

# Perancangan Konten Video pada Sosial Media di PT.Heshun Manajemen Indonesia

Syaeful Anas Aklani<sup>1</sup>, Yanto<sup>2</sup>, Mangapul Siahaan<sup>3</sup>

Universitas Internasional Batam

Email : [syaeful@uib.ac.id](mailto:syaeful@uib.ac.id)<sup>1</sup>, [2231097.yanto@uib.edu](mailto:2231097.yanto@uib.edu)<sup>2</sup>, [mangapul.siahaan@uib.ac.id](mailto:mangapul.siahaan@uib.ac.id)<sup>3</sup>

## Abstrak

Kegiatan kerja praktik dilaksanakan di PT. Heshun Manajemen Indonesia dengan fokus utama meningkatkan konten media sosial Heshun Cuisine. Ruang lingkup kegiatan mencakup perancangan dan implementasi konten media sosial pada platform TikTok yang bertujuan untuk meningkatkan brand awareness Heshun Cuisine. Aktivitas yang dilakukan meliputi analisis kebutuhan konten, wawancara dengan pemilik usaha, penyusunan kalender konten, produksi video pendek yang mengikuti tren, hingga publikasi dan evaluasi performa konten menggunakan TikTok Analytics. Hasilnya menunjukkan adanya peningkatan keterlibatan pengguna dan konsistensi dalam strategi komunikasi media sosial perusahaan. Penerapan strategi ini juga membantu memperkuat identitas visual Heshun Cuisine dan menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif.

**Kata Kunci:** Media Sosial, TikTok, Konten Digital, Brand Awareness, Kalender Konten, TikTok Analytics

## Abstract

The practical work was carried out at PT. Heshun Manajemen Indonesia with the main focus on enhancing Heshun Cuisine's social media content. The scope of activities included the design and implementation of social media content on the TikTok platform aimed at increasing Heshun Cuisine's brand awareness. Activities involved content needs analysis, interviews with the business owner, creation of a content calendar, production of trend-driven short videos, and content performance evaluation using TikTok Analytics. The results showed an increase in user engagement and consistency in the company's social media communication strategy. This strategy also helped strengthen Heshun Cuisine's visual identity and effectively reach a broader audience.

**Keywords:** Social Media, TikTok, Digital Content, Brand Awareness, Communication Strategy, Content Calendar, TikTok Analytics

## Pendahuluan

PT Heshun Manajemen Indonesia yang dikenal dengan nama Heshun Cuisine merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa makanan dan minuman,dengan spesialisasi pada sajian kuliner khas Tiongkok.Restoran ini berlokasi di Penuin Center Blok B No.1 dan 2,Lubuk Baja,Kota Batam,tepatnya diseberang I Hotel Baloi.

Heshun Cuisine dikenal sebagai pelopor penyajian nasi campur non-halal autentik Tiongkok di Kota Batam,Menu andalannya meliputi kaki Babi,Paikut,Suan Cai Yu (ikan asam pedas),Ikan Steam, serta mie buatan seperti You Po Mian.Restoran ini juga menawarkan layanan catering per porsi dengan harga yang terjangkau dan juga menu khusus rumahan dengan porsi besar.Dengan jam Operasional dari pukul 10.30 hingga 11.00 WIB,Heshun Cuisine menjadi salah satu kuliner yang popular di Kota Batam,terutama bagi pecinta masakan Tiongkok non-halal.

## Masalah

Di Perkembangan digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi salah satu saluran promosi yang sangat efektif dan dapat mencapai audiens yang lebih luas. TikTok menjadi salah satu media sosial yang paling populer, terutama di kalangan pengguna muda. Dengan algoritma yang dapat menampilkan konten kepada pengguna yang relevan dan menarik, TikTok menawarkan peluang besar bagi brand untuk memperkenalkan produk

mereka dengan cara yang lebih kreatif dan interaktif. Namun, meskipun TikTok memiliki potensi besar sebagai alat pemasaran, Heshun Cuisine belum sepenuhnya memanfaatkan platform ini untuk meningkatkan brand awareness dan mendekatkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Berdasarkan kondisi tersebut, penulis bertujuan untuk merancang dan mengimplementasikan konten media sosial yang dapat membantu Heshun Cuisine memanfaatkan potensi TikTok dengan lebih maksimal.

