



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melakukan praktik kerja magang di SociaBuzz, Tofano Kristanto selaku *Campaign & Marketing Executive* menjadi pembimbing lapangan yang membimbing dan menjadi mentor di SociaBuzz. Dalam melakukan pekerjaan di SociaBuzz, koordinasi dilakukan dengan tim *Community Development* dan *Social Media* untuk menjalankan SEO dan penulisan artikel di *blog* SociaBuzz. Selain tugas di divisi *Digital Marketing*, pada bulan kedua kerja magang, diberikan tugas tambahan yaitu membantu pelaksanaan *campaign* Smartfren WOW *Concert*. Ketika SociaBuzz meluncurkan fitur terbaru yaitu Video Ucapan, terdapat tugas tambahan yaitu membantu dalam menghubungi berbagai *talent* untuk bergabung ke dalam fitur baru ini.

Oleh karena itu, laporan ini akan menjabarkan berbagai macam pekerjaan yang telah dilakukan mulai dari melakukan SEO, menulis artikel untuk *blog* SociaBuzz, meng-*handle campaign* Smartfren WOW *Concert*, hingga menghubungi *talent* untuk bergabung ke dalam fitur baru SociaBuzz yaitu video ucapan.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pekerjaan yang dilakukan secara keseluruhan selama 3 bulan di SociaBuzz terangkum dalam tabel berikut.

Tabel 3.1 Tabel Timeline Aktivitas *Digital Marketing*

No.	Jenis Pekerjaan	Aktivitas yang dilakukan	Agustus				September				Oktober				November			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	<i>Content writing</i>	Membuat artikel untuk blog www.sociabuzz.com																
2.	SEO	Melakukan optimasi SEO untuk <i>website</i> <i>SociaBuzz</i>																
3.	<i>Outreach talent</i>	Menghubungi para <i>talent</i> untuk bekerja sama dengan <i>SociaBuzz</i>																
4.	KOL <i>management</i>	Menghubungi manajer KOL untuk <i>campaign</i> <i>Smartfren</i>																
5.	<i>Reporting</i>	Membuat <i>reporting</i> untuk <i>campaign</i> <i>Smartfren</i>																

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 *Digital Marketing*

Selama melakukan praktik kerja magang di SociaBuzz, terdapat dua jenis pekerjaan yang dilakukan berkaitan dengan *digital marketing* yaitu *content writing* dan *search engine optimization*.

3.3.1.1 *Content Writing*

SociaBuzz memberikan tugas kepada divisi *digital marketing* untuk membuat minimal dua artikel setiap minggunya dan ditampilkan pada *website* www.sociabuzz.com. Penulisan artikel ini dilakukan menggunakan *WordPress* agar dapat memudahkan pembuat artikel dalam mengukur keefektifan tulisannya. Ketika membuat artikel, disarankan untuk melihat contoh artikel yang sudah ada dan memiliki pengunjung yang cukup besar. Selain itu, melihat *blog* di *website* kompetitor juga menjadi salah satu cara alternatif yang dapat dicoba. Selama melakukan penulisan artikel, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan seperti bahasa penulisan, penentuan judul yang menarik, pemilihan foto yang baik, penyematan *link* ke *profile* SociaBuzz bagi setiap *talent*, hingga penulisan paragraf yang tidak terlalu panjang. Berbagai ketentuan tersebut dapat diselesaikan dengan bantuan *tools* yang bernama *Yoast SEO plug-in* dan telah di-*install* pada *WordPress*.

Selama melakukan proses kerja magang, sudah ada enam artikel untuk *blog* SociaBuzz yang telah dibuat dan diterbitkan. Salah satunya adalah artikel berjudul “7 *Make Up Artist* Surabaya Rekomendasi SociaBuzz”. Artikel ini menampilkan 7 daftar *makeup artist* terbaik versi SociaBuzz

dimana ketujuh *makeup artist* tersebut telah terdaftar di SociaBuzz dan dapat dipesan untuk berbagai kebutuhan seperti acara pernikahan, kelulusan, ulang tahun, dan sebagainya.

