

**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL TIKTOK MIAMI CHICKEN  
SEBAGAI SARANA UNTUK MENINGKATKAN BRAND  
AWARENESS**

**LAPORAN MAGANG**



**UNIVERSITAS  
TAHTA WIJAYA  
MA CHUNG**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MA CHUNG  
MALANG  
2025**

**OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL TIKTOK MIAMI CHICKEN  
SEBAGAI SARANA UNTUK MENINGKATKAN BRAND  
AWARENESS**

**LAPORAN MAGANG**



**UNIVERSITAS  
TAHTA WIJAYA  
MA CHUNG**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MA CHUNG  
MALANG  
2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang berjudul:  
” OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL TIKTOK MIAMI CHICKEN SEBAGAI  
SARANA UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS”  
yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : Tahta Wijaya  
NIM : 112110061  
Program Studi : Manajemen

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung, pada tanggal 18 Mei 2025 dan memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Strata Satu (S1).

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Anna Triwijayati, S.E., M.Si.  
NIP. 20070072

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Tarsisius Renald Suganda, S.E., M.Si., Ph.D., CRA.  
NIP. 20080021

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang yang berjudul: “OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL TIKTOK MIAMI CHICKEN SEBAGAI SARANA UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*” yang merupakan hasil dari karya tulis saya sendiri dan bukan karya plagiat yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian - bagian sumber informasi dengan mencantumkan sumber referensi yang sesuai dengan aslinya dan sebagaimana mestinya. Semua sumber referensi yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Malang, 17 Juli 2025



UNIVERSITAS  
MA CHUNG  
Tahta Wijaya  
112110061

## KATA PENGANTAR

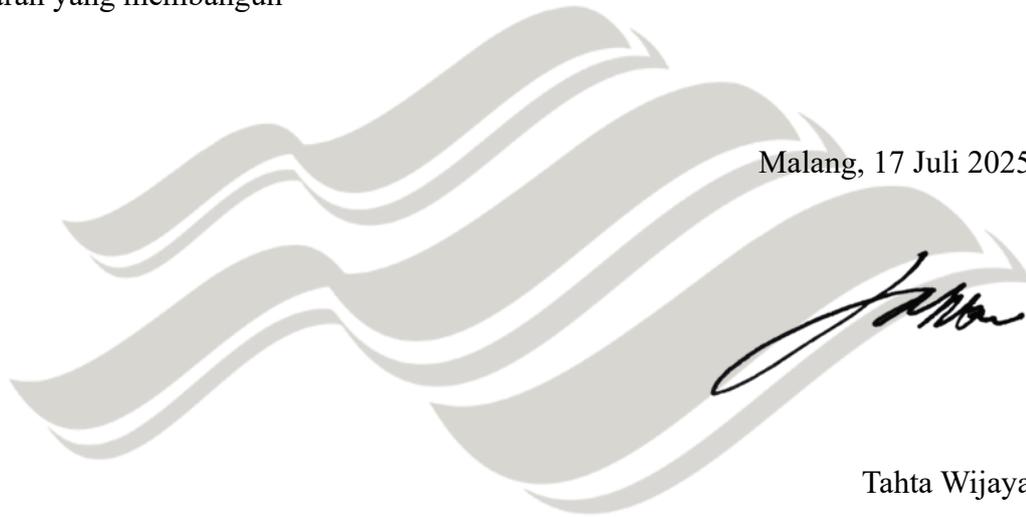
Puji syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas bantuan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan dan pembuatan laporan magang berjudul "OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL TIKTOK MIAMI CHICKEN SEBAGAI SARANA UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* " dengan baik. Laporan ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan jenjang Strata 1 di Universitas Ma Chung. Selama penulisan laporan ini, Penulis banyak menerima bantuan dan dukungan, sehingga laporan ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Stefanus Yufra Menahen Taneo, M.S.,M.Sc. selaku Rektor Universitas Ma Chung Malang.
2. Tarsisius Renald Suganda, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung Malang.
3. Bapak Uki Yonda Aseptia, SE., MM, selaku Kaprodi Manajemen Universitas Ma Chung Malang.
4. Prof. Dr. Anna Triwijayati, SE., M.Si. Selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing, memberikan pengarahan, dan memberikan dorongan dalam melaksanakan magang hingga penulis berhasil menyelesaikan Laporan Magang.
5. Seluruh Pejabat dan Karyawan Miami Chicken yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan kegiatan magang dan telah menyambut dan menerima penulis dengan hangat.

6. Keluarga dan para sahabat yang telah memberikan doa, dukungan, dan perhatian bagi penulis selama berkuliah di Universitas Ma Chung.

Akhir kata, semoga laporan ini membawa manfaat bagi penulis dan pembaca. Penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu dengan senang hati Penulis menerima segala bentuk masukan dan saran yang membangun

Malang, 17 Juli 2025



*Tahta Wijaya*

Tahta Wijaya

UNIVERSITAS  
MA CHUNG

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.2. Tujuan Kegiatan Magang.....	4
1.3 Manfaat Kegiatan Magang.....	4
<b>1.3.1 Manfaat Bagi Mahasiswa</b> .....	<b>4</b>
<b>1.3.2 Manfaat Bagi Universitas</b> .....	<b>5</b>
<b>1.3.3 Manfaat Bagi Perusahaan</b> .....	<b>5</b>
BAB II.....	6
2.1. Perencanaan Magang .....	6
<b>2.1.1. Tempat Pelaksanaan dan waktu pelaksanaan</b> .....	<b>6</b>
<b>2.1.2 Paparan Kegiatan Mingguan</b> .....	<b>6</b>
2.2 Gambaran Umum Perusahaan.....	12
<b>2.2.1 Sejarah Perusahaan</b> .....	<b>12</b>
<b>2.2.2 Visi dan Misi Perusahaan</b> .....	<b>13</b>
<b>2.2.3 Logo Perusahaan</b> .....	<b>14</b>
<b>2.2.4 Struktur Organisasi Perusahaan</b> .....	<b>15</b>

<b>2.2.5 Deskripsi Jabatan Miami Chicken</b> .....	16
<b>2.2.6 Produk Perusahaan</b> .....	26
3.1 Permasalahan.....	38
3.2 Pembahasan.....	41
<b>3.2.1 Pemasaran Digital</b> .....	41
<b>3.2.2 Content plan</b> .....	44
3.2 Penyelesaian Uraian Tugas .....	45
3.3 Solusi.....	49
3.4 Pengalaman Belajar.....	52
<b>3.4.1 Hard Skill</b> .....	52
<b>3.4.2 Soft Skill</b> .....	53
BAB IV .....	54
4.1 Kesimpulan .....	54
4.2 Saran.....	54
<b>4.2.1 Saran Bagi Perusahaan</b> .....	54
<b>4.2.2 Saran Bagi Universitas</b> .....	55
<b>4.2.3 Saran Bagi Mahasiswa</b> .....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	57
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rincian Kegiatan.....	6
Tabel 2. Paparan Kegiatan Magang .....	8
Tabel 3. Produk Miami Chicken .....	26



UNIVERSITAS  
**MA CHUNG**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Miami Chicken .....	14
Gambar 2. Struktur Perusahaan Miami Chicken.....	15
Gambar 3. Konten yang dirasa membosankan.....	38
Gambar 4. Contoh Konten yang Tidak Terjadwal.....	40



UNIVERSITAS  
MA CHUNG

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Guideline Tiktok yang dibuat Penulis
- Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan Selama Magang



UNIVERSITAS  
**MA CHUNG**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Magang adalah bentuk pengimplementasian dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Universitas Ma Chung mewajibkan mahasiswa melakukan kegiatan tersebut dilaksanakan minimal 450 jam kerja sebagai syarat kelulusan. Penulis berkesempatan untuk bekerja pada divisi *digital marketing* di perusahaan Miami Chicken yang mana merupakan anak perusahaan dari Tidar Property Group. Selama magang berlangsung, penulis memiliki banyak kesempatan untuk mengembangkan keterampilan baru dan pengamalan faktual yang penting sebagai penunjang keberhasilan di dunia kerja nantinya. Pada kesempatan ini penulis akan berfokus menjabarkan mengenai optimalisasi media sosial tiktok sebagai sarana untuk meningkatkan *brand awareness* Miami Chicken yang merupakan salah satu persoalan penting untuk keberlangsungan prospek bisnis kedepannya.

Seiring berkembangnya era digital, berbagai inovasi mulai bermunculan. Hal ini mendorong kebutuhan akan adanya adaptasi terhadap penggunaan teknologi. Khususnya dengan hadirnya ponsel pintar sebagai media teknologi yang secara signifikan telah mengubah cara hidup manusia. Ponsel pintar memungkinkan orang untuk saling terhubung melalui platform media sosial dan aplikasi interaktif sekaligus memudahkan komunikasi meskipun terpisah jarak yang jauh. Selain itu, aksesibilitasnya yang mudah dan bisa digunakan kapan saja, di mana saja semakin memudahkan pengguna untuk berinteraksi (Muflichah, 2023).

Aksesibilitas tersebut dapat dibuktikan dengan munculnya berbagai platform aplikasi penyedia pembuatan video yang menarik, yang mana menandakan bahwa era digital semakin merajai pengguna smartphone, seperti yang terlihat dari maraknya konten video yang tersebar di berbagai media sosial dan negara, termasuk Indonesia. Kemajuan kecepatan internet turut mendukung pertumbuhan konten video yang diunggah secara online. Khususnya bagi pengguna smartphone, tersedia berbagai pilihan platform atau aplikasi yang menawarkan fitur menarik untuk membuat video (Bulele & Wibowo, 2020). Fitur tersebut dan ketertarikan pelanggan membuat perusahaan kecil maupun besar menggunakan media sosial tiktok untuk mengembangkan usahanya (Silviana Batubara & Maharani, 2022).

TikTok merupakan platform sosial media dan video musik asal Tiongkok yang pertama kali dirilis pada September 2016. Aplikasi ini memberikan kebebasan bagi penggunanya untuk membuat video musik singkat dengan beragam efek kreatif, serta membagikannya dengan mudah. TikTok juga menyediakan fitur interaksi, seperti kolom komentar dan pesan pribadi. Popularitas TikTok yang luar biasa dan jumlah pengguna yang terus bertambah menunjukkan kesuksesannya dalam menarik perhatian masyarakat (Anugerah et al., 2024). Pada perusahaan Miami Chicken aplikasi ini digunakan untuk promosi sekaligus meningkatkan kesadaran konsumen akan merek. Kesadaran terhadap suatu merek dikenal dengan sebutan brand awareness (Sutrisno et al., 2023)

Brand awareness merupakan kesadaran merek yang menunjukkan kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Brand

awareness memerlukan adanya jangkauan kontinum dari perasaan yang tidak pasti bahwa suatu merk tertentu telah dikenal sebelumnya, sehingga konsumen percaya bahwa produk tersebut merupakan satu-satunya merek dalam suatu kelompok produk (Warpindyastuti, Mega Aprita, Apriyani, & Hardani, 2021) .

Jumlah views pada konten TikTok memiliki hubungan erat dengan peningkatan brand awareness, terutama dalam strategi pemasaran digital. Semakin tinggi jumlah views, semakin besar peluang suatu merek untuk dikenal oleh audiens yang lebih luas, karena konten yang ditonton akan menjangkau lebih banyak orang, baik melalui algoritma platform maupun interaksi audiens seperti berbagi atau menyukai. Views yang tinggi juga mencerminkan tingkat daya tarik konten terhadap audiens, yang secara tidak langsung membantu membangun citra merek di benak konsumen. Sebaliknya, jika jumlah views stagnan atau rendah, maka upaya untuk meningkatkan kesadaran merek melalui platform ini menjadi kurang efektif, karena pesan yang ingin disampaikan tidak menjangkau target pasar secara maksimal. Oleh karena itu, memahami dan mengoptimalkan strategi konten TikTok sangat penting untuk memastikan hubungan antara jumlah views dan brand awareness dapat terjaga dengan baik (Bratadiredja, 2023).

Miami Chicken adalah perusahaan yang beroperasi di industri makanan cepat saji (*fast food*) dan terus berupaya memperluas jangkauan mereknya melalui berbagai platform, termasuk media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan adalah TikTok, dengan tujuan utama meningkatkan brand awareness di kalangan konsumen. Namun, sayangnya, pemanfaatan platform ini belum berjalan secara optimal. Hal ini terlihat dari jumlah konten yang telah dibuat tidak berhasil menarik

perhatian audiens secara signifikan, ditandai dengan jumlah views yang cenderung stagnan dan tidak menunjukkan peningkatan yang berarti dari waktu ke waktu. Sebagai upaya untuk menjawab permasalahan tersebut, penulis menyusun *guideline* TikTok dengan tujuan meningkatkan jumlah tayangan konten TikTok yang dihasilkan, sehingga diharapkan dapat berkontribusi pada peningkatan kesadaran merek (*brand awareness*) produk.

## **1.2. Tujuan Kegiatan Magang**

Berdasarkan latar belakang yang telah tertulis di atas, maka tujuan dari diadakannya kegiatan magang yaitu:

1. Memperoleh pengalaman serta pemahaman tentang lingkungan kerja yang tidak didapatkan selama masa perkuliahan
2. Dapat merasakan penerapan teori mata kuliah yang telah didapatkan
3. Memahami dan memberikan kontribusi dalam pemasaran digital di perusahaan Miami Chicken.
4. Memberikan saran beserta penyelesaiannya yang bermanfaat bagi perusahaan di masa mendatang.

