



# 11.16%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 7 JUL 2025, 3:33 PM

## Similarity report

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

● IDENTICAL  
0.34%

● CHANGED TEXT  
10.81%

## Report #27366677

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Kemajuan teknologi dan arus globalisasi yang kian cepat mendorong dunia industri untuk menuntut lulusan perguruan tinggi memiliki memperdalam pemahaman tentang dunia usaha, khususnya dalam hal strategi pemasaran berbasis media sosial yang kini menjadi kanal promosi yang sangat luas dan efisien. Melalui keterlibatannya di perusahaan ini, praktikan berkesempatan untuk menerapkan pengetahuan manajemen yang telah keterampilan yang siap pakai. Menanggapi hal ini, Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) merancang kurikulum yang mengintegrasikan program kerja profesi sebagai salah satu komponen pembelajaran. Program ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman kerja nyata agar mampu mengimplementasikan teori yang diperoleh selama masa studi ke dalam praktik profesional. Kerja profesi ini merupakan mata kuliah wajib dengan beban 3 SKS, yang mengharuskan mahasiswa menyelesaikan minimal 400 jam kerja atau sekitar tiga bulan, dengan durasi kerja maksimal delapan jam per hari. Melalui pelaksanaan kerja profesi, mahasiswa dalam hal ini disebut praktikan diharapkan tidak hanya memperoleh wawasan praktis, tetapi juga mampu merasakan langsung dinamika dan tantangan yang ada di dunia kerja. Program ini diharapkan dapat memperkuat pemahaman praktikan terhadap realitas bisnis serta kebutuhan industri, sehingga ketika lulus, mereka telah memiliki kesiapan yang lebih matang untuk memasuki dunia profesional. Di samping itu,

REPORT #27366677

kerja profesi juga menjadi sarana strategis bagi praktikan untuk memperluas jejaring serta mengembangkan kompetensi, baik dalam aspek teknis maupun soft skills, seperti kemampuan berkomunikasi, bekerja dalam tim, dan mengelola 2 diperoleh selama masa perkuliahan. Tim Marketing Creative 3 dipilih karena bidang kerjanya selaras dengan disiplin ilmu yang tengah digeluti praktikan. Perkembangan digital telah mendorong perubahan besar dalam praktik pemasaran, ditandai dengan adopsi teknologi inovatif seperti media sosial dan aplikasi seluler. Inovasi tersebut memungkinkan terjadinya komunikasi yang lebih tepat sasaran, interaksi secara langsung, serta penerapan strategi pemasaran yang semakin personal. Meski demikian, Beberapa kegiatan yang dijalani meliputi perencanaan dan pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, hingga keterlibatan dalam penyelenggaraan event promosi. Praktikan juga terlibat dalam menyusun strategi peningkatan tayangan ( views ), merancang konten harian, menulis naskah promosi, menjadi talent dalam video promosi, serta mengelola akun TikTok resmi Sedjuk Bakmi & Kopi . Melalui keterlibatan tersebut, isu seperti perlindungan data pribadi dan keterbatasan infrastruktur teknologi masih menjadi tantangan yang perlu dihadapi (Kniazieva et al., 2023). Lebih lanjut, strategi pemasaran digital mencakup berbagai kanal modern seperti media sosial, permainan daring ( online gaming ), hingga layanan livestreaming , yang kini kerap digunakan dalam promosi produk, termasuk

REPORT #27366677

produk makanan dan minuman. Media sosial telah berkembang menjadi sarana iklan yang sangat efektif dalam memperluas eksistensi merek dan memengaruhi pola konsumsi, terutama di kalangan generasi muda (Aleid et al., 2024). Dalam pelaksanaan kerja profesinya, praktikan ditempatkan di PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera sebuah perusahaan Food & Beverage yang dikenal sebagai pelopor bakmi ayam oven di Indonesia dan telah memiliki 14 gerai yang tersebar di Pulau Jawa. Praktikan bergabung dengan tim Marketing Creative di bawah naungan Sedjuk Media Network yang bertanggung jawab atas pengelolaan brand Sedjuk Bakmi & Kopi. Perusahaan ini mengandalkan kanal media sosial sebagai ujung tombak strategi promosi, yang juga sejalan dengan fokus studi praktikan dalam bidang Manajemen Pemasaran. 4 praktikan dapat mengaplikasikan teori pemasaran digital secara langsung, 5 termasuk dalam hal analisis performa konten, pengoptimalan tampilan visual, serta penyusunan narasi promosi yang menarik. Dalam ranah pemasaran melalui media sosial, platform seperti Instagram, TikTok, dan X dimanfaatkan sebagai alat komunikasi dengan pelanggan, media kampanye promosi, serta sarana interaksi dengan audiens, terutama dengan dukungan penggunaan tagar (hashtag) dan tren yang sedang populer (Zeqiri et al., 2024). Strategi ini juga diterapkan oleh 1.2 Maksud dan tujuan Kerja Profesi Pelaksanaan kerja profesi oleh praktikan sejalan dengan kebijakan dan tujuan yang ditetapkan oleh universitas dalam

merancang program ini. Program ini dirancang tidak hanya sebagai bagian dari kurikulum, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran kontekstual yang menghubungkan teori Sedjuk Bakmi & Kopi melalui kampanye digital menggunakan tagar seperti #SedjukBakmidanKopi, #KopiSedjuk, dan #ThirdwaveBakmi yang berfungsi untuk memperkuat identitas merek serta menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui pelaksanaan kerja profesi, praktikan memperoleh wawasan langsung mengenai penerapan strategi pemasaran digital di dunia industri, khususnya pada sektor Food and Beverage (F&B). Selain memahami dinamika pemasaran secara praktis, praktikan juga mendapatkan gambaran mengenai bagaimana sebuah bisnis F&B dapat tumbuh dan mempertahankan eksistensinya melalui pemanfaatan strategi digital yang fleksibel dan responsif terhadap perubahan tren. Selama proses ini, praktikan turut mengasah kemampuan dalam mengoperasikan berbagai perangkat lunak pendukung untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan selaras dengan tujuan branding perusahaan. Seluruh pengalaman dan aktivitas tersebut akan didokumentasikan secara sistematis dalam laporan kerja profesi yang berjudul: “Aktivitas Kerja Profesi sebagai Content Creator dan Digital Marketing di PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera. 6 dengan praktik. Secara umum, maksud dan tujuan dari kegiatan kerja profesi ini dapat diuraikan sebagai berikut: 1.2.1 Maksud Kerja Profesi Pelaksanaan Kerja Profesi yang dilakukan oleh praktikan memiliki maksud sebagai berikut: Tulodong Delapanbelas Sejahtera, khususnya dalam pemanfaatan Instagram dan TikTok untuk promosi produk. b. Mendapatkan pengalaman dalam pengelolaan konten media sosial, termasuk penyusunan konten yang selaras dengan branding Perusahaan. a. Praktikan melaksanakan kewajiban utama sebagai mahasiswa untuk salah satu persyaratan akademik kelulusan mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya. b. Memahami strategi Content Creator dan Digital Marketing di PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera, termasuk proses pembuatan, pengelolaan, dan optimasi konten di platform Instagram dan TikTok untuk meningkatkan engagement serta brand awareness . c. Meningkatkan keterampilan dalam produksi dan pengeditan konten, termasuk penggunaan

CapCut untuk video serta pembuatan caption yang menarik dan efektif. d. Memahami strategi pemasaran digital yang diterapkan oleh PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera, termasuk analisis performa konten dan upaya meningkatkan engagement. e. Praktikan dapat melakukan implementasi yang berasal dari pemahaman secara teoritis ke dalam bentuk praktek langsung dengan menerapkan ilmu-ilmu manajemen dalam lingkup pemasaran. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi 7 c. Mengembangkan keterampilan dalam produksi konten kreatif, seperti pengambilan gambar dan pengeditan video untuk meningkatkan kualitas visual. d. Mempelajari teknik analisis performa konten guna mengevaluasi efektivitas ide serta strategi pemasaran digital yang diterapkan. 1. Manfaat Kerja Profesi mahasiswa sebagai berikut: a. Pelaksanaan Kerja Profesi memberikan banyak manfaat bagi praktikan, khususnya dalam hal pengembangan diri (self-development) yang diperoleh melalui berbagai tahapan kegiatan di divisi tempat mereka ditempatkan. Praktikan dihadapkan pada beragam persoalan dan tantangan dalam Selama pelaksanaan Kerja Profesi, praktikan memperoleh berbagai manfaat yang bersifat luas dan mendalam. Melalui kegiatan ini, pengetahuan dan wawasan yang diperoleh selama masa perkuliahan dapat diterapkan secara langsung di dunia industri, dengan menyesuaikan pada sistem kerja perusahaan serta dinamika perkembangan industri di Indonesia. Selain mendapatkan pengalaman dalam aspek teoritis dan praktis, praktikan juga mengalami pengembangan diri (self-development), antara lain melalui peningkatan kemampuan komunikasi bisnis, kerja sama tim, manajemen waktu, berpikir kritis, dan pemecahan masalah dalam setiap proses kerja yang dijalankan di divisi tempat saya ditempatkan. Manfaat dari pelaksanaan Kerja Profesi ini tidak hanya dirasakan oleh praktikan sebagai mahasiswa, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi perusahaan tempat pelaksanaan (PT. Tulodong Delapanbelas Sejahtera), serta pihak universitas (Universitas Pembangunan Jaya). Berikut adalah beberapa manfaat yang dirasakan oleh ketiga pihak tersebut: 8 setiap proses kerja, yang secara tidak langsung menuntut kemampuan berpikir kritis, keterampilan dalam memecahkan masalah, serta

