

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Selama menjalani kerja profesi di Lumecolors, praktikan terlibat dalam berbagai pekerjaan yang bertujuan untuk mempromosikan produk-produk di jejaring media sosial. Praktikan ditempatkan di Divisi *Creative* dan berperan sebagai *content creator* yang bertanggung jawab dalam pembuatan ide konten, *copywriting*, serta menjadi model untuk video. Dalam peran ini, praktikan memiliki tanggung jawab utama dalam menyusun konsep konten yang menarik, menulis *caption* yang sesuai dengan *brand voice* Lumecolors, serta memastikan hasil *shoot* yang berkualitas, sesuai dengan SOP perusahaan dan relevan dengan strategi pemasaran digital.

Sebagai bagian dari tim *Creative*, praktikan berperan dalam meningkatkan *engagement* di media sosial Lumecolors. Praktikan mempelajari dan menerapkan berbagai strategi untuk menarik audiens agar tetap menonton video hingga selesai, menciptakan konsep video yang dapat meningkatkan interaksi pengguna, serta mengoptimalkan tren terkini untuk meningkatkan daya tarik konten. Selain itu, praktikan juga menganalisis performa konten melalui *insight* media sosial untuk memahami pola keterlibatan audiens dan mengembangkan strategi yang lebih efektif ke depannya. Praktikan juga memanfaatkan fitur-fitur media sosial, seperti Instagram Reels, dan Tiktok untuk menjangkau lebih banyak pengguna serta meningkatkan visibilitas *brand* di platform digital.

Selain tugas di bidang *content creation*, praktikan juga bertanggung jawab dalam mengelola *Key Opinion Leader* (KOL). Dalam tugas ini, praktikan mencari *influencer* yang sesuai dengan target pasar Lumecolors, melakukan pendekatan atau *reach-out* untuk menanyakan *rate card*, serta menjalin kerja sama yang saling menguntungkan antara *brand* dan *influencer*. Praktikan juga bertanggung jawab dalam melakukan negosiasi kerja sama, mengoordinasikan brief konten, serta memastikan bahwa setiap KOL dapat

menyampaikan pesan *brand* sesuai dengan strategi pemasaran yang telah ditetapkan. Melalui peran ini, praktikan dapat memahami konsep komunikasi formal dalam dunia bisnis, membangun relasi profesional dengan berbagai pihak, serta mempelajari pemanfaatan media sosial dalam strategi pemasaran digital.

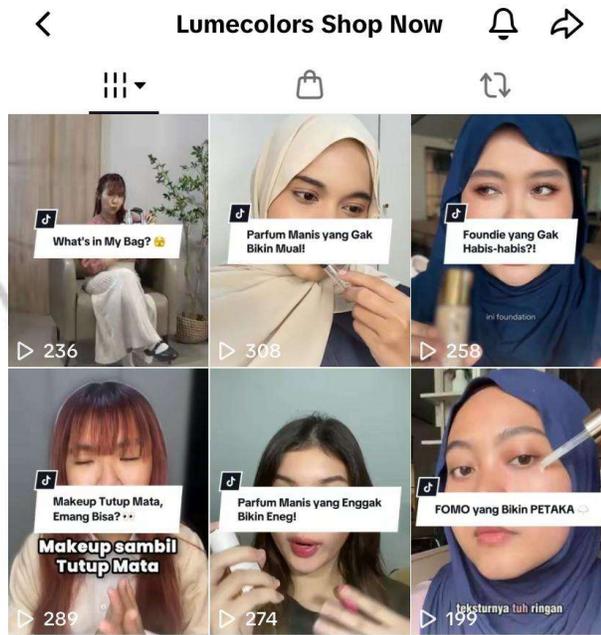
Selama menjalani kerja profesi ini, praktikan memperoleh banyak keterampilan, termasuk dalam memahami cara menarik perhatian audiens, menciptakan konsep video yang *engaging*, serta mengelola hubungan kerja dengan *influencer*. Praktikan juga mempelajari bagaimana merencanakan strategi pemasaran yang efektif, memahami pentingnya analisis data dalam pembuatan konten, serta meningkatkan kemampuan komunikasi dalam membangun *brand awareness*. Selain itu, praktikan mengembangkan kemampuan *multitasking* dalam mengelola berbagai proyek secara bersamaan serta bekerja dalam lingkungan yang dinamis dan kreatif. Dengan demikian, pengalaman ini memberikan wawasan yang lebih luas tentang bagaimana industri kreatif dan pemasaran digital bekerja secara sinergis untuk mencapai tujuan bisnis.

