



4.42%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 2 JUL 2025, 2:36 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

 IDENTICAL	 CHANGED TEXT	 QUOTES
0.41%	4.01%	0.27%

Report #27298933

LAPORAN KERJA PROFESI KEGIATAN KERJA PROFESI SEBAGAI PRODUKSI KONTEN DIGITAL MARKETING DAN HOST LIVE DI PRINNA ID (TDA) FITRIAH ROHMIYANTI 2022021004 Laporan Kerja Profesi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan Mata Kuliah Kerja Profesi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Humaniora dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS HUMANIORA BISNIS DAN MANAJEMEN UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA TANGERANG SELATAN 2025 i ABSTRAK Fitriah Rohmiyanti (2022021004) KEGIATAN KERJA PROFESI SEBAGAI PRODUKSI KONTEN DIGITAL MARKETING DAN HOST LIVE DI PRINNA ID (TDA) Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan Kerja Profesi di Prinna Id, sebuah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang fashion muslimah. Praktikan ditempatkan pada divisi marketing konten digital dengan tanggung jawab utama merencanakan, memproduksi, dan mngedit konten promosi untuk platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Shopee. Selain itu, praktikan juga berperan sebagai host live dan operator live streaming yang bertugas memandu siaran langsung, menyiapkan produk, serta berinteraksi dengan audiens secara real- time untuk meningkatkan penjualan dan engagement. Melalui kegiatan ini, praktikan memperoleh pengalaman nyata dalam menerapkan strategi pemasaran digital, mulai dari analisis audiens, perencanaan konten, editing video, hingga evaluasi performa konten. Praktikan juga menghadapi sejumlah kendala seperti keterbatasan fasilitas editing, koneksi internet

REPORT #27298933

yang tidak stabil, dan ruang produksi yang terbatas. Meskipun demikian, melalui pendekatan adaptif dan kolaboratif, praktikan mampu mengatasi kendala tersebut dengan baik. Pelaksanaan Kerja Profesi ini telah memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan keterampilan teknis dan non-teknis praktikan, serta memperluas pemahaman mengenai praktik bisnis UMKM berbasis digital. Diharapkan pengalaman ini dapat menjadi bekal penting bagi mahasiswa untuk lebih siap menghadapi dunia kerja di bidang pemasaran digital yang dinamis dan kompetitif. Kata Kunci: kerja profesi, konten digital, host live, digital marketing, UMKM. ii ABSTRACT Fitriah Rohmiyanti (2022021004) PROFESSIONAL WORK ACTIVITIES AS DIGITAL MARKETING CONTENT PRODUCTION AND LIVE HOST AT PRINNA ID (TDA) This report presents the implementation of the Internship Program at Prinna Id, a micro, small, and medium enterprise (UMKM) operating in the field of Muslim women's fashion. The intern was assigned to the digital content marketing division with key responsibilities in planning, producing, and editing promotional content for digital platforms such as Instagram, TikTok, and Shopee. Additionally, the intern acted as a live-stream host and operator, guiding real-time sessions, preparing products, and engaging with audiences to drive sales and increase online engagement. Throughout this program, the intern gained hands-on experience in applying digital marketing strategies, including audience analysis, content planning, video

REPORT #27298933

editing, and content performance evaluation. The intern encountered several challenges, such as limited editing tools, unstable internet connection, and inadequate content production space. Nevertheless, these challenges were addressed effectively through adaptive and collaborative approaches. The internship provided significant contributions to the intern's development of both technical and non-technical skills, while also deepening their understanding of digital-based UMKM business practices. This experience is expected to serve as valuable preparation for students entering the fast-paced and competitive field of digital marketing. Keywords: internship, digital content, live host, digital marketing, UMKM. iii PERNYATAAN

ORISINALITAS Saya mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, Nama Mahasiswa : Fitriah Rohmiyanti Nomor Induk Mahasiswa : 2022021004 Program Studi :

Manajemen Keuangan dengan ini menyatakan bahwa Laporan Kerja Profesi yang saya buat dengan judul “KEGIATAN KERJA PROFESI SEBAGAI PRODUKSI KONTEN DIGITAL MARKETING DAN HOST LIVE DI PRINNA ID (TDA)” adalah: 1) Dibuat dan diselesaikan sendiri, dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan dan buku-buku serta jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada Laporan Kerja Profesi saya. 2) Bukan merupakan duplikasi karya ilmiah yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya. 3) Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada Laporan Kerja Profesi saya. Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang telah dinyatakan di atas, maka Kerja Profesi saya dapat dibatalkan oleh Program Studi Manajemen, Fakultas Humaniora dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya. 1) Tangerang Selatan, _____ Yang membuat pernyataan, (Fitriah Rohmiyanti) Materai Rp 10.000 iv LEMBAR PENGESAHAN v PRAKATA Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan- Nya, sehingga Laporan Kerja Profesi ini dapat diselesaikan. Laporan dengan judul (“KEGIATAN KERJA PROFESI SEBAGAI PRODUKSI KONTEN DIGITAL MARKETING DAN HOST LIVE DI PRINNA ID (TBK)) disusun

sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah Kerja Profesi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Humaniora dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya, Bintaro, Tangerang. Kerja profesi ini memberikan kesempatan yang sangat berharga bagi penulis untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan secara langsung ke dalam dunia kerja, khususnya dalam bidang digital marketing dan konten kreatif. Penulis berkesempatan terlibat aktif dalam kegiatan produksi konten untuk media sosial serta bertugas sebagai host dalam sesi live shopping. Kegiatan tersebut memperkenalkan penulis pada dinamika pemasaran digital, strategi branding produk, pengelolaan engagement audiens, hingga pentingnya komunikasi dan kreativitas dalam mendukung pertumbuhan bisnis. Selama pelaksanaan kerja profesi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, baik dari dosen pembimbing, mentor di tempat kerja profesi, maupun rekan-rekan sejawat. **1 5 12 14 19 20 21 26** Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung selama pelaksanaan Kerja Profesi maupun dalam menyelesaikan Laporan Akhir Kerja Profesi ini, yaitu kepada: 1. Ir. Frans Satyaki Sunito, selaku Presiden Universitas Pembangunan Jaya. 2. Ir. Yudi Samyudia, Ph.D., selaku Rektor Universitas Pembangunan Jaya. 3. Dr. Ir. Agustinus Agus Setiawan, S.T., M.T., IPM., selaku Wakil Rektor Universitas Pembangunan Jaya. **70** 4. Ibu Clara Evi C. Citraningtyas, Dra., M **9** A, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Humaniora dan Bisnis. 5. Bapak Dr. Dede Suleman, S E., M.M., CMA. Selaku Kepala Program Studi Manajemen. 6. Bapak Dalizanolu Hulu, S E., M.E., CRM., CRP. **7** **9 10 16 18 33 34 45** Selaku dosen pembimbing Kerja Profesi yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada penulis selama menyusun Laporan Kerja Profesi. 7. Kedua Orang Tua penulis yang bernama Siti Rohmi dan Bapak Sopyan yang selalu memberikan dukungan dan perhatian yang melimpah, serta doa yang tidak pernah putus dipanjatkan untuk penulis. 8. Ibu Nunung Noer Prihantini Selaku Pemilik Bisnis yang sudah menerima penulis untuk melakukan Magang atau Kerja Profesi di Prinna Id. 9. Kak Urmila Anasya selaku Kepala Divisi Marketing yang telah membimbing penulis secara

langsung dalam melaksanakan pekerjaan selama Kerja Profesi. 10. Kak Nouval, Kak Alya, serta seluruh tim Prinna.id yang telah membantu dan memberikan arahan dan pembelajaran selama penulis menjalani Kerja Profesi.

11. Dea Ananda Putri, Ellen Aryanta, Eka Febriana, dan Sabrina Rahmani selaku teman yang membantu serta memberi dukungan kepada penulis. 12.

Semua dosen yang telah mengajar selama penulis berkuliah di Universitas Pembangunan Jaya. Melalui laporan ini, penulis berharap dapat memberikan gambaran yang jelas tentang kegiatan, hasil dan pembelajaran yang penulis dapatkan selama Magang di vi Prinna **2 5 7 8 10 13 16 19 22 30 32 43 44 46 57** Id.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna. **2 4 5 7 8**

10 11 13 14 16 18 22 32 37 51 Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. **2 4 5 7 8 13** Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi bagi pembaca, khususnya bagi mahasiswa yang tertarik mengembangkan diri di bidang digital marketing.

4 Tangerang Selatan, 23 Juni 2025 Fitriah Rohmiyanti vii DAFTAR ISI ABSTRAK

.....