kemampuan berinovasi dan memberikan kontribusi pengembangan yang selaras dengan sistem kerja tim demi tercapainya target-target yang telah ditetapkan. Selain itu, praktikan juga terlatih untuk memiliki manajemen waktu yang efektif dan efisien guna kerja yang sesungguhnya pengalaman yang belum sepenuhnya dapat diperoleh selama masa perkuliahan. c. Praktikan memperoleh pemahaman yang lebih nyata mengenai dunia kerja yang akan dihadapi setelah menyelesaikan pendidikan di bangku perkuliahan. mengatur setiap tahapan proses kerja agar tidak terjadi benturan waktu antar kegiatan. Pengelolaan waktu yang optimal ini berkontribusi terhadap kelancaran alur kerja, baik secara individu maupun dalam tim, sehingga mendukung kelangsungan proses kerja hingga tahap akhir. Praktikan juga dituntut untuk mampu menyeimbangkan peran ganda mereka, yakni sebagai peserta magang di perusahaan dan sebagai mahasiswa yang tetap menjalankan kewajiban akademiknya. Oleh karena itu, manajemen waktu menjadi kunci utama agar kedua tanggung jawab tersebut dapat dijalankan secara selaras dalam satu periode waktu yang bersamaan. b. Praktikan memperoleh kesempatan untuk memperluas wawasan yang sebelumnya telah dibekali oleh pihak universitas melalui pembelajaran teori, seperti dalam bidang manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, dan manajemen keuangan. Melalui pelaksanaan Kerja Profesi, praktikan tidak hanya mengenal lebih dekat 9 Melalui kegiatan Kerja Profesi, praktikan dapat mengamati langsung bagaimana proses kerja berlangsung di lingkungan industri, 1 termasuk pola kerja antar divisi yang meskipun memiliki fungsi berbeda, tetap saling terhubung dan bekerja secara terpadu. Selain itu, pengalaman yang diperoleh selama Kerja Profesi juga memberikan wawasan baru terkait minat dan arah jenjang karier yang ingin ditempuh di masa depan. Praktikan dapat mengenali bidang kerja yang sesuai dengan ketertarikan dan kemampuannya, sehingga membantu mendukung dalam menciptakan lulusan yang kompeten dan siap kerja. Selain itu, kerja sama ini dapat dimanfaatkan untuk menghadirkan praktisi industri sebagai dosen tamu atau pembicara dalam kegiatan pembekalan mahasiswa c. Pengembangan Kurikulum dan

Sistem Pembelajaran. dalam menentukan langkah karier secara lebih terarah.

2. Manfaat Bagi Universitas Pembangunan Jaya Pelaksanaan kerja profesi memberikan berbagai manfaat strategis bagi Universitas Pembangunan Jaya (UPJ), antara lain: a. Peningkatan Kualitas dan Kesiapan Kerja Mahasiswa. **4** Melalui kegiatan kerja profesi, universitas dapat meningkatkan kualitas lulusan dengan memperkuat kesiapan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja. Proses ini memungkinkan universitas mengevaluasi sejauh mana mahasiswa mampu menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata. Hasil dari kerja profesi menjadi indikator penting dalam mengembangkan strategi pembelajaran yang lebih aplikatif dan relevan dengan kebutuhan industri b. Perluasan Jaringan dan Kolaborasi dengan Industri Kegiatan kerja profesi juga membuka peluang bagi 11 Pengalaman dan temuan selama pelaksanaan kerja profesi dapat menjadi dasar evaluasi dalam mengembangkan 1 2 metode pengajaran, materi kuliah, serta sistem penilaian yang lebih sesuai dengan perkembangan industri terkini. Langkah ini mendukung pencapaian visi universitas dalam mencetak lulusan yang unggul dan berdaya saing tinggi, sesuai dengan nilai-nilai Jaya yang menjadi fondasi utama Universitas Pembangunan Jaya. Praktikan membawa perspektif segar yang lahir dari pembelajaran akademik yang mutakhir, sehingga dapat memberikan inovasi atau pendekatan baru terhadap pekerjaan yang dijalankan. Hal ini berpotensi memberikan nilai tambah bagi perusahaan, terutama dalam menjawab tantangan yang terus berkembang di dunia bisnis. 3. Manfaat Bagi PT.

Tulodong Delapanbelas Sejahtera Manfaat dari pelaksanaan Kerja Profesi bagi perusahaan yaitu, PT. Tulodong Delapanbelas Sejahtera sebagai berikut: a. Membangun Relasi Strategis dengan Institusi Pendidikan. Melalui program kerja profesi, perusahaan memiliki kesempatan untuk membangun kemitraan yang positif dengan institusi pendidikan, khususnya universitas yang mewajibkan kegiatan magang atau kerja profesi. Relasi ini dapat menjadi landasan bagi pengembangan program kolaboratif yang mengintegrasikan kebutuhan industri dengan sistem pendidikan. Perusahaan juga berpeluang terlibat dalam pengembangan kurikulum atau sistem pembelajaran melalui

kontribusi produk, layanan, maupun pendekatan praktis yang dapat meningkatkan kualitas lulusan, terutama dalam hal kesiapan memasuki dunia kerja. 13 c. Akses terhadap Calon Tenaga Kerja Berkualitas. 14

Program kerja profesi juga membuka akses bagi perusahaan terhadap calon tenaga kerja yang telah mendapatkan pembekalan dari dunia akademik dan pengalaman langsung di lingkungan kerja perusahaan. Melalui observasi terhadap performa praktikan, perusahaan dapat mengidentifikasi potensi individu yang sesuai dengan kebutuhan dan budaya kerja mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat mengurangi biaya serta waktu dalam proses rekrutmen dan pelatihan tenaga kerja baru.

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

Praktikan melaksanakan kerja profesi di PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera, sebuah perusahaan yang bergerak di sektor Food and Beverages . Perusahaan ini dikenal dengan brand Sedjuk Bakmi & Kopi, yang tidak hanya menghadirkan bakmi berkualitas, tetapi juga menawarkan suasana outlet yang nyaman dan menyenangkan bagi para pelanggannya. Head Office PT. Tulodong Delapanbelas Sejahtera berlokasi di Jl. Delima Jaya No. 40, Rempoa, Kec. Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan, Banten 15412, dan saat ini telah berkembang dengan memiliki 14 cabang yang tersebar di Jabodetabek dan luar ota.

#### 15 Gambar 1 1 Head Office Sedjuk Rempoa 1

#### 6 Gambar 1.1

merupakan Head office dari PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera. Didalamnya terdapat divisi yang beroperasi yaitu HRD , Purchasing , Cost Control dan Marketing Creative .

### 1.4 Jadwal

Pelaksanaan Kerja Profesi Tahapan Desember Januari Februari Maret April May Juni Juli Pembekalan Kerja Profesi Proses Pencarian Tempat Kerja Profesi Proses Administratif kepada pihak perusahaan Proses Pembuatan Surat Rekomendasi Universitas Pembangunan Jaya Proses Pengajuan Kerja Profesi Kepada Perusahaan Pelaksanaan Kerja Profesi sesuai dengan surat keterangan pengajuan di awal yaitu sejak tanggal 28 Januari 2025. Waktu kerja yang dijalankan praktikan yaitu 5 (lima) hari dalam satu minggu. dengan rincian waktu kerja pada hari Senin hingga Jumat selama 8 jam per hari, Tabel 1 1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Praktikan

REPORT #27366677

melaksanakan Kerja Profesi di Sedjuk Bakmi 17 mulai pukul 09:00 WIB hingga 18:00 WIB dengan 2 hari Work from Office dan 3 hari Work from Home . namun, jika ada acara yang mengharuskan praktikan untuk datang, 1 8 praktikan bisa masuk 6 hari dalam seminggu. Dan total jam kerja dalam sehari yaitu 8 jam dengan total keseluruhan 960 jam. Sesuai dengan peraturan rektor terbaru, Kerja Profesi dapat dilakukan dengan minimal 400 jam atau selama tiga bulan, berlaku bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya yang telah menempuh 100 SKS dan minimal berada di semester 6. Dalam proses pelaksanaan Kerja Profesi ini, dibagi menjadi tiga tahap, keterampilan yang telah dipelajari dalam lingkungan kerja yang nyata. b. Tahap Pelaksanaan Kerja Profesi Pelaksanaan program kerja profesi oleh praktikan berlangsung lima hari dalam seminggu dengan jadwal kerja yang terstruktur. Praktikan bekerja dari Senin hingga Jumat yaitu: a. Tahap Persiapan Kerja Profesi Pada tahap persiapan, mahasiswa mulai dengan mencari informasi tentang lowongan magang di perusahaan yang sesuai. Praktikan kemudian menghubungi istri pemilik Sedjuk Bakmi & Kopi, yang juga merupakan teman praktikan, untuk menanyakan kesempatan magang dan posisi yang tersedia. Setelah berdiskusi, praktikan mendapatkan informasi mengenai posisi yang dapat diisi dalam perusahaan tersebut. praktikan melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing akademik dan pembina kerja profesi untuk meminta Surat Permohonan Kerja Profesi dari Program Studi Manajemen. Surat ini kemudian diserahkan kepada pihak Fakultas Humaniora dan Bisnis untuk mendapatkan persetujuan resmi. Setelah Surat Permohonan Kerja Profesi disetujui, praktikan menyerahkannya kepada PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera bersama berkas-berkas penting seperti CV. Dengan semua tahapan tersebut berhasil dilalui, praktikan akhirnya diterima dan mulai menjalani tugas pada tanggal 28 Januari 2025 sebagai Content Creator dan Digital 19 selama 8 jam per hari, mulai pukul 09.00 hingga 18.00. Sementara itu, pada hari Sabtu, 2 praktikan bekerja sesuai kebutuhan Divisi Tim Marketing Creative .

