Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan *intern* di Radio Heartline adalah sebagai *content writer* yang merupakan bagian dari divisi atau tim *event specialist.* Rekan kerja satu tim yaitu Shelin Vherlian membantu *intern* dalam melengkapi materi promosi *event* seperti konten visual dalam bentuk poster dan sebagainya yang akan diunggah atau *publish* pada media sosial Radio Heartline. Riama Silitonga yang membantu membimbing dan mengawasi proses kerja *intern.* Hagen yang memiliki posisi di bawah naungan Riama Silitonga bertugas memberikan revisi pada materi artikel yang sudah dikirimkan.

Proses kerja dimulai dengan menentukan ide untuk *event* yang akan datang dengan rapat bersama mengenai poin-poin dari *event* tersebut. Setelah rapat, kemudian mulai menuliskan artikel yang membahas sekaligus memasarkan *event* tersebut. Untuk visual, *intern* melakukan koordinasi dengan Shelin Vherlian dalam pembuatan *webbaner.*

Selama proses pembuatan materi artikel yang akan diunggah pada laman website Radio Heartline, *intern* melakukan koordinasi dengan Hagen selaku pihak yang merevisi hasil artikel yang sudah dibuat dan akan dipublikasikan setelah selesai direvisi. Proses revisi tersebut akan mengambil waktu sekitar 1-3 hari. Hasil revisian yang sudah di asistensi akan langsung dipublikasikan pada *website* Radio Heartline. Selama 1-3 hari tersebut, *intern* juga mendiskusikan materi untuk konten-konten berikutnya yang akan dipublikasikan. Selama magang, beberapa tugas yang sudah dikerjakan terdiri dari konten-konten *event (*baik materi artikel, poster, dan *caption*) mulai dari *pre-event* hingga *post-event* yang akan diunggah pada *website* dan Instagram Heartline Radio.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Selama melakukan kegiatan magang dengan periode 3 bulan atau 68 hari kerja, terdapat dua pembagian tugas yang dikerjakan *intern* yaitu, tugas utama dan tugas tambahan seperti di bawah ini:

Tugas utama yang dilakukan adalah:

1. *Digital Marketing (Content Writing):*
   a) Untuk *website*
   b) Untuk media sosial

Tugas tambahan:

1. Proposal *event* lomba *Podcast* dan HUT Radio Heartline
2. *Voice over event-event*

Aktivitas	***JOBDESC***	**Agt**	**Sept**	**Okt**	**Nov**
Content writing Website	Brainstorming pembuatan artikel Pospay hingga membuat *rundown* untuk unggahan konten Pospay				
	Membuat artikel *announcement* HUT Heartline, dan juga membuat artikel sponsor ECC Kitchen dan Hotel Vega				

Content Writing Media sosial	Membuat materi tertulis untuk konten visual Pospay di Instagram				
Voice Over	Mengisi suara untuk Podcast Muda Mudi Heartline dan untuk Podcast YASKI				
Proposal	Membuat proposal untuk HUT Heartline dan Lomba Podcast Muda Mudi Heartline				

Tabel 3. 1 *Timeline* Kerja

Sumber: Data Laporan Magang, 2021

3.2.2 Uraian Keja Magang

Berdasarkan poin-poin tugas yang sudah dituliskan di atas, berikut uraian untuk tugas-tugas tersebut:

1. *Digital Marketing: Content writing*
   a) Untuk *website*

      Selama melaksanakan proses magang, terdapat beberapa tugas utama yang harus dikerjakan sesuai dengan *jobdesc intern* di divisi *event promotion* Radio Heartline.

      Intern diberikan tugas untuk menulis artikel mengenai suatu *event* yang akan atau sedang berjalan. Pada minggu pertama kebetulan baru akan dimulai program kuis dari produk terbaru PT Pos Indonesia yaitu Pospay dengan tujuan untuk meningkatkan *awareness* khalayak terhadap Pospay. Maka dari itu, tugas pertama *intern* adalah membuat artikel mengenai aplikasi baru Pospay, setelah itu juga membuat artikel untuk pemberitahuan atau *announcement* mengenai kuis yang diadakan Pospay melalui Heartline

Radio setiap harinya yang dimulai pada tanggal dua. Pada minggu seterusnya *intern* juga mendapat tugas untuk menulis artikel selain *project* Pospay yaitu materi konten program harian untuk program Wisdom Of The Day. Program tersebut mengangkat tema yang berbeda setiap harinya. *Intern* ditugaskan memilih beberapa sesi atau topik bahasan dari program tersebut untuk sekaligus mempromosikan program Wisdom Of The Day.