..... **3 4** i ABSTRACT

.....

..... **3 4** ii PERNYATAAN ORISINALITAS

..... **3 4** iii LEMBAR PENGESAHAN . .

.....

..... **3 4 37 39 52 68** iv PRAKATA

.....

.... **1 3 4 12 15 33 37 39 47 52 53 54 62 68 69** v DAFTAR ISI

.....

..... **1 4 12 15 29 33 37 39 47 52 53 54 62 68 69** vii DAFTAR GAMBAR

.....

..... **1 4 12 15 29 33 37 47 53 54 62 68 69** ix DAFTAR TABEL

.....

..... **1 3 4 9 15 18 24 29 44 47 54 62 63** x DAFTAR LAMPIRAN

.....

..... 2 3 4 8 9 12 18 22 24 29 40 44 46 47 52 54 60 61 63 xi BAB I . .

..... 1 2 3 4 6 8 9 12 18 20 22 24 29 40 44

46 47 52 54 60 61 63 1 PENDAHULUAN

..... 1 2 3 4 6 8

9 11 12 18 20 22 23 24 28 34 40 44 46 47 52 56 60 61 63 65 1 1.1 Latar Belakang . ..

..... 1 2 3 4 8 11 12 20 22 23 28 34 40 56 60 61 65 67 1

1.2 Maksud dan Tujuan KP

..... 1 3 4 20 22 34 40 56 61 65 3 1.2

3 1 Maksud dari pelaksanaan Kerja Profesi (KP): .

..... 1 3 15 3

1.2.2 Tujuan dari pelaksanaan Kerja Profesi (KP): .

..... 1 15 3

1.3 Kegunaan/ Manfaat KP

..... 1 15 3 1.3 1 Bagi Penulis

..... 1 3 1.3 1 2 Bagi Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) .

..... 4 1.3.3

Bagi instansi tempat Kerja Profesi (Prinna Id (TDA))

..... 1 6 4 1.4 Tempat

dan Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi .

..... 1 6 4 1.5

Jadwal Pelaksanaan KP

..... 6 5 BAB II

..... 6 6 TINJAUAN UMUM PRINNA ID (TDA) .

1 3 6 11 23 28 6 2.2 Struktur Organisasi

..... 1 2 3 6 11

23	28	49	8 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan								
			1 2 3 6 17 28 49	11 BAB III .								
			1 3 6 17	13 PELAKSANAAN KERJA								
			PROFESI .									
1	2	3	6	11	17	23	28	13 3.1 Bidang Kerja			
								1				
2	6	11	17	23	28	13 3.2 Pelaksanaan Kerja					
2	6	11	23	28	13 3.2 1 Rencana Konten						
						15 3.2.2						
						Rencana Konten Harian					
						16 3.2.3 Rencana Konten Besar					
						17 3.2.4						
						Pembuatan Konten Harian					
						18 3.2.5 Pengeditan Konten Harian					
						21 3.2.6						
						Pengeditan Konten Besar					
						23 3.2.7 Pengeditan Konten Pribadi					
						25 3.2.8						
						Mengatur Produk Live Streaming					
						27 3.2.9 Membuat Iklan di Instagram					
						28 3.2.10 Live						
						Streaming					
						31 3.2.11 Operator Live Streaming					
						1 2 6						
10	11	17	21	23	29	43	49	66	33 3.3 Kendala yang Dihadapi		
									1 2			
6	10	11	17	21	23	29	43	49	55	66	35 3.4 Cara Mengatasi Kendala

.....

1 35 3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh Dari Kerja Profesi .

..... 3 29 36 BAB IV .

.....

..... 3 29 38 PENUTUP .

.....

..... 2 3 6 29 40 53 38 4.1 Kesimpulan .

.....

..... 2 3 6 29 40 53 38 4.2 Saran .

.....

..... 2 3 6 29 40 53 39 4.2 1 Saran untuk Mahasiswa 39 viii

4.2.2 Saran untuk Universitas 40

4.2.3 Saran untuk Perusahaan 40

.....

3 55 71 41 DAFTAR PUSTAKA .

..... 3 55 71 1 DAFTAR

RIWAYAT HIDUP .

..... 3 55 2 LAMPIRAN-LAMPIRAN .

.....

6 15 3 ix DAFTAR GAMBAR Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan .

..... 8 Gambar 3.1 Kalender

Konten 15

15 Gambar 3.2 Rencana Konten Harian

..... 17 Gambar 3.3

Rencana Konten Besar..... 18

18 Gambar 3.4 Pembuatan Konten Harian

..... 19 Gambar 3.5

Insight Reels

.....

15 20 Gambar 3.6 Editing Konten Harian .

.....	15	22 Gambar
3.7 Editing Konten Besar .		
.....	15	24 Gambar
3.8 Editing Konten Pribadi .		
.....	42	26 Gambar
3.9 Mengatur Produk Shopee.		
.....	42	27 Gambar 3.10
Membuat Iklan di Instagram.		
42	29 Gambar 3.11 insight Iklan di Instagram.	
.....	42	30 Gambar 3.12
Host Live .		
.....		31
Gambar 3.13 Data penonton Live Streaming		
.....		32 Gambar 3.14 Mengoprasikan
jalannya Live		34 x DAFTAR
TABEL Tabel 1 .1 Pelaksanaan Kerja		
Profesi.....		5 xi
DAFTAR LAMPIRAN 1.1 Formulir Pengajuan Kerja Profesi		
.....		3 1.2 Formulir
Penerimaan Kerja Profesi		
.....		4 1.3 Laporan
Harian Pelaksanaan Kerja Profesi		
.....		5 1.4 Laporan Bimbingan
Kerja Profesi		12
1.5 Formulir Rencana Tindak lanjut Pemantauan Kerja Profesi		
.....		13 1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja
Profesi (KP) dapat diartikan sebagai bentuk kegiatan belajar melalui		
pengalaman kerja secara langsung di dunia industri atau organisasi yang		
relevan. Kerja Profesi dilaksanakan dengan cara magang di suatu instansi		
atau tempat terkait dengan tujuan untuk memberikan wawasan kepada		
praktikan tentang dunia kerja yang sebenarnya.	27	58 Tujuan utama magang adalah

sebagai jembatan antara dunia pendidikan dengan dunia kerja. **27** Pada program magang, peserta magang akan banyak sekali belajar tentang dunia kerja dan juga menambah kemampuan yang bermanfaat untuk dunia kerja. Mata kuliah ini mewajibkan praktikan untuk melaksanakan kegiatan praktik sebagai pengamalan ilmu teori yang telah diberikan. Universitas Pembangunan Jaya berkomitmen untuk menghasilkan lulusan yang siap menghadapi tantangan di dunia kerja yang semakin kompetitif. Dalam konteks ini, program kerja profesi (KP) menjadi salah satu langkah strategis untuk menjembatani antara teori yang diperoleh selama kuliah dengan praktik nyata di lapangan. Program ini memberikan kesempatan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan yang telah mereka pelajari dan mengembangkan keterampilan yang mereka butuhkan untuk industri. Salah satu harapan utama Universitas Pembangunan Jaya adalah bahwa lulusannya memiliki kesempatan untuk merancang dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, terutama dalam konteks digital. Dalam proses pendidikan yang terjadi, kurikulum yang diajarkan tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan industri yang sedang berkembang. **25** Menurut Sumardiono (2014: 116), magang adalah proses belajar dari seorang ahli melalui kegiatan dunia nyata. **25** Selain itu, magang adalah proses mempraktikkan pengetahuan dan keterampilan untuk menyelesaikan masalah nyata disekitarnya. Untuk mewujudkan pekerjaan profesional, penulis melaksanakan magang di Prinna Id, yang secara aktif menggunakan platform digital dalam strategi pemasarannya. Penulis ditempatkan dalam tim produksi konten digital marketing, dengan tanggung jawab utama meliputi pembuatan perencanaan konten, produksi video konten promosi, serta melakukan live streaming di platform Shopee dan Tiktok. Selama pelaksanaan kerja profesi, penulis mengamati beberapa permasalahan yang 2 muncul terkait dengan bidang tugas. Proses perencanaan konten seringkali dihadapkan pada tantangan untuk menciptakan ide-ide kreatif dan relevan dengan tren terkini serta preferensi penonton yang beragam di media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Produksi video konten promosi memerlukan pemahaman mendalam tentang estetika visual yang menarik, alur cerita yang efektif, serta penguasaan teknis pengambilan