Program ini dilaksanakan selama enam bulan, terhitung dari 28 Januari

5

hingga 27 Juli 2025, dengan total jam kerja mencapai sekitar 960 jam. Jadwal ini dirancang untuk memberikan praktikan pengalaman yang mendalam dan komprehensif di bidang Content Creator dan Digital Marketing, serta membantu mereka beradaptasi dengan tuntutan dunia kerja di lingkungan professional. c. Tahap Penyusunan Laporan Setelah memenuhi ketentuan minimum pelaksanaan Kerja Profesi selama 400 jam, praktikan mulai menyusun laporan Kerja Profesi sesuai dengan pedoman penulisan yang ditetapkan oleh Universitas Pembangunan Jaya. Penyusunan laporan ini didasarkan pada berbagai data, catatan, serta dokumentasi yang telah dikumpulkan secara sistematis selama masa pelaksanaan kegiatan kerja profesi, guna memberikan gambaran menyeluruh mengenai pengalaman, tanggung jawab, serta kontribusi praktikan di lingkungan kerja. **7 1 3 1 3 BAB II**

**TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2. 1 Sejarah Perusahaan 2.1 1 Profil PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera a. Sejarah PT Tulodong DelapanBelas Sejahtera Gambar 2 1 Logo Tulodong Delapanbelas Sejahtera PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera, yang lebih dikenal dengan Sedjuk Bakmi & Kopi, Didirikan pada tahun 2019 oleh Bapak Muhammad Kautsar (Igor). Awalnya Sedjuk Bakmi & Kopi bermula dari sebuah kedai bakmi kecil bernama Mie Tulodong 18, nama ini diambil dari lokasi kedai yang berada di Jalan Tulodong Nomor 18, Jakarta. Perubahan konsep ini bermula dari pak Igor yang menginginkan peremajaan pada kafinya dengan memperluas konsep warung bakmi dan menambahkan berbagai pilihan minuman kopi. Nama Sedjuk diambil dari nuansa setiap outletnya yang “Menyedjukkan” Hingga saat ini, Sedjuk Bakmi & Kopi telah memiliki beberapa cabang, yang tersebar di kota Jakarta, Tangerang, Depok, Bandung, Bogor, Solo, Malang, dan Salatiga. Setiap cabang menghadirkan suasana yang nyaman dan menyedjukkan. 14**

**Gambar 2 2 Logo Sedjuk Bakmi & Kopi PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera, yang lebih dikenal dengan nama Sedjuk Bakmi & Kopi, merupakan bisnis ketiga yang dibangun oleh Bapak Muhammad Kautsar (Igor) setelah sebelumnya mengalami kegagalan dalam berbisnis. Kegagalan sebelumnya terus dijadikan evaluasi agar setiap keputusan bisnis yang diambil lebih**

bijaksana, strategi yang diterapkan semakin efektif, serta mampu membangun pondasi usaha yang kuat dan berkelanjutan. Saat ini, Sedjuk Bakmi & Kopi memanfaatkan platform digital seperti GrabFood sebagai salah satu saluran penjualan online. Menu yang ditawarkan memiliki rentang harga mulai dari Rp33.000 hingga Rp60.000, menjadikannya terjangkau bagi berbagai kalangan. Selain layanan makanan dan minuman, Sedjuk Bakmi & Kopi juga menyediakan fasilitas untuk penyelenggaraan berbagai acara, seperti ulang tahun, tunangan, pernikahan, dan kegiatan lainnya yang membutuhkan kapasitas tamu (pax) dalam jumlah besar. Sedjuk Bakmi & Kopi telah memperoleh pengakuan luas, tidak hanya berkat cita rasa istimewa dari setiap menu yang disajikan, tetapi juga karena suasana hangat dan nyaman yang dihadirkan di setiap cabangnya. Banyak pelanggan merasa puas dengan kualitas makanan maupun kenyamanan tempatnya, sehingga tidak ragu untuk merekomendasikannya sebagai destinasi kuliner pilihan. Sebagai pelopor Bakmi Ayam oven 13 pertama di Indonesia, Sedjuk Bakmi & Kopi konsisten mempertahankan konsep hidden gem di seluruh cabangnya. Inovasi yang menggabungkan restoran keluarga dengan specialty coffee shop menjadikan Sedjuk sebagai tempat ideal bagi keluarga maupun remaja untuk berkumpul dan menikmati waktu bersama dalam satu tempat yang nyaman. Konsep dan segmentasi pasar yang diusung oleh Sedjuk Bakmi & Kopi tergolong inovatif dan masih jarang dijumpai di Indonesia. Di tengah dominasi restoran kelas atas dengan fasilitas premium serta restoran kelas dan kualitas premium.

2. Menyediakan ruang makan berkonsep hidden gem yang memadukan restoran keluarga dan specialty coffee shop.
3. Mengembangkan ekosistem kuliner yang relevan dengan gaya hidup modern melalui sinergi antara makanan, musik, dan olahraga.

b. Visi PT Tulodong Delapanbelas sejahtera Menjadi pelopor destinasi kuliner yang mengintegrasikan cita rasa, suasana, musik, dan olahraga dalam satu pengalaman autentik dan inklusif bagi semua generasi.

c. Misi PT Tulodong Delapanbelas sejahtera

1. Menghadirkan bakmi fusion otentik dengan pendekatan menengah yang berfokus pada keterjangkauan harga, masih terdapat

kekosongan pasar pada segmen menengah yang mengutamakan kualitas produk dan suasana yang menyenangkan. Sedjuk Bakmi & Kopi hadir sebagai jawaban atas kebutuhan tersebut dengan menghadirkan pengalaman kuliner yang memadukan harga terjangkau, cita rasa berkualitas, serta atmosfer yang nyaman dan estetik. Lebih dari sekadar tempat makan, Sedjuk menawarkan Unique Value Proposition yang membedakannya dari kompetitor, yaitu melalui integrasi antara kuliner, suasana, musik, dan elemen olahraga. Kombinasi ini menciptakan nilai tambah yang memperkuat daya tarik brand dan menjadikan Sedjuk sebagai destinasi yang dinantikan oleh pelanggan, terutama di 164. Menjembatani kesenjangan pasar dengan menghadirkan pengalaman bersantap berkualitas tinggi dalam harga yang terjangkau. 5. Membangun jaringan gerai berkelanjutan tanpa menghilangkan identitas dan kehangatan khas Sedjuk. d. Nilai PT Tulodong Delapanbelas sejahtera 1. Keaslian Rasa Lokal Gambar 2 3 Struktur Organisasi PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera Sumber: PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera Steward Cleanin g Cook Helper IT Video Grapher Serve r Cook Asse t Photograph er Kitchen Leader Kasir/Barista Head Server CD P Cost Control Design Grafis Conte Spv Outlet Chef Area Purchasing Head Design Head Productio n SPV Area Finance General Affair Executive Chef Marketin g Analyst Manage Busines s Strateg ic Content & Maintenance Operational Social Media Manager Manager Floo r Ba r Kitche n H R Accountin g Marketi ng Creativ Operatio nal Huma n Resour Finan ce CEO Muhamm ad Kautsar Vice CEO Mengutamakan cita rasa yang akrab dan otentik bagi lidah Indonesia, melalui inovasi bakmi fusion yang unik dan berkarakter. 2. Kenyamanan Tanpa Kompromi Menghadirkan pengalaman bersantap yang hangat, nyaman, dan berkesan di setiap cabang, dengan konsep hidden gem yang konsisten. 3. Keterjangkauan Berkualitas Menyediakan produk dan layanan premium dengan harga yang tetap ramah di kantong, menjangkau berbagai 17 Struktur organisasi di PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera dirancang secara hirarkis dan fungsional guna mendukung kelancaran operasional bisnis di sektor Food and Beverages melalui brand

Sedjuk Bakmi & Kopi . Struktur ini dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO) yang membawahi Vice CEO , serta didukung oleh beberapa divisi utama, yaitu Finance, Human Resource, Operational , dan Marketing Creative . Pada Pada Gambar 2.2 praktikan ditempatkan dibagian Marketing untuk meningkatkan kompetensi karyawan. c. Finance Divisi ini berperan penting dalam mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan agar tetap sehat dan terkontrol. Tugas utama divisi ini mencakup pencatatan dan pelaporan keuangan, pengaturan arus kas, pembelian bahan baku, serta Creative, struktur organisasi perusahaan tersebut, telah dibagi menjadi kelompok dan setiap kelompok diberi tugas dan fungsi. Sebagai bagian dari struktur organisasi PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera, berikut adalah penjelasan tentang posisi dan tanggung jawab yang dipegang oleh masing-masing bagian: a. Chief Executive Officer (CEO) & Vice Chief Executive Officer Struktur organisasi dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO) Muhammad Kaustar, yang bertanggung jawab atas arah strategis dan pengambilan keputusan utama perusahaan. Di bawahnya, terdapat Vice CEO, Abdurrahman Rasyid, yang membantu menjalankan fungsi koordinasi dan pengawasan terhadap operasional harian seluruh divisi. b. Human Resource Divisi HR berperan dalam mengelola seluruh aspek sumber daya manusia, mulai dari rekrutmen, pelatihan, pengembangan, hingga administrasi kepegawaian. Beberapa unit penting dalam divisi ini adalah: 1) HR: Fokus pada pengelolaan SDM secara umum. 2) General Affair: Menangani administrasi dan urusan umum perusahaan. 18 pengelolaan aset dan sistem informasi. Unit-unit dalam divisi Finance meliputi: 19 1) Accounting: Mencatat dan menyusun laporan keuangan secara periodik. 2) Finance: Mengelola keuangan harian, termasuk transaksi masuk dan keluar. 3) Purchasing: Mengatur proses pembelian bahan dan kebutuhan operasional. 4) Cost Control: Mengawasi efisiensi biaya operasional. brand awareness dan menarik minat konsumen. Divisi ini fokus pada pembuatan konten menarik, kampanye promosi, serta kolaborasi dengan berbagai pihak agar produk Sedjuk Bakmi dan Kopi dikenal luas dan diminati oleh target pasar.