1. **Content Creator**



Gambar 1 5 Prosess *Shooting* Konten

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)



Gambar 1 6 Sosial Media Lumecolors

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)

Sebagai seorang *content creator* di Lumecolors, praktikan memiliki tanggung jawab yang luas dan beragam dalam mengelola pembuatan konten yang menarik dan berkualitas. Tugas ini tidak hanya sekedar menciptakan gambar atau video, tetapi juga melibatkan proses kreatif yang mendalam, perencanaan yang matang, dan pemahaman yang baik tentang audiens yang dituju. Dalam dunia digital yang semakin kompetitif, peran *content creator* menjadi sangat penting untuk membangun citra merek dan menarik perhatian konsumen.

Salah satu aspek utama dari pekerjaan ini adalah pembuatan skrip. Skrip berfungsi sebagai panduan dalam pembuatan konten, memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan jelas dan terstruktur dengan baik. Praktikan harus mampu menulis skrip yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik, sehingga dapat memikat perhatian audiens sejak detik pertama. Dalam proses ini,

penting untuk memahami karakteristik audiens, termasuk preferensi dan kebiasaan mereka, agar konten yang dihasilkan dapat lebih relevan dan berdampak.

Selain skrip, *caption* juga merupakan elemen penting dalam pembuatan konten. *Caption* yang baik dapat meningkatkan interaksi dengan audiens, memberikan konteks tambahan, dan mendorong tindakan, seperti mengunjungi situs web atau melakukan pembelian. Praktikan harus kreatif dalam merangkai kata-kata, menggunakan bahasa yang sesuai dengan merek, dan tetap menjaga nada yang konsisten. *Caption* yang menarik dapat menjadi jembatan antara konten visual dan audiens, sehingga penting untuk memberikan perhatian khusus pada bagian ini.

Dalam pembuatan *caption* dan pengelolaan suara merek (*brand voice*), praktikan juga belajar tentang pentingnya konsistensi dan kedisiplinan dalam menyampaikan pesan. Seperti dijelaskan oleh (Duffy & Hund, 2015) membangun citra yang konsisten namun tetap khas di media sosial membutuhkan kombinasi estetika visual, gaya bahasa, dan disiplin dalam menyelaraskan konten dengan karakter merek. Hal ini sejalan dengan tugas praktikan dalam merancang *caption* dan menyusun narasi yang sesuai dengan tone dan estetika visual Lumecolors, agar setiap konten yang dipublikasikan mencerminkan identitas merek secara utuh dan profesional.

Hideline atau garis besar konten juga menjadi bagian yang tidak kalah penting. *Hideline* membantu praktikan untuk merencanakan alur cerita dan memastikan bahwa setiap elemen konten saling mendukung. Dengan memiliki *hideline* yang jelas, praktikan dapat menghindari kebingungan dan memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens. Proses ini juga melibatkan kolaborasi dengan tim lain, seperti fotografer dan desainer grafis, untuk memastikan bahwa semua elemen visual dan teks saling melengkapi.

Namun, di balik semua kreativitas dan perencanaan, praktikan juga harus mematuhi *Standar Operasional Prosedur* (SOP)

perusahaan. SOP ini dirancang untuk menjaga konsistensi dan kualitas konten yang dihasilkan. Salah satu aturan yang harus diikuti adalah tidak menggunakan baju berwarna gelap saat sesi pemotretan. Hal ini penting karena warna gelap dapat menyerap cahaya dan mengurangi kualitas visual dari produk yang difoto. Oleh karena itu, praktikan harus memilih pakaian yang sesuai, yang tidak hanya memenuhi standar perusahaan tetapi juga mendukung estetika konten yang dihasilkan.

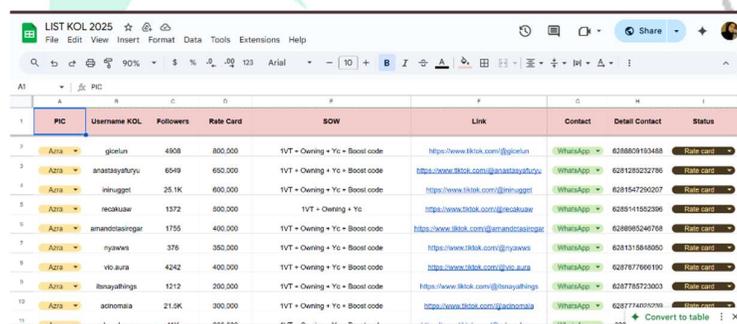
Selain itu, menjaga kebersihan produk saat sesi pemotretan juga merupakan hal yang sangat penting. Produk yang bersih dan terawat akan terlihat lebih menarik dan profesional dalam foto. Praktikan harus memastikan bahwa setiap produk yang akan difoto telah dibersihkan dan disiapkan dengan baik sebelum sesi pemotretan dimulai. Ini termasuk memeriksa adanya noda, debu, atau cacat lainnya yang dapat mengganggu penampilan produk. Dengan menjaga kebersihan produk, praktikan tidak hanya meningkatkan kualitas visual tetapi juga menciptakan citra positif bagi merek.