gambar dan editing yang sesuai dengan karakteristik masing-masing platform. Menurut Bulele (2020) Digital content marketing membuat peluang besar bagi perusahaan untuk meningkatkan penjualan mereka dan memperkuat hubungan dengan konsumen mereka melalui pemasaran konten digital yang efektif. Produksi konten digital tidak hanya sebatas pembuatan video atau gambar, melainkan juga melibatkan proses perencanaan, produksi, hingga pasca produksi yang terstruktur. 24 35 Setiap tahapan ini sangat penting untuk memastikan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target audiens dan sesuai dengan tujuan pemasaran bisnis. Selain itu, peran sebagai host live di Shopee dan Tiktok menuntut kemampuan komunikasi yang persuasif, pengetahuan produk yang mendalam, serta keterampilan improvisasi untuk menjaga interaksi yang intens dengan penonton secara real-time. Menurut Tesi Indriyani & Rita Herlina (2021) Host live memiliki peran yang penting dalam pemasaran digital, terutama pada platform marketplace, sebagai penghubung langsung antara brand dengan konsumen. Selain itu, host live juga berperan untuk meningkatkan penjualan melalui penawaran khusus, seperti, potongan harga yang tersedia selama sesi live berlangsung. Host live streaming bertindak sebagai jembatan antara brand dan audiens, memandu jalannya siaran langsung, membangun interaksi secara real-time, serta menciptakan suasana yang menyenangkan dan interaktif. Dengan kemampuan berkomunikasi yang baik, host mampu meningkatkan engagement, memperkuat citra positif brand, dan bahkan mendorong terjadinya impulse buying selama sesi live. Oleh karena itu, laporan ini bertujuan untuk memberikan penjelasan terperinci tentang pengalaman kerja penulis yang bekerja di Prinna Id dan untuk menganalisis kesenjangan antara harapan Universitas Pembangunan Jaya dan realitas bidang ini. Hasil laporan ini diharapkan memungkinkan lulusan untuk lebih siap dan lebih kompetitif di masa depan untuk memberikan input konstruktif untuk pengembangan kurikulum pendidikan di bidang pemasaran digital. 2

3 11 23 28 40 56 67 3 1.2 Maksud dan Tujuan KP 1.2 1 Maksud dari pelaksanaan Kerja Profesi (KP): a) Memahami alur kerja produksi konten secara

komprehensif, mulai dari perencanaan hingga distribusi dan interaksi. b) Mendapatkan pengalaman praktis dalam merencanakan strategi konten yang efektif untuk platform marketplace Shopee dan Tiktok. c) Membangun pemahaman mengenai penyuntingan untuk pemasaran digital, khususnya platform Tiktok dan Instagram.

1.2.2 Tujuan dari pelaksanaan Kerja Profesi (KP):

a) Bagaimana menyusun rencana konten untuk meningkatkan visibilitas produk atau layanan dan interaksi dengan pelanggan di Shopee, Tiktok, dan Instagram. Mencangkup penetapan target audiens, pemilihan topik konten, dan penjadwalan publikasi. b) Mengetahui bagaimana memproduksi konten promosi yang kreatif dan efektif sesuai dengan target audiens dan karakteristik masing-masing platform (Tiktok dan Instagram). konten ini berupa foto produk, video singkat, video dialog, dan video estetika. c) Bagaimana cara mengetahui pemahaman secara mendalam mengenai fitur dan fungsi pada suatu aplikasi editing yang digunakan untuk menghasilkan suatu video atau foto dengan kualitas yang baik dan memberikan hasil video atau foto yang menarik dan informatif.

1.3 Kegunaan/ Manfaat KP Pelaksanaan Kerja Profesi memberikan manfaat yang signifikan, baik bagi penulis, bagi Universitas, dan bagi instansi tempat Kerja Profesi:

1.3.1 Bagi Penulis

a) Pengalaman praktis di tempat kerja, penulis dapat mengasah kemampuan perencanaan kreativitas, dan teknis dalam pembuatan serta pengeditan konten digital marketing, sehingga lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja.

b) Wawasan tentang industri dan proses bisnis, penulis berkesempatan bekerja dengan berbagai pihak, membangun dan memperluas jaringan, serta belajar langsung dari praktisi industri digital marketing. c) Mengembangkan kemampuan analisis dan evaluasi, penulis belajar menganalisis kebutuhan audiens dan mengevaluasi efektivitas konten, yang sangat penting untuk mengembangkan karir di bidang digital marketing.

4 1.3.2 Bagi Universitas

Pembangunan Jaya (UPJ) a) Meningkatkan relevansi kurikulum, pengalaman Kerja Profesi membantu Universitas meningkatkan kurikulum agar lebih baik dengan kebutuhan industri digital marketing. b) Memperkuat kerja sama dengan instansi, Kerja Profesi membuka peluang kolaborasi antara Universitas dan

perusahaan, memperkuat hubungan institusi dengan dunia usaha. c) Meningkatkan reputasi dan daya saing, lulusan yang kompeten di bidang digital marketing dapat meningkatkan reputasi Universitas dan daya saing di tingkat nasional maupun internasional.

1.3.3 Bagi instansi tempat Kerja Profesi (Prinna Id (TDA))

- 1) Mendapatkan konten berkualitas dan relevan, perusahaan memperoleh konten digital marketing yang terencana, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan target audiens, sehingga meningkatkan brand awareness dan engagement.
- 2) Efisiensi biaya dan waktu, dengan adanya mahasiswa Kerja Profesi, perusahaan dapat mengoptimalkan sumber daya dalam pembuatan konten dan mendapatkan hasil yang efektif dengan biaya yang lebih efisien.
- 3) Membangun citra dan keterlibatan audiens, konten yang konsisten dan terukur membantu perusahaan membangun citra positif serta meningkatkan interaksi langsung dengan pelanggan melalui media digital.

1.4 Tempat dan Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Kerja Profesi (KP) ini dilakukan di Prinna Id Ciater, Tangerang Selatan selama 4 bulan, dengan total durasi 675 jam, di mana Prinna Id merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berfokus pada penjualan busana muslimah seperti gamis, hijab, dan mukena, serta berkolaborasi dengan TDA (Tangan di Atas), sebuah komunitas wirausaha muda di Indonesia. Beralamat di Blok A3 no 2, Jl. Ciater Permai Raya No.14, Ciater, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15317, pemilihan Prinna Id sebagai tempat Kerja Profesi (KP) didasarkan pada relevansi usaha ini dengan bidang studi penulis, memberikan kesempatan penulis untuk menerapkan ilmu manajemen yang telah dipelajari di kuliah, serta mengembangkan keterampilan pemasaran melalui aktivitas seperti cara membuat perencanaan konten, membuat konten, dan editing konten.

41 Melalui pengalaman ini, penulis tidak hanya memperoleh pengetahuan praktis tetapi juga memperluas wawasan dan mempersiapkan diri untuk karir di masa depan. Penulis juga memperoleh pemahaman tentang bagaimana membangun brand awareness, membuat konten yang menarik, serta menghasilkan video konten yang informatif kepada audiens. Pengalaman ini menjadi nilai tambah yang signifikan 5 dalam pembentukan kompetensi

profesional, khususnya di bidang manajemen dan pemasaran digital. Dengan demikian, program Kerja Profesi di Prinna Id tidak hanya mendukung pencapaian pembelajaran lulusan, tetapi juga mendorong penulis untuk lebih siap menghadapi dinamika dunia usaha, baik sebagai seorang profesional.