Sub-divisi di dalamnya antara lain: 1) Operational Manager : Mengelola aktivitas harian tim marketing. 2) Content & Social Media Manager: Bertanggung jawab 5) Asset: Mengelola inventaris dan aset perusahaan. 6) IT: Menyediakan dukungan teknologi dan sistem informasi. d. Operasional Sebagai jantung dari bisnis F&B , divisi ini mengatur seluruh aktivitas operasional yang berlangsung di outlet dan dapur. Divisi ini terbagi menjadi beberapa bagian 1) Kitchen: Terdiri dari Executive Chef , Chef Area, CDP (Chef de Partie), Kitchen Leader, Cook, Cook Helper, dan Steward. Masing-masing bertanggung jawab atas proses produksi makanan dari persiapan hingga penyajian. 2) Bar: Dikelola oleh Kasir/Barista yang melayani minuman serta transaksi pelanggan. 3) Floor : Mengatur pelayanan pelanggan di area outlet. Dikelola oleh SPV Area dan SPV Outlet, serta didukung oleh Head Server, Server, dan tim Cleaning. 4) Maintenance: Bertanggung jawab atas pemeliharaan fasilitas agar operasional berjalan lancar. e. Marketing Creative Divisi Marketing Creative bertanggung jawab merancang dan 20 atas perencanaan dan pengelolaan konten media sosial. 21 3) Head Design dan Design Grafis: Menangani visual branding dan materi promosi digital. 4) Business Strategic Manager : Mengembangkan strategi pertumbuhan dan posisi bisnis di pasar. 5) Marketing Analyst Manager : Menganalisis data pasar dan efektivitas kampanye. 6) Head Production : Mengelola tim produksi konten visual yang penyajian, tetapi juga mengikuti tren kuliner dan preferensi konsumen masa kini. b. Fungsi pemasaran Sedjuk Bakmi & Kopi berfokus pada promosi dan distribusi produk melalui berbagai platform digital, termasuk media sosial, layanan pemesanan online, dan kerja sama dengan aplikasi 2.2.1 Tugas dan Fungsi Industri PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera atau lebih dikenal sebagai Sedjuk Bakmi & Kopi, memiliki berbagai fungsi penting dalam industri F&B , terutama dalam penjualan. Selain berfokus pada penyajian makanan dan minuman berkualitas, Sedjuk Bakmi & Kopi juga berperan dalam membangun pengalaman pelanggan yang berkesan, memperkuat brand positioning, serta mendorong pertumbuhan bisnis

melalui strategi pemasaran dan inovasi produk yang berkelanjutan. Adapun tugas dan fungsi dari perusahaan ini meliputi: a. Sedjuk Bakmi & Kopi berperan dalam menghasilkan produk makanan dan minuman berkualitas tinggi yang disesuaikan dengan kebutuhan dan selera pasar. Fungsi ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap terdiri dari:  Content Creator : Membuat konten kreatif untuk sosial media dan promosi.  Photographer dan Videographer : Bertanggung jawab 22 delivery . Fungsi ini sangat penting untuk memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan brand awareness di kalangan konsumen. c. Sedjuk Bakmi & Kopi juga berfungsi sebagai perantara langsung antara produk dan konsumen melalui sistem penjualan online maupun offline. Dengan memanfaatkan media sosial, Online Delivery Food dan outlet fisik, Sedjuk Bakmi & Kopi memudahkan konsumen dalam menikmati produk secara cepat, nyaman, dan efisien. d. Sedjuk Bakmi & Kopi berperan dalam membangun dan mengembangkan identitas brand yang kuat dan konsisten. Fungsi ini meliputi penguatan citra perusahaan sebagai penyedia makanan dan kopi berkualitas dengan suasana nyaman, melalui aktivitas pemasaran terarah, konsep visual yang menarik, serta engagement aktif dengan konsumen di berbagai platform digital. e. Untuk tetap kompetitif di industri F&B , Sedjuk Bakmi & Kopi terus melakukan inovasi baik dalam pengembangan menu maupun strategi pemasaran. Fungsi ini mencakup penciptaan varian produk baru, peningkatan kualitas pelayanan, serta penyesuaian dengan perubahan tren pasar dan kebutuhan konsumen agar perusahaan tetap relevan dan diminati. f. Perusahaan memiliki fungsi untuk memberikan pelayanan pelanggan yang optimal, termasuk menangani pertanyaan, keluhan, serta memberikan solusi dengan cepat dan tepat. Fungsi ini bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, menciptakan pengalaman positif, dan membangun

### 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Perusahaan PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi dan penjualan makanan dan minuman melalui brand Sedjuk Bakmi & Kopi. Dalam operasionalnya, perusahaan menjalankan beberapa kegiatan umum yang mendukung kelancaran bisnis pelanggan, serta

konsistensi dalam penyajian produk. Gambar 2.4 Kegiatan Operasional Perusahaan Pada Gambar 2.3 adalah kegiatan operasional harian di salah satu outlet Sedjuk Bakmi & Kopi yang dimulai dengan persiapan sebelum outlet dibuka, yang dilakukan untuk memastikan serta memastikan produk yang dihasilkan berkualitas tinggi. Berikut adalah kegiatan umum yang dilakukan oleh Sedjuk Bakmi & Kopi: 24 b. Sedjuk bakmi & Kopi memanfaatkan berbagai platform online untuk berbagi kehangatan bakmi dan kopi kami ke lebih banyak orang. Gambar 2.5 Promosi Online dan Offline Mulai dari media sosial hingga marketplace, setiap kanal diisi dengan konten yang hangat dan menggugah selera mulai dari foto produk yang menggoda, video singkat penuh cerita, sampai testimoni jujur dari pelanggan setia. Sedjuk juga memaksimalkan iklan berbayar di Instagram dan Google untuk menjangkau teman-teman baru yang mungkin belum sempat mampir. Di marketplace, setiap listing kami lengkapi dengan foto berkualitas dan deskripsi yang jelas, supaya pengalaman belanja tetap nyaman meski dari layar. Selain di dunia digital, Sedjuk juga aktif berpartisipasi dalam event dan pameran. Ini jadi momen spesial buat kami untuk bertemu langsung dengan pelanggan, menyajikan produk dengan cara yang lebih personal, dan menciptakan pengalaman yang tak terlupakan karena bagi Sedjuk, setiap momen bersama Sedjuk harus terasa hangat. Promosi online merupakan strategi utama Sedjuk Bakmi & Kopi untuk menjangkau konsumen. Pada Gambar 2.5 Promosi online dilakukan melalui media sosial dengan 25 konten menarik, Sedangkan promosi offline dilakukan dengan Upselling yang biasanya dilakukan oleh server atau Kasir outlet. 26 c. Menawarkan Paket Booking Package yang ditujukan bagi pelanggan yang ingin melakukan pemesanan dalam jumlah besar. Gambar 2.7 Mini Event dan Workshop Gambar 2.6 Booking Package Paket ini memberikan fleksibilitas bagi pelanggan untuk memilih menu sesuai dengan preferensi mereka, sehingga cocok digunakan untuk berbagai acara spesial seperti pernikahan, pertunangan, ulang tahun, maupun kegiatan berskala besar lainnya. Melalui layanan ini, perusahaan berupaya memberikan



REPORT #27366677

pengalaman kuliner yang lebih personal dan eksklusif bagi para pelanggan. d. Mini Event dan Workshop 27 Sedjuk Bakmi & Kopi juga secara rutin mengadakan mini event dan workshop yang diselenggarakan di beberapa cabang, seperti di outlet Pejaten yang menyediakan ruang indoor dengan fasilitas memadai. Ruang tersebut kerap dimanfaatkan untuk berbagai kegiatan, seperti press conference , talkshow , maupun workshop berskala kecil. Selain itu, cabang Sedjuk di Bintaro dan Bogor juga secara rutin digunakan sebagai lokasi kegiatan yoga Sedjuk Bakmi & Kopi secara aktif berpartisipasi dalam berbagai festival dan kegiatan kolaboratif sebagai bagian dari strategi pemasaran dan perluasan jangkauan brand. Beberapa kegiatan yang telah diikuti antara lain Sedjuk Fest Food yang diselenggarakan di Plaza Senayan, serta kolaborasi dengan Synchronize Fest yang Gambar 2 8 Kolaborasi dan Festival mingguan. Hal ini menunjukkan komitmen Sedjuk Bakmi & Kopi dalam menciptakan ruang yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai wadah interaksi komunitas dan pengembangan kegiatan positif lainnya. e. Kolaborasi dan Festival 28 berlangsung pada tanggal 11 hingga 25 Mei 2025. 29 Sebelumnya, Sedjuk Fest Food juga pernah membuka booth di Taman mini dalam rangka mendukung acara konser grup musik Seventeen saat menggelar pertunjukan di Indonesia. Partisipasi dalam berbagai kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas merek, menarik minat audiens baru, serta membangun citra perusahaan sebagai brand yang aktif dan relevan di tengah tren hiburan dan gaya hidup masyarakat. Gambar 2 9 Menjawab Pertanyaan serta menanggapi keluhan Customer Gambar 2.9 menunjukkan peran Head of Social Media yang sekaligus merangkap sebagai admin di Sedjuk Bakmi & Kopi dalam memberikan respons terhadap keluhan maupun saran dari pelanggan. Dalam menjalankan tugasnya, admin tidak hanya berfungsi sebagai perantara komunikasi, tetapi juga memberikan f. Memberikan Konsultasi, Menjawab pertanyaan dan menangani keluhan pelanggan dengan cepat.