## **1.3 Manfaat Kegiatan Magang**

Manfaat yang dapat dirasakan oleh semua pihak setelah kegiatan magang bagi pihak lain akan dijelaskan lebih lanjut di bawah ini:

### **1.3.1 Manfaat Bagi Mahasiswa**

1. Menambah pemahaman mengenai dunia *digital marketing* yang sebelumnya sudah dipelajari di perkuliahan.

2. Memperoleh keahlian dan pengalaman dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat.
3. Meningkatkan disiplin, profesionalisme, keteraturan, dan tanggung jawab dalam menjalankan tugas dan peran yang dimiliki.

### 1.3.2 Manfaat Bagi Universitas

1. Dapat digunakan sebagai pedoman untuk materi kuliah yang akan disampaikan dalam mata kuliah yang relevan.
2. Menjadi sarana untuk mempererat hubungan yang positif antara Universitas Ma Chung dengan perusahaan Miami Chicken
3. Berperan sebagai sarana dalam memberikan pengalaman dan ilmu baru kepada mahasiswa.

### 1.3.3 Manfaat Bagi Perusahaan

1. Berfungsi sebagai sarana untuk mendukung suatu lembaga dalam komitmennya terhadap pendidikan dan mempersiapkan individu yang siap memasuki dunia kerja di masa mendatang.
2. Mendapat pertimbangan dan masukan yang mungkin bisa memberikan solusi terhadap masalah yang ada di *digital marketing* Miami Chicken

## BAB II

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 2.1. Perencanaan Magang

##### 2.1.1. Tempat Pelaksanaan dan waktu pelaksanaan

Kegiatan magang ini dilaksanakan di Miami Chicken yang beralamat di Jalan Esberg T-2, No. 1, Ruko D, Karangbesuki, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur (65146).

Kegiatan magang di Miami Chicken dilakukan sejak 12 Agustus 2024 hingga tanggal 26 Oktober 2024. Alokasi waktu magang ini sendiri adalah hari Senin hingga Jumat pukul 08.00 – 16.00 WIB dan pada hari Sabtu dimulai pukul 08.00 – 13.00. Penulis sendiri memiliki jam kerja kurang lebih 5 hingga 8 jam perhari dan telah mengumpulkan sebanyak 450 jam jam kerja.

##### 2.1.2 Paparan Kegiatan Mingguan

**Tabel 1. Rincian Kegiatan**

Keterangan	Rincian Kegiatan	Waktu
12 Agustus - 16 Agustus	Pada minggu pertama, kegiatan mencakup membuat konten kemerdekaan sekaligus menjadi <i>talent</i> , mengunjungi outlet Miami Chicken Lawang, Singosari dan Purowsari, lalu membuat rencana konten dan mengedit konten untuk sosial media Miami Chicken. Selanjutnya, membuat <i>caption</i> , mempelajari <i>broadcasting</i> whatsapp dan mempelajari pengiklanan gofood.	40 jam 30 menit
19 Agustus – 24 Agustus	Pada minggu kedua, kegiatan mencakup membuat rencana konten dan merealisasikannya untuk sosial media Miami Chicken, membuat 75 voucher untuk lomba kemerdekaan Tidar Property Group, <i>broadcasting</i> promosi cooking class di WhatsApp dari data konsumen yang telah ada dan membuat voice over untuk sosial media Miami Chicken.	45 jam

<b>Keterangan</b>	<b>Rincian Kegiatan</b>	<b>Waktu</b>
26 Agustus – 31 Agustus	Pada minggu ketiga, kegiatan mencakup mengecek produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood, mengedit konten video PAKTANA, membuat skrip untuk mengisi suara video yang telah diedit, membuat konten story instagram Miami Chicken dan evaluasi editan bersama pembimbing.	45 jam
2 September – 7 September	Pada minggu keempat, kegiatan mencakup membuat konten ke outlet Miami Sarangan, mengecek stok produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood, <i>broadcasting</i> promosi <i>cooking class</i> di WhatsApp dari data konsumen yang telah ada dan membuat konten story instagram Miami Chicken beserta evaluasi editan bersama pembimbing.	45 jam
9 September – 14 September	Pada minggu kelima, kegiatan mencakup membantu pembimbing dalam pembuatan logo brand baru “egg only”, foto produk <i>whole fried chicken</i> , membuat konten story instagram Miami Chicken beserta evaluasi editan bersama pembimbing.	45 jam
16 September – 21 September	Pada minggu keenam, kegiatan mencakup evaluasi konten dengan pembimbing, cek stok produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood, membuat konten, mengedit konten, membuat akun instagram baru untuk brand “eegonly” dan meeting SPV mingguan	37 jam
23 September – 28 September	Pada minggu ketujuh, kegiatan mencakup foto produk untuk “eggonly” dan sekaligus membuat konten video, membuat skrip, mengedit video dan membuat sertifikat.	45 jam
30 September – 5 Oktober	Pada minggu kedelapan, kegiatan mencakup mengedit konten, mengevaluasi konten dan cek stok produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood.	45 jam
7 Oktober – 12 Oktober	Pada minggu kesembilan, kegiatan mencakup membuat konten, mengevaluasi konten dan mmebuat sertifikat.	45 jam
14 Oktober – 19 Oktober	Pada minggu kesepuluh, kegiatan mencakup membuat konten, skrip dan caption.	13 jam
21 Oktober – 26 Oktober	Pada minggu kesebelas, kegiatan mencakup membuat konten dan meeting SPV outlet.	45 jam

Sumber: Data Pribadi Penulis (2024)

Tabel 2. Paparan Kegiatan Magang

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
1	12/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mempelajari <i>broadcasting</i> whatsapp</li> <li>Menjadi talent dan membuat rencana konten</li> <li>Membuat konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mempelajari <i>broadcasting</i> whatsapp untuk mengirim pesan sekaligus pada calon konsumen yang dituju.</li> <li>Membuat rencana konten yang akan direalisasikan sekaligus menjadi <i>talent</i>.</li> <li>Membuat konten di outlet Miami Chicken Sarangan untuk sosial media.</li> </ul>	08.00 – 16.30 ( 8 jam 30 menit)
2	13/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengunjungi outlet</li> <li>Membuat konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengunjungi outlet Miami Chicken Lawang, Singosari dan Purwosari untuk membuat konten dan melihat kondisi outlet.</li> <li>Membuat rencana konten dan merealisasikannya untuk konten sosial media Miami Chicken.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
3	14/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengedit video</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengedit video promo kemerdekaan untuk konten sosial media.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
4	15/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit video</li> <li>Mengedit video baru</li> <li>Membuat caption</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit video promo kemerdekaan untuk konten sosial media.</li> <li>Mengedit video terbaru untuk sosial media tiktok.</li> <li>Membuat caption untuk <i>feeds</i> instagram yang menyesuaikan generasi Z.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
5	16/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit konten</li> <li>Mencari lomba 17 agustusan</li> <li>Mempelajari pengiklanan</li> <li>Membuat caption</li> <li>Mendesain konten promo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit konten kemarin untuk tiktok.</li> <li>Mencari referensi lomba untuk 17 agustusan yang akan dilaksanakan pada tanggal 31 Agustus.</li> <li>Mempelajari pengiklanan gofood.</li> <li>Membuat caption untuk <i>feeds</i> instagram yang menarik generasi Z</li> <li>Mendesain konten promo 17 Agustusan.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
6	19/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat rencana konten dan merealisasikannya untuk sosial media Miami Chicken.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
7	20/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit</li> <li>Membuat 75 voucher</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit konten untuk <i>feeds</i> instagram</li> <li>Membuat 75 voucher untuk lomba kemerdekaan Tidar Property Group.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
8	21/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten story instagram Miami Chicken</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Merapikan sosial media</li> <li>Broadcasting WhatsApp</li> <li>Menghitung <i>advertising</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Merapikan sosial media Miami Chicken.</li> <li>Broadcasting promosi <i>cooking class</i> di WhatsApp dari data konsumen yang telah ada.</li> <li>Menghitung <i>advertising spend</i> dan <i>advertising gmv</i> gofood.</li> </ul>	
9	22/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat voice over</li> <li>Broadcasting WhatsApp</li> <li>Mengecek stok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat voice over untuk sosial media Miami Chicken.</li> <li>Broadcasting promosi <i>cooking class</i> di WhatsApp dari data konsumen yang telah ada.</li> <li>Mengecek produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
10	23/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari refrensi</li> <li>Membuat konten</li> <li>Mencari refrensi konten viral</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari refrensi untuk konten PAKTANA.</li> <li>Membuat konten promosi PAKTANA di Miami Chicken Sarangan.</li> <li>Mencari konten refrensi yang sedang viral untuk sosial media Miami Chicken.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
11	24/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jalan sehat</li> <li>Membuat caption</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jalan sehat bersama Tidar Property Group</li> <li>Membuat caption untuk konten <i>feeds</i> PAKTANA di instagram.</li> </ul>	08.00 – 13.00 ( 5 jam )
12	26/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengecek stok</li> <li>Mengedit konten</li> <li>Membuat skrip</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengecek produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood.</li> <li>Mengedit konten video PAKTANA.</li> <li>Membuat skrip untuk mengisi suara video yang telah diedit.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
13	27/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengisi suara</li> <li>Mengedit konten</li> <li>Membuat caption</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengisi suara untuk video yang telah diedit.</li> <li>Melanjutkan mengedit konten kemarin.</li> <li>Membuat caption untuk konten <i>feeds</i> di instagram.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
14	28/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten story instagram Miami Chicken.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
15	29/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit konten untuk story instagram.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
16	30/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluasi konten yang telah dibuat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengevaluasi editan dan ide konten bersama pembimbing dan memperbaikinya.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
17	31/08/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten <i>feeds</i> instagram Miami Chicken.</li> </ul>	08.00 – 13.00 ( 5 jam )
18	02/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit konten untuk story instagram.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
19	03/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluasi konten yang telah dibuat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengevaluasi editan dan ide konten bersama pembimbing dan memperbaikinya.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
20	04/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari ide konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari ide konten konten bersama pembimbing.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
21	05/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten</li> <li>Cek stok</li> <li>Membuat caption</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten ke outlet Miami Sarangan.</li> <li>Mengecek stok produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood.</li> <li>Membuat caption untuk promosi produk.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
22	06/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Broadcasting</i> WhatsApp</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><i>Broadcasting</i> promosi <i>cooking class</i> di WhatsApp dari data konsumen yang telah ada.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
23	07/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meeting SPV bulanan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meeting SPV bulanan bersama direktur, general manager, manajer operasional dan digital marketing untuk membahas progress masing – masing outlet dan planning yang akan dilakukan kedepannya.</li> </ul>	08.00 – 13.00 ( 5 jam )
24	09/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat caption</li> <li>Cek stok</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat caption untuk konten <i>feeds cooking class</i> di instagram.</li> <li>Mengecek stok produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
25	10/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat logo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membantu pembimbing dalam pembuatan logo brand baru “egg only”</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
26	11/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat konten untuk story instagram Miami Chicken</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
27	12/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Foto produk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Foto produk <i>whole fried chicken</i></li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
28	13/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cek stok</li> <li>Membuat konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengecek stok produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood.</li> <li>Membuat konten untuk story instagram Miami Chicken</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
29	14/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melanjutkan mengedit konten untuk story instagram.</li> </ul>	08.00 – 13.00 ( 5 jam )
30	17/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluasi konten yang telah dibuat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengevaluasi editan dan ide konten bersama pembimbing dan memperbaikinya.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
31	18/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cek stok</li> <li>Membuat konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengecek stok produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood.</li> <li>Membuat konten untuk story instagram Miami Chicken</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
32	19/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cek stok</li> <li>Membuat akun instagram</li> <li>Membuat caption</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengecek stok produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood.</li> <li>Membuat akun instagram baru untuk brand "eggonly"</li> <li>Membuat caption untuk konten "whole fried chicken" di instagram.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
33	20/09/24	Meeting SPV mingguan	Meeting SPV bulanan bersama direktur, general manager, manajer operasional dan digital marketing untuk membahas progress masing – masing outlet dan planning yang akan dilakukan kedepannya.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
34	21/09/24	Mengedit konten	Melanjutkan mengedit konten untuk story instagram.	08.00 – 13.00 ( 5 jam )
35	23/09/24	Foto produk dan membuat konten	Foto produk untuk "eggonly" dan sekaligus membuat konten video.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
36	24/09/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat skrip</li> <li>Mengedit video</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat skrip untuk konten "eggonly"</li> <li>Mengedit video "eggonly" yang telah dibuat kemarin.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
37	25/09/24	Membuat sertifikat	Membuat sertifikat lomba mewarnai Singosari.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
38	26/09/24	Mengedit video	Melanjutkan mengedit video "eggonly" yang telah dibuat kemarin.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
39	27/09/24	Membuat sertifikat	Membuat sertifikat cooking class.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
40	28/09/24	Membuat konten	Membuat konten di Miami Singosari dalam rangka acara lomba mewarnai.	08.00 – 13.00 ( 5 jam )
41	30/09/24	Mengedit konten	Mengedit konten lomba mewarnai Miami Sarangan.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
42	01/10/24	Melanjutkan mengedit	Melanjutkan mengedit konten lomba mewarnai Miami Sarangan.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
43	02/10/24	Promosi produk	Promosi produk Miami Chicken lewat <i>whatsapp</i> dari database yang dimiliki.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
44	03/10/24	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cek stok</li> <li>Membuat konten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengecek stok produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood.</li> <li>Membuat konten untuk story instagram Miami Chicken.</li> </ul>	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
45	04/10/24	Cek stok	Mengecek stok produk pada aplikasi gofood, shoppefood dan grabfood.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
46	05/10/24	Membuat konten	Membuat konten untuk story instagram Miami Chicken.	08.00 – 13.00 ( 5 jam )