1.5 Jadwal Pelaksanaan KP Tahapan Januari Februari Maret April Mei

Proses Pencarian Tempat Kerja Profesi (KP) Proses Pembuatan Surat

Rekomendasi Universitas Pembangunan Jaya Proses Wawancara Kepada Pihak

Perusahaan Pengumuman Penerimaan Kerja Profesi (KP) Pelaksanaan Kerja

Profesi (KP) Pembuatan Laporan Kerja Profesi (KP) Tabel 1.1 Pelaksanaan

Kerja Profesi Pelaksanaan Kerja Profesi (KP) dilakukan selama sebulan

penuh pada bulan Januari 2025. pengumuman mengenai penerimaan peserta KP

diinformasikan pada tanggal 30 Januari 2025. Para peserta yang telah

diterima akan mulai bergabung dengan tim Prinna Id pada tanggal 3

Februari. Periode magang di Prinna Id berlangsung hingga tanggal 16 Mei

2025. Total durasi Kerja Profesi (KP) adalah 15 jam. 30 39 50 Selama periode KP,

mahasiswa mulai bekerja dari senin hingga sabtu, jam kerja mulai pukul

09.00 hingga 17.00 WIB. Pekerjaan akan dilakukan secara work from home

(WFO), yaitu dengan hadir secara langsung di toko yang terletak di

Perumahan Permai, Ciater, Tangerang Selatan 15317, dan dilakukan secara

work from home (WFH), yaitu dilakukan secara remote di rumah atau dimana pun. 1 6 BAB

II TINJAUAN UMUM PRINNA ID (TDA) 2.1 Sejarah perusahaan/bagian/divisi 2.1 1 Sejarah

Prinna Id (TDA) Prinna merupakan sebuah usaha fashion muslimah yang

berlokasi di kawasan Ciater, Serpong, Tangerang Selatan. Butik Prinna

didirikan oleh Nunung Noer Prihantini pada tahun 2012 dengan tujuan

menghadirkan pilihan fashion muslimah yang stylish, nyaman, dan cocok

untuk berbagai aktivitas sehari-hari. Latar belakang pendirian Butik Prinna

berawal dari keinginan untuk memberikan varian baru outfit ibadah bagi

muslimah yang kekinian, cantik, nyaman dipakai, dengan motif yang

bervariasi dan praktis dibawa kemana saja. Prinna hadir sebagai solusi

bagi muslimah modern yang menginginkan pakaian yang tidak hanya sesuai

dengan syariat islam tetapi juga fashionable. Sebelum resmi berdiri,

Prinna melakukan berbagai persiapan matang seperti riset pasar, pemilihan bahan berkualitas, pembuatan prototipe produk, dan pembangunan jaringan pemasok guna memastikan bisnis dapat berjalan dengan baik dan siap bersaing. Meskipun berdiri sejak 2012, Prinna mulai menjalankan bisnisnya secara aktif pada tahun 2017 dengan semangat memperkenalkan produk berkualitas kepada masyarakat. Produk yang ditawarkan meliputi mukena dewasa dan anak, kerudung, gamis, serta produk hasil olahan limbah produksi seperti tudung saji, tempat tisu, masker, scrunchie, dan cempal (sarung tangan). Hal ini mencerminkan misi Prinna yang tidak hanya berfokus pada estetika, tetapi juga pada fungsi dan tanggung jawab sosial. Visi dari Prinna adalah menjadi pelopor fashion muslimah nasional yang menghadirkan produk stylish, nyaman, dan cantik, serta menjadi pilihan utama wanita muslimah di seluruh Indonesia hingga tahun 2035. Sedangkan misi dari Prinna antara lain: 1. Menyediakan kebutuhan fashion muslimah yang up to date, nyaman, dan cantik dengan kualitas terbaik. 2. Mengembangkan produk yang sesuai dengan syariat dan tren terkini untuk berbagai segmen usia muslimah. 3. Membangun jaringan distribusi yang luas agar produk Prinna dapat menjangkau pasar nasional. 4. Menciptakan inovasi berkelanjutan dalam desain dan bahan guna memenuhi kebutuhan muslimah modern. 5. Memberikan pelayanan terbaik untuk memastikan kepuasan dan kepercayaan pelanggan di seluruh Indonesia. Seiring berjalannya waktu, Prinna mengembangkan bisnisnya dengan melahirkan brand baru bernama Anasya yang ditujukan untuk muslimah muda usia 20 tahun ke atas, menawarkan tunik dan hijab kasual yang lebih ringan, fresh, dan cocok untuk aktivitas sehari-hari. Sementara itu, Prinna tetap fokus pada koleksi elegan, timeless, dan eksklusif untuk muslimah dewasa usia 40 tahun ke atas. Kedua brand ini mulai aktif menjalankan strategi pemasaran digital di media sosial Instagram sejak tahun 2017 dan rutin memposting konten sejak tahun 2024 hingga saat ini. Meskipun memiliki karakter dan segmentasi pasar yang berbeda, baik Prinna maupun Anasya tetap menjunjung prinsip yang sama yaitu produk yang dihasilkan dapat dipakai dengan

nyaman, cantik, dan sesuai dengan syariat. Keduanya saling melengkapi dalam memenuhi kebutuhan fashion muslimah dari berbagai rentang usia. Perjalanan ini menunjukkan bahwa Prinna tidak hanya hadir sebagai brand fashion, tetapi juga sebagai representasi dari komitmen dan kepedulian terhadap perkembangan gaya hidup muslimah di Indonesia. Dengan dasar visi dan misi yang jelas serta semangat inovasi yang terus dijaga, Prinna menunjukkan komitmen yang kuat dalam mengembangkan bisnisnya secara berkelanjutan. Salah satu langkah strategis yang turut memperkuat eksistensi Prinna di industri fashion muslimah adalah keterlibatannya dalam komunitas Tangan Di Atas (TDA). Tangan di Atas (TDA) merupakan komunitas bisnis yang berfokus pada pengembangan kewirausahaan di Indonesia. Melalui keikutsertaan aktif dalam komunitas ini, Prinna mendapatkan banyak manfaat, mulai dari kesempatan mempunyai jaringan, berbagai pengalaman antar pelaku usaha, hingga mengikuti pelatihan dan kegiatan yang mendukung pertumbuhan bisnis secara profesional. Partisipasi dalam ekosistem TDA tidak hanya membantu memperluas relasi bisnis, tetapi juga menjadi ruang belajar yang penting bagi Prinna dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan pasar dan tuntutan konsumen yang terus berubah. Dengan perjalanan yang matang dan inovasi yang terus dilakukan, Prinna dan Anasya kini menjadi pilihan fashion muslimah yang menggabungkan nilai tradisi dan modernitas dalam satu kesatuan produk yang berkualitas dan relevan bagi berbagai 8 kalangan usia. Prinna Id, sebagai bagian dari ekosistem digital Prinna, menjadi wadah penting dalam memperkuat eksistensi dan perluasan pasar melalui konten digital marketing yang kreatif dan inovatif, didukung oleh kolaborasi dengan komunitas Tangan di Atas (TDA).

2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi di Prinna Id disusun secara sederhana namun efisien guna mendukung operasional usaha yang bergerak di bidang fashion muslimah. Struktur ini dirancang agar setiap bagian memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan fungsinya, sehingga proses kerja dapat berlangsung secara efektif dan terkoordinasi. Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan Struktur organisasi bisnis tersebut telah dikelompokkan menjadi

beberapa divisi yang dipimpin langsung oleh pemilik perusahaan. Setiap divisi diberikan tugas dan tanggung jawab yang jelas sesuai dengan jobdesk masing-masing, sehingga dapat dipastikan kelancaran operasional sekaligus menjaga kualitas layanan dan produk. Berikut ini adalah penjelasan mengenai divisi dan fungsi setiap bagian dalam struktur organisasi Prinna Id.

a) Pendiri Usaha Di posisi tertinggi dalam struktur organisasi terdapat pendiri usaha, yaitu Bapak Doddy dan Ibu Nunung Noer Prihantini. Keduanya merupakan sosok yang 9 merintis dan membangun usaha Prinna Id dari awal. Sebagai pendiri, mereka bukan hanya bertindak sebagai pemilik modal dan penggagas ide usaha, tetapi juga sebagai penentu arah strategis perusahaan. Mereka menetapkan visi dan misi, serta nilai-nilai dasar yang menjadi landasan kerja bagi seluruh anggota tim. Pendiri usaha memiliki otoritas tertinggi dalam pengambilan keputusan jangka panjang, seperti perluasan lini produk, pengembangan pasar, kerja sama bisnis, serta inovasi yang berorientasi pada pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Meskipun sebagian besar operasional sudah dilimpahkan ke manajemen, peran pengawasan dan kebijakan strategis tetap berada di tangan pendiri.

b) Direksi Posisi sebagai Direksi yaitu Ibu Nunung Noer Prihantini, beliau berfungsi sebagai pengarah utama pelaksanaan operasional perusahaan secara menyeluruh. Direksi berperan menjembatani antara pemilik usaha dengan pelaksana teknis di lapangan. Tanggung jawabnya mencakup penetapan kebijakan manajerial, evaluasi hasil kerja tiap divisi, serta pengambilan keputusan yang bersifat taktis maupun strategis. Ibu Nunung juga secara aktif melakukan pengawasan terhadap kegiatan produksi, pemasaran, dan administrasi. Beliau memastikan bahwa semua kegiatan dijalankan sesuai dengan nilai-nilai perusahaan serta tujuan usaha yang telah ditetapkan. Kombinasi perannya sebagai pendiri dan direktur menjadikan beliau tokoh sentral dalam pengendalian perusahaan.