Untuk artikel Pospay mayoritas mengenai kegiatan kuis yang akan dilaksanakan selama kurang lebih satu bulan, dimulai pada tanggal 20 Agustus 2021-23 September 2021. Tidak hanya diinformasikan melalui artikel, tetapi juga selalu diingatkan berulang kali melalui siaran pada jam-jam tertentu sebelum kuis dimulai. Artikel diunggah tidak setiap hari, karena ada proses revisi yang berlangsung cukup lama. Berikut merupakan salah satu artikel yang sudah diunggah pada *website* Heartline Radio:

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

d/transaksi-di-mana-saja-dan-kapan-saja-apalagi-kalau-bukan-aplikasi-yang-satu-ini/

Transaksi Di Mana Saja dan Kapan Saja ! Apalagi Kalau Bukan Aplikasi yang Satu Ini…

Pada tanggal 16 September 2021 yang lalu, Heartline Radio mengundang perwakilan dari PT Pos Indonesia dalam rangka mempromosikan aplikasi *e-wallet* terbaru yaitu Pospay. Banyak manfaat yang bisa didapatkan dengan menggunakan aplikasi Pospay terutama untuk kebutuhan pribadi sehari-hari. Dengan *tagline* "Pospay, pakai berkali-kali, untung berulang kali" menunjukan bahwa dengan menggunakan Pospay untuk proses transaksi apapun akan memberikan penggunanya keuntungan yang berkali lipat juga.

"Semua pelaksanaan kegiatan di PT Pos bersumber pada digitalisasi, dan itu mendorong di masa pandemi, jadi apasih Pospay ? Pospay itu merupakan produk PT Pos Indonesia yang dipergunakan untuk transaksi keuangan, dan sangat diminati di masa pandemic ini", ujar Bpk. Sarip selaku *Excecutive General Manager* PT Pospay Kantor Pusat Tangerang.

Di dalam akun Pospay terdapat skema bisnis yang akan menghasilkan poin-poin untuk dirupiahkan seperti yang diucapkan oleh Bpk. Singgih bahwa skema tersebut merupakan kode referral bagi masyarakat yang sudah mendownload aplikasi akan mendapatkan kode referral untuk akun pribadi dan mereka dapat mengajak teman untuk *download* aplikasi dengan memasukkan kode referral tersebut serta *top up* saldo sebesar Rp. 30.000, maka yang memberikan kode referral akan mendapat poin sebesar Rp. 20.000 dan yang menggunakan kode referralnya akan mendapatkan poin sebesar Rp.10.000.

Maka dari itu, segeralah *download* aplikasi Pospay dan mudahkan proses transaksi sehari-hari anda. Masih banyak lagi keunggulan yang diberikan oleh Pospay bagi para penggunanya, apa saja keunggulan-keunggulan lainnya dari Pospay ? Yuk simak kelanjutannya di *channel* Youtube Radio Heartline 100.6 FM Tangerang di bawah ini :

Gambar 3. 1 Artikel Pospay pada *website* Heartline

Sumber: *Website* Heartline Radio (Lomboan, 2021)

Intern sudah menulis artikel untuk beberapa tema seperti Rumah Kita, Hanya Perlu 1 Langkah, Optimis atau Pesimis, dan Little Stroke. Isi artikel tentunya disesuaikan dengan setiap tema yang diambil. Artikel tersebut menjadi sebuah langkah untuk program Wisdom Of The Day agar minat pendengar dan khalayak besar dapat meningkat. *Intern* diberikan tugas untuk menulis artikel bagi pihak *sponsorship* beberapa *event,* seperti pada acara HUT Heartline Radio ke-23 tahun, tentunya ada tugas membuat

artikel mengenai pemberitahuan acara ulang tahun tersebut secara umum. Untuk tugas materi tertulis konten dan artikel, akan diajukan kepada koordinator divisi *social media,* tetapi untuk *event* yang dipegang *intern* tidak ada campur tangan dari divisi media sosial.

id/wisdom-of-the-day-kalian-tim-pesimis-atau-optimis-nihh/

Wisdom Of The Day : Kalian Tim Pesimis atau Optimis Nihh ??