No	Tanggal	Aktivitas	Rincian Aktivitas	Waktu Pelaksanaan (Jam)
47	07/10/24	• Evaluasi konten yang telah dibuat	• Mengevaluasi editan dan ide konten bersama pembimbing dan memperbaikinya	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
48	08/10/24	• Membuat konten	• Membuat konten untuk story instagram Miami Chicken	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
49	09/10/24	• Melanjutkan mengedit	• Melanjutkan mengedit konten untuk story instagram.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
50	10/10/24	• Membuat sertifikat	• Membuat sertifikat “cooking class” Miami Kepanjen	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
51	12/10/24	• Membuat konten	• Membuat konten promosi large order Miami Chicken di outlet	08.00 – 13.00 ( 5 jam )
52	18/10/24	• Membuat caption • Membuat skrip	• Membuat caption untuk <i>feeds</i> instagram yang menyesuaikan generasi Z. • Membuat skrip untuk konten yang akan dibuat.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
53	19/10/24	• Mengedit konten	• Mengedit konten dari skrip yang telah dibuat	08.00 – 13.00 ( 5 jam )
54	21/10/24	• Melanjutkan mengedit konten	• Mengedit konten dari skrip yang telah dibuat.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
55	22/10/24	• Membuat konten	• Membuat konten untuk story instagram.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
56	23/10/24	• Membuat caption	• Membuat caption untuk <i>feeds</i> instagram Miami Chicken.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
57	24/10/24	• Membuat konten	• Membuat konten untuk story instagram Miami Chicken.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
58	25/10/24	• Meeting SPV	• Meeting dengan supervisor semua outlet untuk membahas porgres setiap outlet.	08.00 – 16.00 ( 8 jam )
59	26/10/24	• Membuat konten	• Membuat konten untuk story instagram.	08.00 – 13.00 ( 5 jam )
<b>TOTAL WAKTU PELAKSANAAN</b>				450 jam

Sumber: Data Pribadi Penulis (2024)

## 2.2 Gambaran Umum Perusahaan

### 2.2.1 Sejarah Perusahaan

Berdiri pada tanggal 10 Maret 2012, Miami Chicken bertekad menjadi restoran *fried chicken* yang sebenar-benarnya (*it's truly fried chicken*) dengan rasa unik dan berbeda, serta harga yang terjangkau untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi seluruh *customer* kami terutama anak-anak. Miami Chicken memiliki restoran pertama di Jl. Sarangan, Malang. Hingga saat ini Miami Chicken

telah memiliki 8 outlet yang tersebar di Malang Raya. Kami akan terus bertekad mengembangkan Miami Chicken ke seluruh Indonesia.

## 2.2.2 Visi dan Misi Perusahaan

### 1. Visi Miami Chicken

- a) Menjadi restoran dengan pelayanan ramah dan menjaga mutu serta kualitas terbaik di Indonesia.

### 2. Misi Miami Chicken

1. Mengoptimalkan sistem operasional, dengan mengutamakan keselamatan dan keberlanjutan untuk mendukung tercapainya keuntungan bersama.
  2. Memberikan kepada setiap konsumen pengalaman yang memuaskan dengan melayani penuh komitmen.
  3. Mengembangkan keunggulan brand, menjadi salah satu kontribusi positif dengan tujuan terciptanya lingkungan kerja yang harmonis dan kesejahteraan karyawan.
- Menyeimbangkan kebutuhan prosedural dan pengelolaan perusahaan secara baik agar kegiatan usaha saat ini, berkelanjutan bagi para pemilik kepentingan Miami Chicken

### 2.2.3 Logo Perusahaan

Miami Chicken merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverage*. Miami Chicken memiliki logo sebagai berikut:

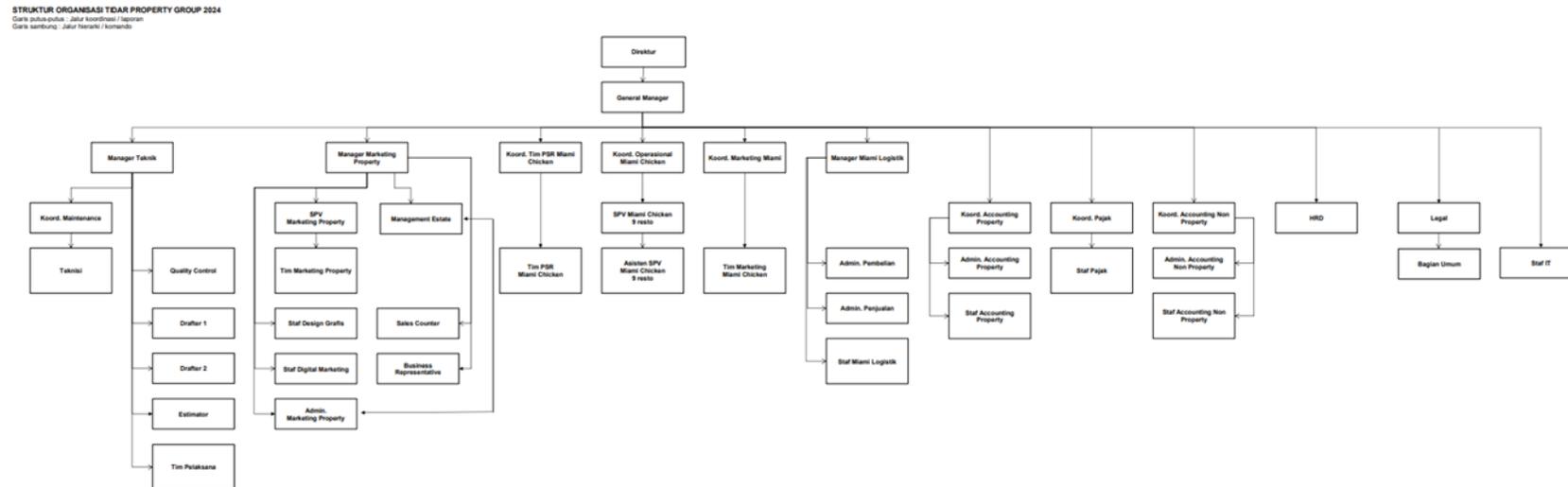


**Gambar 1. Logo Miami Chicken**

Sumber: CP Miami Chicken

UNIVERSITAS  
MA CHUNG

## 2.2.4 Struktur Organisasi Perusahaan



**Gambar 2. Struktur Perusahaan Miami Chicken**

Sumber: Tidar Property Group (2024)

### 2.2.5 Deskripsi Jabatan Miami Chicken

Berikut ini merupakan deskripsi jabatan setiap divisi Miami Chicken :

#### 1. Direktur

- a) Merancang rencana untuk membawa bisnis ke tingkat yang lebih baik lagi kedepannya
- b) Menata visi dan misi perusahaan secara keseluruhan.
- c) Mengadakan pertemuan rutin dengan para investor untuk menyampaikan laporan perusahaan
- d) Menugaskan orang untuk memimpin divisi tertentu dan mengawasi kinerjanya.
- e) Mengevaluasi keberhasilan perusahaan seperti kerugian atau keuntungan perusahaan

#### 2. General Manager

- a) Menyelaraskan kegiatan operasional di antara departemen-departemen.
- b) Penerapan kebijakan dan prosedur yang telah diberikan
- c) Mengelola keseluruhan dana dan sumber daya yang tersedia bagi perusahaan.

#### 3. Koordinasi Tim PSR Miami Chicken (Audit)

- a) Melakukan *cross cek cash* opname (*back up*, modal kasir, kas kecil, CID omset) dengan didampingi oleh kasir dan *SPV* atau asisten.
- b) Melakukan *cross cek stok* opname

- c) Melakukan *cross* cek ulang apabila ada produk yang minus atau *over* dengan *SPV* atau asisten.
  - d) Melakukan analisa jika ada produk yang jumlahnya tidak sesuai antara yang di opname oleh PSR dengan fisik yang ada.
  - e) Apabila terjadi minus suatu produk, maka PSR menginformasikan pihak resto untuk mengganti sejumlah produk yang minus tersebut x harga jual x 3.
  - f) Meminta *buffer* di resto untuk menganalisa *void* dan *refund*.
  - g) Melakukan *cross* cek ulang data *void* dan *refund* yang sudah dikerjakan oleh *SPV* atau asisten.
  - h) Meminta tanda tangan *SPV* atau Asisten yang sedang bertugas hasil dari proses pengecekan.
4. Tim PSR Miami Chicken
- a) Mengumpulkan informasi lengkap tentang audit
  - b) Melakukan peninjauan dan memeriksa setiap dokumen dan syarat-syarat yang diperlukan
  - c) Melakukan *cross* cek *cash* opname
  - d) Mengikuti perintah Koor PSR
5. Koordinasi operasional Miami Chicken
- a) Bertanggungjawab dalam menjaga kebersihan dan kerapihan seluruh area outlet.

- b) Bertanggungjawab dalam menjaga kelayakan tempat, peralatan dan perlengkapan produksi, media promosi outlet, dan pendukung operasional lainnya.
- c) Bertanggungjawab dalam kecukupan SDM di outlet, disiplin kehadiran atau absensi dan pelaksanaan lembur yang benar-benar sesuai kebutuhan perusahaan.
- d) Bertanggungjawab dalam menjaga motivasi agar tetap memberikan kontribusi yang baik dan menjaga sikap kerja karyawan agar tidak melanggar peraturan dan norma yang berlaku.
- e) Bertanggungjawab dalam menjaga penampilan karyawan yang rapih dan bersih sesuai dengan peraturan yang telah ditentukan manajemen dalam hal pakaian (seragam), sepatu dan rambut serta tidak menggunakan aksesoris yang dilarang, juga tidak bau badan (terutama yang berhubungan langsung dengan *customer*).
- f) Bertanggungjawab dalam mencegah maupun mengungkap pelanggaran (pencurian / penyalahgunaan) bahan dan / atau inventaris perusahaan yang digunakan diluar kepentingan perusahaan diseluruh outlet.
- g) Bertanggungjawab dalam mengatur kecukupan bahan di seluruh outlet, tidak berlebihan, sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan, penempatan dan penyimpanan bahan dengan benar. Melakukan stok opname 3 kali sehari sesuai waktu yang telah ditentukan dan tertib pelaporan dari PSR.

- h) Melakukan pengawasan dalam pelaksanaan produksi, penyajian dan pelayanan sesuai dengan ketentuan perusahaan di seluruh outlet.
  - i) Melakukan upaya untuk mencapai target omset yang ditentukan manajemen.
  - j) Menyediakan data yang dibutuhkan apabila diminta oleh manajemen pusat untuk pengambilan putusan.
  - k) Membuat laporan rutin kepada tim holding mengenai progress pengembangan SDM, pelaksanaan kepatuhan operasional, *branding* dan omset.
  - l) Membuat tim kerja yang solid dan efektif dengan bagian terkait untuk kemajuan perusahaan.
  - m) Seluruh persoalan yang berkaitan di resto selain yang tersebut diatas menjadi tanggung jawab manager operasional resto dan bila tidak dapat menyelesaikannya sendiri dapat mengkonsultasikan ke tim holding untuk dicarikan solusi.
  - n) Menerima dan mengerjakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan langsung.
6. *SPV* 8 outlet Miami Chicken
- a) Bertanggungjawab dalam mengawasi kelancaran kegiatan operasional di outlet.
  - b) Bertanggungjawab dalam menjaga kebersihan dan kerapihan seluruh area outlet.

- c) Bertanggungjawab dalam memelihara kelayakan tempat, peralatan dan perlengkapan produksi, media promosi, dan pendukung operasional lainnya di outlet.
- d) Bertanggungjawab dalam menjaga penampilan karyawan yang rapih dan bersih sesuai dengan peraturan yang telah ditentukan manajemen dalam hal pakaian (seragam), sepatu dan rambut serta tidak menggunakan aksesoris yang dilarang, juga tidak bau badan (terutama yang berhubungan langsung dengan customer).
- e) Melakukan laporan harian omset dan petty cash ke manager operasional.
- f) Melakukan laporan harian *cash*, cek uang, dan PLU yang terdiri dari *back up*, modal kasir + cek posisi CID (Rp. 0,-), kas kecil, omset semalam
- g) Melakukan setor omset harian ke bank.
- h) Melakukan verifikasi ke accounting setiap hari Rabu dan Sabtu yang terdiri dari : laporan kas kecil, hasil penjualan beserta slip setoran ke bank (lengkap dengan tanggal omset yang disetorkan, dan tagihan supplier (lengkap dengan stempel resto, penerima tagihan, dan stempel PSR).
- i) Bertanggungjawab dalam me-manage kecukupan bahan di outlet, tidak berlebihan, sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan, penempatan dan penyimpanan bahan dengan benar. Melakukan stok opname 3 kali sehari sesuai waktu yang telah ditentukan dan tertib melakukan laporan stok ke PSR.