c) Manager Posisi Manajer ditempati oleh Nouval, yang bertanggung jawab langsung dalam mengelola kegiatan operasional harian perusahaan. Sebagai manajer, ia berperan sebagai pemimpin internal yang mengoordinasikan jalannya aktivitas

di tiga divisi utama, yaitu Administrasi, Marketing, dan Produksi. Nouval bertindak sebagai penghubung antara Direksi dan tim pelaksana di lapangan. Tugas Nouval meliputi penyusunan rencana kerja mingguan dan bulanan, pengawasan terhadap jalannya proses kerja di masing-masing divisi, pemantauan capaian target kerja, serta penyelesaian masalah internal jika terjadi hambatan. Manajer juga terlibat dalam rapat evaluasi dan pelaporan hasil kerja kepada Direksi. Peran ini sangat vital karena menyatukan arahan strategis dengan implementasi praktis di lapangan.

d) Administrasi

Pada divisi Administrasi yang bertanggung jawab bernama Alya, yaitu bagian yang mengelola seluruh proses administratif dan dokumentasi perusahaan. Tugas-tugas Alya mencakup pencatatan transaksi keuangan sederhana, pengarsipan dokumen penting, penyusunan laporan harian dan mingguan, pengelolaan data konsumen, serta pengaturan jadwal kerja dan kehadiran. Divisi ini memiliki peran 10 fundamental dalam menjaga keteraturan dan efisiensi proses bisnis. Tanpa adanya administrasi yang baik, perusahaan akan mengalami kesulitan dalam pengendalian operasional, pelaporan kinerja, dan pertanggungjawaban internal maupun eksternal. Oleh karena itu, peran Alya sangat penting sebagai tulang punggung dokumentasi perusahaan.

e) Marketing

Divisi Marketing merupakan salah satu bagian paling strategis dalam struktur organisasi Prinna Id. Divisi ini dipimpin oleh Urmila Anasya, yang bertanggung jawab penuh terhadap segala aktivitas promosi, komunikasi brand, dan upaya pemasaran produk kepada konsumen, baik melalui jalur online maupun offline. Keberadaan Mila dalam struktur ini sangat penting karena berhubungan langsung dengan tujuan utama perusahaan yaitu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Sebagai kepala divisi marketing, Mila menjalankan tugas merancang strategi pemasaran berbasis digital yang relevan dan menarik. Ia berperan dalam menyusun kalender konten yang disesuaikan dengan tren pasar, musim promosi, serta momentum tertentu seperti Ramadan atau Hari Besar Islam. Mila juga bertugas memproduksi konten visual dan naratif berupa foto produk, video pendek, serta caption promosi yang dipublikasikan melalui akun Instagram, TikTok,

dan Shopee Prinna Id. Selain sebagai perencana dan kreator konten, Mila juga aktif menjadi host dalam sesi live streaming di platform e-commerce. Dalam peran ini, ia menampilkan produk secara langsung, menjelaskan keunggulan dan detailnya kepada audiens, serta berinteraksi secara real-time dengan calon pembeli. Kemampuannya dalam berbicara, membangun komunikasi persuasif, dan menjaga antusiasme penonton sangat menentukan keberhasilan sesi live dalam menciptakan konversi penjualan. f) Produksi Divisi terakhir adalah Produksi, yang dikepalai oleh Narti. Ia bertanggung jawab atas seluruh proses pembuatan produk dari pengadaan bahan baku, pengaturan alur kerja produksi, pengecekan kualitas, hingga kesiapan produk untuk dijual. Divisi ini memastikan bahwa produk mukena, gamis, kerudung, dan produk lainnya dibuat sesuai dengan standar desain dan kualitas perusahaan. Selain mengelola proses teknis produksi, Narti juga bekerja sama dengan marketing untuk menyesuaikan produksi dengan permintaan pasar dan tren yang sedang berkembang. Ia juga mengelola jadwal produksi agar dapat memenuhi target tanpa mengorbankan kualitas.

11 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Prinna Id merupakan sebuah perusahaan di sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang fashion muslimah. Berdiri sejak tahun 2012 dan mulai aktif menjalankan kegiatan usaha secara konsisten sejak 2017, Prinna Id memiliki komitmen untuk menghadirkan produk busana muslimah yang tidak hanya memenuhi standar syar'i, tetapi juga nyaman, modis, dan sesuai dengan perkembangan tren fashion masa kini. Seluruh kegiatan umum perusahaan difokuskan untuk mendukung pencapaian visi dan misi perusahaan dalam menciptakan produk berkualitas tinggi serta membangun citra brand yang kuat di pasar fashion muslimah Indonesia. Secara umum, kegiatan yang dilakukan oleh Prinna Id mencakup perencanaan produk, proses produksi, pemasaran digital, pelayanan pelanggan, serta pengelolaan operasional internal. Perencanaan produk dilakukan melalui observasi pasar, riset terhadap tren fashion, serta evaluasi kebutuhan pelanggan. Tim internal bersama pendiri dan manajer melakukan diskusi untuk menentukan jenis

produk yang akan dikembangkan. Produk yang dirancang selalu mempertimbangkan kenyamanan, nilai estetika, serta prinsip syariah. Prinna Id memiliki dua lini produk utama, yaitu Prinna yang diperuntukkan bagi wanita muslimah usia dewasa, dan Anasya yang menasar segmen muslimah muda. Kedua lini ini berjalan beriringan, saling melengkapi dalam menjangkau konsumen dari berbagai kalangan usia. Setelah proses perencanaan, kegiatan dilanjutkan dengan produksi. Produksi dilakukan secara mandiri oleh tim internal di bawah pengawasan langsung dari divisi produksi. Aktivitas ini meliputi pengadaan bahan baku, pemotongan pola, penjahitan, pengecekan kualitas, hingga pengemasan produk jadi. Prinna Id juga memanfaatkan sisa bahan kain dari proses produksi utama untuk dibuat menjadi produk lain seperti scrunchie, tudung saji, masker, dan tempat tisu. Hal ini mencerminkan kepedulian perusahaan terhadap prinsip keberlanjutan dan efisiensi sumber daya. Dalam bidang pemasaran, Prinna Id mengadopsi strategi digital marketing secara aktif dan terarah. **48** Promosi dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok, serta platform e-commerce seperti Shopee. Kegiatan pemasaran digital meliputi pembuatan konten visual, penjadwalan posting konten, pengelolaan iklan berbayar, serta pelaksanaan sesi live streaming untuk memperkenalkan produk secara langsung kepada konsumen. Live streaming menjadi salah satu strategi efektif yang digunakan perusahaan untuk berinteraksi secara real-time dengan pelanggan, memberikan penawaran khusus, serta meningkatkan konversi penjualan. Dalam sesi ini, host akan menampilkan produk, menjelaskan detail bahan dan 12 ukuran, serta menanggapi pertanyaan dari penonton secara langsung. Aktivitas ini dilakukan secara rutin dan menjadi salah satu andalan perusahaan dalam mendekati diri kepada audiens target. Selain itu, Prinna Id juga menjalankan kegiatan administratif dan pelayanan pelanggan secara profesional. Divisi administrasi bertanggung jawab dalam mencatat transaksi, memproses pemesanan, mengatur pengiriman barang, serta menangani komplain dan pertanyaan dari konsumen. Perusahaan berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang responsif dan ramah guna menjaga kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas jangka

panjang. tidak hanya fokus pada proses produksi dan pemasaran, Prinna Id juga aktif melakukan evaluasi internal terhadap seluruh aktivitas usaha. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas strategi yang telah diterapkan, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta menyusun langkah perbaikan untuk periode selanjutnya. Rapat evaluasi biasanya dilakukan secara berkala oleh manajer operasional bersama seluruh anggota tim. Selain itu, Prinna Id juga terlibat aktif dalam komunitas wirausaha Tangan Di Atas (TDA) untuk memperluas jaringan bisnis, mengikuti pelatihan kewirausahaan, serta berbagi pengalaman dengan pelaku usaha lainnya. Melalui seluruh rangkaian kegiatan tersebut, Prinna Id menunjukkan keseriusan dalam membangun usaha secara profesional meskipun dalam skala UMKM. Perusahaan tidak hanya menekankan aspek penjualan, tetapi juga mengutamakan kualitas produk, hubungan yang baik dengan pelanggan, serta pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Seluruh kegiatan umum perusahaan dijalankan dengan penuh komitmen, kolaborasi, dan inovasi, sehingga menjadikan Prinna Id sebagai salah satu pelaku usaha fashion muslimah yang memiliki potensi besar untuk berkembang di tingkat nasional.