1 30 BAB

III Pelaksanaan Kerja Profesi 3.1 Bidang Kerja Program Kerja Profesi (KP) merupakan salah satu tahapan krusial yang harus dijalani oleh

seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen media yang sama. PT Tulodong DelapanBelas Sejahtera menawarkan program magang selama enam bulan. 1 Selama menjalani program magang, praktikan diwajibkan untuk menaati seluruh peraturan serta tata tertib yang berlaku di lingkungan perusahaan. Praktikan ditempatkan pada posisi Universitas Pembangunan Jaya. Kegiatan ini menjadi bagian integral dari pemenuhan beban SKS yang wajib diselesaikan sebelum mahasiswa memasuki tahap akhir studi perkuliahan. Program magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata yang memungkinkan mahasiswa mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa studi. Proses pelaksanaan KP diawali dengan survei dan evaluasi terhadap perusahaan yang potensial untuk dijadikan tempat magang. Dalam proses ini, praktikan terpilih untuk melaksanakan magang di PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera, khususnya pada Marketing Creative . Sebelum magang dimulai, mahasiswa diwajibkan menyelesaikan berbagai persyaratan administratif yang ditetapkan oleh Program Studi Manajemen, termasuk memperoleh persetujuan dari dosen pembimbing dan Ketua Program Studi. 1 Setelah seluruh persyaratan administratif terpenuhi, praktikan mengajukan lamaran dan curriculum vitae (CV) kepada bagian Human Resources PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera melalui platform komunikasi WhatsApp. Pihak perusahaan kemudian merespons dengan memberikan konfirmasi penerimaan sekaligus menyampaikan informasi awal mengenai profil perusahaan. Selanjutnya, praktikan memperoleh 31 Content Creator yang berada di bawah Departemen Marketing Creative, dengan lingkup tugas dan tanggung jawab sebagai berikut: a. Departemen Marketing Creative memiliki peran utama dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif di ranah digital. Kegiatan ini mencakup perencanaan kampanye promosi daring, penetapan target audiens, serta pemilihan kanal dengan citra merek, negosiasi kerja sama, serta evaluasi dampak dari kampanye yang dijalankan. f. Digital marketing sangat bergantung pada penggunaan data dan alat analisis guna mengukur efektivitas strategi pemasaran yang telah dijalankan. Departemen ini memiliki pemasaran yang tepat, seperti media sosial dan platform YouTube. b. Pengelolaan akun media sosial Perusahaan

seperti Instagram, Facebook, dan TikTok merupakan bagian penting dari aktivitas pemasaran digital. Tanggung jawab ini meliputi pembuatan konten visual dan naratif, berinteraksi dengan pengikut, menjadwalkan unggahan, serta mengelola kampanye promosi berbayar di berbagai platform media sosial c. Optimalisasi konten situs web (Search Engine Optimization/SEO) juga menjadi salah satu elemen penting dalam digital marketing. 1 Aktivitas ini meliputi riset kata kunci yang relevan, pembuatan konten yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, serta perbaikan aspek teknis pada website agar lebih mudah diakses oleh mesin pencari seperti Google atau Bing. d. Departemen ini juga bertanggung jawab atas pelaksanaan kampanye iklan berbayar, seperti Instagram Ads, Facebook Ads, dan Google Ads. Kegiatan ini mencakup pengelolaan anggaran iklan, penentuan kata kunci yang strategis, serta evaluasi efektivitas kampanye melalui pemantauan dan analisis data. 32 tanggung jawab untuk mengevaluasi performa kampanye, menganalisis perilaku konsumen, 33 serta menyusun laporan yang dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis Perusahaan. Setiap kegiatan dalam pemasaran digital berlandaskan pada pemanfaatan data dan analisis, guna memastikan bahwa strategi yang diterapkan mampu mencapai sasaran yang telah ditetapkan secara efektif. 1 3.2 Pelaksanaan Kerja Profesi Selama menjalani program magang sebagai Content Creator dan Digital Marketing, praktikan bertanggung jawab dalam mengelola media sosial perusahaan. Tugas ini menuntut pemahaman yang baik mengenai strategi pemasaran digital serta kemampuan dalam menciptakan konten yang menarik dan sesuai dengan minat audiens. Selain itu, praktikan juga diharapkan mampu menganalisis kinerja konten, memberikan masukan strategis, serta berkolaborasi dengan tim lain untuk mencapai tujuan perusahaan. Program magang ini tidak hanya berfokus pada pengembangan keterampilan teknis, tetapi juga menekankan pentingnya sikap proaktif dalam meraih hasil yang optimal. 1 Berikut merupakan rangkaian aktivitas yang dijalankan oleh praktikan selama melaksanakan kerja profesi di divisi Marketing Creative : 3.2 1

### Pengelolaan Konten Media Sosial Gambar 3 1 Pengelolaan Konten Sosial

Media 34 Sebagai praktikan yang berperan dalam bidang Content Creation dan Digital Marketing , tugas pengelolaan konten media sosial tidak terbatas pada aktivitas unggah gambar atau video semata. Proses ini melibatkan serangkaian tahapan yang terstruktur, dimulai dari perencanaan konsep konten hingga penyusunan kalender konten yang terorganisir untuk platform Instagram dan TikTok. Dalam pelaksanaannya, praktikan memanfaatkan aplikasi Spreadsheets sebagai alat bantu dalam menyusun rencana konten TikTok secara sistematis. Selain itu, praktikan juga berkoordinasi dengan berbagai divisi terkait guna memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi sejalan dengan arah dan strategi pemasaran perusahaan. Pada Gambar 3.1 terlihat bahwa proses pembuatan konten dilakukan berdasarkan moodboard yang telah diberikan oleh CEO Sedjuk. Moodboard ini menjadi panduan visual yang membantu menjaga konsistensi tema dan estetika konten. Untuk jadwal publikasi, Reels Instagram umumnya diposting dua kali dalam seminggu. Jadwal pemosting ini biasanya mencakup informasi terperinci mengenai waktu unggah, platform yang digunakan, serta jenis konten yang akan dipublikasikan, sehingga seluruh proses dapat berjalan secara terstruktur dan efektif.

### 3.2.2 Proses Produksi Konten Media Sosial

35 Gambar 3 2 Proses Produksi konten Sosial Media Sebagai praktikan yang berfokus pada bidang Content Creation dan Digital Marketing , tanggung jawab dalam mengelola media sosial tidak terbatas pada sekadar mengunggah gambar atau video. Proses ini melibatkan berbagai tahapan yang sistematis, mulai dari perencanaan ide konten hingga penyusunan kalender konten yang terstruktur untuk platform Instagram dan TikTok. Dalam pelaksanaannya, praktikan menggunakan aplikasi Spreadsheets sebagai media perencanaan konten TikTok secara lebih terorganisir. Selain itu, praktikan secara aktif berkolaborasi dengan berbagai divisi terkait guna memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi sejalan dengan strategi dan arah komunikasi pemasaran Perusahaan Produksi konten promosi perusahaan melibatkan tahapan yang cukup kompleks, yang dimulai dari penyusunan naskah ( script ), proses pengambilan gambar, hingga tahap pengeditan video. 1 Seperti terlihat

pada Gambar 3.2, selama proses syuting berlangsung, praktikan turut memperhatikan berbagai aspek teknis seperti pencahayaan, komposisi visual, estetika, serta pemanfaatan alat produksi, baik menggunakan kamera profesional maupun perangkat smartphone. Kualitas visual 36 menjadi faktor penting dalam menciptakan konten video yang tidak hanya 37 menarik secara estetika, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dan nilai yang ingin dikomunikasikan kepada audiens. Setelah proses pengambilan gambar selesai dilakukan, praktikan melanjutkan ke tahap penyuntingan video dengan memanfaatkan aplikasi Capcut. Dalam proses ini, klip-klip yang telah direkam disusun ulang, bagian yang dianggap kurang relevan dihilangkan, serta ditambahkan video, baik visual maupun audio, telah disesuaikan secara harmonis dengan tujuan promosi yang ingin dicapai. Video yang dihasilkan tidak hanya harus merepresentasikan identitas merek perusahaan secara konsisten, tetapi juga mampu menarik minat audiens terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Untuk Gambar 3.3 Proses Pengeditan Video Gambar 3.3 memperlihatkan tahapan proses pengeditan, di mana praktikan bertanggung jawab memastikan bahwa setiap komponen dalam berbagai elemen pendukung seperti teks, musik latar, dan efek visual guna memperkuat pesan promosi yang ingin disampaikan. Aplikasi Capcut menawarkan berbagai fitur pengeditan yang mempermudah penyesuaian format maupun durasi video, sehingga hasil akhir dapat dioptimalkan untuk 38 mencapai kualitas tersebut, diperlukan kerja sama yang erat dengan divisi terkait agar setiap konten yang 39 diproduksi dapat berjalan selaras dengan strategi pemasaran yang telah direncanakan. Dalam proses produksi konten, praktikan diharapkan memiliki sikap terbuka terhadap masukan dan bersedia melakukan revisi hingga video promosi dinilai layak untuk dipublikasikan. Melalui proses penyuntingan yang cermat serta pemanfaatan fitur-fitur yang tersedia di Capcut, kualitas berperan sebagai talent dalam pembuatan konten untuk media sosial Sedjuk Bakmi dan Kopi. Pada Gambar 3.4 ditampilkan salah satu dokumentasi visual di mana praktikan berpose sebagai talent sesuai dengan arahan tim kreatif untuk kebutuhan konten promosi. Peran ini

memberikan pengalaman tambahan dalam memahami bagaimana elemen visual dan ekspresi diri dapat mendukung penyampaian pesan pemasaran secara lebih efektif. Gambar 3.4 Proses Produksi Sebagai Talent Selain berperan dalam proses produksi video, praktikan juga turut video dapat dipertahankan secara maksimal. Konten yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu menjalankan fungsinya sebagai media promosi yang efektif. Video tersebut turut berperan dalam membangun kesadaran merek (brand awareness), memperkenalkan produk atau layanan baru, serta mendorong terjadinya interaksi yang lebih. Di sisi lain, praktikan juga mengembangkan keterampilan dalam bidang penulisan naskah atau copywriting. Latihan dilakukan dengan menyusun teks yang dilengkapi dengan elemen visual yang sesuai. Dalam penerapannya, penulisan copywriting harus dirancang secara singkat, jelas, dan menarik agar mampu menyampaikan informasi utama secara efektif sekaligus menarik perhatian audiens yang dituju.

**1** Gambar 3.5 Pemostingan dan Analisis Performa Konten Setelah proses produksi video selesai, tahap berikutnya adalah mendistribusikan konten tersebut melalui platform media sosial. Untuk pemostingan Reels Instagram dilakukan oleh Head Social Media Manager. Pemilihan waktu yang strategis sangat penting agar video dapat menjangkau audiens secara lebih efektif, sehingga peluang untuk konten Reels, penulisan dan penyusunan konten dirancang semenarik mungkin agar penonton terdorong untuk menyaksikan video hingga selesai. Pemanfaatan hook yang menarik dan penyusunan copywriting yang tepat menjadi elemen kunci dalam menghasilkan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan serta menunjang strategi pemasaran perusahaan.