- j) Menjaga agar SDM yang menjadi tanggung jawabnya di outlet tetap memberikan *service excellent* kepada *customer*.
  - k) Membuat rekapitulasi absen seluruh karyawan di dalam outlet, yaitu : absensi (berapa hari masuk kerja, sakit dengan surat dokter atau tidak dengan surat dokter, ijin, dan alpa), keterlambatan, lembur, dan jadwal bulan berikutnya.
  - l) Menerima dan mengerjakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan langsung.
7. Asisten SPV 8 outlet Miami Chicken
- a) Bertanggungjawab dalam mengawasi kelancaran kegiatan operasional di outlet.
  - b) Bertanggungjawab dalam menjaga kebersihan dan kerapian seluruh area outlet.
  - c) Bertanggungjawab dalam memelihara kelayakan tempat, peralatan dan perlengkapan produksi, media promosi, dan pendukung operasional lainnya di outlet.
  - d) Bertanggungjawab dalam menjaga penampilan karyawan yang rapih dan bersih sesuai dengan peraturan yang telah ditentukan manajemen dalam hal pakaian (seragam), sepatu dan rambut serta tidak menggunakan aksesoris yang dilarang, juga tidak bau badan (terutama yang berhubungan langsung dengan customer).
  - e) Melakukan laporan harian omset dan *petty cash* ke Manager Operasional.

- f) Melakukan laporan harian cash, cek uang, dan PLU yang terdiri dari *back up*, modal kasir + cek posisi CID (Rp. 0,-), kas kecil, omset semalam
- g) Melakukan setor omset harian ke bank.
- h) Melakukan verifikasi ke *accounting* setiap hari Rabu dan Sabtu yang terdiri dari : laporan kas kecil, hasil penjualan beserta slip setoran ke bank (lengkap dengan tanggal omset yang disetorkan, dan tagihan supplier (lengkap dengan stempel resto, penerima tagihan, dan stempel PSR).
- i) Bertanggungjawab dalam mengatur kecukupan bahan di outlet, tidak berlebihan, sesuai dengan standar mutu yang ditetapkan, penempatan dan penyimpanan bahan dengan benar. Melakukan stok opname 3 kali sehari sesuai waktu yang telah ditentukan dan tertib melakukan laporan stok ke PSR.
- j) Menjaga agar SDM yang menjadi tanggung jawabnya di outlet tetap memberikan *service excellent* kepada customer.
- k) Membuat rekapitulasi absen seluruh karyawan di dalam outlet, yaitu : absensi (berapa hari masuk kerja, sakit dengan surat dokter atau tidak dengan surat dokter, ijin, dan alpa), keterlambatan, lembur, dan jadwal bulan berikutnya.
- l) Menerima dan mengerjakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan langsung.

#### 8. Koordinasi Marketing Miami Chicken

- a) Menyusun rencana kerja dan mengevaluasi pelaksanaannya, kemudian melaporkan hasilnya kepada general manager.
- b) Mengawasi inventaris fisik yang berada di dapur, layanan dan area depan.
- c) Mengevaluasi kinerja bawahannya
- d) Menangani masalah yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan untuk dilaporkan kepada general manager.

#### 9. Manajer Miami Logistik

- a) Mengkoordinir tim Miami Logistik dalam mengawasi kelancaran pekerjaan logistik terhadap pengadaan bahan dan barang baik dari supplier maupun ke seluruh outlet Miami Chicken.
- b) Mengawasi kelancaran penerimaan bahan dan barang agar selalu tepat waktu, tepat jumlah, dan kualitas bahan dan barang yang diterima sesuai dengan kesepakatan.
- c) Memastikan penyimpanan bahan dan barang yang diterima rapi dan teratur, sesuai dengan FIFO, serta penyimpanan bahan dan barangnya sesuai perencanaan kebutuhan sehingga tidak terjadi penumpukan.
- d) Mengawasi kelancaran pekerjaan penyaluran bahan dan barang ke Miami Chicken dan outlet Tidar Group lainnya tepat waktu, tepat jumlah, serta kualitasnya sesuai dengan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

- e) Melakukan pengawasan terhadap administrasi dan kelancaran pembayaran Miami Logistik yang merupakan keuangan milik perusahaan.
- f) Menginformasikan ke Manager Operasional Resto bila terdapat bahan dan barang yang akan diskontinyu atau sedang langka di pasaran.
- g) Bekerjasama dengan Manager Operasional Resto dalam pengadaan bahan yang akan digunakan dalam rencana pembuatan produk baru (mulai dari perencanaan bahan-bahan yang akan digunakan hingga memastikan supplier yang akan menyediakannya).
- h) Mencari supplier baru untuk mendapatkan bahan dan barang dengan kualitas sama namun dengan harga yang lebih murah, serta mampu memenuhi order perusahaan dengan pelayanan yang baik.
- i) Melayani permintaan sampel bahan dan barang kepada Manajemen HO Miami dalam rangka invoasi atau pengembangan produk.
- j) Mengusulkan pengembangan produk atau produk baru pada Manajemen Pusat atas rekomendasi Manager Operasional Resto.
- k) Menerima dan mengerjakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan langsung.

#### 10. Admin Pembelian

- a) Membeli bahan baku ke supplier ayam
- b) Menulis bahan baku yang masuk dan keluar di Miami Logistik
- c) Mengatur dan memonitor keuangan logistik

- d) Berkomunikasi dengan SPV outlet bilamana ada kekurangan atau keperluan produk

#### 11. Staf Gudang Miami Logistik

- a) Menerima Purchase Order (PO) dari Admin. Milog untuk pengiriman barang ke outlet.
- b) Melakukan First In First Out (FIFO) atas barang yang diterima dari supplier.
- c) Melakukan pengecekan harian stok fisik barang (stok opname) untuk barang yang tergolong berat, seperti : Breader, bag ayam besar dan kecil, galon saos sambal dan tomat, french fries, kardus sachet saos sambal dan tomat, air mineral Cleo, shortening, dll.
- d) Memiliki dan menerima data stok opname harian dari staf gudang Milog untuk barang yang tergolong ringan, seperti : sedotan, gelas plastik, cup untuk saos, *fry bag*, *cone es krim*, *chicken box*, dll.
- e) Bekerjasama dengan staf gudang Miami Logistik (Milog) mempersiapkan barang-barang untuk pengiriman ke outlet.
- f) Memastikan barang yang dikirim sesuai dengan *PO (Pre-Order)* yang diberikan.
- g) Menerima barang dari supplier serta menandatangani tanda terima serta menerima salinannya.
- h) Mendata ulang stok yang ada setelah pengiriman bersama staf gudang dan setelah di update oleh admin gudang data tersebut disharing ke staf gudang.

- i) Mengatur tata letak barang yang baru diterima dari supplier (barang yang tergolong berat) ditempat masing-masing yang rapi dan sesuai *FIFO*.
- j) Menerima dan mengerjakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan.

## 12. Admin Miami Logistik

- a) Melakukan order barang ke supplier.
- b) Mengerjakan laporan pembelian dan penjualan Milog.
- c) Mengerjakan kartu stok.
- d) Mengerjakan pembukuan kas kecil.
- e) Membuat voucher pembayaran faktur dari supplier ke Accounting
- f) Membantu mempersiapkan barang untuk dikirim ke seluruh outlet Miami Chicken.
- g) Merekap absen Miami Logistik
- h) Menerima dan mengerjakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh atasan langsung.

### 2.2.6 Produk Perusahaan

**Tabel 3. Produk Miami Chicken**

Produk	Deskripsi
	<p><i>Chicken nugget dilapisi dengan tepung lalu digoreng hingga golden crispy.</i></p>

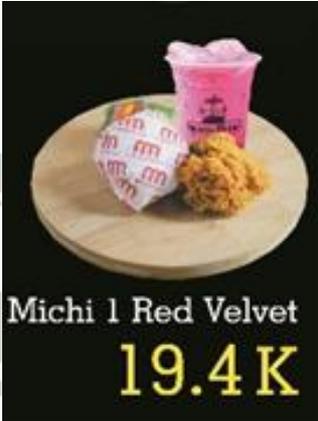
Produk	Deskripsi
	<p><i>Skin crispy</i> dilapisi tepung dan digoreng hingga matang dengan cita rasa asin dan gurih.</p>
	<p><i>Chicken soup</i> dengan isian wortel, ayam dan kacang panjang. Direbus hingga matang dengan cita rasa asin dan gurih.</p>
	<p>Burger dengan isian <i>beef</i> yang di buat dari daging asli dengan tomat dan sayuran <i>fresh</i> yang di lumurin dengan saus mayo mustard atau <i>babrbeque</i></p>
	<p>Burger dengan isian <i>beef</i> dan <i>cheese</i> yang di buat dari daging asli dengan tomat dan sayuran <i>fresh</i> yang di lumurin dengan saus mayo mustard</p>
	<p>Burger dengan isian <i>double beef</i> yang di buat dari daging asli dengan tomat dan sayuran <i>fresh</i> yang di lumurin dengan saus mayonais <i>mustard</i> atau <i>babrbeque</i>.</p>

Produk	Deskripsi
 <p><b>DOUBLE BEEF CHEESE</b> (MAYO/BBQ) RP 39.000</p>	<p>Burger dengan isian <i>double beef</i> dan <i>double cheese</i> yang di buat dari daging asli dengan tomat dan sayuran fresh yang di lumurin dengan saus mayonais <i>mustard</i> atau <i>babrbeque</i> .</p>
 <p><b>CHICKEN BURGER</b> RP 11.300</p>	<p>Chicken burger dengan isian <i>chicken crispy</i> di sajikan dengan sayuran dengan tomat dan sayuran <i>fresh</i>.</p>
 <p><b>BURGER CRISPY</b> RP 13.364</p>	<p>Burger crispy dengan isian <i>chicken crispy</i> yang digoreng hingga <i>golden crispy</i> tanpa sayuran dan diberi saus mayonais.</p>
 <p><b>CHICKEN BURGER CHEESE</b> RP 15.700</p>	<p><i>Chicken burger cheese</i> dengan isian <i>chicken burger</i>, sayuran yang <i>fresh</i> dan <i>cheese</i>.</p>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Ala carte 4 pcs chicken wings, digoreng dengan tepung dan</li> </ol>

Produk	Deskripsi
 <p><b>MIAMI CHICKEN WINGS</b></p> <p><b>A La Carte 4 pcs</b> 4 Pcs chicken wings Rp. <b>17.000</b></p> <p><b>PaNas 4 pcs</b> 4 Pcs chicken wings Nasi + Es Teh Rp. <b>21.500</b></p> <p><b>A La Carte 6 pcs</b> 6 Pcs chicken wings Rp. <b>23.636</b></p> <p><small>*Price before tax</small></p>	<p>dilumuri dengan saus pedas dengan bumbu rempah khas Miami Chicken yang pedas dan gurih.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Ala carte 4 pcs chicken wings, digoreng dengan tepung dan dilumuri dengan saus pedas dengan bumbu rempah khas Miami Chicken yang pedas dan gurih dengan tambahan nasi dan es teh</li> <li>Ala carte 6 pcs chicken wings, digoreng dengan tepung dan dilumuri dengan saus pedas dengan bumbu rempah khas Miami Chicken yang pedas dan gurih.</li> </ol>
 <p><b>MIAMI NASHVILLE</b></p> <p><b>MIAMI NASHVILLE 1</b> AYAM NASHVILLE A ES TEH Rp <b>17.900</b> (Exclude Tax)</p> <p><b>MIAMI NASHVILLE 2</b> AYAM NASHVILLE B ES TEH Rp <b>21.800</b> (Exclude Tax)</p> <p><b>AMERICAN taste</b></p> <p><b>LEVEL KEPEDASAN</b> <b>HOT</b> <b>EXTRA HOT</b> <b>SUPER HOT</b></p>	<p>Ayam goreng crispy pedas khas daerah Nashville, Tennessee, di Amerika Serikat.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Miami Nashville 1, Ayam (paha atas/sayap) digoreng dengan tepung krispi lalu dicampur <i>chili oil</i> dan bubuk cabai. Disajikan dengan nasi dan es teh</li> <li>Miami Nashville 2, Ayam (paha bawah/dada) digoreng dengan tepung krispi lalu dicampur <i>chili oil</i> dan bubuk cabai. Disajikan dengan nasi dan es teh</li> </ol>

Produk	Deskripsi
 <p><b>Chicken Crispy Bumbu Hitam</b> miamichicken Cobain Sekarang!</p> <p><b>Paket A</b> Ayam (sayap/paha bawah) Rp. <b>17.900</b></p> <p><b>Paket B</b> Ayam (dada/paha atas) Rp. <b>21.800</b></p> <p><small>*Price Before Tax</small></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Paket A (sayap/paha bawah) Ayam <i>crispy</i> yang digoreng hingga <i>golden crispy</i> dan diberi bumbu hitam khas madura, nasi, sambal, serundeng dan disajikan dengan es teh.</li> <li>2. Paket B (dada/paha atas) Ayam <i>crispy</i> yang digoreng hingga <i>golden crispy</i> dan diberi bumbu hitam khas madura, nasi, sambal, serundeng dan disajikan dengan es teh.</li> </ol>
 <p><b>SKIN RICE</b> CHICKEN SKIN CRISPY + NASI + TBK</p> <p><b>BBQ</b> Rp. <b>16.000</b>    <b>MAYO</b> Rp. <b>15.000</b></p> <p><small>PRICE EXCLUDE TAX</small></p> <p><small>© MIAMI CHICKEN    www.miamichicken.com    MIAMI CHICKEN HERBOPUS</small></p>	<p>Skin rice box dari kulit ayam yang dilapisi tepung dan berbagai bumbu rahasia yang digoreng hingga matang dan disajikan dengan nasi, <i>skin crispy</i> dan berbagai saus seperti mayonais atau <i>barbeque</i></p>