1 38 13 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. 14 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.

15 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. 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 16 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.

17 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 18 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 19 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 hastag yang relevan untuk meningkatkan engagement dan interaksi dengan para pengikut.

20 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 21 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.

22 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. 23 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. 24

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!”. 25

Selain teks, praktikan juga memilih background 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..

26 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 27 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 28 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.

29 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). Praktikkan juga menentukan budget harian dan durasi penayangan iklan, misalnya Rp 50.000 per hari selama lima hari. Setelah iklan ditayangkan, praktikkan 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, praktikkan menyusun laporan singkat mengenai efektivitas iklan 30 yang telah dijalankan, serta memberikan rekomendasi untuk iklan selanjutnya, seperti pengoptimalan waktu tayang dan variasi visual yang lebih menarik. Melalui pelaksanaan tugas ini, praktikkan mendapatkan pengalaman langsung dalam menyusun strategi pemasaran digital yang efektif dan berbasis data. Praktikkan 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 praktikkan 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 33 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. 34 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 35 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.

17 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: 36 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.

31 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, TikTok, 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 37 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.

38 BAB IV PENUTUP 4.1 Kesimpulan Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi yang telah dilaksanakan oleh praktikan di Prinna Id, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan proses kerja yang dijalani telah berhasil memenuhi tujuan utama yang dirancang sejak awal. Kegiatan ini bukan hanya sekadar pelaksanaan tugas lapangan, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran yang utuh dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata, khususnya dalam bidang pemasaran digital dan produksi konten.

a) Praktikan mampu menyusun rencana konten digital secara efektif dan terstruktur, dimulai dari penetapan target audiens hingga penyusunan kalender konten yang sesuai dengan platform seperti Shopee, TikTok, dan Instagram. Kemampuan ini penting untuk memastikan bahwa strategi pemasaran digital dapat dijalankan secara konsisten dan terarah.

b) Praktikan berhasil memproduksi konten promosi yang relevan, menarik, dan sesuai dengan karakteristik audiens masing-masing media. Melalui konten-konten berupa produk, video pendek, hingga konten dengan pendekatan estetika dan storytelling, praktikan mampu memahami bagaimana cara menyampaikan pesan pemasaran yang efektif, sekaligus memperkuat brand image Prinna Id di platform digital.

c) Praktikan memperoleh keterampilan teknik dalam mengoperasikan berbagai aplikasi editing seperti CapCut, InsShot, dan Canva. tidak hanya memahami fungsi-fungsi dasar aplikasi tersebut, praktikan juga mampu memanfaatkannya untuk meningkatkan kualitas visual dan daya tarik konten. Hal ini menunjukkan

bahwa praktikan memiliki pemahaman yang baik dalam mengoptimalkan konten digital sesuai kebutuhan pemasaran. Secara keseluruhan, pelaksanaan Kerja Profesi di Prinna Id telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan keterampilan praktikan di bidang perencanaan konten, produksi visual, dan pengelolaan pemasaran digital berbasis media sosial. Ketiga aspek utama tersebut menjadi fondasi penting yang tidak hanya memperkaya pengalaman kerja praktikan, tetapi juga memperkuat kesiapan dalam menghadapi dunia industri yang semakin kompetitif, dinamis, dan berbasis teknologi. Praktikan kini memiliki wawasan dan keterampilan yang lebih 39 matang untuk beradaptasi dengan berbagai tantangan di dunia kerja, khususnya dalam sektor industri kreatif dan pemasaran digital yang terus berkembang. Dengan pengalaman yang didapatkan selama menjalankan kerja profesi ini, praktikan tidak hanya memperoleh pembelajaran praktis, tetapi juga membentuk karakter kerja yang mandiri, terorganisir, dan inovatif, yang diharapkan dapat menjadi bekal penting dalam perjalanan karier di masa mendatang.

4.2 Saran 4.2.1 Saran untuk Mahasiswa Bagi mahasiswa yang akan melaksanakan kerja profesi atau magang di suatu perusahaan, sangat disarankan untuk melakukan berbagai persiapan yang matang agar pengalaman yang diperoleh selama masa magang dapat benar-benar memberikan manfaat, baik dari segi peningkatan keterampilan teknis, pengembangan soft skill, maupun pembentukan sikap profesional. Terdapat beberapa hal penting yang sebaiknya menjadi perhatian mahasiswa sebelum dan selama menjalani kerja profesi.

- Mencari tahu tentang perusahaan tempat magang: Sebelum memulai magang, mahasiswa sebaiknya mencari informasi tentang perusahaan tempat mereka akan magang. Mengetahui visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan sehingga dapat membantu mereka memahami budaya kerja dan apa yang diharapkan. Hal ini juga menunjukkan ketertarikan mahasiswa terhadap perusahaan.
- Mempersiapkan diri untuk memasuki lingkungan baru: Mahasiswa perlu mempersiapkan diri, baik secara mental ataupun secara pengetahuan tentang perusahaan. Ini termasuk etika yang berlaku ditempat kerja, serta bersikap proaktif untuk beradaptasi dengan tim.
- Kembangkan soft skill,

terutama kemampuan komunikasi dan kerja sama tim: Pada saat mengerjakan tugas sebagai host live, kemampuan komunikasi sangatlah penting karena mahasiswa harus berinteraksi langsung dengan audiens secara real-time. Mahasiswa perlu mengasah dan belajar menyampaikan informasi dengan jelas, menarik, dan responsif terhadap pertanyaan atau komentar penonton. Selain itu, kerja sama dengan tim produksi dan pemasaran sangat penting juga agar proses kerjanya berjalan dengan lancar dan hasilnya yang maksimal. Dengan mengasah dan belajar soft skill ini, mahasiswa akan lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja yang menuntut kolaborasi dan komunikasi efektif. Melalui proses magang ini, mahasiswa diharapkan tidak hanya fokus pada pencapaian teknis, tetapi juga berusaha membangun karakter kerja yang tangguh, adaptif, dan komunikatif. Dengan membekali diri sejak awal dan terus mengasah 40 keterampilan interpersonal selama proses kerja profesi berlangsung, mahasiswa akan lebih siap menghadapi dunia kerja yang dinamis dan menuntut kolaborasi lintas tim yang solid. Kemampuan-kemampuan inilah yang nantinya menjadi nilai tambah dalam dunia profesional yang kompetitif.

4.2.2 Saran untuk Universitas Berdasarkan hasil pelaksanaan kerja profesi, terdapat beberapa hal yang dapat menjadi bahan masukan dan saran bagi universitas, khususnya dalam hal pengembangan kurikulum dan dukungan terhadap kesiapan mahasiswa menghadapi dunia kerja nyata. Kegiatan kerja profesi memberikan pengalaman langsung yang sangat berharga bagi mahasiswa, namun juga mengungkapkan adanya kesenjangan antara pembelajaran di kelas dan tantangan praktis yang dihadapi di lapangan. Oleh karena itu, diperlukan beberapa langkah strategis agar proses pendidikan semakin selaras dengan kebutuhan industri saat ini.

a) Perluas Materi Praktis pada Mata Kuliah Digital Marketing: Berdasarkan pengalaman Kerja Profesi di bidang produksi konten dan live streaming, mahasiswa dihadapkan pada tuntutan teknis dan kreatif yang cukup tinggi dalam pengelolaan media sosial. Oleh karena itu, Universitas disarankan untuk menyesuaikan dan memperluas cangkupan mata kuliah digital marketing agar mencangkup praktik langsung seperti pembuatan rencana konten, penggunaan tools analitik media

sosial, serta pelatihan teknis editing menggunakan aplikasi seperti CapCut, Canva, dan InShot. Ini penting agar mahasiswa tidak hanya memahami teori pemasaran digital, tetapi juga siap dengan keterampilan praktis yang sesuai dengan kebutuhan industri saat ini. b) Sediakan pembekalan sebelum magang: Banyak mahasiswa yang merasa kurang percaya diri atau belum siap menghadapi tantangan di dunia kerja karena keterbatasan pengalaman praktis dan soft skill. Universitas sebaiknya menyediakan program pembekalan intensif sebelum mahasiswa terjun ke dunia magang, seperti pelatihan komunikasi, manajemen waktu, teknis presentasi, dan simulasi kerja tim. Selain itu, selama masa magang, universitas perlu melakukan monitoring dan pendampingan secara berkala, baik melalui dosen pembimbing maupun forum diskusi daring. Dengan adanya pembekalan dan pendampingan ini, mahasiswa akan lebih siap, percaya diri, dan mampu memaksimalkan pengalaman magangnya untuk pengembangan karier di masa depan. c) Integrasikan pengalaman praktisi industri ke dalam proses pembelajaran: Universitas dapat mengundang praktisi industri sebagai dosen tamu, pembicara seminar, atau mentor proyek. Praktisi dapat membagikan pengalaman nyata, memberikan wawasan tentang tren terbaru, dan memberikan umpan balik langsung kepada mahasiswa tentang ide-ide konten mereka. Integrasi ini memberikan nilai tambah yang signifikan karena mahasiswa belajar langsung dari para ahli yang berada di garis depan industri. Hal ini akan membuat perkuliahan menjadi lebih menarik, relevan, dan mempersiapkan mahasiswa dengan keterampilan yang dibutuhkan oleh perusahaan. Secara keseluruhan, saran-saran ini bertujuan untuk memperkuat hubungan antara dunia akademik dan dunia industri, sehingga mahasiswa tidak hanya menjadi lulusan yang berpengetahuan, tetapi juga memiliki keterampilan kerja yang relevan, kesiapan mental, dan pemahaman praktis yang dibutuhkan oleh dunia kerja saat ini.