Dalam menjalankan tugas sebagai *content creator*, praktikan juga harus terus mengikuti tren dan perkembangan terbaru dalam dunia pemasaran digital. Ini termasuk memahami algoritma media sosial, teknik SEO, dan strategi pemasaran konten yang efektif. Dengan pengetahuan yang terus diperbarui, praktikan dapat menciptakan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga dapat menjangkau audiens yang lebih luas.

Secara keseluruhan, peran *content creator* di Lumecolors adalah kombinasi antara kreativitas, perencanaan, dan kepatuhan terhadap standar yang telah ditetapkan. Dengan mengelola pembuatan konten secara efektif, praktikan dapat membantu membangun citra merek yang kuat dan menarik perhatian audiens. Tanggung jawab ini bukanlah hal yang mudah, tetapi dengan dedikasi dan kerja keras, praktikan dapat menciptakan konten yang tidak hanya memenuhi ekspektasi perusahaan tetapi juga memberikan nilai tambah bagi audiens.

2. KOL

Sebagai seorang KOL (*Key Opinion Leader*) di Lumecolors, praktikan memiliki tanggung jawab yang sangat penting dalam menjalin kerjasama dengan *influencer*. Tugas ini tidak hanya melibatkan pencarian dan pendataan *influencer*, tetapi juga berkomunikasi secara langsung untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan. Dalam era digital saat ini, *influencer* memiliki peran yang signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga memilih *influencer* yang tepat adalah langkah krusial dalam strategi pemasaran perusahaan.



PIC	Username KOL	Followers	Rate Card	SOW	Link	Contact	Detail Contact	Status
Azia	glenun	4908	800.000	1VT + Owning + Yc + Boost code	https://www.klik.com/@glenun	WhatsApp	6208809103488	Rate card
Azia	anastasayutyu	6049	600.000	1VT + Owning + Yc + Boost code	https://www.klik.com/@anastasayutyu	WhatsApp	6281280232786	Rate card
Azia	inragget	25.1K	600.000	1VT + Owning + Yc + Boost code	https://www.klik.com/@inragget	WhatsApp	6281547250207	Rate card
Azia	nealkuar	1372	500.000	1VT + Owning + Yc	https://www.klik.com/@nealkuar	WhatsApp	6285141552396	Rate card
Azia	amandossingar	1755	400.000	1VT + Owning + Yc + Boost code	https://www.klik.com/@amandossingar	WhatsApp	629699540766	Rate card
Azia	nyawis	376	300.000	1VT + Owning + Yc + Boost code	https://www.klik.com/@nyawis	WhatsApp	628131584800	Rate card
Azia	vicaura	4242	400.000	1VT + Owning + Yc + Boost code	https://www.klik.com/@vicaura	WhatsApp	6287877669190	Rate card
Azia	ibnuayathings	1212	200.000	1VT + Owning + Yc + Boost code	https://www.klik.com/@ibnuayathings	WhatsApp	6287785733003	Rate card
Azia	adnomia	21.0K	300.000	1VT + Owning + Yc + Boost code	https://www.klik.com/@adnomia	WhatsApp	628774004098	Rate card

Gambar 1 6 Data KOL

Sumber: Dokumen Pribadi (2025)

Proses pertama yang dilakukan oleh praktikan adalah mencari dan mendata *influencer* yang sesuai dengan nilai dan citra merek Lumecolors. Ini memerlukan riset mendalam terhadap profil *influencer*, termasuk analisis demografi audiens, jenis konten yang mereka hasilkan, serta tingkat keterlibatan (*engagement rate*). Praktikan harus mampu mengidentifikasi sosok yang tidak hanya populer, tetapi juga kredibel, autentik, dan relevan dengan target pasar produk Lumecolors.

Setelah mendapatkan daftar *influencer* yang potensial, praktikan melanjutkan dengan menghubungi mereka secara langsung. Tahap komunikasi ini sangat penting dan membutuhkan pendekatan yang profesional dan persuasif. Praktikan harus dapat

menyampaikan informasi secara jelas dan menarik mengenai konsep kerja sama, manfaat yang ditawarkan, serta nilai *brand*. Kemampuan menjalin hubungan interpersonal yang baik menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan dan ketertarikan *influencer* untuk bekerja sama. Praktikan juga bertugas menjawab berbagai pertanyaan dan menangani kekhawatiran yang mungkin muncul dari pihak *influencer*.