Produk	Deskripsi
 <p><b>ASG</b> FROZEN FOOD</p> <p><b>AYAM CRISPY SIAP GORENG</b>  <b>CUKUP DI MASAK</b>  <b>± 7 MENIT SAJA!</b></p> <p>500 GR HANYA  <b>38.5 K</b></p> <p><small>*HARGA SUDAH TERMASUK PAJAK</small></p>	<p>Ayam crispy frozen food yang dilapisi tepung dan berbagai bumbu rahasia Miami Chicken yang sangat praktis dan hemat.</p>
 <p>Michi <b>1</b> paha bawah/ sayap crispy nasi TBK <b>17.9k</b></p>	<p>Michi 1 (paha bawah/sayap <i>crispy</i>)  Paket ayam crispy dengan nasi dan teh botol sosro.</p>
 <p>Michi <b>2</b> paha atas/ dada crispy nasi TBK <b>21.8k</b></p>	<p>Michi 2 (paha atas/dada <i>crispy</i>)  Paket ayam crispy dengan nasi dan teh botol sosro.</p>

Produk	Deskripsi
 <p>Michi <b>3</b>  1 paha atas / dada <i>crispy</i>  1 paha bawah / sayap <i>crispy</i>  nasi  TBK  <b>33.3k</b></p>	<p>Michi 3  (1. Paha atas/dada <i>crispy</i>)  (2. Paha bawah/sayap <i>crispy</i>)  Paket ayam <i>crispy</i> dengan 2 pilihan ayam yang disajikan dengan nasi dan teh botol sosro.</p>
 <p>Michi 1 Red Velvet  <b>19.4 K</b></p>	<p>Michi 1 Red Velvet  (paha bawah/sayap <i>crispy</i>)  Paket ayam <i>crispy</i> dengan nasi disajikan dengan minuman red velvet.</p>
 <p>Michi 2 Red Velvet  <b>25 K</b></p>	<p>Michi 2 Red Velvet  (paha bawah/dada <i>crispy</i>)  Paket ayam <i>crispy</i> dengan nasi disajikan dengan minuman red velvet.</p>

Produk	Deskripsi
 <p><b>miami chicken</b> It's truly fried chicken</p> <p><b>MENU</b></p> <p><b>PakTaNa 1</b> (5) paha atas/ dada (4) paha bawah/ sayap <b>117.1k</b></p> <p><b>PakTaNa 2</b> (2) paha atas/ dada (3) paha bawah/ sayap <b>61.5k</b></p> <p><b>PakTaNa 3</b> (1) paha atas/ dada (1) paha bawah/ sayap <b>26.4k</b></p> <p><b>Paket Family</b> <b>98.4 K</b></p> <p><small>*price exclude tax</small></p>	<p>PakTaNa 1 Berisi 5 paha atas/dada dan 4 paha bawah/sayap <i>crispy</i>.</p> <p>PakTaNa 2 Berisi 2 paha atas/dada dan 3 paha bawah/sayap <i>crispy</i>.</p> <p>PakTaNa 3 (Paket <i>Family</i>) Berisi 1 paha atas/dada dan 1 paha bawah/sayap <i>crispy</i>.</p>
 <p><b>Paket HOT CHILI</b></p> <p><b>A 18.9k</b> Ayam Crispy paha bawah/sayap + saos pedas • Nasi • TBK</p> <p><b>B 23.3k</b> Ayam Crispy paha atas/dada + saos pedas Nasi • TBK</p>	<p>Paket Hot Chili</p> <p>Paket A berisi ayam crispy paha bawah/sayap + saos pedas <i>hot chili</i> + nasi + teh botol sosro</p> <p>Paket B berisi ayam crispy paha atas/dada + saos pedas <i>hot chili</i> + nasi + teh botol sosro</p>

Produk	Deskripsi
 <p><b>Paket Miami Asli Geprek</b></p> <p><b>A 21.8k</b> Ayam Crispy paha bawah/sayap + sambal bawang pedas + Nasi + TBK</p> <p><b>B 26.1k</b> Ayam Crispy paha atas/dada + sambal bawang pedas + Nasi + TBK</p> <p>*price exclude tax</p>	<p>Paket Miami Asli Geprek</p> <p>Paket A berisi ayam crispy paha bawah/sayap + sambal bawang pedas + nasi + teh botol sosro.</p> <p>Paket B berisi ayam crispy paha atas/dada + sambal bawang pedas + nasi + teh botol sosro.</p>
 <p><b>Miami Chicken Rice Box</b></p> <p><b>NEW MENU</b></p> <p><b>Garlic 24.545</b> *Exclude Tax</p> <p><b>Hot Chili 22.273</b> *Exclude Tax</p> <p><b>Cheese 22.273</b> *Exclude Tax</p> <p><b>Salted Egg 24.545</b> *Exclude Tax</p>	<p>Miami Chicken Rice Box</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Garlic Rice box ayam crispy dengan bawang putih goreng dan cabe rawit yang disajikan dengan nasi putih hangat</li> <li>Hot Chili Rice box dengan ayam crispy yang disajikan dengan saus pedas <i>hot chili</i> dan nasi putih yang hangat</li> <li>Cheese Rice box dengan ayam crispy yang disajikan dengan saus <i>cheese</i> dan nasi putih yang hangat</li> <li>Rice box dengan ayam crispy yang disajikan dengan saus <i>salted egg</i> dan nasi putih yang hangat</li> </ol>

Produk	Deskripsi
	<p>Whole Fried Chicken</p> <p>Ayam utuh crispy dengan saus keju yang super gurih dan creamy dengan rasa yang kaya dan lembut beserta saus hot chili dengan rasa yang pedas, asam dan manis.</p>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Susu bubuk milo dengan campuran gula dan air lalu diaduk hingga tercampur rata.</li> <li>2. Teh Pucuk Harum kemasan.</li> <li>3. Hot tea, dibuat dengan daun teh kemasan dan air hangat dicampur dengan gula dan diaduk hingga tercampur rata.</li> <li>4. Hot coffe, minuman yang dibuat dari bubuk kopi dan gula, kemudian diseduh dengan air panas.</li> <li>5. Hot Moccacino, minuman dari bubuk moccacino dan gula lalu dicampur dengan air panas dan diaduk hingga merata</li> <li>6. Teh kota sosro kemasan</li> <li>7. Fruit tea kemasan</li> <li>8. Air mineral kemasan</li> </ol>

Produk	Deskripsi
 <p>MIAMI CHACA SCOPE 10 k</p> <p>MIAMI CHOCO SCOPE 12 k</p> <p>MIAMI BERRY SCOPE 13 k</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Miami Chaca Scope, es krim vanila dengan campuran permen chaca.</li> <li>2. Miami Choco Scope, es krim vanilla dengan <i>topping</i> coklat lumer.</li> <li>3. Miami Berry Scope, es krim vanila dengan campuran <i>topping berry</i> yang lumer.</li> </ol>
 <p>Milo Scoope 10 k</p> <p>Mocca Scoope 9 k</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Milo Scoope, milo bubuk diaduk dengan air panas dicampur dengan es batu lalu diberi <i>topping</i> es krim vanila.</li> <li>2. Mocca Scoope, mocca bubuk diaduk dengan air panas dicampur dengan es batu lalu diberi <i>topping</i> es krim vanila.</li> </ol>
 <p>Cone 5 k</p>	<p>Cone, es krim vanila dengan cone wafer.</p>

Produk	Deskripsi
	<p>Miami Drink</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Minuman yang terbuat dari bubuk <i>bubble gum</i>, susu, air dan es batu.</li> <li>2. Minuman yang terbuat dari bubuk <i>mocachino</i>, susu, air dan es batu.</li> <li>3. Minuman yang terbuat dari bubuk <i>red velvet</i>, susu, air dan es batu.</li> </ol>
	<p>Miami Chicken menyediakan berbagai paket event seperti <i>birthday party</i>, <i>cooking class</i> dan <i>graduation party</i>.</p>

Sumber: CP Miami Chicken

## BAB III

### PEMBAHASAN

#### 3.1 Permasalahan

Penulis menemukan beberapa permasalahan selama pelaksanaan magang di Miami Chicken. Permasalahan berikut ditemukan oleh penulis selama magang di divisi *digital marketing*, seperti:

1. Konten yang disampaikan pada media sosial tiktok terasa membosankan (belum mengikuti tren terkini)

Permasalahan pertama, menurut sudut pandang penulis terhadap konten yang diunggah di tiktok Miami Chicken terasa membosankan. Dari segi pengambilan konten atau video kurang bervariasi serta belum mengikuti tren yang viral di saat ini.



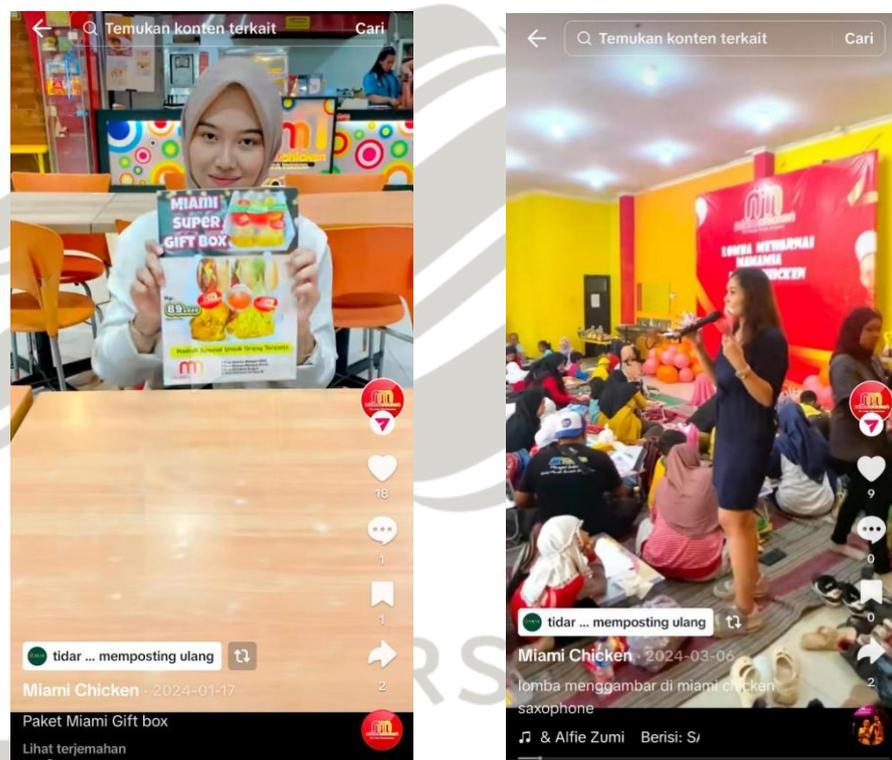
**Gambar 3. Konten yang dirasa membosankan**  
Sumber: TiktTok Miami Chicken

Konten tersebut merupakan bagian dari program "Miami Chicken Berbagi" yang pada dasarnya memiliki nilai positif dan membawa citra baik di mata masyarakat karena menunjukkan kepedulian sosial perusahaan. Namun, sayangnya pengambilan gambar dalam konten tersebut terkesan monoton, kurang bervariasi, dan tidak mengikuti tren visual atau gaya penyajian konten yang sedang digemari di media sosial saat ini. Akibatnya, daya tarik visual konten menjadi rendah dan tidak mampu bersaing dengan konten-konten lain yang lebih kreatif dan menarik. Hal ini berdampak pada rendahnya jumlah penonton (viewers), kurangnya interaksi dari audiens, serta minimnya peningkatan dalam performa konten secara keseluruhan. Jika permasalahan ini tidak segera ditangani, maka potensi konten untuk membangun brand awareness dan engagement dengan konsumen juga akan semakin menurun.

Selain itu, penggunaan musik dalam video tersebut belum menyesuaikan dengan tren musik yang sedang viral saat ini, sehingga mengurangi potensi konten untuk masuk ke halaman For You Page (FYP) dan menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini berdampak langsung pada rendahnya engagement seperti like, komentar, dan share yang diperoleh konten tersebut. Dalam jangka panjang, kurangnya eksposur ini dapat memengaruhi efektivitas brand dalam membangun kedekatan dengan audiens, serta menghambat upaya peningkatan brand awareness di platform media sosial.

2. Media sosial yang digunakan sebagai media pemasaran belum mengunggah konten secara terjadwal

Permasalahan kedua, dalam hal mengunggah konten di media sosial masih belum ada jadwal (*Content plan*). Sehingga konten yang diunggah di media sosial tidaklah teratur.