Gambar 3.1 Artikel SociaBuzz berjudul “7 Make Up Artist Surabaya Rekomendasi SociaBuzz”



7 Make Up Artist Surabaya Rekomendasi SociaBuzz

Untuk tampil di sebuah acara yang sangat spesial, kamu pasti ingin terlihat cantik dan mempesona agar lebih percaya diri ketika bertemu dengan teman-temanmu. Oleh karena itu, kamu membutuhkan jasa *make up artist* yang profesional. Namun, untuk mencari *make up artist* yang sesuai dengan keinginan kita memang tidak mudah. *Nah*, Jika kamu tinggal di Surabaya, kali ini SociaBuzz akan merekomendasikan 7 *make up artist* Surabaya profesional yang tidak akan mengecewakanmu.

Sumber: *Blog SociaBuzz*

**Gambar 3.2 Artikel SociaBuzz berjudul “7 Make Up Artist
Surabaya Rekomendasi SociaBuzz”**

1. Grensy Santi Pribadi



Grensy memang sangat pandai dalam membuat penampilanmu tampak lebih mempesona di acara spesialmu. Tidak heran kalau setiap klien yang ia tangani selalu puas akan hasilnya. Sebagai *beauty enthusiast*, Grensy tentu sangat paham mengenai *make up* seperti apa yang cocok untuk kamu dan acara yang akan kamu hadiri.

[Ingin dibuat mempesona oleh Grensy Santi Pribadi? Klik di sini.](#)

Sumber: *Blog SociaBuzz*

Ketika menulis artikel, dilakukan riset terlebih dahulu ke *Instagram talent* yang bersangkutan untuk mengetahui kelebihan yang dimiliki agar bisa ditonjolkan di dalam artikel serta menjadi nilai lebih yang dapat meningkatkan ketertarikan pengunjung dalam menggunakan jasanya. Selain itu, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penulisan artikel seperti penggunaan bahasa yang mudah dimengerti, peletakkan gambar yang menarik, penulisan paragraph yang tidak terlalu panjang, hingga peletakkan *link* di setiap poin yang ada untuk menuju ke *profile* dari *talent* tersebut. Tema konten daftar *talent* rekomendasi SociaBuzz ini digunakan karena telah terbukti dapat meningkatkan jumlah pengunjung dan menjawab kebutuhan dari konsumen.

Menurut Ncube (2015, h. 70), *content marketing* adalah segala hal yang berkaitan dengan membuat tulisan, gambar, dan sebagainya untuk *website*, halaman di media sosial, direktori dan lain-lain yang menargetkan konsumen dan prospek dari perusahaan. Hal ini juga harus membuat mereka tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Ncube (2015, h. 70) juga menambahkan berbagai hal yang dapat ditampilkan di dalam *website* perusahaan untuk melakukan *content marketing*, antara lain:

- *Blog posts*
- *Website landing page text*
- Gambar dan ilustrasi
- Artikel dan studi kasus
- Elemen navigasi

Membuat sebuah *blog* di *website* perusahaan serta menulis artikel untuk *blog* secara regular memiliki banyak keuntungan termasuk mempromosikan produk, menarik pengunjung, meningkatkan *traffic* secara organik, memposisikan perusahaan sebagai *expert* dan masih banyak lagi. Mesin pencari seperti *Google* juga menyukai *website* yang melakukan *update* secara rutin (Ncube, 2015, h. 70).

Penulisan artikel bertajuk *Top 10 list* juga sangat populer karena artikel jenis ini termasuk ke dalam tipe konten yang paling banyak dibaca pada sebuah *website*. Selain cenderung mudah untuk ditulis, artikel ini juga dapat menduduki peringkat tertinggi di mesin pencari dengan mudah (Ncube, 2015, h. 74).