Jika kerja sama telah disepakati, termasuk detail terkait *ratecard*, praktikan akan melanjutkan dengan mengirimkan dokumen *mandatory* dan *briefing* konten. Dokumen *mandatory* berisi ketentuan kerja sama yang meliputi hak dan kewajiban kedua belah pihak, tenggat waktu, serta klausul legal jika diperlukan. *Briefing* diberikan sebagai panduan bagi *influencer* agar memahami secara detail produk yang akan dipromosikan, pesan utama yang harus disampaikan, serta gaya penyampaian yang sesuai dengan identitas *brand* Lumecolors.

Dalam beberapa kasus, praktikan juga menyusun dan mengirimkan naskah skrip sebagai referensi konten untuk *influencer*. Skrip ini dirancang berdasarkan pesan inti kampanye dan dikemas sedemikian rupa agar tetap terasa natural sesuai gaya komunikasi sang *influencer*. Tujuannya adalah untuk menjaga konsistensi pesan dan meningkatkan efektivitas promosi di mata audiens.

Setelah konten diproduksi dan dipublikasikan oleh *influencer*, praktikan juga bertanggung jawab dalam proses administrasi lanjutan, yaitu pembuatan *invoice* untuk keperluan pembayaran. *Invoice* ini berisi informasi detail mengenai nama *influencer*, jenis konten yang diproduksi, tanggal publikasi, serta jumlah pembayaran yang telah disepakati. Praktikan menyusun *invoice* tersebut sesuai format yang berlaku di perusahaan dan menyerahkannya kepada tim *finance* untuk diproses. Ketepatan data dan kejelasan dokumen menjadi hal yang sangat krusial dalam memastikan proses pembayaran berjalan lancar dan akuntabel.

Di sisi lain, praktikan juga memiliki tanggung jawab untuk melakukan *monitoring* dan evaluasi performa konten yang telah dipublikasikan oleh *influencer*. Ini mencakup analisis metrik seperti jumlah tayangan, *likes*, komentar, tingkat keterlibatan, hingga dampak terhadap peningkatan trafik atau penjualan produk. Dari hasil *monitoring* tersebut, praktikan dapat menyusun laporan evaluasi yang menjadi dasar dalam menentukan efektivitas kerja sama dan sebagai referensi dalam perencanaan kampanye selanjutnya.

Dalam seluruh proses ini, aspek etika dan transparansi sangat dijaga. Praktikan memastikan bahwa semua kerja sama dilakukan secara terbuka dan jujur, termasuk menyampaikan kepada publik bahwa konten tersebut merupakan bentuk kolaborasi berbayar. Praktik seperti ini penting dalam membangun kepercayaan konsumen sekaligus menjaga reputasi merek.

Secara keseluruhan, peran praktikan dalam pengelolaan KOL di Lumecolors sangat strategis karena berkontribusi langsung terhadap ekspansi jangkauan merek dan peningkatan *brand awareness*. Tanggung jawab ini menuntut kombinasi antara kemampuan komunikasi, pemahaman tren digital, keterampilan administrasi, dan ketajaman analitis. Dengan menjalankan tugas ini secara optimal, praktikan turut mendorong keberhasilan kampanye digital dan mendukung pertumbuhan Lumecolors di tengah persaingan industri kecantikan yang semakin kompetitif.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam perannya sebagai *Content Creator*, praktikan diberikan berbagai tugas yang berkaitan dengan aktivitas pemasaran digital, khususnya dalam pembuatan konten dan *copywriting* untuk media sosial Lumecolors. Praktikan bertanggung jawab membuat *script* video, menulis *caption*, serta membantu proses produksi dan *editing* konten. Selain itu, praktikan juga terlibat dalam pencarian dan pendekatan kepada *Key Opinion Leader* (KOL) untuk keperluan *endorsement* produk. Semua tugas ini memperkaya keterampilan praktikan dalam bidang digital *marketing*, komunikasi visual, serta memperluas pemahaman praktis di industri kecantikan.

Berikut rincian tugas utama dan tugas tambahan yang dilakukan praktikan selama masa kerja profesi:

3.2.1 Tugas Utama

1. Membuat *Script* Video Konten Promosi

Pada tahap ini, praktikan bertanggung jawab menyusun *script* atau naskah sebagai acuan dalam proses pembuatan video promosi untuk media sosial Lumecolors, seperti Instagram Reels atau TikTok. *Script* yang dibuat mencakup ide utama, konsep visual, alur cerita, narasi, serta pesan produk yang ingin disampaikan kepada audiens. Pembuatan *script* dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik target pasar, tren konten terkini, serta citra brand yang ingin dijaga. Proses ini menjadi langkah awal penting untuk memastikan konten yang diproduksi tetap relevan, menarik, dan mendukung tujuan pemasaran digital Lumecolors.