## Metode

### 1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah wawancara dan observasi. wawancara dilakukan secara langsung bersama pihak Heshun Cuisine untuk mendapatkan insight lebih mendalam mengenai produk dan target audiens. Hal ini bertujuan untuk memahami informasi lebih lanjut tentang produk yang akan dipromosikan, agar konten yang dibuat dapat lebih relevan dan tepat sasaran.

### 2. Proses Perancangan Luaran

Perancangan luaran dimulai dengan identifikasi masalah yang dihadapi oleh Heshun Cuisine kemudian dilakukan pengumpulan data dengan wawancara terhadap pihak terkait Heshun Cuisine yang mencakup preferensi desain, jenis konten yang dibutuhkan dan target audiens. Kemudian dilakukan desain konten digital yang meliputi pembuatan video

pendek yang sesuai dengan tren TikTok, serta elemen-elemen kreatif yang menarik seperti efek visual, dan teks yang sesuai dengan karakter Heshun Cuisine. Konten yang disusun disesuaikan dengan citra restoran, baik dari segi visual, gaya bahasa, maupun pesan yang ingin disampaikan kepada audiens. Semua konten terlebih dahulu diserahkan kepada pihak Heshun Cuisine untuk direview dan memastikan kesesuaian konten dengan kebutuhan dan tujuan pemasaran, sebelum akhirnya dipublikasikan di platform TikTok.

### 3. Tahap Pelaksanaan

- Tahap Persiapan**

Pada tahap ini, penulis melakukan survei di lokasi tempat kerja praktik. Setelah itu, penulis meminta perizinan dan wawancara dengan owner dari Heshun Cuisine untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan serta meneliti masalah yang sedang dihadapi oleh perusahaan tersebut.

- Tahap Pelaksanaan**

Tahap pelaksanaan dimulai dengan pengumpulan informasi terkait kebutuhan konten sosial media yang diperlukan oleh Heshun Cuisine. Setelah itu, dilakukan perancangan luaran proyek, yaitu pembuatan video promosi TikTok yang kreatif dan sesuai dengan karakter Heshun Cuisine. Setelah video selesai diproduksi, tahap selanjutnya adalah melakukan review oleh pihak Heshun Cuisine untuk memastikan bahwa konten yang dibuat sesuai dengan kebutuhan

dan tujuan pemasaran mereka. Jika video telah disetujui, maka dilanjutkan dengan implementasi, yaitu publikasi video di akun TikTok

Heshun Cuisine dan dilakukan evaluasi hasil pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan mengumpulkan data analitik TikTok untuk mengukur kinerja video dan mendapatkan feedback dari audiens serta pihak Heshun Cuisine melalui survei atau diskusi.

- Tahap Penilaian dan Pelaporan**

Pada tahap ini, penulis menyusun laporan Kerja Praktek yang merangkum seluruh proses, hasil, serta luaran kegiatan yang telah dihasilkan selama masa Kerja Praktek berlangsung. Kemudian laporan akan dikumpulkan kepada dosen pembimbing dengan tujuan untuk mendapat persetujuan dari laporan tersebut.

### 4. Jadwal Pelaksanaan dan Anggaran

Adapun jadwal dan anggaran pelaksanaan adalah sebagai berikut:

KEGIATAN	Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pertemuan dengan mitra dan observasi																
Wawancara dan identifikasi kebutuhan mitra terkait keinginan konten																
Pembuatan konten social media																
Revisi dan evaluasi konten Bersama mitra																
Revisi dan finalisasi hasil akhir konten																
Penyusunan laporan kegiatan																

Konten kemudian direvisi berdasarkan masukan dari mitra hingga mencapai

No	Aktivitas	Volume	Unit	Harga Satuan	Jumlah
1	Belanja Perjalanan	1	Paket	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
2	Biaya Koneksi Internet	1	Paket	Rp 500.000	Rp 500.000
3	Belanja Barang Non Operasional	1	Paket	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
4	Belanja Bahan	1	unit	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
<b>TOTAL</b>					<b>Rp 5.000.000</b>

bentuk final yang layak dipublikasikan.



**Gambar 4.1 Konten Menu Heshun Cuisinel.**

## 2. Proses Implementasi Luaran

Pada tahap ini, konten media sosial yang telah selesai dirancang dan siap untuk dipublikasikan melalui platform TikTok. Sebelum diunggah, konten ditinjau kembali untuk memastikan bahwa video yang dibuat telah sesuai dengan kebutuhan promosi Heshun Cuisine dan memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh mitra. Setelah dilakukan penyesuaian berdasarkan masukan dari pihak mitra, maka konten akan dijadwalkan untuk diposting secara resmi di akun TikTok bisnis Heshun Cuisine.