Wisdom Of The Day pada episode tanggal 19 Agustus 2021 mengundang PM. Susbando sebagai narasumber dan dipandu oleh Jose Marwoto yang berbincang mengenai suatu topik, yaitu 'Pilih Optimis atau Pesimis'. Optimis dan pesimis adalah suatu sikap dengan pelafalan yang hampir mirip saat diucapkan, tetapi sebenarnya kedua kata tersebut memiliki arti yang bertolak belakang. Sikap tersebut biasa dirasakan individu di saat-saat tertentu atau kondisi tertentu.

PM. Susbando menyukai kalimat "Api itu membakar, sekaligus menyinari". Menurut beliau, setiap orang dapat memilih melihat atau mengartikan api sebagai sesuatu yang membakar atau menyinari, sama seperti halnya dengan pandemi COVID-19 saat ini, bagaimana sudut pandang individu dalam menghadapi pandemi. Dalam menangani pandemi, pemerintah sudah banyak memberikan solusi dengan menerapkan kebjikan-kebijakan yang ada saat ini. Dibalik suatu masalah pasti akan ada jalan keluar; di setiap masalah ada jalan keluar jangan dibalik menjadi, di setiap jalan keluar ada masalah. Individu yang memiliki sikap pesimis akan terpuruk karena mengalami suatu masalah. Tetapi melihat suatu masalah dari sisi yang positif dan menjadikannya sebagai dorongan agar lebih baik kedepannya merupakan contoh sikap optimis.

Optimisme dapat dibangun dengan melakukan sesuatu yang positif dengan pikiran atau mental yang positif pula, sehingga dapat membangun vibrasi bersama. Menurut PM. Susbandono, setiap individu tidak boleh optimis secara membabi buta melainkan memupuk *calculation optimism* yaitu, optimis yang memiliki kalkulasi atau perhitungan. Itu berarti sikap optimis merupakan suatu hal yang positif untuk diterapkan dalam pribadi seseorang, tetapi tetap memiliki perhitungan yang realistis.

Bagaimana kelanjutan pembahasan topik mengenai sikap optimis dan pesimis di atas ? Simak kelanjutannya pada Program '*Wisdom Of The Day*' dari Radio Heartline 100.6 FM yang selalu menyajikan siaran-siaran

Gambar 3. 2 Artikel Wisdom Of The Day

Sumber : *Website* Heartline Radio (Lomboan, 2021)

Berkaitan dengan *jobdesc intern* sebagai *content writer,* maka tugas utamanya merupakan menulis artikel mengenai suatu *event* atau *brand,* karena *intern* bekerja di bawah divisi *event promotion.* Artikel tersebut dilengkapi dengan data atau fakta mengenai *event* atau *brand* tersebut, yang akan diunggah pada *website* dan tentu juga membuat materi tulisan untuk konten-konten yang akan diunggah pada Instagram Radio Heartline. Menurut KBBI, *event* atau acara merupakan suatu kegiatan yang akan dipertunjukan, disiarkan, dan diperlombakan. *Event* dapat dikemas dalam bentuk program televisi, iklan acara yang bersifat komersial, dan sebagainya. Berbagai macam *event* dibentuk dengan memiliki tujuannya sendiri, baik untuk merayakan hari besar, promosi *launching* produk baru, dan lain-lain. Sedangkan menurut Goldblatt (2011) , *event* berfungsi dalam menciptakan kesadaran dan membujuk prospek untuk membeli barang dan jasa.

Untuk tugas *intern* sebagai *content writer* tentunya harus dapat membuat tulisan yang memberikan informasi yang dibutuhkan khalayak dan juga dapat menarik minat khalayak. *Content writer* merupakan teknik penulisan untuk mempengaruhi *audience* yang dituju guna melakukan beberapa tindakan yang diinginkan oleh perusahaan seperti *newsletter,* membeli suatu produk atau layanan, dll (Seitel, 2017). Dengan memberikan dukungan atau pendekatan empati kepada *customer,* maka proses dalam meraih target pasar akan lebih mudah, seperti pendekatan yang dipaparkan oleh Maslen (2015) yaitu, mereka yang menggunakan psikologi manusia untuk memberikan pengaruh pada keputusan yang akan diambilnya.