2. Menulis *Caption* dan *Copywriting* Untuk

Dalam kegiatan ini, praktikan bertugas menyusun *caption* dan *copywriting* yang digunakan untuk mendukung konten visual di akun resmi Lumecolors. Tulisan yang dibuat harus komunikatif, relevan dengan isi konten, serta mampu menarik perhatian audiens sekaligus mendorong interaksi. Selain menyesuaikan dengan gaya bahasa *brand*, praktikan juga menyesuaikan tone dengan tujuan konten, seperti promosi produk,

edukasi, atau kampanye tertentu. Pembuatan *copy* dilakukan dengan mempertimbangkan elemen *storytelling*, *call to action* (CTA), serta informasi produk yang jelas dan persuasif.

3. Membantu Proses Produksi dan Editing Konten

Pada bagian ini, praktikan berperan dalam mendukung kegiatan produksi konten visual, mulai dari tahap persiapan hingga proses pengambilan gambar dan video. Praktikan membantu menyiapkan properti, mengatur alur pengambilan gambar sesuai *script*, hingga mendampingi proses syuting. Setelah proses produksi selesai, praktikan juga terlibat dalam editing konten menggunakan aplikasi seperti CapCut atau Meitu, termasuk pemotongan video, penyusunan transisi, penambahan musik, dan teks untuk menghasilkan konten yang menarik, sesuai dengan standar visual dan estetika brand Lumecolors.

4. Pencarian dan Komunikasi Dengan KOL

Dalam tugas ini, praktikan membantu proses pencarian dan pendekatan terhadap *Key Opinion Leader* (KOL) atau *influencer* yang sesuai dengan karakter dan target market Lumecolors. Praktikan menyusun daftar KOL potensial berdasarkan engagement, niche, dan relevansi dengan produk. Setelah itu, praktikan juga bertanggung jawab dalam menghubungi KOL melalui *direct message* (DM) Instagram atau email, serta menyusun template pesan dan penawaran kerja sama. Kegiatan ini bertujuan untuk mendukung kampanye promosi melalui strategi *endorsement* yang efektif dan tepat sasaran.

3.2.2 Tugas Tambahan

1. Mengikuti *Brainstorming* Ide Campaign

Pada kegiatan ini, praktikan turut berpartisipasi dalam sesi *brainstorming* bersama tim *Creative* dan *Marketing* untuk merancang konsep kampanye promosi produk. Praktikan memberikan ide-ide kreatif terkait tema *campaign*, jenis konten, gaya visual, serta strategi penyampaian pesan yang sesuai dengan karakter *brand* dan tren pasar. Proses *brainstorming*

ini bertujuan untuk menghasilkan konsep yang segar, menarik, dan relevan dengan audiens Lumecolors, sekaligus memperkuat *positioning brand* di media sosial.

2. Membantu Monitoring Performa Konten

Dalam kegiatan ini, praktikan membantu tim dalam memantau dan mencatat performa konten yang telah dipublikasikan di media sosial Lumecolors, khususnya Instagram dan TikTok. Monitoring dilakukan dengan melihat metrik seperti jumlah *views*, *likes*, *comments*, *shares*, *reach*, dan *engagement rate*. Data tersebut kemudian digunakan sebagai bahan evaluasi untuk mengetahui efektivitas konten, preferensi audiens, serta menentukan strategi konten selanjutnya. Praktikan juga mencatat hasil monitoring dalam format Google Sheet agar dapat dianalisis oleh tim terkait.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Praktikan menjalani kerja profesi di Lumecolors selama empat bulan, dari 15 Januari hingga 15 Mei 2025. Selama magang, praktikan ditempatkan di divisi kreatif dan sosial media dengan tanggung jawab utama membuat *script* konten, menjalin kerja sama dengan *Key Opinion Leader* (KOL), serta membantu proses produksi dan *editing* konten visual.

Dalam pelaksanaannya, praktikan menghadapi sejumlah kendala, baik teknis maupun non-teknis, yang memengaruhi kelancaran pekerjaan. Berikut adalah kendala-kendala utama yang dihadapi:

1. Kesulitan dalam Membuat *Caption Benefit*

Salah satu kendala yang dihadapi praktikan adalah kesulitan dalam menyusun *caption benefit*—yaitu kalimat promosi yang menjelaskan keunggulan produk dengan gaya yang menarik, persuasif, namun tetap sesuai karakter *brand*. *Caption* seperti ini menjadi elemen penting dalam konten promosi karena harus mampu menarik perhatian audiens dalam waktu singkat. Praktikan sering mengalami kebingungan dalam

menyederhanakan informasi produk ke dalam gaya bahasa ringan yang bisa diterima oleh target pasar Lumecolors.