## 3. Kondisi Setelah Implementasi

Setelah konten media sosial diimplementasikan, perlahan masalah

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Perancangan Luaran Kegiatan

Perancangan luaran kegiatan dalam program kerja praktik ini difokuskan pada pembuatan konten media sosial yang bertujuan untuk mempromosikan Heshun Cuisine kepada target audiens secara lebih luas. Konten yang dirancang diharapkan mampu memperkenalkan identitas dan keunikan restoran, sekaligus membangun citra merek (branding) yang kuat melalui platform TikTok sebagai media utama. Konten-konten yang dibuat disesuaikan dengan karakteristik Heshun Cuisine sebagai restoran non-halal dengan sajian khas Tiongkok, sehingga dapat menarik perhatian pasar yang sesuai. Selain itu, aspek visual dan pesan yang disampaikan dirancang agar selaras dengan tren media sosial yang sedang berkembang, khususnya dalam bentuk video pendek berdurasi maksimal 30 detik. Salah satu bentuk nyata dari luaran ini adalah penyusunan kalender konten yang memuat jadwal unggahan, tema konten, dan jenis informasi yang akan disampaikan kepada publik. Kalender ini menjadi dasar utama dalam proses produksi dan distribusi konten agar kegiatan promosi dapat berjalan secara terstruktur dan berkelanjutan. Salah satu luaran yang dihasilkan adalah konten yang memperkenalkan struktur keseluruhan menu Heshun Cuisine. Dalam proses penyusunannya, penulis secara aktif berperan dalam setiap tahap, dimulai dari eksplorasi ide, penyusunan konten, perancangan struktur grid, hingga pembuatan kalender unggahan.

digital yang sebelumnya dihadapi oleh Heshun Cuisine dapat teratasi dengan baik. Implementasi konten sosial media secara konsisten membantu dalam mempromosikan menu unggulan dan memperkuat identitas visual, serta meningkatkan visibilitas online dan kesadaran merek (brand awareness) Heshun Cuisine. Selain itu, hadirnya konten yang menarik dan informatif, membuat Heshun Cuisine lebih dikenal dikalangan Masyarakat Batam, serta diharapkan jumlah pelanggan bertambah berkat konten yang dipublikasikan dan membangun kepercayaan pelanggan terhadap layanan dan kualitas restoring.

## Kesimpulan

PT Heshun Manajemen Indonesia merupakan sebuah Perusahaan jasa di bidang makanan dan minuman yang berlokasi di Penuin Center. Meskipun Heshun Cuisine menawarkan makanan khas Tiongkok yang autentik, Mereka belum sepenuhnya memanfaatkan platform ini untuk meningkatkan brand awareness dan mendekatkan produk mereka kepada audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, konten media sosial diimplementasikan untuk membantu meningkatkan brand awareness Heshun Cuisine serta memanfaatkan potensi TikTok untuk mempermudah promosi di sosial media dan pengenalan produk kepada calon pelanggan. Melalui kegiatan ini, penulis mendapatkan pengalaman langsung dalam pengelolaan media sosial, membangun kolaborasi tim, serta mengevaluasi efektivitas konten berdasarkan tingkat audiens. Secara keseluruhan, Kontribusi ini memberikan nilai positif terhadap upaya menjaga konsistensi branding Heshun Cuisine.

## Daftar Pustaka

- (Shidiq et al., n.d.) DIGITAL CONTENT OF UMKM TAHU SAMBAL MBAK JIAH VIA TIK-TOK ON THE, n.d.
- (Hilal Ramadhan et al., 2021) Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial) Analysis of Digital Marketing Techniques in Tiktok Application (Case Study of @jogjafoodhunterofficial)
- (Hayati et al., 2024) Analisis Teknik Digital Marketing pada Aplikasi Tiktok (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial) Analysis of Digital Marketing Techniques in Tiktok Application (Case Study of @jogjafoodhunterofficial)
- (Sofyan & Setiawati, 2024) Pengelolaan Konten Media Sosial Tiktok @Gaise.Jkt Melalui Konsep Storytelling
- (Indahwati et al., 2024) IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING UNTUK OPTIMALISASI KINERJA UMKM SEKTOR MAKANAN & MINUMAN KOTA MEDANS