**Gambar 4. Contoh Konten yang Tidak Terjadwal**  
Sumber: TikTok Miami Chicken

Terlihat jangka waktu postingan dari dua konten tersebut. Konten pertama diunggah pada 17 Januari 2024 dan konten kedua diunggah pada 6 Maret 2024. Kedua konten tersebut memiliki perbedaan waktu hampir 2 bulan. Hal ini sangatlah tidak konsisten sehingga berakibat pada menurunnya performa akun secara keseluruhan, baik dari segi algoritma media sosial yang mengutamakan konsistensi, maupun dari

segi minat audiens yang menjadi kurang terlibat karena tidak adanya konten rutin yang dapat mereka ikuti. Ketidakteraturan dalam jadwal unggahan juga dapat menimbulkan kesan bahwa brand kurang aktif, sehingga berisiko menurunkan kredibilitas dan daya tarik di mata followers maupun calon konsumen baru.

## 3.2 Pembahasan

### 3.2.1 Pemasaran Digital

Pemasaran digital adalah salah satu jenis strategi pemasaran untuk mempromosikan suatu produk atau jasa yang dapat sampai kepada konsumen dengan cepat dan tepat waktu melalui media digital. Pemasaran digital merupakan penggunaan teknologi digital serta perangkat yang terhubung koneksi internet dalam mencapai target pemasaran (Novita Sari & Iqbal Fasa, n.d.).

Manfaat pemasaran digital adalah dapat memudahkan dalam menjangkau pasar yang lebih luas dalam memasarkan produk secara efisien. Pemasaran digital juga dapat meningkatkan loyalitas konsumen, dengan mengunggah konten yang kreatif dapat menjadi daya tarik tersendiri serta jika membagikan berbagai penawaran spesial kepada pelanggan setia sehingga perusahaan akan lebih akrab dengan konsumen (Manggu & Beni, 2021).

Berikut contoh penerapan pemasaran digital yang dilakukan oleh Miami Chicken:

#### 1. *Content marketing*

*Content marketing* adalah pemasaran yang dilakukan dengan pengembangan atau pembuatan konten yang tujuannya memberikan

informasi kepada audiens. *Content marketing* tidak harus menawarkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan, tetapi bisa bersifat menghibur serta mengedukasi audiens. Tujuan dari konten yang mengedukasi juga membangun identitas brand dari perusahaan dan juga membangun koneksi secara emosional dengan para konsumen sehingga dapat mendapatkan kepercayaan dari konsumen sehingga memberikan dampak positif dalam meningkatnya minat konsumen dalam pembelian (Erfiana & Purnamasari, 2023).

## 2. Sosial Media Marketing

Media sosial merupakan suatu platform digital yang memfasilitasi penggunaannya dalam melakukan aktivitas sosial seperti mengunggah konten berupa foto, tulisan, dan video. Menurut Dave Kerpen yang dikutip oleh Hendrik N. (2022), media sosial merupakan suatu platform yang terdapat kumpulan tulisan, gambar, video, hingga interaksi yang terjalin dalam jaringan antar kelompok maupun individu (Erfiana & Purnamasari, 2023).

Media sosial memiliki beberapa jenis dalam penggunaannya diantaranya, layanan blog, layanan jejaring sosial, layanan blog mikro, layanan berbagi media, layanan kolaborasi, dan juga layanan forum. Layanan Blog, fungsinya dalam membagikan catatan penggunaannya tentang berbagai isu tertentu. Penggunaannya biasa disebut blogger, contoh media sosial layanan blog yaitu seperti: WordPress, Blogger. Layanan jejaring sosial berfungsi sebagai tempat berkumpulnya banyak orang untuk bersosialisasi yang mana orang dapat mengirim pesan, informasi, foto, hingga video. Contoh media

sosial layanan jejaring sosial adalah Facebook dan LinkedIn dan masih banyak lagi. Layanan Blog Mikro memiliki fungsi yang hampir sama dengan blog, tetapi halaman yang disajikan lebih ringkas sehingga mikro blog memiliki keceptan yang lebih baik dari pada layanan blog. Salah satu contohnya adalah Twitter. Layanan berbagi media merupakan jenis media sosial untuk membagikan konten media seperti foto, audio, ataupun video. Salah satu contohnya yaitu Instragram dan Flickr. Layanan kolaborasi digunakan untuk mengajak pengguna lain untuk berkontribusi salah satu contohnya adalah wikipedia yang merupakan sebuah proyek ensiklopedia multibahasa dalam jaringan yang dioperasikan secara bebas dan terbuka. Layanan forum merupakan jenis layanan yang telah lama dikenal secara luas dan dapat digunakan untuk membicarakan suatu topik bersama pengguna lainnya. Contoh media sosial layanan forum yaitu kaskus, Quora, dan lain sebagainya.

Sosial media marketing merupakan pemasaran digital yang menggunakan platform media sosial dengan tujuan membangun kesadaran, pengenalan merek, dan penindakan terhadap merek serta mempromosikan produk ataupun layanan organisasi yang dilakukan dengan berbayar maupun tidak berbayar. Sehingga pelaku bisnis dapat meningkatkan penjualannya serta membuat produknya lebih dikenal oleh masyarakat dan menarik minat konsumen dalam melakukan transaksi.

Miami Chicken memiliki berbagai platform media sosial, termasuk Instagram, Facebook, Twitter, website, dan TikTok. Namun, perusahaan

lebih aktif menggunakan Instagram sebagai sarana pemasaran utama. Oleh karena itu, Penulis berinisiatif untuk meningkatkan pemasaran melalui TikTok dengan membuat konten marketing, baik soft selling maupun hard selling, guna menjangkau audiens yang lebih luas.

### 3.2.2 Content plan

*Content plan* merupakan sebuah perencanaan dalam mengembangkan suatu konten sehingga dapat mendukung suatu bisnis agar mencapai tujuannya. Perencanaan tersebut seperti ide konten yang sudah disesuaikan dengan target pasar, penggunaan platform untuk mengunggah konten, serta menentukan waktu yang tepat untuk mengunggah konten (Mariani Sagala et al., 2024).

Membuat *Content plan* dapat dimulai dengan menentukan target audience sesuai dengan platform dan jenis konten yang disajikan. Dilanjutkan dengan menentukan tema konten agar memudahkan hal yang akan dimuat pada konten. Selanjutnya melakukan riset terhadap topik yang akan diulas sehingga konten yang disajikan bisa bermanfaat dan lengkap yang akan meningkatkan engagement. Dilanjutkan dengan menetapkan platform yang akan digunakan sehingga dapat disesuaikan dengan jenis konten yang akan dibuat. Lalu kelompokkan konten berdasarkan tujuannya, tujuan pertama untuk brand awareness sehingga konten akan menampilkan informasi serta fungsi dari suatu produk yang bisa menjadi solusi permasalahan pelanggan. Tujuan kedua untuk meningkatkan penjualan, konten yang disajikan dapat berupa penjualan secara langsung yang membuat para konsumen yakin dalam membeli produk tersebut.

Manfaat *Content plan* dalam dunia pemasaran digital adalah membuat penyusunan konten menjadi lebih konsisten karena memiliki jadwal serta waktu untuk melakukan unggahan di media sosial secara jelas. *Content plan* dapat memperjelas penyebaran konten dan meningkatkan performa konten dikarenakan telah mengetahui target dari konten tersebut. Contohnya, jika pasar yang ditargetkan adalah para pekerja, maka dapat mengunggah konten pada waktu setelah jam kerja.

### 3.2 Penyelesaian Uraian Tugas

Selama menjalani program magang di Miami Chicken, penulis telah menyelesaikan berbagai tugas yang berhubungan dengan pemasaran digital, khususnya dalam optimalisasi media sosial TikTok. Penyelesaian tugas-tugas tersebut mencakup beberapa aspek utama:

#### 1. Pembuatan dan Pengelolaan Konten TikTok

- a) Mengembangkan konsep konten berdasarkan tren terkini di TikTok.

Penulis secara rutin melakukan observasi terhadap konten yang sedang viral di TikTok dengan memantau halaman For You Page (FYP) dan akun-akun kompetitor. Berdasarkan hasil observasi tersebut, penulis menciptakan ide-ide kreatif yang relevan dengan identitas brand Miami Chicken, namun tetap mengikuti gaya dan format konten yang sedang populer agar mudah menjangkau audiens lebih luas.

- b) Menjadi talent dalam beberapa video promosi.

Untuk menghemat biaya produksi dan menciptakan kesan yang lebih autentik dan relatable, penulis juga berperan langsung sebagai talent

dalam beberapa video. Hal ini membantu menampilkan sisi humanis dan kasual dari brand, yang sesuai dengan preferensi Gen Z.

- c) Mengedit video dengan menggunakan aplikasi seperti CapCut.

Proses editing dilakukan secara mandiri menggunakan aplikasi CapCut untuk menambahkan efek transisi, filter, musik, teks, dan elemen grafis lain yang mendukung pesan promosi. Penulis memastikan bahwa setiap video memiliki durasi optimal dan struktur yang menarik agar tidak membuat audiens kehilangan minat di awal.

- d) Menyesuaikan caption dan deskripsi konten dengan gaya bahasa yang menarik bagi Gen Z.

Dalam setiap unggahan, caption dirancang agar singkat, padat, dan memiliki unsur humor atau bahasa gaul yang sedang tren. Penulis juga menambahkan hashtag relevan untuk meningkatkan visibilitas konten.

## 2. Perencanaan dan Penjadwalan Konten (*Content Plan*)

- a) Membuat jadwal unggahan konten agar lebih konsisten.

Penulis menyusun content calendar mingguan yang mencakup jenis konten, tanggal dan jam unggah, serta format konten. Konsistensi dalam unggahan penting untuk membangun kehadiran brand secara aktif di platform.

- b) Mengelompokkan jenis konten berdasarkan tujuan pemasaran (*brand awareness, engagement, dan promosi produk*).

Setiap konten diklasifikasikan berdasarkan tujuannya, seperti meningkatkan brand awareness (misalnya video cerita atau fakta

menarik tentang Miami Chicken), meningkatkan engagement (konten interaktif seperti challenge), dan promosi produk (diskon, menu baru, dll).

- c) Melakukan riset terhadap waktu unggah terbaik berdasarkan analisis interaksi audiens.

Penulis melakukan analisis terhadap waktu-waktu di mana engagement tertinggi terjadi, misalnya pada sore hari setelah jam pulang sekolah/kuliah atau saat akhir pekan. Data ini digunakan untuk menentukan waktu unggah konten secara strategis.

### 3. Strategi Peningkatan Engagement

- a) Menggunakan fitur TikTok seperti duet, stitch, dan challenge untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

Penulis memanfaatkan fitur-fitur interaktif TikTok untuk mendorong partisipasi pengguna. Misalnya, membuat tantangan (#ChallengeMiamiChicken) yang mengajak audiens membuat ulang menu favorit atau pengalaman lucu saat makan.

- b) Menjalinkan kerja sama dengan micro-influencer di Malang untuk memperluas jangkauan konten.

Penulis menghubungi beberapa micro-influencer lokal yang memiliki audiens sesuai dengan target pasar Miami Chicken. Bentuk kolaborasi yang dilakukan berupa konten review makanan, unboxing menu, dan ikut serta dalam challenge.

- c) Meningkatkan interaksi melalui sesi *live* dan membalas komentar audiens secara aktif.

Penulis turut membantu dalam sesi live TikTok untuk memperkenalkan produk atau menjawab pertanyaan pelanggan secara langsung. Selain itu, penulis juga aktif dalam membalas komentar-komentar dari audiens untuk membangun kedekatan dan loyalitas.

#### 4. Evaluasi dan Analisis Performa Konten

- a) Memantau statistik video seperti jumlah *views*, *likes*, *shares*, dan komentar.

Penulis memeriksa secara berkala data analitik dari setiap video yang diunggah, termasuk jumlah *views*, *likes*, *shares*, komentar, serta tingkat *completion rate*.

- b) Menganalisis pola *engagement* untuk menyesuaikan strategi konten berikutnya.

Berdasarkan data statistik, penulis mengidentifikasi konten mana yang memiliki performa terbaik dan mencari tahu faktor keberhasilannya (misalnya tema konten, format video, waktu unggah, atau *caption*). Hasil ini digunakan sebagai bahan evaluasi untuk pembuatan konten selanjutnya.

- c) Menyusun laporan perkembangan konten TikTok selama periode magang.

Selama masa magang, penulis menyusun laporan berkala yang berisi pencapaian metrik, insight dari analisis data, rekomendasi perbaikan,

serta rencana konten ke depan. Laporan ini menjadi dasar diskusi dengan tim pemasaran dalam merumuskan strategi selanjutnya.

### 3.3 Solusi

Untuk mengatasi permasalahan yang ditemukan dalam pemasaran digital Miami Chicken, beberapa solusi telah diterapkan guna meningkatkan efektivitas promosi melalui TikTok. Salah satu langkah utama adalah mengoptimalkan tren dalam pembuatan konten agar lebih menarik dan sesuai dengan preferensi audiens. Dengan mengikuti tren video yang sedang viral, Miami Chicken dapat menarik perhatian lebih banyak pengguna dibandingkan dengan konten yang monoton. Selain itu, storytelling yang menarik serta penggunaan elemen visual dan audio yang relevan menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik konten.