Ncube (2015, h. 73) juga menambahkan bahwa kompetitor akan memiliki ide konten yang efektif dalam menarik kembali pengunjung ke *website* mereka. *Monitoring* ke *website* mereka dapat dilakukan untuk melihat seberapa

sering mereka menerbitkan sebuah artikel dan artikel jenis apa yang diterbitkan, kemudian melihat grafik pengunjung *website* mereka menggunakan *tool* seperti *Alexa* untuk mengetahui seberapa efektif aktivitas yang mereka lakukan dalam menarik perhatian pengunjung.

Sebagian besar pekerjaan *content writing* yang telah dilakukan di SociaBuzz sudah sesuai dengan konsep yang ada, namun terdapat satu hal penting yang belum dilakukan di SociaBuzz, yaitu melihat grafik pengunjung *website* kompetitor menggunakan *tool* seperti *Alexa*. Ketika melihat *website* kompetitor, hanya perlu memperhatikan bagaimana penulisan sebuah konten atau ide konten apa yang bisa diambil dari artikel tersebut. Namun, tidak dapat diketahui apakah konten pada *website* kompetitor itu juga efektif dalam menarik pengunjung. Dalam melakukan pekerjaan ini juga dibutuhkan beberapa kompetensi seperti riset topik yang disukai oleh pembaca, serta pemilihan kata yang pas dan cocok dengan pembaca.

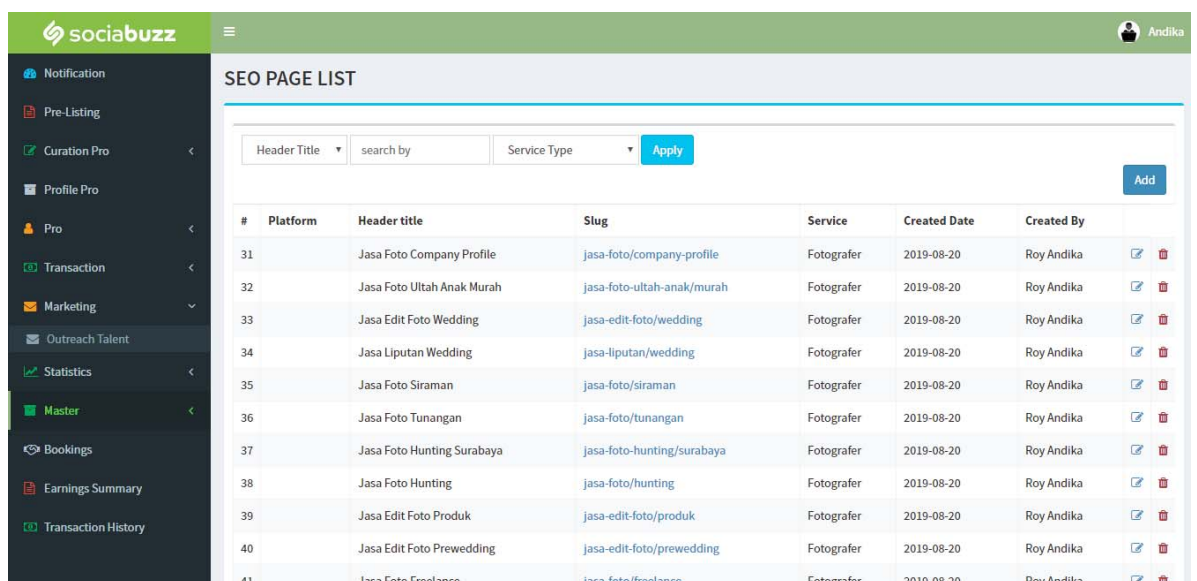
3.3.1.2 *Search Engine Optimisation*

Dalam menjalankan kegiatan SEO, diberikan daftar SEO *page* yang perlu dimasukkan ke dalam *platform* SociaBuzz untuk di optimasi. Seluruh SEO *page list* tersebut mencakup berbagai *keyword* yang bersangkutan dan seringkali dicari pada mesin pencari seperti *Google*. Selama proses kerja magang berlangsung SEO yang sedang dioptimasi adalah *makeup artist* dan fotografer. Tujuan dari strategi SEO ini adalah menargetkan SEO lokal agar sebagian besar *keyword* yang sering dicari dapat dijangkau. Terdapat lebih dari 300 *link* yang telah dioptimasi selama program kerja magang

berlangsung dengan memanfaatkan *tools* yang telah diberikan.