### 3.2.3 Memposting dan Analisis Performa Konten

41 memperoleh likes, komentar, dan shares pun meningkat. Proses memposting tidak sekadar mengunggah video, tetapi juga memastikan seluruh elemen pendukung seperti caption, tag, dan hashtag telah disiapkan dengan baik. Caption yang menarik dapat mendorong interaksi, sementara penggunaan hashtag yang relevan membantu memperluas jangkauan video di berbagai feed pengguna.

Marketing Creative akan melakukan analisis dan evaluasi lebih lanjut. Mereka akan meninjau berbagai aspek, seperti kualitas visual, relevansi konten dengan target audiens, serta kesesuaian caption dan penggunaan hashtags. Berdasarkan hasil evaluasi, tim akan mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu ditingkatkan serta merancang Pada Gambar yang menampilkan Reels Instagram, salah satu faktor utama keberhasilan sebuah video adalah kemampuannya untuk masuk ke dalam fitur Suggested Instagram. **1** Video yang ditayangkan pada bagian tersebut berpotensi memperoleh watch time yang tinggi, yakni ketika pengguna menonton video hingga selesai, bahkan berulang kali. Kondisi ini menjadi sangat krusial karena semakin tinggi durasi tontonan, semakin besar kemungkinan video tersebut mendapatkan eksposur lebih luas melalui dukungan algoritma Instagram. Setelah video dipublikasikan, langkah berikutnya adalah menganalisis performa kontennya. Praktikan memanfaatkan fitur analitik yang disediakan oleh Instagram untuk mengevaluasi keberhasilan video yang telah dipublikasikan. Beberapa indikator utama yang dianalisis mencakup jumlah likes, komentar, shares, views, tingkat engagement, serta reach. Data-data tersebut memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai efektivitas konten dalam menarik perhatian audiens sekaligus mengukur pencapaian terhadap tujuan promosi yang telah ditetapkan. **1** 42 strategi baru untuk konten 43 selanjutnya. Praktikan dapat menyesuaikan strategi mingguan dengan melakukan perbaikan pada elemen yang kurang efektif, mengeksplorasi format video yang berbeda, atau menyesuaikan waktu publikasi. Proses evaluasi ini memiliki peran krusial dalam memastikan bahwa setiap konten yang dipublikasikan tidak hanya menarik dari segi visual, tetapi juga efektif dalam mencapai hasil optimal sesuai dengan sasaran yang telah dirumuskan sebelumnya. Gambar 3 6

Content Analysis Gambar 3.6 mengenai Content Analytics menjadi salah satu bagian yang mendapatkan perhatian utama dalam laporan praktikan. **1** Data yang ditampilkan mencakup sejumlah metrik penting, seperti engagement rate, jumlah tayangan (views), likes, komentar, serta jumlah shares dari setiap konten yang telah dipublikasikan. Praktikan juga melakukan analisis untuk

mengidentifikasi jenis konten yang paling diminati oleh audiens, sekaligus mengevaluasi berbagai faktor yang memengaruhi 44 3.2.4 Liputan Bintang Tamu Sedjuk Bakmi & Kopi Gambar 3 7 Liputan Bintang Tamu Selain tugas utama dalam Content Creator dan Digital Marketing , praktikan juga berperan dalam kegiatan liputan sebagai bagian dari Sedjuk Media Network . Tugas ini melibatkan pendokumentasian acara, Pewawancara Bintang Tamu khususnya saat Bintang Tamu sedang menyicipi Menu Sedjuk bakmi dan Kopi Kegiatan liputan ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi internal, tetapi juga memiliki peran strategis dalam mendukung upaya promosi perusahaan. Melalui konten liputan yang dikemas secara menarik dan informatif, perusahaan dapat memperkuat citra merek serta meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Kegiatan liputan difokuskan pada momen-momen penting, salah satunya adalah kolaborasi antara Sedjuk Bakmi & Kopi dengan Vindes.ig yang berlangsung pada Maret hingga Mei 2025. Dalam kegiatan ini, praktikan bertugas untuk melakukan wawancara serta menghasilkan konten berkualitas yang menyoroti kehadiran bintang tamu yang mencicipi menu hasil kolaborasi. Konten visual tersebut kemudian dipersiapkan sebagai materi promosi, yang menampilkan bagaimana Sedjuk Bakmi & Kopi memanfaatkan kehadiran figur publik tanah air 45 sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk memperkuat daya tarik produk mereka. 46 Selain itu, Sedjuk Bakmi & Kopi memiliki kanal YouTube kreatif bernama Sedjuk Media Network , yang berfokus pada konten podcast . Praktikan turut berpartisipasi dalam beberapa sesi wawancara dengan bintang tamu, salah satunya adalah grup musik The Panturas. Kanal YouTube tersebut merupakan bagian dari strategi pemasaran Sedjuk Bakmi & Kopi untuk memperluas jangkauan merek dan memperkenalkan identitas perusahaan kepada khalayak yang lebih luas melalui konten digital yang menarik dan relevan. Kolaborasi dengan figur publik memberikan peluang bagi konten yang dihasilkan untuk meraih tingkat perhatian dan interaksi yang lebih tinggi dari para pengikut mereka di media sosial. Konten liputan dari kegiatan semacam ini dapat disajikan

dalam berbagai format, seperti video highlight, foto eksklusif, serta cuplikan wawancara singkat mengenai pengalaman mereka saat menikmati sajian di Sedjuk Bakmi & Kopi. **1** Untuk mendukung penyebaran konten secara lebih luas, disusun pula caption dengan elemen storytelling yang kuat serta penggunaan tagar relevan guna meningkatkan visibilitas di platform seperti Instagram dan TikTok. Konten liputan tersebut diharapkan dapat memperkuat upaya promosi serta meningkatkan engagement, mengingat audiens dari figur publik umumnya memiliki ketertarikan lebih terhadap produk yang mereka konsumsi atau rekomendasikan. Dampak positif dari strategi ini tidak hanya terlihat pada peningkatan visibilitas produk, tetapi juga turut membangun kepercayaan konsumen dan memperkuat citra perusahaan 47

### 3.3 Kendala Yang Dihadapi Selama menjalani kerja profesi di divisi Content Creator dan Digital Marketing, praktikan menghadapi berbagai tantangan dalam melaksanakan tugas-tugas yang diberikan. Beberapa kendala yang komentar dan share juga menjadi tantangan tersendiri, mengingat tidak semua audiens terdorong untuk memberikan respons secara langsung 3.

#### Kendala dalam Meningkatkan Jangkauan dan Interaksi di TikTok

Dalam upaya meningkatkan jumlah tayangan (views) di platform TikTok, praktikan menghadapi hambatan terkait performa konten, khususnya ketika video muncul turut memengaruhi pencapaian hasil yang optimal dalam pelaksanaan strategi konten serta interaksi dengan audiens. **1** Berikut adalah kendala-kendala utama yang dihadapi selama proses tersebut:

1. **Kendala Konsistensi Konten terhadap Tren Media Sosial** Salah satu tantangan dalam pengelolaan konten media sosial adalah menjaga konsistensi agar tetap selaras dengan tren yang terus berubah secara dinamis. Tren di media sosial berkembang sangat cepat, sehingga praktikan mengalami kesulitan dalam menyesuaikan konten agar tetap relevan dan menarik di tengah perubahan tersebut. Hal ini berdampak langsung pada menurunnya tingkat keterlibatan audiens, terutama apabila ide konten yang dihasilkan dinilai kurang kreatif atau tidak cukup menarik perhatian dalam waktu singkat.
2. **Kesulitan dalam Penyusunan Naskah dengan Struktur Efektif** Dalam proses penulisan naskah (script writing),

praktikan menghadapi tantangan dalam menerapkan struktur yang terdiri dari elemen Hook, Bridging, Isi, Closing, dan Call to Action (CTA) secara efektif. Bagian yang paling sulit adalah merancang hook yang dapat menarik perhatian penonton 48 tidak berhasil masuk ke fitur For You Page 49 (FYP). Perubahan algoritma TikTok yang cepat dan tidak menentu turut memengaruhi jangkauan konten, meskipun video yang diproduksi telah disesuaikan dengan tren dan kualitasnya telah dioptimalkan. Selain itu, meskipun konten memperoleh views yang cukup tinggi, tingkat interaksi seperti likes, komentar, dan shares kerap kali tidak sebanding. Hal ini menunjukkan adanya tantangan dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik untuk ditonton, tetapi dihasilkan tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga tetap konsisten dengan standar branding yang telah ditetapkan.

6. Tantangan dalam Pembuatan Preset Video Produk yang Konsisten. Salah satu kendala lainnya adalah dalam menentukan preset foto produk yang sesuai. Praktikan menghadapi tantangan juga mampu mendorong partisipasi aktif dari audiens.

4. Pembuatan konten biasanya dibuat sesuai dengan keinginan Owner. Hal ini terkadang menjadi kendala karena ide dan preferensi yang diinginkan Owner bisa berubah-ubah dalam waktu singkat, sehingga praktikan harus cepat beradaptasi dan melakukan revisi berulang kali. Selain itu, keterbatasan waktu untuk diskusi dan konfirmasi dengan Owner juga memengaruhi proses pembuatan konten, sehingga praktikan harus bekerja dengan efisien meskipun terkadang kurang mendapatkan arahan yang jelas. Kondisi ini menuntut praktikan untuk lebih kreatif dan proaktif dalam mencari solusi agar konten yang dihasilkan tetap sesuai dengan visi Owner sekaligus menarik bagi audiens.

5. Proses Pembuatan Struktur video yang Sesuai dengan Branding Perusahaan. Pada tahap pembuatan desain visual untuk keperluan media sosial, praktikan menghadapi tantangan dalam menyesuaikan elemen desain dengan identitas merek perusahaan.