Konsistensi dalam penjadwalan unggahan juga menjadi fokus utama dalam perbaikan strategi pemasaran digital. Dengan menerapkan jadwal unggahan yang lebih terstruktur, Miami Chicken dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memastikan konten mencapai target pasar yang lebih luas. Frekuensi unggahan yang telah ditingkatkan menunjukkan hasil yang lebih baik dibandingkan sebelumnya, sebagaimana terlihat dari perubahan jumlah views pada konten TikTok.

Selain itu, pemanfaatan algoritma TikTok secara maksimal juga menjadi bagian dari strategi yang diterapkan. Dengan menggunakan hashtag yang relevan, mengunggah video pada waktu prime time, serta meningkatkan interaksi dengan audiens, performa konten mengalami peningkatan. Jika dibandingkan dengan

strategi sebelumnya, perubahan ini menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam jumlah views dan engagement konten.

Peningkatan kualitas produksi konten juga turut berkontribusi dalam menarik perhatian audiens. Dengan menggunakan alat bantu seperti ring light dan mikrofon eksternal, hasil video menjadi lebih profesional dan menarik. Selain itu, eksplorasi berbagai format konten, seperti behind-the-scenes, testimonial pelanggan, dan video tantangan, terbukti lebih efektif dibandingkan hanya mengandalkan satu jenis konten.

Terakhir, kolaborasi dengan influencer dan pelanggan juga menjadi solusi yang efektif dalam memperluas jangkauan pemasaran. Dengan melibatkan influencer lokal dan mengadakan giveaway atau challenge, interaksi dengan audiens meningkat secara signifikan dibandingkan dengan metode pemasaran sebelumnya. Berdasarkan data jumlah views yang diperoleh, dapat dilihat adanya peningkatan setelah strategi ini diterapkan, yang menunjukkan efektivitas solusi yang telah diimplementasikan.

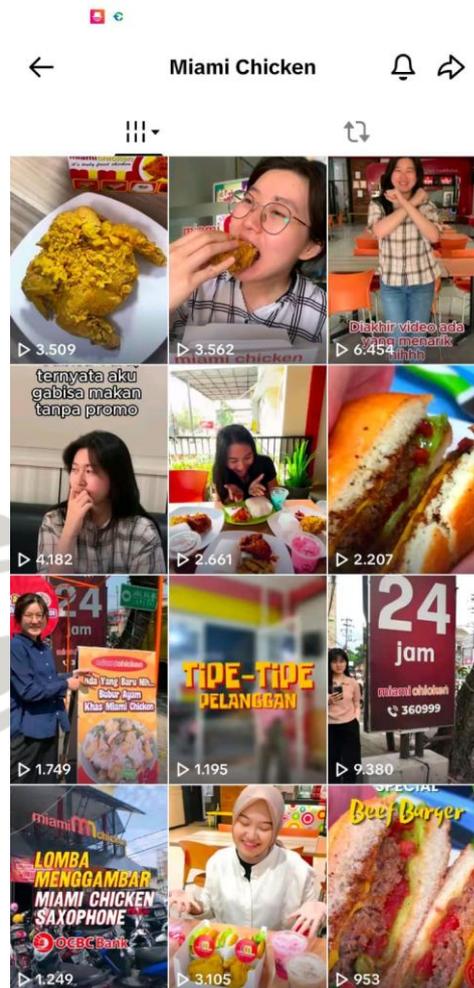
UNIVERSITAS  
MA CHUNG



**Gambar 3. Gambar Data Viewer Sebelum Magang**

Sumber: CP Miami Chicken

UNIVERSITAS  
MA CHUNG



**Gambar 4. Gambar Data Viewer Selama Magang**

Sumber: CP Miami Chicken

### 3.4 Pengalaman Belajar

#### 3.4.1 *Hard Skill*

Penulis banyak mendapat pelajaran seperti cara membuat konten yang menarik, mengedit dan menemukan aplikasi-aplikasi baru untuk mendapat foto orang secara gratis tanpa harus mengeluarkan biaya sebagai media promosi seperti aplikasi *freepik*. Penulis juga belajar bagaimana cara mencari *influencer* makanan yang sesuai dengan konsep Miami Chicken dan mempelajari *advertising facebook ads*. Penulis menjadi tau mengenai kondisi outlet, seperti barang apa yang kurang

dan melihat secara langsung praktek FIFO (*First In First Out*). Foto produkpun menjadi pengalaman yang berharga di Miami Chicken untuk konten, sekaligus belajar cara menjadi talent yang baik dan benar menyesuaikan konsep yang ada.

#### 3.4.2 *Soft Skill*

Penulis memperoleh banyak pembelajaran, seperti memahami proses dalam *meeting supervisi* bulanan dan mingguan, seperti cara berkomunikasi yang baik dengan rekan kerja. Penulis juga diajarkan tentang kerjasama tim yang efektif, seperti pembagian tugas di divisi *digital marketing*. Selain itu, penulis belajar membangun hubungan yang baik dengan kolega, baik dari divisi sendiri maupun divisi lain yang berkaitan. Penulis juga belajar cara berkomunikasi yang baik kepada pelanggan dengan menyebarkan kuesioner kepuasan pelanggan untuk mengukur tingkat kepuasan mereka terhadap layanan dan produk yang diberikan di outlet Miami Chicken. Melalui aktivitas ini, penulis belajar bagaimana mengumpulkan dan menganalisis umpan balik pelanggan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kerja keras untuk selalu memberikan yang terbaik. Semua pengalaman ini memberikan penulis wawasan yang berharga tentang dinamika kerja di lingkungan profesional.

## BAB IV

### KESIMPULAN

#### 4.1 Kesimpulan

Program magang adalah salah satu tahapan penting yang ditawarkan oleh Universitas Ma Chung sebagai *platform* bagi mahasiswa untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa studi. Program ini berperan signifikan dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja di masa depan. Penulis menjalankan program magangnya di Maimi Chicken, yang merupakan bagian dari Tidar Property Group, berlokasi di Jalan Esberg T-2, No. 1, Ruko D, Karangbesuki, Kecamatan Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65146. Selama magang, penulis mempelajari banyak hal baru dan memperoleh pengetahuan yang sangat berharga. Selain ilmu yang diperoleh, program magang ini juga membentuk mental penulis, menjadikannya seseorang yang mampu bersaing, berkomunikasi dengan baik dan tidak mudah menyerah dalam menghadapi masalah yang ada.

#### 4.2 Saran

##### 4.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Penulis menyarankan agar perusahaan terus mendukung divisi pemasaran digital dengan menambah jumlah sumber daya manusia dan memahami pentingnya pembagian beban kerja yang proposional. Selain itu, diharapkan perusahaan dapat memfokuskan jobdesc *digital marketer* agar tidak terlalu banyak melakukan tugas di luar tanggung jawab utamanya. Hal ini

penting agar digital marketer dapat bekerja dengan maksimal, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada prospek bisnis di masa depan.

#### 4.2.2 Saran Bagi Universitas

Penulis menyarankan agar Universitas Ma Chung sebagai wadah pembelajaran bagi mahasiswa terus menjaga hubungan baik dengan instansi terkait. Melalui program magang ini, mahasiswa dapat menerapkan mata kuliah yang relevan secara langsung. Kegiatan ini juga dapat melatih mental mahasiswa dalam menghadapi kehidupan di dunia kerja nantinya serta membantu pembentukan karakter mahasiswa menjadi lebih baik.

#### 4.2.3 Saran Bagi Mahasiswa

Penulis menyarankan agar mahasiswa memanfaatkan program magang ini semaksimal mungkin untuk mendapatkan pengalaman berharga dan meningkatkan keterampilan mereka. Caranya adalah dengan memberikan yang terbaik di perusahaan tempat mereka magang, menunjukkan dedikasi dan kinerja yang tinggi dalam setiap tugas yang diberikan. Mahasiswa perlu menerapkan teori yang telah dipelajari di bangku kuliah ke dalam tugas-tugas praktis yang diberikan oleh pembimbing di perusahaan, sehingga mereka dapat melihat bagaimana konsep-konsep akademis diterapkan dalam situasi nyata. Selain itu, mahasiswa juga wajib menjaga sikap dan etika profesional selama menjalani magang, karena mereka tidak hanya mewakili diri sendiri tetapi juga membawa nama baik Universitas Ma Chung. Dengan demikian, mereka dapat membangun reputasi yang baik bagi diri mereka sendiri dan

universitas, serta membuka peluang yang lebih besar di dunia kerja nantinya.



UNIVERSITAS  
**MA CHUNG**

## DAFTAR PUSTAKA

- Anugerah, D., Mukti, C., Fitria, S., Rizqon Ervinta, A., Ihsan, M. A., & Aswin, A. (2024). *Al-Qur'an Reflection Therapy Untuk Mengatasi Ketergantungan Media Sosial Tiktok* (Vol. 3). Retrieved From <Http://Proceedings.Dokicti.Org/Index.Php/Cpbs/Index>"<Http://Proceedings.Dokicti.Org/Index.Php/Cpbs/Index>"
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). *Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus Tiktok* (Vol. 1). Retrieved From <http://Journal.Uib.Ac.Id/Index.Php/Cbssit>
- Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134. <https://Doi.Org/10.30659/Jikm.V11i2.28261>
- Firmansyah Bratadiredja, M., Studi Ilmu Komunikasi, P., & Komunikasi Dan Informasi, F. (2023). Pemanfaatan Tiktok Sebagai Digital Marketing Dalam Promosi Kuliner Bagi Pelaku Umkm. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 7(2).
- Mangu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (Stp) Dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan Umkm Kota Bengkayang. *Sebatik*, 25(1), 27–34. <https://Doi.Org/10.46984/Sebatik.V25i1.1146>
- Mariani Sagala, P., Melida Br Tarigan, K., Andarini, S., Respati Kusumasari, I., Bisnis, A., & Timur, J. (2024). Analisis Pentingnya Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. In *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 4). Retrieved From [https://JurnalFkip.Samawa-University.Ac.Id/Karya\\_Jpm/Index](https://JurnalFkip.Samawa-University.Ac.Id/Karya_Jpm/Index)
- Muflichah, I. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Konten Media Sosial Merek*. Yogyakarta.
- Novita Sari, D., & Iqbal Fasa, M. (N.D.). *Analisis Konten Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing Bank Syariah Indonesia* (Vol. 4). Dela Novita. Retrieved From Dela Novita Website: [www.Instagram.Com/Banksyariahindonesia](http://www.Instagram.Com/Banksyariahindonesia)
- Sutrisno, A., Setiawan Jodi, I., Alamsyah Putra, S., Bakhar, M., Hanafiah, A., (2023). Analysis Of The Influence Of Brand Image And Brand Awareness On Purchase Decisions For Street Boba Beverage Products. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 4). Retrieved From <Http://Journal.Yrpiiku.Com/Index.Php/Msej>

- Silviana Batubara, O., Maharani, F. (2022). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02(01), 1017–1022. Retrieved From <https://Stp-Mataram.E-Journal.Id/Amal>
- Warpindyastuti, L. D., Mega Aprita, Y., Apriyani, H., & Hardani, D. (2021). Analisa Brand Awareness Dan Brand Association Pada Merek Minuman Haus! *Analisa Brand Awareness ...{Warpindyastuti, Dkk}| Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(2). Retrieved From [Https://Journal.Uir.Ac.Id/Index.Php/Kiat](https://Journal.Uir.Ac.Id/Index.Php/Kiat)



UNIVERSITAS  
MA CHUNG

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Guideline Tiktok yang dibuat Penulis



Figure 1. Halaman awal guideline tiktok

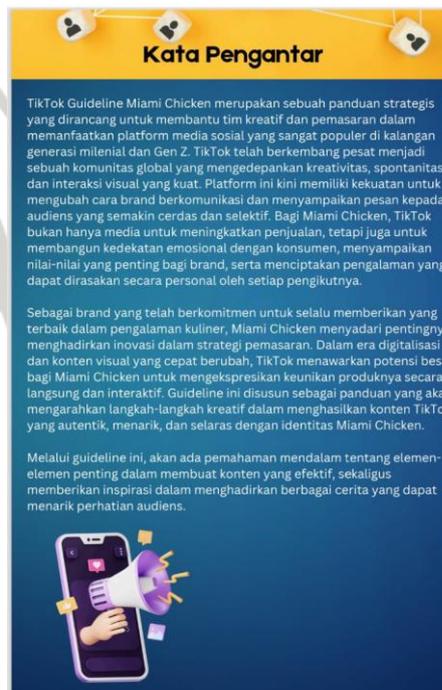


Figure 2. Kata pengantar

## ISI KONTEN

### 1. TONE DAN VOICE BRAND

- Tone: Fun, energik, dan penuh semangat, mencerminkan gaya kekeluargaan yang sesuai dengan produk makanan cepat saji.
- Voice: Menggunakan bahasa informal dan akrab, dengan sedikit slang yang sesuai dengan generasi muda tanpa berlebihan.
- Bahasa: Campuran bahasa Indonesia dengan penggunaan emoji yang mendukung ekspresi brand dan pesan di setiap konten.