36 Dengan demikian, universitas berperan penting dalam membekali mahasiswa agar mampu menjadi sumber daya manusia yang kompeten, adaptif, dan berdaya saing tinggi di era digital. 4.2.3 Saran untuk Perusahaan Berdasarkan pengalaman kerja profesi yang telah dijalani, terdapat beberapa hal yang

dapat menjadi pertimbangan perusahaan dalam upaya meningkatkan efisiensi dan kualitas kerja, khususnya dalam mendukung proses produksi konten digital yang menjadi salah satu ujung tombak pemasaran Prinna Id. Beberapa saran berikut disusun berdasarkan kendala yang ditemukan di lapangan dan diharapkan dapat menjadi masukan konstruktif untuk pengembangan perusahaan ke depannya.

a) Meningkatkan Kualitas dan Stabilitas Koneksi Internet di Tempat Kerja: Mengingat koneksi internet yang sering tidak stabil saat pelaksanaan tugas-tugas seperti editing konten dan live streaming, perusahaan disarankan untuk berinvestasi dalam jaringan internet yang lebih cepat dan andal. Koneksi yang lancar sangat penting untuk mendukung kelancaran produksi konten digital serta interaksi real-time dengan audiens selama sesi live streaming. Hal ini juga akan meningkatkan efisiensi kerja tim dan menghindari gangguan operasional.

b) Menyediakan Akses Permanen ke Aplikasi Editing Profesional: Praktikan hanya mendapatkan akses sementara ke aplikasi CapCut pro, dan selebihnya harus menggunakan versi gratis dengan fitur terbatas. Oleh karena itu, perusahaan sebaiknya mempertimbangkan untuk menyediakan lisensi penuh aplikasi editing bagi tim konten, termasuk mahasiswa magang, agar kualitas visual konten tetap maksimal. Akses ke tools profesional akan membantu menghasilkan konten yang lebih kreatif, konsisten, dan kompetitif.

c) Menyediakan Ruang dan Fasilitas Khusus untuk Produksi Konten: Tempat produksi konten yang sempit dan pencahayaan yang kurang memadai menjadi kendala dalam menghasilkan konten berkualitas tinggi. Perusahaan disarankan untuk menyediakan area khusus atau studio mini yang dilengkapi dengan perlengkapan pendukung seperti lighting, latar properti, dan aksesoris visual lainnya. Fasilitas ini akan membantu tim produksi menciptakan konten yang lebih menarik secara visual, sekaligus mendukung branding perusahaan secara profesional.

Dengan mempertimbangkan ketiga saran di atas, diharapkan Prinna Id dapat terus meningkatkan kualitas operasionalnya di bidang digital marketing, serta memberikan ruang yang optimal bagi tim kreatif, termasuk mahasiswa magang, untuk berkembang dan berkontribusi lebih maksimal. Saran-saran ini

bertujuan untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan dalam membangun brand fashion muslimah yang kompetitif dan unggul di era digital saat ini. 1

DAFTAR PUSTAKA Devina. (2020). **59** Pengertian Magang: Tujuan, dan Manfaatnya.

Gramedia, 1–26. <https://www.gramedia.com> Sumardiono. (2014). **59** Apa Itu

Homeschooling. Jakarta: PT. Gramedia (p. 116). PT. Gramedia. Bulele, Y.

N., & Wibowo, T. (2020). **64** Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum

Milenial: Studi Kasus Tiktok. Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology, 1, 565–572. Retrieved from <http://journal.uib.ac.id>

/index.php/cbssit Indriyani, T., & Helina, R. (2021). MAKNA INTERAKSI

HOST DENGAN PENONTON SAAT LIVE STREAMING DI APLIKASI UPLIVE. Jurnal

Profesional FIS UNIVED (Vol. 8, pp. 2–3). 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP 3

LAMPIRAN-LAMPIRAN Lampiran Formulir 1.1 Formulir Pengajuan Kerja Profesi 4

1.2 Formulir Penerimaan Kerja Profesi 5 1.3 Laporan Harian Pelaksanaan

Kerja Profesi 6 7 8 9 10 11 12 1.4 Laporan Bimbingan Kerja

Profesi 13 1.5 Formulir Rencana Tindak lanjut Pemantauan Kerja Profesi 14



REPORT #27298933

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	1.15% eprints.upj.ac.id <i>https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1176/2/Laporan%20Kerja%20Profesi%20Alqo...</i>	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	0.69% repository.fe.unj.ac.id <i>http://repository.fe.unj.ac.id/3970/1/LAPORAN%20PKL%20SALSABILA%20%288...</i>	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	0.62% eprints.upj.ac.id <i>https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/4553/7/7.%20Daftar%20Isi.pdf</i>	● ●
INTERNET SOURCE		
4.	0.6% repository.fe.unj.ac.id <i>http://repository.fe.unj.ac.id/7669/1/Nadia%20Larasati%20%288105161691%29...</i>	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.59% www.indrak.eu.org <i>https://www.indrak.eu.org/2021/07/contoh-kata-pengantar-terbaru-dimulai.htm..</i>	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.51% repository.fe.unj.ac.id <i>http://repository.fe.unj.ac.id/4871/2/LAPORAN%20PKL.pdf</i>	● ●
INTERNET SOURCE		
7.	0.5% dibimbing.id <i>https://dibimbing.id/blog/detail/contoh-kata-pengantar-skripsi-terbaik-tips-me...</i>	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.44% repositorybaru.stieykpn.ac.id <i>http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/2464/1/Anidya%20Indrya%20Ramdani_lapo..</i>	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.4% lib-fisib.unpak.ac.id <i>https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1161&bid=16151</i>	●



REPORT #27298933

INTERNET SOURCE		
10. 0.39%	core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/159372322.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
11. 0.38%	repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/5721/1/Laporan%20PKL.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
12. 0.37%	repository.uisi.ac.id https://repository.uisi.ac.id/5771/2/KERJA%20PRAKTIK%20-%20%28M.%20MUS...	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.36%	www.liputan6.com https://www.liputan6.com/feeds/read/5757568/kata-pengantar-laporan-yang-e...	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.34%	www.brainacademy.id https://www.brainacademy.id/blog/menyusun-kata-pengantar	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.34%	repo.palcomtech.ac.id http://repo.palcomtech.ac.id/id/eprint/428/1/PKL_D3SI_2021_ESTA%20APRILLI...	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.33%	www.liputan6.com https://www.liputan6.com/hot/read/5728738/10-contoh-kata-pengantar-lapora...	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.33%	repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/8335/1/LAPORAN%20PKL%20-%20RADEN%20MUH...	● ●
INTERNET SOURCE		
18. 0.32%	lib-fisib.unpak.ac.id https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1498&bid=16532	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.31%	katadata.co.id https://katadata.co.id/lifestyle/edukasi/65dee30e17c63/fungsi-struktur-dan-con...	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.31%	repository.uisi.ac.id https://repository.uisi.ac.id/1859/1/KERJA%20PRAKTIK-NOVINDYA%20SHIFA%2...	●