Selain itu, program SEO juga dijalankan ketika menulis artikel. Terdapat alat bantu yang dapat menampilkan kekurangan dari artikel yang sedang dibuat agar dapat memperoleh peringkat yang lebih tinggi di dalam mesin pencari. Selain itu, setiap artikel yang dibuat juga harus mencantumkan *link* artikel lain yang terkait dengan artikel tersebut agar pengunjung dapat menghabiskan waktu lebih lama di dalam *website*.

Gambar 3.3 SEO Page List yang telah dikerjakan



#	Platform	Header title	Slug	Service	Created Date	Created By	
31		Jasa Foto Company Profile	jasa-foto/company-profile	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑
32		Jasa Foto Ulah Anak Murah	jasa-foto-ulah-anak/murah	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑
33		Jasa Edit Foto Wedding	jasa-edit-foto/wedding	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑
34		Jasa Liputan Wedding	jasa-liputan/wedding	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑
35		Jasa Foto Siraman	jasa-foto/siraman	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑
36		Jasa Foto Tunangan	jasa-foto/tunangan	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑
37		Jasa Foto Hunting Surabaya	jasa-foto-hunting/surabaya	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑
38		Jasa Foto Hunting	jasa-foto/hunting	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑
39		Jasa Edit Foto Produk	jasa-edit-foto/produk	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑
40		Jasa Edit Foto Prewedding	jasa-edit-foto/prewedding	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑
41		Jasa Foto Freelance	jasa-foto/freelance	Fotografer	2019-08-20	Roy Andika	✎ 🗑

Sumber: adm.sociabuzz.com

Menurut Kingsnorth (2016, h. 90), SEO adalah suatu proses mengoptimasi sebuah *website* untuk meningkatkan hasil mesin pencari secara natural. Terdapat berapa tips yang dapat digunakan ketika menjalankan strategi SEO (Ncube, 2015, h. 5), antara lain:

1. *Link building*

Link adalah salah satu faktor terbesar yang mempengaruhi peringkat sebuah *website* di dalam mesin

pencari. Terdapat berbagai hal yang dapat dilakukan untuk mendapatkan *link* yang berkualitas seperti membuat direktori, *link* media sosial, *guest posting*, *link* internal, dan sebagainya. Hal penting yang harus diperhatikan adalah untuk tidak membeli *link* dari *website* lain karena hal ini akan menimbulkan pinalti.

2. Memindahkan *website* ke *wordpress.org*

WordPress memiliki banyak fitur yang bermanfaat untuk menciptakan konten yang berkualitas. Selain itu, *WordPress* juga gratis dan telah banyak penyedia layanan *hosting* yang memudahkan pemasangan *website* dengan lebih cepat.

3. Menggunakan *Yoast SEO plug-in*

Yoast SEO plug-in merupakan hal wajib untuk menjadi bagian dari *SEO marketing plan* sebuah perusahaan karena kemampuannya dalam mengoptimasi berbagai fitur yang ada di *website* tersebut seperti konten, gambar, *tags*, dan sebagainya untuk peringkat yang lebih tinggi di mesin pencari.

4. Menargetkan SEO lokal

SEO lokal menyediakan kesempatan untuk sebuah perusahaan mendapatkan peningkatan penjualan atau pengunjung. Hal ini dikarenakan oleh banyaknya konsumen yang lebih fokus untuk mencari penyedia jasa lokal di mesin pencari

5. *External Links*

External links merupakan salah satu faktor terbesar untuk memperoleh peringkat tinggi secara organik karena kita dapat mencantumkan *link* ke artikel lain di dalam artikel yang telah dibuat. Hal ini akan membuat pengunjung untuk membaca artikel lain yang berkaitan.