Konsep yang sesuai dengan *jobdesc intern* sebagai *content writer,* selama melaksanakan praktik magang di Radio Heartline adalah elemen CTA (*Call To Action)* dari teori pemasaran digital yang diajarkan pada mata kuliah *Media Production & Channel Management.* Teori *digital marketing* sendiri merupakan aktivitas mempromosikan dan mencarikan pasar melalui media digital secara online dengan menggunakan berbagai sarana seperti jejaring sosial (ES, Rahmi, & Aditya, 2017). *Digital marketing* sendiri

merupakan konsep dalam pemasaran yang biasanya digunakan untuk mendongkrak jumlah *reach* penjualan suatu produk. Ada banyak jenis *digital marketing* yang banyak dilakukan oleh suatu perusahaan, seperti memasarkan sesuatu melalui media sosial seperti Instagram juga sudah masuk ke dalam kategori *digital marketing.* Heartline Radio sendiri sudah masuk ke ranah *digital marketing* untuk mengjangkau lebih banyak khalayak terutama pada generasi Z. Untuk elemen CTA yang diberikan *intern* adalah *tag, mention,* dan mencantumkan *link* yang sesuai dengan artikel. Dengan adanya hal tersebut, maka akan dapat memperluas lagi penyebaran postingan yang diunggah.

Secara umum CTA merupakan sebuah ajakan yang akan menarik target untuk melakukan apa yang perusahaan inginkan. Dapat dalam bentuk tombol, atau kalimat yang mendorong keingintahuan *audience.* Karena itu, kalimat persuasif dalam suatu artikel sangat penting dalam membangun *mood* atau suasana hati *audience* untuk memperoleh informasi dan memahami isi konten yang disampaikan. Penempatan dalam mengimplementasikan CTA ini juga terdapat diberbagai macam bentuk seperti pada aplikasi, *e-mail,* katalog digital, *website,* media sosial, dan lainnya.

Tidak hanya elemen CTA, tetapi ada juga konsep SEO yang sudah dipelajari pada mata kuliah *Digital Strategic Communication & Data Analytics*, di mana SEO atau singkatan dari *Search Engine Optimizations* merupakan upaya untuk mengoptimalkan *website* agar mendapat urutan teratas dalam pencarian pada Google, dengan meningkatkan *traffic* dan jangkauan *audiens* yang tepat sasaran (Benefita, 2021). Dengan mempertimbangkan dan memilih kata kunci yang akan digunakan dalam sebuah artikel, maka harus mengetahui kata-kata yang sesuai dengan produk yang dipasarkan. Begitupula dengan gaya bahasa tulisan, *intern* tentunya menyesuaikan dengan gaya bahasa dari *website* Heartline Radio yang terbaru, melihat bahwa gaya bahasa Heartline Radio adalah gaya formal dan juga beberapa ada yang bergaya populer di mana menggunakan bahasa

tulisan yang santai dan mudah dimengerti terutama bagi para kalangan muda. Hal tersebut bermula karena tujuan Heartline Radio yang ingin melebarkan target sasarannya pada kalangan anak muda, jadi untuk setiap konten yang diterbitkan juga ada konten sesi untuk anak muda, dan juga orang dewasa.

Pada kedua mata kuliah tersebut diajarkan bagaimana memilih kata atau kalimat yang efektif dan memiliki pengaruh sehingga dapat mempersuasi khalayak atau target pasar, dengan tujuan mempermudah pembaca dalam mengerti maksud pesan yang disampaikan pada suatu artikel. Semua yang diajarkan diterapkan dengan baik pada proses kerja magang *intern.* Tetapi ada beberapa perbedaan yang dirasakan *intern* saat mengerjakan tugas yang diberikan yaitu, sebelum menulis artikel tidak diperlukan materi infografis secara detail, tetapi hanya melihat *overview* secara general. Hal tersebut dikarenakan kebanyakan artikel yang ditulis merupakan artikel komersial yang hanya berfokus pada informasi *announcement* produk atau merek hingga pengingat suatu *event* yang akan diadakan.

b) Untuk Media sosial

Selain menulis artikel untuk *website*, *jobdesc content writer* dapat juga berbentuk tugas untuk menyusun materi tulisan untuk konten media sosial. Tugas *intern* adalah membuat materi untuk konten Pospay yang akan diunggah pada media sosial yaitu Instagram Radio Heartline. Sebelum itu, *intern* melakukan *brainstorming* atau diskusi dengan anggota tim pada divisi *event promotion* mengenai materi tulisan yang akan digunakan untuk dituangkan ke dalam bentuk visual.