REPORT #27298933

INTERNET SOURCE		
21. 0.29%	repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/6995/1/Laporan%20PKL_2019_Achmad%20Tegar%20..	● ●
INTERNET SOURCE		
22. 0.28%	repository.stsrdivisi.ac.id http://repository.stsrdivisi.ac.id/1347/1/Laporan%20Kerja%20Profesi_Adelia%20..	●
INTERNET SOURCE		
23. 0.27%	dms.stiekasihbangsa.ac.id https://dms.stiekasihbangsa.ac.id/wp-content/uploads/2023/11/pedoman-lpk-a...	● ●
INTERNET SOURCE		
24. 0.24%	lib-fisib.unpak.ac.id https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1520&bid=16553	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.23%	pusdapol.ummat.ac.id https://pusdapol.ummat.ac.id/203/1/IVANA%20ADAM%20SUANGSA.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
26. 0.23%	media.neliti.com https://media.neliti.com/media/publications/241381-pemanfaatan-sisa-potonga..	●
INTERNET SOURCE		
27. 0.23%	sipora.polije.ac.id https://sipora.polije.ac.id/33062/2/Bab%201%20Pendahuluan.pdf	●
INTERNET SOURCE		
28. 0.22%	ekonomi.unusida.ac.id https://ekonomi.unusida.ac.id/wp-content/uploads/2024/07/PEDOMAN-PKL-FE-...	● ●
INTERNET SOURCE		
29. 0.22%	info.trilogi.ac.id https://info.trilogi.ac.id/repository/assets/uploads/AKT/edaf7-laporan-magang_...	● ●
INTERNET SOURCE		
30. 0.2%	lib-fisib.unpak.ac.id https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=811&bid=12959	●
INTERNET SOURCE		
31. 0.2%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9605/13/BAB%20III.pdf	●



REPORT #27298933

INTERNET SOURCE		
32.	0.19% www.ruangguru.com	●
	https://www.ruangguru.com/blog/contoh-kata-pengantar	
INTERNET SOURCE		
33.	0.19% eprints.pktj.ac.id	●
	http://eprints.pktj.ac.id/1995/1/17020192_17020197_17020171_17020174_1702...	
INTERNET SOURCE		
34.	0.19% repository.upnjatim.ac.id	●
	https://repository.upnjatim.ac.id/27823/7/COVER%20KKP.pdf	
INTERNET SOURCE		
35.	0.17% journal.uinjkt.ac.id	●
	https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/interaksi/article/viewFile/31405/12469	
INTERNET SOURCE		
36.	0.17% jurnal.penerbitwidina.com	●
	https://jurnal.penerbitwidina.com/index.php/JPMWidina/article/download/940/..	
INTERNET SOURCE		
37.	0.17% digilib.stiestekom.ac.id	●
	https://digilib.stiestekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_bc94ba1dfa7c2f2eb...	
INTERNET SOURCE		
38.	0.17% kc.umn.ac.id	●
	https://kc.umn.ac.id/17862/10/BAB_III.pdf	
INTERNET SOURCE		
39.	0.16% eprints.untirta.ac.id	●
	https://eprints.untirta.ac.id/1543/1/SKRIPSI%20GHIFARI%20KAMAL%20M.pdf	
INTERNET SOURCE		
40.	0.16% simantu.pu.go.id	● ●
	https://simantu.pu.go.id/personal/img-post/adminbalai4/post/20210921081445...	
INTERNET SOURCE		
41.	0.15% karirlab.co	●
	https://karirlab.co/article/tips-magang/5-tips-memaksimalkan-pengalaman-ma...	
INTERNET SOURCE		
42.	0.15% repository.uniba.ac.id	●
	https://repository.uniba.ac.id/1223/1/24-06-66-EBOOK%20E-Commerce.pdf	



REPORT #27298933

INTERNET SOURCE		
43.	0.15% www.pa-sungguminasa.go.id	● ●
	https://www.pa-sungguminasa.go.id/pdf/penelitian/LAPORAN%20PKL%20SMK%20	
INTERNET SOURCE		
44.	0.15% lib-fisib.unpak.ac.id	●
	https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1433&bid=16468	
INTERNET SOURCE		
45.	0.13% dosenmahasiswa.id	●
	https://dosenmahasiswa.id/contoh-kata-pengantar-laporan-magang/?srsltid=Af...	
INTERNET SOURCE		
46.	0.13% lib-fisib.unpak.ac.id	●
	https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=827&bid=13097	
INTERNET SOURCE		
47.	0.12% repository.poltekesos.ac.id	●
	https://repository.poltekesos.ac.id/bitstreams/27a6c1f5-9221-4ed0-a763-e57db...	
INTERNET SOURCE		
48.	0.11% www.antaranews.com	●
	https://www.antaranews.com/berita/4392678/cara-kreator-konten-menghasilka..	
INTERNET SOURCE		
49.	0.11% repository.fe.unj.ac.id	● ●
	http://repository.fe.unj.ac.id/5070/1/Laporan%20PKL%20FULL.pdf	
INTERNET SOURCE		
50.	0.11% eprints.upj.ac.id	●
	https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1609/13/13.%20BAB%20III.pdf	
INTERNET SOURCE		
51.	0.1% www.telkomsel.com	●
	https://www.telkomsel.com/jelajah/jelajah-lifestyle/20-contoh-kata-pengantar-...	
INTERNET SOURCE		
52.	0.1% lib.unnes.ac.id	●
	http://lib.unnes.ac.id/42928/1/5401414062%20-%20Yesica%20S.%20Simanungk...	
INTERNET SOURCE		
53.	0.1% repository.upnjatim.ac.id	● ●
	https://repository.upnjatim.ac.id/37908/1/Cover.pdf	



REPORT #27298933

INTERNET SOURCE		
54. 0.1%	eprints.pktj.ac.id http://eprints.pktj.ac.id/32/10/18.01.0487_18.01.0501_18.01.0503_18.01.0506_1...	●
INTERNET SOURCE		
55. 0.1%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1491/8/DAFTAR%20ISI%202.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
56. 0.09%	bpfk-surakarta.go.id https://bpfk-surakarta.go.id/wp-content/uploads/2020/09/LAKIP2018LPFK.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
57. 0.08%	mediaindonesia.com https://mediaindonesia.com/humaniora/431439/contoh-kata-pengantar-untuk-...	●
INTERNET SOURCE		
58. 0.08%	www.kompasiana.com https://www.kompasiana.com/ardhankahfi9587/65c5c8e7c57afb3ddd6b5912/k...	●
INTERNET SOURCE		
59. 0.08%	kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/id/eprint/35868/6/DAFTAR_PUSTAKA.pdf	●
INTERNET SOURCE		
60. 0.08%	www.repository.usni.ac.id https://www.repository.usni.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=4280&bid=4085	●
INTERNET SOURCE		
61. 0.08%	tekkom.ft.undip.ac.id https://tekkom.ft.undip.ac.id/wp-content/uploads/2025/02/Generap-SOP-Prakt...	●
INTERNET SOURCE		
62. 0.07%	mankom.fikom.unpad.ac.id https://mankom.fikom.unpad.ac.id/wp-content/uploads/2023/05/HUBUNGAN-A...	●
INTERNET SOURCE		
63. 0.07%	lib-fisib.unpak.ac.id https://lib-fisib.unpak.ac.id/index.php?p=fstream-pdf&fid=1403&bid=16433	●
INTERNET SOURCE		
64. 0.07%	journal.pubmedia.id https://journal.pubmedia.id/index.php/converse/article/download/2985/2990/5...	●



REPORT #27298933

INTERNET SOURCE		
65. 0.06%	sosek.ub.ac.id https://sosek.ub.ac.id/doc/magang%202017/Laporan%20Magang%20Rahmat%...	●
INTERNET SOURCE		
66. 0.06%	core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/159372001.pdf	● ●
INTERNET SOURCE		
67. 0.06%	deb.sv.ugm.ac.id https://deb.sv.ugm.ac.id/wp-content/uploads/sites/98/2023/10/Panduan-Penul...	● ●
INTERNET SOURCE		
68. 0.06%	eprints.unpak.ac.id https://eprints.unpak.ac.id/8733/1/SKRIPSI%20FINAL_Gustav%20Giar%20Rahar...	●
INTERNET SOURCE		
69. 0.05%	repository.maranatha.edu http://repository.maranatha.edu/30763/1/1773021_Abstract_TOC.pdf	●
INTERNET SOURCE		
70. 0.04%	www.bensradio.com https://www.bensradio.com/universitas-pembangunan-jaya-menginisiasi-pener...	●
INTERNET SOURCE		
71. 0.04%	repository.uindatokarama.ac.id http://repository.uindatokarama.ac.id/1649/1/sri%20ratmi.pdf	● ●

● QUOTES

INTERNET SOURCE		
1. 0.27%	www.stikosa-aws.ac.id https://www.stikosa-aws.ac.id/wp-content/uploads/2021/02/Panduan-Magang-...	