Sebagian besar strategi SEO di SociaBuzz sudah berjalan sesuai dengan konsep yang ada. Strategi seperti *link building*, penggunaan *WordPress*, penggunaan *Yoast SEO plug-in*, menargetkan SEO lokal, hingga *external links* sudah dilakukan. Namun, masih banyak strategi yang belum dilakukan oleh SociaBuzz. Ncube (2015, h. 4-20) menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 50 strategi yang dapat dilakukan seperti penggunaan perangkat lunak untuk melihat *ranking* sebuah *website*, mengoptimasi *landing page*, behubungan dengan *blogger* lain, hingga mengoptimasi pada mesin pencari lain seperti *Bing* dan *Yahoo*. Namun, dari sekian banyak strategi tersebut, SociaBuzz baru melakukan 5 strategi seperti yang telah disebutkan di atas.

3.3.2 KOL Management

Selain *jobdesc* sebagai *digital marketing*, SociaBuzz juga memberikan kepercayaan untuk menjalankan pekerjaan sebagai *KOL management* untuk *campaign* Smartfren WOW *Concert* dan Smartfren WOW *Fest* di media sosial. Pekerjaan yang dilakukan dapat dibagi menjadi dua, yaitu *social media* dan *reporting*.

3.3.2.1 Interpersonal Communication

Hal pertama yang dilakukan saat mulai melaksanakan *campaign* di media sosial untuk Smartfren adalah *briefing* mengenai alur kerja yang harus dilakukan, pengenalan *KOL management*, hingga *SOW (statement of work)* yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Di sini, setiap orang bertanggung jawab atas 12 *KOL* yang telah disepakati. 12 *KOL* yang di-*handle* antara lain Devano Danendra, Deddy Mahendra Desta, Stefhanie Zamora, dan lain-lain. Setelah *briefing* selesai, berbagai hal yang dibutuhkan dari *KOL*

mulai dijelaskan kepada *KOL management* atau yang disebut sebagai vendor agar dapat mulai melakukan pekerjaannya. Setelah *KOL management* mengirimkan foto atau video serta *caption* yang telah dibuat, dilakukan proses persetujuan konten kepada klien yaitu Smartfren melalui *google sheets*. Jika klien menyetujui konten yang telah dibuat, maka konten tersebut dapat langsung diunggah pada *Instagram* KOL yang bersangkutan. Namun, jika klien meminta untuk merevisi konten yang ada, maka perlu disampaikan lagi kepada KOL untuk kembali mengambil konten sesuai dengan keinginan klien. Seluruh rangkaian kerja tersebut dilakukan sampai seluruh KOL yang sudah dijadwalkan mengunggah konten yang sudah dibuat.

Setelah *campaign social media* selesai dilaksanakan, dilakukanlah *reporting* agar dapat dinilai seberapa efektif *campaign* tersebut dilakukan. Hal pertama yang perlu dilakukan adalah meminta *insight* dari seluruh konten yang sudah diunggah oleh seluruh KOL agar dapat melihat berapa banyak orang yang melihat, tertarik, dan melakukan interaksi pada konten tersebut. Selanjutnya, berbagai aspek seperti *views*, *like*, dan *comment* dimasukkan ke dalam *google sheets* yang telah disediakan untuk melihat seberapa besar *engagement rate* dari konten tersebut. Hasil *engagement rate* yang telah diperoleh, kemudian akan dibandingkan dengan *engagement rate* KOL tersebut yang didapat dari menghitung dari tiga konten yang berkaitan dengan sebuah *brand* dan telah diunggah sebelumnya.

Gambar 3.4 Konten salah satu KOL yang telah diunggah



Sumber: Instagram

Dalam melakukan seluruh kegiatan yang telah dijelaskan di atas, dibutuhkan kompetensi di bidang *interpersonal communication* agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan manajer KOL dan mencapai kesepakatan bersama sesuai dengan perjanjian yang ada. Menurut Quesenberry (2016, h. 8), media sosial adalah sebuah perangkat yang dimediasi oleh komputer dan memungkinkan orang-orang untuk membuat, membagikan, atau bertukar informasi, ide, foto atau video di dalam sebuah komunitas virtual dan jaringan. Dengan kata lain, media sosial juga dapat diartikan sebagai segala hal yang berkaitan dengan membuat atau membagikan informasi dan ide seperti artikel di *Wikipedia* atau *updates* pada *Facebook*.