Faktor penyebab kendala ini adalah kurangnya pemahaman awal terhadap gaya komunikasi *brand*. Di awal masa kerja, praktikan belum sepenuhnya memahami *tone of voice* dari Lumecolors yang feminin, *soft selling*, dan sangat personal. Selain itu, minimnya referensi atau dokumentasi gaya *caption* yang bisa dijadikan acuan juga membuat proses belajar menjadi lebih menantang. Praktikan membutuhkan waktu dan latihan untuk menyelaraskan gaya tulisannya dengan identitas *brand* yang sudah terbentuk.

2. Kesulitan Saat Pencarian KOL

Praktikan juga mengalami kendala dalam proses pencarian dan pemilihan KOL yang sesuai dengan kebutuhan *campaign*. Tidak semua KOL yang tersedia memiliki karakter, gaya komunikasi, atau tingkat *engagement* yang cocok dengan citra dan target *market* dari Lumecolors. Praktikan harus memastikan bahwa KOL yang dipilih mampu merepresentasikan produk secara positif dan alami.

Faktor penyebab dari kendala ini antara lain adalah terbatasnya data dan database KOL yang terorganisir. Praktikan tidak selalu memiliki akses ke informasi lengkap mengenai riwayat kerja sama KOL, insight performa konten, maupun feedback dari audiens mereka. Selain itu, waktu yang terbatas untuk melakukan riset mendalam membuat proses seleksi menjadi kurang optimal. Komunikasi awal yang tidak efektif dengan KOL juga turut memperumit proses kolaborasi.

3. Keterbatasan Waktu Produksi Konten

Produksi konten merupakan salah satu kegiatan yang memiliki banyak tahapan, mulai dari *scripting*, persiapan alat, pengambilan gambar, hingga *editing*. Praktikan mengalami kendala dalam hal keterbatasan waktu produksi, terutama ketika harus menyelesaikan konten dalam satu atau dua hari kerja. *Deadline* yang ketat sering membuat proses

produksi menjadi terburu-buru, yang berpotensi menurunkan kualitas hasil akhir.

Kendala ini disebabkan oleh dinamika kerja yang cepat di industri *digital marketing*. Jadwal kampanye promosi yang padat dan sering berubah membuat waktu produksi menjadi sangat terbatas. Selain itu, jumlah tim yang menangani konten tidak terlalu banyak, sehingga pembagian tugas kadang kurang proporsional. Praktikan pun harus bisa membagi waktu secara efisien agar seluruh tahapan produksi dapat selesai tepat waktu.

4. Keterbatasan Alat Produksi dan *Editing*

Praktikan juga menghadapi kendala teknis dalam bentuk keterbatasan alat produksi seperti kamera, *lighting*, dan alat bantu visual lainnya. Dalam beberapa kasus, alat produksi harus digunakan bergantian dengan tim lain sehingga proses pengambilan gambar tertunda. Selain itu, *software editing* yang tersedia memiliki fitur terbatas, yang menyulitkan untuk mewujudkan konsep visual tertentu.

Faktor penyebab kendala ini adalah keterbatasan fasilitas produksi yang dimiliki oleh perusahaan. Meskipun Lumecolors telah memiliki peralatan dasar, namun jumlahnya masih terbatas dibandingkan dengan kebutuhan tim kreatif yang cukup aktif. Di sisi *editing*, penggunaan *software* gratis atau versi dasar membatasi eksplorasi visual, sehingga praktikan harus lebih kreatif untuk tetap menghasilkan konten yang menarik dengan alat seadanya.

5. Tantangan Menyesuaikan Diri dengan Gaya *Brand*

Kendala lain yang cukup signifikan adalah proses adaptasi dengan gaya *brand* Lumecolors. Setiap konten yang dipublikasikan harus konsisten dengan karakter *brand* yang sudah ditetapkan, baik dalam hal *tone* bahasa, warna visual, maupun jenis narasi yang digunakan. Praktikan sempat mengalami kesulitan dalam menciptakan naskah atau *caption* yang benar-benar sesuai dengan gaya tersebut.

Faktor penyebabnya terletak pada kurangnya panduan gaya atau *brand guideline* yang bisa dijadikan referensi awal. Praktikan perlu melalui proses eksplorasi mandiri dan beberapa kali revisi untuk benar-benar

memahami seperti apa gaya komunikasi yang disukai oleh tim *marketing*. Selain itu, karena setiap *brand* memiliki karakter unik, maka proses adaptasi ini menuntut waktu, konsistensi, dan bimbingan dari *supervisor* agar praktikan dapat berkontribusi secara optimal.