1 Setiap hasil desain harus selaras dengan panduan visual perusahaan, baik dari segi pemilihan warna, jenis huruf (font), hingga tata letak (layout). Proses penyesuaian ini 50 dalam menciptakan preset

yang mampu meningkatkan daya tarik visual produk tanpa mengubah warna serta detail aslinya. Proses ini 51 memerlukan sejumlah percobaan dan penyesuaian agar diperoleh preset yang konsisten dan ideal, sehingga produk dapat ditampilkan secara optimal dan menarik ketika dipublikasikan melalui media sosial.

### 3.4 Cara Mengatasi Kendala Dalam menghadapi berbagai tantangan selama menjalani kerja profesi, dan Instagram, serta menganalisis karakteristik konten yang berhasil masuk ke dalam For You Page (FYP). Selain itu, praktikan juga berkolaborasi dengan tim kreatif melalui sesi brainstorming guna menemukan ide-ide hook yang lebih inovatif dan mampu menarik perhatian audiens sejak detik pertama. Dalam penyusunan Call to Action praktikan berupaya untuk menerapkan solusi yang bersifat praktis, adaptif, dan efektif.

- 1 Adapun langkah-langkah strategis yang dilakukan untuk mengatasi kendala yang dihadapi dijabarkan sebagai berikut:
  1. Strategi Pengelolaan Konten Media Sosial untuk Menjaga Konsistensi dan Relevansi Tren.
    - 1 Untuk mengatasi tantangan dalam menciptakan konten yang konsisten dan sesuai dengan tren yang terus berkembang, praktikan bersama tim menerapkan strategi berupa riset tren secara rutin dan proaktif. Berbagai alat bantu seperti TikTok Trends, Instagram Insights, dan platform sejenis dimanfaatkan guna memantau perkembangan tren terkini di media sosial.
    - 1 Selain itu, tim kreatif juga secara berkala mengadakan sesi brainstorming untuk menghasilkan ide-ide konten yang segar, relevan, dan mampu menarik perhatian audiens. Pendekatan ini bertujuan untuk menjaga konsistensi serta meningkatkan daya tarik konten di tengah dinamika tren digital yang terus berkembang.
  - 1 2. Pembuatan Hook 52 (CTA), praktikan mulai menerapkan pendekatan yang lebih interaktif, antara lain dengan 53 menyisipkan pertanyaan di akhir video atau menyampaikan ajakan secara lebih spesifik untuk mendorong keterlibatan penonton, seperti memberikan komentar atau membagikan konten. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan ( engagement ) penonton terhadap konten yang dipublikasikan.
  - 1 3. Optimalisasi Strategi untuk Meningkatkan Jumlah Penayangan Konten. diharapkan dapat membangun ciri khas TikTok Sedjuk Bakmi & Kopi yang menarik dan relevan dengan kehidupan sehari-hari

REPORT #27366677

audiens ( relatable ). Selain itu, praktikan juga menyusun caption yang bersifat ajakan, seperti mendorong audiens untuk memberikan komentar. Praktikan turut menambahkan elemen interaktif dalam konten, seperti tantangan ( challenge ) atau jajak tergo long belum tinggi, konsistensi dalam pembuatan konten Meskipun jumlah views pada konten ini masih dalam berbeda- beda yan g men u secara konsisten setiap minggu sekali, dengan dipublikasik an menampilkan Dalam rangka meningkatkan jumlah tayangan ( views ), praktikan mulai menerapkan strategi yang lebih terarah dengan memperhatikan penggunaan tagar ( hashtag ) yang relevan dan sesuai dengan tren yang sedang berlangsung. Selain itu, penentuan waktu unggah juga menjadi fokus utama, dengan mengacu pada hasil analisis mengenai jam aktif target audiens. Pendekatan ini dilakukan untuk memastikan konten memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau audiens secara maksimal pada saat yang tepat. **1** Selain itu, praktikan juga menerapkan strategi cross- promotion , yaitu dengan mempromosikan video yang telah diunggah di Instagram Sedjuk Bakmi dan Kopi melalui platform Instagram, guna memperluas jangkauan penonton dan secara keseluruhan meningkatkan performa konten. Untuk mendorong interaksi audiens terhadap konten video di platform TikTok, praktikan menjalankan tugas yang 54 pendapat ( polling ) sederhana, yang bertujuan untuk meningkatkan partisipasi aktif dari penonton. 4. Untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan selaras dengan identitas visual perusahaan, praktikan secara aktif melakukan diskusi dengan tim desain dan pemilik perusahaan ( owner ). Selain itu, praktikan juga mempelajari dan merujuk pada panduan visual ( visual guideline ) yang telah ditetapkan, sehingga setiap elemen seluruh foto produk guna menjaga keseragaman estetika di media sosial.

### 3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi Selama menjalani kegiatan magang pada divisi Content Creator dan Digital Marketing, praktikan memperoleh desain seperti warna, tipografi, dan tata letak dapat mencerminkan citra merek secara konsisten dan profesional. Proses ini dilakukan untuk memastikan setiap konten yang dihasilkan tetap sesuai

dengan karakteristik dan nilai-nilai yang ingin ditonjolkan oleh perusahaan. Setiap konten yang telah dibuat juga melalui tahap evaluasi dan mendapatkan masukan langsung dari atasan, guna menjamin konsistensi terhadap citra merek ( brand image ). Selain itu, untuk memperkaya ide dan referensi, praktikan juga melakukan studi komparatif dengan perusahaan lain yang memiliki branding serupa. Hal ini membantu dalam menghasilkan konten yang tidak hanya relevan, tetapi juga sejalan dengan strategi komunikasi visual Perusahaan 5. Penyesuaian Preset Tone Konten agar Selaras dengan Citra Brand. 1 Dalam proses produksi konten, praktikan melakukan sejumlah percobaan untuk menemukan kombinasi pengaturan tone warna dan pencahayaan yang sesuai dengan identitas visual perusahaan. Penyesuaian ini bertujuan agar hasil akhir konten memiliki tampilan yang konsisten dan mencerminkan citra merek secara tepat. Setelah berhasil menemukan preset yang ideal, praktikan 55 berbagai pengalaman 56 berharga yang tidak hanya memperluas wawasan, tetapi juga memberikan gambaran nyata mengenai lingkungan kerja profesional. Praktikan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam terkait pentingnya kreativitas, perencanaan strategis, serta kemampuan beradaptasi dalam menghadapi dinamika pekerjaan yang terus berubah. Pembelajaran yang diperoleh mencakup tidak hanya aspek visual dalam pembuatan konten, tetapi juga pemahaman mengenai bagaimana setiap elemen dalam konten keterampilan teknis, tetapi juga memperluas pemahaman praktikan mengenai bagaimana menyampaikan pesan secara efektif melalui media visual yang menarik dan sesuai dengan tujuan promosi. Selama proses pengeditan, praktikan belajar untuk mengutamakan efisiensi, berperan dalam menyampaikan pesan merek ( brand message ) secara efektif. 1 Berbagai tantangan, seperti mengikuti tren yang selalu berkembang, menuntut praktikan untuk berpikir kritis, menemukan solusi inovatif, dan cepat beradaptasi terhadap perubahan. Secara keseluruhan, pengalaman ini membekali praktikan dengan pemahaman yang komprehensif mengenai beberapa aspek penting dalam dunia kerja, antara lain: 1. Praktikan memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai pentingnya manajemen konten yang efektif dalam praktik profesional,

khususnya di bidang Digital Marketing. Selama masa magang, praktikan memanfaatkan berbagai perangkat pendukung seperti Spreadsheets dan Instagram Insight untuk merancang rencana kerja secara sistematis, memantau performa konten, serta membantu dalam pengaturan prioritas tugas secara lebih terorganisir. Penggunaan alat bantu ini terbukti sangat mendukung efisiensi kerja dan menjadi keterampilan penting yang relevan dalam kegiatan profesional sehari-hari.

2. Kemampuan praktikan dalam mengedit video 57 mengasah kreativitas, serta memperhatikan detail dalam setiap elemen visual yang 4 4 ditampilkan. Melalui pengalaman ini, praktikan memahami bahwa proses editing tidak sekadar menyusun potongan gambar dan suara, melainkan merupakan bagian penting dalam menciptakan konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan karakteristik audiens di platform digital seperti Instagram dan TikTok.

3. Dunia kerja, khususnya dalam bidang pemasaran digital, sangat menekankan pentingnya penggunaan data dalam pengambilan dengan tujuan dan standar perusahaan. Praktikan mempelajari bagaimana setiap anggota tim memiliki peran yang saling melengkapi untuk mencapai hasil yang optimal. Selain itu, praktikan juga mengasah kemampuan dalam memberikan feedback yang konstruktif guna meningkatkan kualitas konten secara keseluruhan. Keputusan. Praktikan memperoleh pemahaman mengenai pemanfaatan Content Analytics dan Follower Analytics sebagai alat untuk mengukur kinerja konten serta sebagai dasar penyusunan strategi berbasis data. Melalui proses ini, praktikan mendapatkan wawasan nyata mengenai bagaimana perusahaan menganalisis data untuk mengevaluasi keberhasilan kampanye digital. Hasil analisis tersebut tidak hanya memberikan gambaran mengenai efektivitas konten yang telah dipublikasikan, tetapi juga menjadi acuan dalam merancang langkah- langkah strategis guna meningkatkan tingkat engagement dan performa akun media sosial secara keseluruhan. Pengalaman ini memperkuat pemahaman praktikan mengenai pentingnya pendekatan analitis dalam dunia digital marketing yang kompetitif dan dinamis.