Instagram adalah sebuah jasa jaringan sosial berbasis *online* yang memungkinkan penggunaanya untuk mengambil foto dan video lalu menyebarkannya ke berbagai *platform* jaringan sosial lainnya (Quesenberry, 2016, h. 115). *Instagram* menekankan pada *platform* untuk melakukan *public sharing*, hal ini berarti setiap pengguna dapat mencari untuk melihat, menggunakan, atau membagikan konten dari

setiap pengguna yang telah diatur untuk dapat dilihat oleh publik melalui peraturan yang ada (Lipschultz, 2014, h. 218). Berdasarkan berbagai penjelasan tersebut, dapat dilihat bahwa *Instagram* merupakan salah satu media sosial yang paling efektif dalam melakukan kegiatan kampanye yang berkaitan dengan KOL (*key opinion leader*). KOL merupakan istilah yang digunakan oleh SociaBuzz untuk merujuk kepada orang-orang di media sosial yang dapat memberikan pengaruh kepada orang lain atau yang biasa disebut sebagai *influencers*. Menurut Safko (2012, h. 471), *influencers* adalah pihak pertama yang ditargetkan untuk dipengaruhi oleh sebuah informasi, kemudian menyebarkan informasi tersebut agar seluruh pihak yang menerima pesannya dapat terpengaruh dan melakukan hal sesuai dengan yang diharapkan.

Dalam mengukur *outcomes* dari kegiatan di media sosial guna membuat *report*, terdapat delapan langkah yang dapat dilakukan (Blanchard, 2011, h. 226-235). Delapan langkah tersebut antara lain:

1. Menentukan titik awal
2. Membuat *timeline* aktivitas
3. Memantau volume *mentions*
4. Mengukur data sebelum dilakukannya kampanye
5. Mengukur data setelah dilakukannya kampanye
6. Mengumpulkan seluruh data yang telah didapatkan dari *step* 1-5 ke dalam sebuah *timeline* tunggal
7. Melihat pola yang ada
8. Membuktikan dan menyangkal hubungan yang ada

Dari kedelapan langkah tersebut, SociaBuzz hanya melakukan langkah 1-5 saat menjalankan kampanye media sosial dari Smartfren, yaitu mulai dari menentukan tanggal awal dimulainya kampanye, membuat *timeline* untuk mengunggah konten dari KOL, melihat seberapa besar *like* dan komentar pada konten tersebut, mengukur *engagement rate* dari KOL tersebut yang diperoleh dari unggahan sebelum dijalankan *campaign*, hingga mengukur *engagement rate* dari konten Smartfren yang telah diunggah oleh KOL tersebut. Langkah 6-8 tidak dilakukan oleh SociaBuzz saat menjalankan *campaign* Smartfren tersebut.

3.3.2.2 Lobbying & Negosiasi

Pada bulan September, SociaBuzz meluncurkan fitur barunya yaitu video ucapan. Melalui fitur ini, setiap orang dapat memesan video ucapan dari artis maupun *influencer* untuk berbagai kebutuhan seperti ucapan ulang tahun, ucapan selamat atas kelulusan, ucapan selamat atas pembukaan bisnis baru, dan sebagainya. Karena fitur ini masih baru, terdapat tugas tambahan yang diberikan yaitu melakukan *outreach* berbagai artis dan *influencer* agar mau bergabung ke dalam fitur baru ini. *Outreach* adalah kegiatan menjangkau dan mengundang pihak lain untuk bekerja sama dengan sebuah perusahaan dengan sifat yang saling menguntungkan. Kegiatan *Outreach* ini dilakukan dengan mengirimkan *email* atau *whatsapp* kepada *talent* yang dituju menggunakan *wording* yang telah disediakan. Setiap orang diberikan target untuk menghubungi minimal 25 *talent* dalam satu hari. Ketika melakukan kegiatan ini, dibutuhkan kompetensi *lobbying* dan negosiasi agar dapat membujuk

artis atau *influencer* yang ditargetkan untuk mau bergabung ke dalam SociaBuzz.

