang monoton.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi dan menyelesaikan kendala yang dihadapi selama melakukan Kerja Profesi, praktikan menerapkan strategi adaptif dan solutif. Pendekatan yang digunakan melibatkan upaya pengembangan diri, observasi terhadap praktik terbaik, hingga penerapan sistem kerja yang lebih terstruktur. Adapun langkah-langkah yang diambil untuk mengatasi kendala antara lain:

- a) Kurangnya koneksi *internet* yang mendukung: Solusinya, untuk perusahaan selalu mengecek koneksi *internet* yang digunakan ataupun praktikan mengambil solusi dengan menggunakan data *internet* mandiri.
- b) Kurangnya akses untuk mengedit video atau foto: Solusinya, perusahaan seharusnya memberikan akses untuk mengedit seperti *capcut pro* untuk keberlangsungan pengeditan konten. Hal ini membuat hasil konten yang dihasilkan bisa dengan maksimal dengan memanfaatkan fitur-fitur yang ada di aplikasi tersebut.
- c) Kurangnya tempat untuk membuat konten: Untuk tempat yang terbatas, solusinya perusahaan dapat memfasilitasi untuk pembuatan konten yang lebih maksimal lagi, dengan memberikan tempat atau fasilitas untuk proses pembuatan konten untuk menghasilkan konten dengan bagus dan menarik.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh Dari Kerja Profesi

Selama menjalani Kerja Profesi di Prinna Id, praktikan memperoleh berbagai pembelajaran yang sangat berharga, baik dari sisi teknis maupun non-teknis. Pengalaman langsung dalam divisi *Marketing* konten sosial media memberikan wawasan yang luas mengenai bagaimana teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah diterapkan secara nyata di dunia kerja.

- a) Praktikan mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai strategi perencanaan konten *digital*, dimulai dari analisis target *audiens*, penentuan topik dan format konten, hingga penyusunan kalender konten yang efektif. Proses ini membantu praktikan memahami pentingnya konsistensi, relevansi, dan kesesuaian antara konten yang diproduksi dengan karakteristik *platform* media sosial seperti Instagram, Tik Tok, dan Shopee.
- b) Melalui kegiatan pembuatan dan pengeditan konten, praktikan mampu mengembangkan keterampilan teknis dalam menggunakan aplikasi *editing* seperti CapCut, Inshot, dan Canva. Praktikan tidak hanya belajar mengedit secara estetis, tetapi juga memahami bagaimana visual, narasi, dan elemen interaktif dapat membangun daya tarik serta meningkatkan efektivitas pesan pemasaran. Penguasaan aplikasi tersebut menjadi bekal penting dalam menghadapi industri yang sangat mengandalkan konten *digital* berkualitas tinggi.
- c) Dalam peran sebagai *host live* dan operator *live streaming*, praktikan memperoleh pengalaman berharga dalam membangun komunikasi yang persuasif, ekspresif, dan responsif terhadap *audiens*. Praktikan belajar pentingnya membangun kedekatan emosional dengan penonton, mengatur alur siaran yang menarik, serta menciptakan interaksi yang dapat mendorong keputusan pembelian secara spontan. Kegiatan ini juga meningkatkan

kepercayaan diri, keluwesan berbicara, dan kemampuan improvisasi dalam situasi *real-time*.

Selain keterampilan teknis, praktikan juga mengasah kemampuan manajerial seperti manajemen waktu, koordinasi tim, dan penyusunan strategi kerja yang efisien. Praktikan belajar bagaimana merespon kendala secara solutif, seperti keterbatasan koneksi *internet*, akses aplikasi, hingga keterbatasan ruang produksi. Melalui situasi tersebut, praktikan didorong untuk berpikir kritis, adaptif, dan mengambil inisiatif untuk menyelesaikan masalah secara mandiri maupun secara tim.

Pembelajaran lainnya adalah mengenai dinamika kerja dalam lingkungan UMKM yang mengutamakan fleksibilitas, kecepatan eksekusi, dan kedekatan tim kerja. Praktikan belajar pentingnya membangun komunikasi yang terbuka, menjaga sikap profesional, serta menunjukkan kontribusi nyata dalam setiap proyek yang dikerjakan.

Secara keseluruhan, pelaksanaan kerja profesi ini telah memperkaya pemahaman praktikan terhadap praktik *digital marketing* dan memperkuat kesiapan mental serta keterampilan praktis untuk memasuki dunia kerja. Pengalaman ini menjadi bekal yang berharga untuk mengembangkan karier di industri kreatif dan pemasaran *digital* yang sangat kompetitif dan dinamis.