4. Keterlibatan praktikan dalam kerja sama dengan tim kreatif selama proses produksi konten memberikan pengalaman yang sangat berarti, khususnya dalam

memahami peran penting komunikasi dan kolaborasi dalam lingkungan kerja profesional. Melalui interaksi dan 4 5 5. Dalam lingkungan kerja profesional, tantangan merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Selama menjalani masa kerja profesi, praktikan menghadapi berbagai kendala, seperti kesulitan dalam meningkatkan views pada platform TikTok maupun dalam menyesuaikan desain dengan identitas visual perusahaan. **1** Melalui pengalaman tersebut, praktikan mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif untuk menemukan solusi pentingnya pengelolaan waktu dan kedisiplinan dalam bekerja. Pengalaman ini menjadi modal berharga bagi praktikan dalam mempersiapkan diri menghadapi tantangan serupa di masa mendatang. Selain itu, pengalaman tersebut turut membangun rasa percaya diri dan kesiapan praktikan untuk beradaptasi tanggung jawab yang harus dijalankan, serta ekspektasi mengenai hasil yang akan dihasilkan Keterlibatan langsung dalam berbagai proyek kerja nyata. memberika yang tepat dan efektif dalam menghadapi permasalahan yang muncul di lapangan. **3** Selain itu, praktikan juga mengembangkan kemampuan bekerja di bawah tekanan serta mengelola pekerjaan dengan baik dalam batas waktu yang telah ditentukan. **6.** Melalui kegiatan praktik kerja profesi, praktikan memperoleh pengalaman langsung yang memberikan gambaran konkret mengenai dinamika dunia kerja, khususnya dalam industri pemasaran digital. Praktikan tidak hanya memahami alur kerja yang sesungguhnya, tetapi juga merasakan bagaimana tuntutan 4 4 BAB IV PENUTUP 4.1 Kesimpulan Selama menjalani kerja profesi pada divisi Marketing Creative di PT Berikut ini adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil oleh praktikan setelah menyelesaikan program magang kerja profesi selama enam bulan: 1. Praktikan belajar pentingnya melakukan riset tren secara rutin dan menggunakan hasil analisis media sosial untuk Tulodong Delapanbelas Sejahtera (Sedjuk Bakmi & Kopi), praktikan memperoleh berbagai wawasan, keterampilan teknis, serta pengalaman kerja yang sangat berharga. Praktikan menghadapi beragam tantangan, mulai dari kesulitan dalam meningkatkan jumlah views TikTok dan Instagram, Peningkatan jumlah Share dan Like, penyesuaian Konten dengan branding perusahaan,

hingga menciptakan konten yang relevan dengan tren media sosial yang terus berubah. Melalui kolaborasi tim, brainstorming, dan pemanfaatan tools digital seperti CapCut, serta Instagram Insights, praktikan mampu mengatasi kendala yang ada secara proaktif. Pembelajaran yang diperoleh selama menjalani program magang mencakup pengelolaan konten secara efektif dengan memanfaatkan berbagai tools digital, keterampilan dalam mengedit video, analisis performa konten, serta pentingnya kerja sama tim dalam proses produksi. Praktikan juga memahami betapa pentingnya kreativitas dan kemampuan beradaptasi dalam menghadapi dinamika serta tuntutan di bidang digital marketing. Pengalaman ini telah membekali praktikan dengan kesiapan untuk menghadapi tantangan di dunia kerja yang sesungguhnya, sekaligus menanamkan pemahaman yang kuat 4 5 memastikan konten tetap relevan serta mampu menjangkau target audiens secara maksimal. 4 4 2.

Praktikan memahami strategi pembuatan konten mulai dari penyusunan script, proses produksi hingga tahap editing, serta bagaimana menyusun caption dan memilih hashtag yang mendukung visibilitas konten. 3.

Praktikan menerapkan teknik storytelling dan Call to Action (CTA) untuk mendorong interaksi pengguna secara aktif, khususnya pada menjalani kegiatan magang di PT Tulodong Delapanbelas Sejahtera. Tujuannya adalah untuk memberikan dorongan dan motivasi kepada seluruh pihak terkait agar terus berupaya meningkatkan kualitas serta kinerja di masa mendatang. Melalui masukan ini, diharapkan tercipta sinergi antara perusahaan, universitas, dan mahasiswa dalam membangun lingkungan yang 4.2

Saran Dalam laporan kerja profesi ini, praktikan ingin menyampaikan sejumlah saran kepada pihak perusahaan, universitas, dan mahasiswa. Saran-saran ini disusun berdasarkan pengalaman platform TikTok dan Instagram. 4.

Praktikan mengembangkan keterampilan bekerja sama dalam tim, termasuk dalam memberikan masukan yang konstruktif dan menerima feedback untuk perbaikan konten. 5.

Praktikan memahami pentingnya menjaga konsistensi desain visual yang sesuai dengan identitas brand, serta belajar mengatur waktu dan prioritas pekerjaan di bawah tenggat waktu dan arahan yang dinamis. 6.

Pengalaman ini mempersiapkan praktikan dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya, baik dari segi kemampuan teknis, etika kerja profesional, maupun pengelolaan tanggung jawab individu dan 4 5 lebih produktif dan bermanfaat. Adapun 46 beberapa poin yang ingin disampaikan oleh praktikan adalah sebagai berikut 1. Bagi Mahasiswa: a. Mahasiswa disarankan untuk membekali diri dengan pemahaman mengenai tren media sosial, strategi konten digital, dan keterampilan dasar seperti copywriting , video editing, serta spreadsheet agar perencanaan konten lebih terstruktur. 3. Bagi Universitas Pembangunan Jaya: a. Universitas Pembangunan Jaya disarankan untuk memperkaya program kerja profesi dengan membekali mahasiswa keterampilan praktis di bidang Digital 2. Bagi Perusahaan: a. Perusahaan diharapkan dapat memberikan briefing yang lebih jelas dan terstruktur kepada praktikan, khususnya terkait alur kerja dan ekspektasi proyek. b. Pelibatan praktikan dalam sesi evaluasi konten dan brainstorming lebih lanjut akan memberikan kontribusi yang positif bagi pengembangan ide promosi perusahaan. c. Disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan program kolaboratif dengan figur publik serta strategi visual branding yang sudah berjalan efektif. d. Disarankan membuat Konten Plan yang terstruktur penggunaan tools Analytics. b. Melatih kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren dan algoritma media sosial seperti TikTok dan Instagram sangat penting agar tetap relevan dalam menyusun strategi konten. c. Disarankan pula untuk aktif berdiskusi dan berkolaborasi dalam tim, serta mempersiapkan diri untuk bekerja di 4 7 Marketing dan Content 48 Creation , guna mempersiapkan mereka secara lebih optimal dalam menghadapi dunia kerja yang dinamis. b. Memberikan pembekalan praktis dalam bentuk pelatihan software desain dan video editing (misalnya CapCut, Canva, Adobe ) serta platform manajemen konten (seperti Trello ) sebagai bagian dari kurikulum akan sangat membantu kesiapan mahasiswa. c. Diperlukan penerapan mata kuliah Komunikasi Bisnis berbasis praktik, yang mencakup komunikasi dari bisnis ke bisnis ( B2B ) maupun dari bisnis ke konsumen ( B2C ), sehingga mahasiswa dapat

REPORT #27366677

memahami penerapan langsung dalam dunia profesional. d. Mengintegrasikan tren dan perkembangan terbaru ke dalam mata kuliah seperti Manajemen Pemasaran terutama dengan memperkenalkan penggunaan tools digital marketing seperti Google Analytics , SEO , dan media sosial automation akan membantu mahasiswa tetap relevan dengan kebutuhan industri saat ini. 4

7 Daftar Pustaka Aleid, S., Alshahrani, N. Z., Alsedrah, S., Carvalho, A. B., Lima, M. J., Teixeira- Lemos, E., & Raposo, A. (2024). The Role of Social Media Advertisement and Physical Activity on Eating Behaviors among the General Population in Saudi Arabia. [2](https://doi.org/10.3390/nu16081215) [Nutrients](https://doi.org/10.3390/nu16081215), 16(8). <https://doi.org/10.3390/nu16081215> Kniazieva, T., Podolskyi, R., Arakelova, I., Dashko, I., & Mohylova, A. (2023). [2](https://doi.org/10.37075/EA.2023.2.10) [6](https://doi.org/10.37075/EA.2023.2.10) [Marketing Technology in the Context of Digitalization: Features and Trends in Ukraine.](https://doi.org/10.37075/EA.2023.2.10) *Economic Alternatives*, 29(2), 409–423. <https://doi.org/10.37075/EA.2023.2.10> Zeqiri, J., Koku, P. S., Dobre, C., Milovan, A. M., Hasani, V. V., & Paientko, T. (2024). The impact of social media marketing on brand awareness, brand engagement and purchase intention in emerging economies. *Marketing Intelligence and Planning*. <https://doi.org/10.1108/MIP-06-2023-0248>



REPORT #2736677

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>10.17%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9643/13/BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9643/13/BAB%20III.pdf</a>	● ●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.28%</b> ideas.repec.org <a href="https://ideas.repec.org/a/nwe/eajour/y2023i2p409-423.html">https://ideas.repec.org/a/nwe/eajour/y2023i2p409-423.html</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.21%</b> eprints.upj.ac.id <a href="https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8552/12/13.%20BAB%20III.pdf">https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/8552/12/13.%20BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.19%</b> repository.karyailmiah.trisakti.ac.id <a href="https://repository.karyailmiah.trisakti.ac.id/documents/repository/laporan-kegi...">https://repository.karyailmiah.trisakti.ac.id/documents/repository/laporan-kegi...</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.18%</b> news.uad.ac.id <a href="https://news.uad.ac.id/mahasiswa-uad-jadi-fasilitator-keamanan-pangan-progr...">https://news.uad.ac.id/mahasiswa-uad-jadi-fasilitator-keamanan-pangan-progr...</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.11%</b> repository.mu.edu.ua <a href="https://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/4882">https://repository.mu.edu.ua/jspui/handle/123456789/4882</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.1%</b> repository.fe.unj.ac.id <a href="http://repository.fe.unj.ac.id/4085/1/LAPORAN%20PKL%20Margaretha%20Estia...">http://repository.fe.unj.ac.id/4085/1/LAPORAN%20PKL%20Margaretha%20Estia...</a>	●