**Tone :**  
"Ayo ngumpul bareng keluarga, nikmati lezatan Miami Chicken yang bikin suasana makin seru!"

**Voice :**  
"Lagi laper berat? Langsung aja melpir ke Miami Chicken, djjamin bikin mood naik lagi!"

**Bahasa :**  
"Mau yang renyah, gurih, dan pasti bikin nagih? 🍗 Miami Chicken jawabannya! Yuk, gas ke sini sekarang!"



Figure 3. Panduan tone dan voice brand

### 2. IDENTITAS VISUAL

- Logo dan Watermark: Menggunakan logo Miami Chicken dan watermark di akhir video.
- Warna Brand: Dominasi warna-warna cerah seperti merah, kuning, dan oranye.
- Filter dan Efek: Menggunakan efek yang sesuai dengan tren TikTok, tetapi tetap menjaga estetika brand agar tidak terlalu ramai dan tetap fokus pada produk.

Contoh Konkrit:

**LOGO**



**WARNA BRAND**



MERAH KUNING ORANGE

**FILTER DAN EFEK**



Figure 4. Panduan identitas visual

**3. TARGET AUDIENCE**

- Generasi Milenial dan Gen Z: Fokus pada audiens yang tertarik pada makanan kekinian dan suasana kekeluargaan
- Lokasi: Fokus di area perkotaan, terutama Kota Malang dan sekitarnya.

**4. FREKUENSI DAN WAKTU POSTING**

- Frekuensi: Memposting minimal 4-5 kali seminggu untuk menjaga hubungan dengan audiens.
- Waktu: Memposting di pagi hari sekitar jam 10:00-11:00 dan malam hari sekitar jam 18:00-20:00, ketika audiens cenderung aktif di TikTok.

**4. JENIS KONTEN**

- Behind-the-Scenes (BTS): Video singkat yang menunjukkan proses pembuatan makanan atau persiapan di dapur.
- Challenge dan Tren: Mengikuti challenge TikTok yang sedang populer dan sesuaikan dengan produk Miami Chicken, misalnya tantangan makan pedas atau mubkang dengan paket kombo.
- Testimoni dan Review Pelanggan: Konten reaksi atau review langsung dari pelanggan, terutama dengan reaksi yang positif
- Promo dan Pengumuman: Informasi tentang promo khusus, event, atau pembukaan cabang baru di wilayah tertentu.
- User-Generated Content (UGC): Repost atau berkolaborasi dengan konten pelanggan yang merekomendasikan Miami Chicken.

Figure 5. Panduan identitas visual

**6. PANDUAN TEKS DAN CAPTION**

- Panjang Teks: Singkat, to the point dan memastikan caption menarik perhatian sejak awal seperti durasi video maksimal 1 menit
- Hashtag: Menggunakan hashtag seperti #MiamiChicken, #MakanSeru, #KulinerMalang, serta beberapa hashtag yang sedang trending
- CTA (Call-to-Action): Ajak audiens untuk berinteraksi, misalnya "Mau coba varian pedas ini? Tag teman kamu yang berani!"

**7. PANDUAN RESPONS DAN INTERAKSI**

- Respons Cepat: Balas komentar dalam 1-2 jam setelah posting, terutama komentar positif atau pertanyaan.
- Balas Komentar dengan Video: Sesekali membalas komentar atau pertanyaan dengan video singkat sebagai bentuk engagement
- Mengatasi Kritik: Menanggapi dengan profesional, mendengarkan masukan, dan menawarkan solusi secara ramah.

**8. ETIKA DAN KEBIJAKAN**

- Konten Positif dan Ramah Keluarga: Menghindari konten yang bisa dianggap tidak pantas, provokatif, atau ofensif, contohnya konten dengan kata – kata vulgar, konten body shaming dan pembahasan politik.
- Hak Cipta: Menggunakan musik dan efek yang sudah tersedia di TikTok atau yang bebas hak cipta.
- Konten yang Dihindari: Jauhkan dari konten yang berpotensi sensitif, isu politik, atau topik yang bisa menyebabkan kontroversi.

Figure 6. Panduan identitas visual

## 9. ANALISIS DAN EVALUASI

- Metrik Kunci: Monitor jumlah views, likes, komentar, share, serta pertumbuhan followers. Identifikasi jenis konten yang paling banyak mendapatkan engagement.
- Evaluasi Bulanan: Digital marketer melakukan analisis bulanan untuk mengetahui konten yang efektif dan tidak, dan sesuaikan strategi konten di bulan berikutnya.
- Feedback Pelanggan: Memperhatikan komentar dan pesan langsung dari pelanggan sebagai bahan masukan untuk ide konten.

### JADWAL UPLOAD KONTEN

#### SENIN

- Jam Upload: 10:00-11:00 atau 18:00-20:00
- Konten: Edukasi produk, fokus pada kelebihan dan varian produk Miami Chicken. Misalnya, menjelaskan bahan berkualitas, teknik memasak, atau menu spesial. Konsep: Video singkat dengan narasi informatif dan visual menarik (bisa dengan voice-over atau teks di layar).

#### SELASA

- Jam Upload: 10:00-11:00 atau 18:00-20:00
- Konten: Proses pembuatan menu atau cerita di balik layar tim Miami Chicken.
- Konsep: Video singkat dengan gaya vlog santai, memperlihatkan karyawan yang bekerja atau proses pembuatan ayam goreng.

Figure 7. Jadwal upload konten

#### RABU

- Jam Upload: 10:00-11:00 atau 18:00-20:00
- Konten: Video pelanggan yang memberikan ulasan positif tentang Miami Chicken.
- Konsep: Ambil video singkat dari pelanggan yang menikmati makanan atau gunakan testimonial yang ditulis, disertai rekaman produk.

#### KAMIS

- Jam Upload: 10:00-11:00 atau 18:00-20:00
- Konten: Tips seputar menikmati makanan Miami Chicken atau cara memesan dengan cara lebih hemat.
- Konsep: Tips memesan paket hemat atau cara mengombinasikan menu.

#### JUMAT

- Jam Upload: 10:00-11:00 atau 18:00-20:00
- Konten: Informasi promo atau event yang sedang berlangsung.
- Konsep: Video singkat yang menyoroti promo khusus (misalnya diskon atau buy one get one) atau event tertentu seperti cooking class atau lomba menggambar.

#### SABTU

- Jam Upload: 10:00-11:00 atau 18:00-20:00
- Konten: Ikut tren atau challenge yang sedang populer di TikTok, dengan tetap menerapkan unsur Miami Chicken.
- Konsep: Video challenge, misalnya tantangan makan menu tertentu atau menggunakan efek dan lagu populer di TikTok.

Figure 8. Jadwal upload konten

**MINGGU**

- Jam Upload: 10:00-11:00 atau 18:00-20:00
- Konten: Konten santai dan menghibur seperti meme yang relevan dengan Miami Chicken.
- Konsep: Video singkat yang menunjukkan situasi lucu, misalnya tentang craving Miami Chicken

**CATATAN UNTUK SETIAP KONTEN**

- Penggunaan Hashtag: Gunakan hashtag seperti #MiamiChicken, #FriedChickenLovers, #MalangEats, #MiamiChickenMalang, dan hashtag yang sedang trending.
- Interaksi Setelah Posting: Selalu balas komentar atau like komentar yang relevan untuk membangun engagement.
- Arahkan ke CTA (Call to Action): Tambahkan CTA seperti "Cek menu lengkap kami di bio" atau "Ayo coba sekarang!"



Figure 9. Catatan untuk setiap konten

**PENGUNAAN INFLUENCER MIAMI CHICKEN**

1. Kriteria Influencer
  - Relevansi: Memilih influencer yang sesuai dengan target audiens Miami Chicken, yaitu generasi milenial dan Gen Z. Pastikan influencer memiliki minat pada kuliner.
  - Engagement Rate: Prioritaskan influencer dengan engagement rate yang tinggi daripada jumlah pengikut besar, agar pesan lebih efektif menjangkau audiens yang aktif.
  - Reputasi & Nilai: Influencer harus memiliki reputasi baik, dan konten mereka tidak boleh mengandung hal-hal negatif seperti ujaran kebencian, diskriminasi, atau konten yang kontroversial.
2. Panduan Konten
  - Tema: Konten harus menyampaikan aspek positif dari Miami Chicken seperti lezatnya rasa, suasana gerai, atau promo terbaru.
  - Gaya Bahasa: Gunakan gaya bahasa yang santai dan ramah, sesuai dengan karakter brand. Jika memungkinkan, menggunakan bahasa yang sedang tren di kalangan anak muda.
  - Tidak Provokatif: Konten tidak boleh mengandung unsur provokatif, ofensif, atau bersifat clickbait yang berlebihan, contoh clickbait "ayam goreng terenak di dunia".
  - Keaslian: Dorong influencer untuk menyampaikan ulasan yang jujur dan asli agar tetap transparan kepada audiens



Figure 10. Panduan penggunaan influencer miami chicken

3. Pedoman Visual
  - Logo & Branding: Memastikan logo atau elemen brand dalam konten jelas dan tidak terpotong.
  - Setting Lokasi: Jika memungkinkan, ambil gambar di gerai Miami Chicken untuk menonjolkan suasana dan interior.
  - Kualitas Visual: Memastikan kualitas video atau foto yang dihasilkan tajam dan tidak buram, minimal bisa terlihat jelas oleh audiens
4. Tagging
  - Hashtag & Mention: Wajib menggunakan hashtag resmi (misalnya #MiamiChickenID, #NgemilEnakMiami, dll) dan mention akun resmi Miami Chicken.
  - Call to Action (CTA): Ajakan untuk mencoba, membagikan pengalaman, atau menggunakan promosi yang ada di Miami Chicken.
5. Monitoring & Evaluasi
  - Kinerja Konten: Pantau engagement seperti likes, komentar, dan shares untuk menilai efektivitas konten. Contohnya minimal 1000 viewers, 100 likes, 10 komentar dan 10 shares.
  - Feedback: Perhatikan respons audiens terhadap konten. Bila ada kritik atau saran, pastikan untuk menyampaikannya pada influencer agar konten berikutnya bisa lebih baik.
6. Etika Kerjasama
  - Transparansi: Semua perjanjian terkait konten, pembayaran, dan syarat lainnya harus jelas dan transparan.
  - Loyalitas: Upayakan influencer tidak mempromosikan merek ayam goreng kompetitor dalam jangka waktu tertentu, terutama selama periode kampanye Miami Chicken, minimal 1 minggu setelah video terupload.

Figure 11. Panduan penggunaan influencer miami chicken

- DO & DON'T**
- DO**
1. Gunakan Bahasa yang Santai dan Menarik
    - Pakai bahasa yang ramah, santai, dan relevan dengan anak muda. Misalnya, tambahkan kata-kata seperti "kekinian," "nikmat banget," atau "wajib coba."
  2. Fokus pada Keunggulan Produk
    - Sorot kualitas unggulan seperti rasa, tekstur renyah, dan menu khas Miami Chicken. Misalnya, tampilkan close-up ayam yang menggugah selera atau tekstur renyahnya.
  3. Buat Konten yang Otentik dan Jujur
    - Bagi pengalaman nyata menikmati produk Miami Chicken. Konten yang terasa jujur dan alami lebih disukai oleh audiens daripada yang terkesan "dibuat-buat."
  4. Gunakan Visual Berkualitas Tinggi
    - Pastikan gambar atau video berkualitas baik, dengan pencahayaan yang tepat dan produk terlihat jelas. Visual yang menarik akan meningkatkan daya tarik konten.
  5. Libatkan Audiens dengan Call to Action (CTA)
    - Beri ajakan yang sederhana dan menarik, misalnya "Yuk, coba menu favorit kamu di Miami Chicken!" atau "Komentar di bawah menu yang paling bikin penasaran!"

Figure 12. Hal yang dapat dilakukan dan tidak pada sosial media Tiktok

## DON'T

1. Jangan Menggunakan Bahasa Kasar atau Vulgar
  - Hindari kata-kata kasar, sarkasme berlebihan, atau bahasa vulgar yang tidak sesuai dengan citra Miami Chicken.
2. Hindari Berlebihan dalam Klaim atau Promosi
  - Jangan membuat klaim berlebihan seperti "Ayam terbaik di dunia" jika tidak dapat dibuktikan. Ini bisa merusak kepercayaan audiens.
3. Jangan Menyindir Kompetitor
  - Hindari menyebut atau membandingkan Miami Chicken dengan kompetitor secara langsung, apalagi dengan nada negatif atau provokatif.
4. Jangan Gunakan Gaya Visual yang Tidak Konsisten
  - Hindari filter atau efek yang membuat tampilan produk terlalu berbeda dari aslinya, karena bisa mengecewakan audiens saat mereka mencobanya.
5. Jangan Posting di Luar Jam Aktif
  - Sebaiknya hindari posting di jam-jam larut atau di luar waktu terbaik untuk audiens Miami Chicken. Idealnya, posting di jam makan siang atau sore hari.
6. Jangan Menampilkan Konten yang Memancing Kontroversi
  - Hindari tema atau gambar yang mungkin menyinggung isu sensitif atau kontroversial, seperti isu politik atau agama.



Figure 13. Hal yang dapat dilakukan dan tidak pada sosial media Tiktok

UNIVERSITAS  
MA CHUNG

## Lampiran 2. Dokumentasi Kegiatan Selama Magang



Figure 14. Menjadi talent untuk konten Tiktok Miami Chicken



Figure 15. Membantu foto produk baru Miami Chicken



*Figure 16. Ikut serta dalam meeting SPV mingguan*



*Figure 17. Menyambut influencer untuk mempromosikan produk Miami Chicken*



*Figure 18. Membagikan kuesioner kepuasan pelanggan*

UNIVERSITAS  
MA CHUNG