Dalam melaksanakan semua tugas tersebut, tentunya *intern* ada berkolaborasi dengan anggota pihak *event marketing* yang akan memvisualkan materi tertulis yang sudah dibuat, dan kemudian setelah sudah dalam bentuk konten visual, maka akan dilanjutkan kepada Hagen selaku koordinator *social media*, kecuali untuk tugas artikel yang

memang dilakukan sendiri oleh *intern* dan langsung di ajukan kepada Hagen. Setelah di *acc* maka akan diunggah langsung oleh Hagen ke *website* ataupun media sosial pribadi Radio Heartline.

Saat ini, *intern* ditugaskan untuk mengambil bagian dalam *project* baru yaitu spesial untuk memperingati HUT ke-23 Radio Heartline yang bertepatan pada tanggal 12 November mendatang, sedangkan untuk acaranya sendiri dilaksanakan pada tanggal 20 November 2021. Tidak lupa juga membuat materi untuk konten-konten yang akan diunggah pada media sosialnya, seperti *e-flyer* yang berisi informasi singkat seputar diadakannya acara mulai dari tempat, waktu, *doorprize,* rangkaian acara, hingga logo dari pihak sponsor. Selain itu, *intern* juga ditugaskan sebagai asisten dari kepala pelaksana *event* HUT ke-23 Radio Heartline, yang membantu kepala pelaksana dari belakang, seperti saat menghadiri rapat dengan yang bersangkutan, tugas *intern* adalah sebagai notulen yang menulis ringkasan hasil rapat.

Dalam penulisan *caption* selalu menggunakan kata-kata yang dapat menarik pembacanya. Seperti yang dipaparkan oleh Konstant (2011) bahwa, tulisan atau salinan yang bagus adalah kombinasi dari apa yang ingin dikatakan, bagaimana cara mengatakannya, kapan dan kepada siapa akan dikatakan atsau disampaikan. Tujuan penulisan *caption* adalah untuk memberikan informasi dan juga menarik minat pembacanya.

Secara general, tugas-tugas yang diberikan kepada *intern* sudah sesuai dengan *jobdesc* sebagai *content writer*, dan detail perannya adalah sebagai berikut :

1. Menulis artikel suatu *event* yang sedang berjalan atau akan dilaksanakan
2. Membuat materi tertulis untuk konten *event* yang akan divisualkan

3. Menjadi asisten notulendari *event* HUT ke-23 Radio Heartline

Gambar 3. 3 Konten Instagram Pospay dan caption

Sumber : Instagram Heartline Radio

2. Membuat proposal untuk acara lomba dan *event* lainnya

Divisi *event promotion* mendapatkan tugas untuk membantu jalannya acara lomba *podcast* yang diselenggarakan oleh Heartline Radio, puncak acaranya dilaksanakan pada tanggal 28 Oktober 2021. Tentunya *intern* berdiskusi dengan pihak *event marketing* dalam proses pengerjaan proposal. Hal tersebut ditujukan untuk melihat spesifikasi acara secara detailnya seperti apa, target pasar yang dituju dengan diadakan acara tersebut siapa, tujuan diadakannya acara tersebut, *rundown* acara, *budgeting,* dan yang pasti kapan serta di mana acara tersebut akan dilaksanakan. Begitupula dengan proses pembuatan proposal acara HUT Heartline Radio yang ke-23 tahun. Terlebih lagi untuk acara tersebut sudah ada pihak sponsor yang mendukung dibelakangnya, jadi tim *event promotion* hanya perlu memberikan penjelasan mengenai acara melalui proposal yang sudah dibuat.

Proposal juga dapat disebut sebagai jembatan antara penyelenggara acara dengan klien atau sponsor yang dituju, karena semua rincian mengenai kegiatan yang akan dilaksanakan sudah tercantum lengkap di dalam proposal tersebut. Semua proposal dibuat dalam bentuk proposal kreatif yang akan diberikan pada klien dan pihak sponsor, tetapi untuk acara lomba *podcast* terdapat juga proposal formal yang akan diberikan pada beberapa sekolah tingkat SMA. Proposal tersebut merupakan tugas tambahan yang diberikan pada *intern,* sehingga dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap acara atau *event* yang dilaksanakan.