Secara keseluruhan, meskipun menghadapi beberapa kendala, praktikan tetap berusaha menyelesaikan setiap tugas dengan baik dan menjadikan setiap hambatan sebagai peluang untuk belajar. Koordinasi yang baik dengan *supervisor* serta keterbukaan dalam menerima masukan menjadi kunci dalam mengatasi sebagian besar masalah yang muncul selama masa kerja profesi.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Selama menjalani kerja profesi di Lumecolors, praktikan menghadapi beberapa kendala yang cukup menantang, namun semua hambatan tersebut berhasil diatasi dengan berbagai strategi dan langkah konkret. Solusi-solusi yang diterapkan selama magang ini menjadi pengalaman berharga yang membantu praktikan untuk menyelesaikan pekerjaan secara optimal dan meningkatkan kemampuan profesional.

1. Mengatasi Kesulitan Membuat *Caption Benefit*

Salah satu kendala utama yang dialami adalah kesulitan dalam menyusun *caption* yang dapat menjelaskan manfaat produk secara menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Untuk mengatasinya, praktikan memanfaatkan bantuan teknologi *Artificial Intelligence (AI)*. AI digunakan sebagai alat bantu untuk membuat draf awal *caption* yang kemudian disunting dan disesuaikan dengan gaya bahasa Lumecolors. Penggunaan AI membantu mempercepat proses penulisan dan memberikan inspirasi kata-kata yang lebih variative. Selain itu, praktikan juga sering melihat contoh-contoh *caption* dari media sosial resmi Lumecolors dan *brand* kecantikan lain sebagai referensi. Dengan memperhatikan cara mereka mengemas informasi manfaat produk dalam kalimat yang singkat dan menarik, praktikan mampu mengembangkan kemampuan menulis *caption* yang lebih

efektif dan sesuai dengan target pasar. Melalui pendekatan ini, kesulitan dalam membuat *caption benefit* dapat diminimalisir.

2. Mengatasi Kesulitan dalam Pencarian KOL

Dalam proses mencari *Key Opinion Leader* (KOL) yang cocok untuk berkolaborasi, praktikan menghadapi tantangan terutama dalam memilih *influencer* yang tepat dan sesuai dengan *brand*. Untuk mengatasi hal ini, praktikan menggunakan data KOL yang pernah bekerja sama dengan Lumecolors sebelumnya sebagai acuan. Dengan mempelajari pengalaman kerja sama sebelumnya, praktikan dapat memahami karakter dan performa KOL yang sesuai dengan target audiens.

Cara ini membantu praktikan dalam mempersempit pilihan KOL dan menghindari kesalahan dalam pemilihan *influencer* yang tidak efektif. Selain itu, praktikan juga berkomunikasi secara intensif dengan tim *marketing* untuk mendapatkan rekomendasi dan evaluasi dari hasil kerja sama sebelumnya, sehingga proses pencarian KOL menjadi lebih terarah dan efisien.

3. Mengatasi Keterbatasan Waktu Produksi Konten

Waktu produksi yang terbatas menjadi kendala yang cukup besar, apalagi konten yang harus dibuat cukup banyak dan variatif. Untuk mengatasi hal ini, praktikan menerapkan sistem pengambilan gambar secara bersama-sama di satu lokasi. Dalam satu sesi *shoot*, praktikan mengatur jadwal agar dua hingga tiga orang bisa melakukan pengambilan gambar sekaligus, sehingga waktu produksi menjadi lebih efektif.

Selain itu, praktikan juga membuat *timeline shoot* yang detail dan terjadwal dengan baik. *Timeline* ini mencakup pembagian waktu untuk persiapan, pengambilan gambar, hingga *editing*, sehingga setiap proses dapat berjalan tanpa tumpang tindih dan lebih terorganisir. Dengan sistem ini, meskipun waktu terbatas, praktikan dapat memenuhi target produksi konten dengan baik.

4. Mengatasi Keterbatasan Alat Produksi dan Editing

Keterbatasan alat produksi dan *editing* sering menjadi hambatan dalam menghasilkan konten yang berkualitas dan tepat waktu. Untuk mengatasinya, praktikan berusaha memanfaatkan alat yang ada secara maksimal dengan membuat jadwal penggunaan alat sesuai dengan *timeline* produksi konten. Dengan cara ini, penggunaan alat dapat bergantian secara efektif tanpa menimbulkan penundaan.

Praktikan juga menyesuaikan konsep konten agar tidak terlalu rumit dan tetap menarik meskipun diproduksi dengan alat yang sederhana. Dengan kreativitas dan perencanaan yang baik, keterbatasan alat tidak mengurangi kualitas hasil konten yang dihasilkan.

5. Mengatasi Tantangan Menyesuaikan Diri dengan Gaya Brand

Menyesuaikan diri dengan gaya *brand* Lumecolors menjadi tantangan tersendiri bagi praktikan karena setiap *brand* memiliki ciri khas komunikasi yang unik. Untuk mempercepat proses adaptasi, praktikan mengikuti *workshop* yang diadakan oleh perusahaan. *Workshop* tersebut memberikan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai *brand*, gaya komunikasi, dan visual yang harus diikuti.

Selain itu, praktikan juga menonton ulang berbagai video dan konten lama yang sudah diunggah di media sosial Lumecolors. Dengan mempelajari konten tersebut, praktikan dapat memahami tone of voice dan gaya penyampaian yang konsisten. Kombinasi antara pelatihan formal dan observasi langsung ini membantu praktikan menyesuaikan diri dengan lebih cepat dan menghasilkan konten yang sesuai dengan karakter *brand*.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Melalui pengalaman kerja profesi di Lumecolors, praktikan mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan berbagai keterampilan penting yang berkaitan erat dengan ilmu manajemen, terutama dalam tiga bidang utama, yaitu Sumber Daya Manusia, Pemasaran, dan Keuangan. Pengalaman langsung ini memungkinkan praktikan untuk menerapkan teori yang telah

dipelajari di perkuliahan ke dalam situasi kerja nyata, sekaligus mengasah kemampuan profesional secara menyeluruh.

3.5.1 Pembelajaran dari Sisi Pemasaran

Dalam bidang pemasaran, praktikan belajar bagaimana merancang dan mengelola konten yang mampu menarik perhatian target audiens. Proses scripting dan pembuatan *caption* yang fokus pada *benefit produk* menuntut pemahaman mendalam tentang kebutuhan konsumen serta strategi komunikasi yang efektif. Praktikan belajar bahwa pemasaran tidak hanya soal menjual produk, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan pelanggan melalui pesan yang tepat dan konsisten. Selain itu, praktikan juga mempelajari pentingnya kerja sama dengan KOL (*Key Opinion Leader*) sebagai salah satu strategi pemasaran digital yang efektif. Memilih KOL yang sesuai dengan *brand* dan audiens menjadi hal krusial agar kampanye berjalan sukses. Pengalaman ini mengajarkan praktikan pentingnya segmentasi pasar dan *positioning* yang tepat untuk mendukung *brand awareness* dan *engagement*. Praktikan juga memahami bahwa pemasaran adalah proses yang dinamis dan memerlukan adaptasi cepat terhadap tren dan *feedback* pasar. Misalnya, dalam merespon tren konten media sosial yang terus berubah, praktikan belajar untuk selalu kreatif dan update agar konten yang dibuat tetap relevan dan menarik.

3.5.2 Pembelajaran dari Sisi Manajemen Sumber Daya

praktikan memperoleh pembelajaran berharga dalam mengelola waktu dan tenaga kerja secara efektif. Melakukan produksi konten yang melibatkan beberapa orang dan pembagian tugas yang terorganisir membutuhkan kemampuan koordinasi yang baik. Praktikan belajar bahwa manajemen sumber daya tidak hanya soal mengatur orang dan alat, tetapi juga memaksimalkan potensi setiap anggota tim untuk mencapai tujuan bersama.

Selain itu, praktikan menyadari pentingnya disiplin dan komunikasi dalam menjalankan tugas sehari-hari. Ketepatan waktu dalam memenuhi *deadline* produksi konten dan konsistensi dalam kualitas kerja menjadi tolak ukur keberhasilan manajemen sumber daya. Praktikan juga belajar bagaimana menyesuaikan diri dengan budaya kerja dan gaya komunikasi yang ada di perusahaan, sehingga kerja tim dapat berjalan lebih harmonis dan produktif.

Pengalaman mengelola keterbatasan alat dan waktu produksi mengajarkan praktikan untuk lebih fleksibel dan kreatif dalam mencari solusi agar target tetap tercapai. Hal ini merupakan keterampilan penting dalam manajemen sumber daya yang dapat diaplikasikan di berbagai konteks pekerjaan.

3.5.3 Pembelajaran dari Sisi Keuangan

Praktikan memahami bahwa pengelolaan anggaran pemasaran sangat penting untuk memastikan efisiensi dan efektivitas program promosi. Selama magang, praktikan melihat langsung bagaimana pengeluaran untuk produksi konten dan kolaborasi dengan KOL harus disesuaikan dengan budget yang ada agar tidak terjadi pemborosan.

Praktikan juga belajar bahwa pengendalian biaya produksi dan pengaturan jadwal yang tepat bisa membantu mengurangi biaya operasional. Misalnya, dengan melakukan shooting konten secara *batch* di satu lokasi, waktu dan biaya yang dikeluarkan bisa lebih efisien dibandingkan melakukan pengambilan gambar terpisah-pisah.

Selain itu, praktikan memperoleh gambaran tentang pentingnya pelaporan keuangan yang transparan dan terstruktur untuk memantau pengeluaran serta hasil yang didapat dari aktivitas pemasaran. Hal ini membantu perusahaan dalam mengambil keputusan yang lebih tepat terkait alokasi dana dan strategi pemasaran ke depan.