Talent yang telah setuju untuk bergabung ke dalam fitur baru ini akan dibuatkan profilnya pada *website* SociaBuzz sehingga setiap orang bisa dengan mudah mulai memesan video ucapan dari *talent* tersebut.

Gambar 3.5 Contoh kegiatan *outreach* pada *talent* yang setuju



Sumber: WhatsApp

Fitur baru SociaBuzz yang bernama video ucapan ini bertujuan untuk memfasilitasi para *fans* atau penggemar dari seseorang yang cukup spesial agar dapat memesan video ucapan sesuai yang diinginkan tanpa perlu bertemu langsung dengan orang tersebut. Menurut Duffett (2013, h. 210) *fans* adalah orang-orang pada umumnya yang memiliki berbagai sikap umum seperti rasional, keras kepala, kritis, lelah, bebas, atau berpemikiran terbuka. Namun, satu hal yang menjadi pembeda terbesarnya adalah *fans* memiliki pengalaman yang menimbulkan perasaan yang sangat berarti

kepada orang lain dan tidak selalu bisa dijelaskan kenapa secara rasional.

Istilah *fans* juga sering disebut sebagai *fandoms* di dalam berbagai buku. Menurut Blackwell (2018, h. 44), *fandoms* adalah salah satu dari berbagai kelompok budaya (seperti kelompok kolektor, komunitas *gamers*, komunitas pembuat video, dan sebagainya) yang telah berkembang menjadi budaya jaringan. Langkah SociaBuzz dalam menciptakan fitur video ucapan ini sangat tepat dan sesuai dengan konsep yang ada. Sesuai dengan konsep mengenai *fans* atau *fandoms*, mereka akan sangat senang jika mendapatkan sapaan atau ucapan dari orang yang mereka idolakan, meskipun mereka harus mengeluarkan sebagian uangnya. Dalam melakukan tugas ini juga dibutuhkan beberapa kompetensi seperti *interpersonal communication*, negosiasi, dan *lobbying* agar *talent* yang dihubungi tertarik untuk bergabung dengan SociaBuzz.

3.4 Kendala Proses Kerja Magang

Kendala yang dihadapi selama melakukan praktik kerja magang antara lain:

1. Ketika melihat *website* kompetitor dalam membuat artikel, tidak dapat diketahui apakah artikel di *website* tersebut juga efektif dalam menarik pengunjung karena tidak dilakukan pengecekan menggunakan *tools* seperti *Alexa*.
2. Ketika menjalankan strategi SEO, SociaBuzz hanya melaksanakan 5 strategi saja, padahal ada lebih dari 50 strategi yang dapat dilakukan agar SEO dapat menjadi lebih efektif.
3. Saat menjalankan *campaign* dari Smartfren, SociaBuzz hanya melakukan langkah 1-5 sesuai konsep yang ada dan tidak melakukan langkah 6-8.

Padahal, jika langkah 6-8 juga dilakukan maka kampanye yang ditangani oleh SociaBuzz selanjutnya akan memperoleh hasil yang lebih maksimal.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Menghadapi berbagai kendala yang telah disebutkan di atas, terdapat berbagai solusi yang dijalankan, antara lain:

1. Ketika mencari konten dari *website* kompetitor, diutamakan untuk melihat artikel yang muncul pada urutan 3 teratas di mesin pencari, karena dengan cara itu dapat diketahui bahwa artikel yang dibuat mampu menarik banyak pengunjung hingga mencapai peringkat tinggi di mesin pencari.
2. Ketika menjalankan strategi SEO, pelaksanaan 5 strategi yang ada harus dilakukan semaksimal mungkin agar peringkat *website* SociaBuzz tetap bisa menjadi peringkat teratas di mesin pencari walaupun tidak seefektif jika melakukan lebih dari 5 strategi SEO.