Konsep yang diterapkan pada tugas *intern* tersebut juga sudah diajari pada mata kuliah *Special Event & Brand Activation.* Dalam proses pembuatan proposal untuk sponsorship yang perlu mengutamakan pertimbangan biaya atau *budgeting* untuk rangkaian acara yang akan diadakan. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam proses pembuatan proposal yang diajarkan dan yang diterapkan dalam proses magang, karena pada dasarnya tujuan pembuatan proposal suatu acara adalah sama yaitu untuk memberikan rincian detail informasi mengenai acara yang akan diadakan agar lebih mudah dimengerti klien.

3. Mengisi *voice over* untuk iklan lomba *podcast*

Tugas tambahan yang diberikan pada *intern* lainnya adalah tugas dalam mengisi *voice over* untuk beberapa kegiatan seperti untuk lomba *podcast,* podcast YASKI, acara demo masak atau *cooking class,* dan untuk salah satu program berjudul Bunga-bunga Cinta. Proses pengisian *voice over* dilakukan seperti proses pada umumnya, sebelumnya akan di *briefing* terlebih dahulu mengenai pembagian suara hingga pengambilan nada saat mengisi suara agar terdengar sesuai dengan karakter yang dimainkan. Untuk konsep yang digunakan juga sudah diajarkan pada mata kuliah *Media Production & Channel Management* untuk membuat *storyline* dan menjadi *voice over* salah satu karakter, tetapi yang membedakan adalah untuk

pembuatan *storyline* tidak dilakukan oleh *intern* melainkan sudah disediakan oleh tim lainnya.

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Proses kerja magang di Heartline Radio merupakan pengalaman baru bagi *intern,* terutama saat masuk menjadi *content writer.* Saat melaksanakan proses kerja magang selama 68 hari yaitu mulai dari tanggal 16 Agustus 2021-16 November 2021, tentunya *intern* mengalami beberapa masalah atau kendala. Berikut adalah beberapa kendala yang sering terjadi:

1. Saat menentukan gaya bahasa yang akan digunakan dalam penulisan artikel, karena pada website Heartline Radio, gaya bahasa yang digunakan ada yang formal dan popular.
2. Supervisi yang super sibuk, sehingga saat mendapat tugas untuk mendukung jalannya acara atau *event* yang dilaksanakan kurang diberikan *briefing* yang jelas dan detail.
3. Jaringan *wifi* yang ada pada kantor
   Dalam mengerjakan tugas tentunya membutuhkan internet, tetapi *wifi* yang disediakan di kantor sangat sering bermasalah dan hilang jaringan, sehingga menghambat proses pengerjaan tugas.

3.2.4 Solusi

Dari kendala-kendala yang ada di atas, bukan berarti tidak ada solusinya. Tentunya setiap kendala yang *intern* alami memiliki solusi tersendiri, yaitu:

1. Bertanya dan diskusikan dengan supervisi dalam menentukan gaya bahasa yang akan digunakan. Supervisi akhirnya meminta untuk menggunakan bahasa yang lebih kekinian, karena melihat bahwa Heartline Radio sedang mengembangkan targetnya kepada anak-anak muda atau mulai dari generasi milenial, tetapi tetap menggunakan

bahasa yang mudah dimengerti, karena target utamanya adalah orang dewasa dan keluarga.

2. *Intern* mendatangi dan bertanya kepada supervisi sendiri perihal kejelasan rangkaian acara yang akan diadakan, terutama saat proses pembuatan proposal. Agar dapat mencantumkan detail-detail yang kurang pada proposal yang sedang dikerjakan, dan memastikan tidak ada yang terlewat dari apa yang diberitahukan oleh supervisi.
3. Untuk masalah ini, penggunaan data dari *smartphone* pribadi lebih efektif daripada harus menunggu *wifi* kantor berfungsi normal kembali. *Intern* menggunakan *hotspot* pribadi, dengan begitu proses pengerjaan tugas dapat berjalan lancar tanpa berlarut-larut dengan hambatan kecil tersebut.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA