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 dalam Kerja Magang

Praktik kerja yang dilakukan penulis di HashMicro dilakukan selama 65 hari sebagai pekerja magang (internship) serta ditempatkan dalam divisi Digital Marketing. Penulis diberikan pekerjaan utama sebagai Content Writer dengan tugas untuk membuat artikel dan menggunakan *copywriting* yang sesuai yang berkaitan dengan produk-produk perusahaan. Topik yang dikerjakan dalam artikel bertajuk politik, keuangan, *hard news* dan *pop culture* seperti perkembangan teknologi, gadget, fashion, digital native, dan berita viral atau paling banyak dicari. Segala jenis pekerjaan ditentukan dan dipertanggung jawabkan kepada Anatha Ginting selaku Content Marketing Executive.

Artikel-artikel yang dibuat memiliki tujuan untuk memberikan informasi terhadap HashMicro serta untuk melakukan *digital marketing* atau pemasaran digital. Karena pemasaran digital memiliki dampak yang signifikan terhadap penjualan produk, maka dari itu perusahaan membutuhkan kemampuan *content writer* yang dapat menulis secara jelas dan persuasif. Selain menulis artikel sebagai tugas utama, penulis juga diberikan tugas tambahan yaitu membantu dalam pembuatan *newsletter*, *email marketing*, serta berkesempatan untuk membantu proses iklan dengan media TV.

Koordinasi dalam kegiatan magang setiap harinya dilakukan melalui Whatsapp dan Clickup oleh Anatha Ginting dan Glend Victo selaku *Digital Marketing Manager.* Selain itu divisi Content Writer juga berkoordinasi langsung dengan divisi *SEO Specialist* karena divisi tersebut yang memberikan bahan penulisan berupa *keyword* yang telah di optimasi. *Keywords* yang telah dioptimasi oleh team SEO specialist merupakan keyword yang memiliki volume pencaharian yang besar, memiliki persaingan kata yang kecil dan sesuai dengan niche atau tema dari blog HashMicro. Frasa kunci atau keyword dengan volume pencarian yang

besar menunjukkan bahwa frasa kunci tersebut banyak dicari oleh audiens. Selain itu, pemilihan frasa kunci sesuai dengan niche perusahaan membuat seluruh konten yang akan ditulis oleh *content writer* membuat konten perusahaan tetap relevan dan akan sesuai dengan kebutuhan *viewers* dan *visitor* website dan blog perusahaan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Terdapat beberapa tugas rutin yang penulis lakukan dalam praktik kerja magang sebagai Content Writer Intern di HashMicro, yaitu:

1. Tugas Utama

`

Content Writing

Conten writer atau penulis konten memiliki tanggung jawab yang sangat luas dan dapat mencakup semua jenis tulisan, sehingga hampir tidak terbatas. Sehingga sebagai *content writer* atau pembaca pun memerlukan pemahaman dan latihan untuk mengenali seluk buluk serta nuansa yang berbeda dari setiap konten yang mereka baca atau buat. Gupta (2020) 17 membagi konten online menjadi 3 format, yaitu *e-book,* situs web, dan infografik. Format konten *online* pada HashMicro adalah blog pada website perusahaan.

Dalam melakukan kegiatan magang di PT HashMicro Solusi Indonesia, Content Writer memiliki tugas utama yaitu bertanggung jawab untuk menulis artikel sesuai dengan *keywords* yang telah dioptimasi oleh divisi SEO Specialist dan membuat artikel yang deskriptif, mengandung informasi yang diperlukan khalayak, serta artikel yang menaikkan *traffic* blog perusahan.

2. Tugas Tambahan

Copywriting

Menyusun sebuah tulisan atau *copywriting* untuk *email marketing* dan *newsletter* yang sesuai dengan *brand image*

perusahaan. *Copywriting* pada kegiatan *email marketing* dan *newsletter* diperuntukan penulisan headline dan isi konten yang *engaging* serta mengandung *hardselling*. Selain itu, pada penulisan artikel juga memerlukan *copy* yang baik dan menarik pada judul artikel.

Dalam menulis artikel maupun *email marketing* dan *newsletter,* tentunya memerlukan *copywriting* kreatif yang memiliki kekuatan dalam bercerita untuk menarik perhatian pada publik maupun pembaca. Umumnya tulisan *copy* menggunakan slogan yang menarik pembada dan memiliki suatu konsep yang unik untuk memasarkan sesuatu. Penulisan *copy* kreatif pun umumnya juga digunakan untuk membuat suatu pemasaran iklan serta memiliki hubungan dalam pembangunan sebuah merek. *Copy* kreatif penulis gunakan demi menentukan frasa atau kata-kata yang cocok dan tepat bagi *audience.* (Ashton, 2012, p. 128).

Teknik penulisan *copy* ini menjadi bagian dari kegiatan pemasaran Hashmicro. Hashmicro merupakan penyedia jasa dan teknologi perangkat lunak yang memerlukan exposure melalui iklan atau pemasaran secara digital. Beragam desain produk yang tersedia lahir dari tangan para seniman yang tergabung dalam perusahaan Tokome. Untuk mendistribusikan semua produk yang ada, dibutuhkan teknik copywriting yang mumpuni.

Tabel 3.1 Laporan Realisasi Kerja Magang

Minggu ke-	Tugas yang Dilakukan
I (1 September – 3 September)	• Pengenalan situasi dan budaya kantor serta beberapa jajaran organisasinya

	• Pengenalan perihal tugas atau *jobdesc* penulis sebagai pemagang • Mengikuti beberapa *training* termasuk pelatihan cara mengoptimalisasi artikel
II (6 September – 10 September)	• Membuat artikel deskripsi *Direct Marketing* dan *Flowchart* dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. 8 artikel per minggu. • Memasukkan artikel ke *wordpress* dan memasikan Yoast SEO sudah hijau sebelum dipublikasi.
III (13 September - 17 September)	• Menulis artikel dengan *keywords* yang telah dioptimasi oleh SEO. 8 artikel dalam bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. • Membagikan artikel kedalam blog dan *website* perusahaan. • Mengikuti Content Writer *Training*.
IV (20 September – 24 September)	• Menulis 8 artikel mingguan dan mempublikasikannya pada website dan blog perusahaan. • Mempresentasikan hasil artikel yang bersifat komunikatif, interaktif dan memiliki unsur *hard selling*
V (27 September – 1 Oktober)	• Minggu ini saya menyelesaikan 6 artikel mingguan (*customer*

	serviceI, Bisnis kartel, *buzzer*keywords: Kartel, customer service, dan buzzer) • Membuat konten dan desain newsletter bertemakan Investor.
VI (4 Oktober – 8 Oktober)	• Menulis artikel 1/hari. (tenologi, bisnis, surat perjanjian kerja, dan lainnya) • Membagikan artikel ke blog perusahaan. • Membuat mini artikel untuk produk perusahaan pada *money site.* • Evaluasi penulisan artikel.
VII (11 Oktober – 15 Oktober)	• Membuat *copywriting* untuk email marketing. • Menulis artikel 6/minggu dengan topik (*e-faktur,* distribusi, dan pekerja profesional).
VIII (18 Oktober – 22 Oktober)	• Menulis 6 artikel dalam bahasa Indonesia dan Inggris dengan tema merger, *trend fashion,* dan *public relation*. • Membuat copy untuk email marketing.
IX (25 Oktober - 29 Oktober)	• Menulis 6 artikel/minggu. • Mempublikasikan artikel kedalam blog perusahaan melalui Wordpress. • Membuat *copy* untuk newsletter dengan tema kepuasaan pelanggan.

	• Training untuk divisi *content writer* mengenai pembuatan konten.
X (1 Novermber – 5 November)	• Menulis artikel mingguan dengan tema *brand ambassador,* modal ventura, dan API. • Membuat *copy* untuk email marketing yang bertemakan manufaktur. • Mencari agensi untuk melakukan program sebagai salah satu bentuk marketing.
XI (8 November – 12 November)	• Menulis 6 artikel/minggu dalam bahasa Indonesia dan Inggris. • Mempublikasikan artikel ke blog perusahaan. • Membuat *copy* untuk email marketing bersama tim. • *Meeting* dan *follow-up* dengan dua agensi periklanan.
XII (15 November – 19 November)	• Memperbaiki dan menambahkan konten pada artikel-artikel lama yang telah dipublikasi. • Membuat 2 artikel.
XIII (22 Novermber – 26 November)	• Mereview dan memperbaiki konten artikel-artikel lama yang sudah ada • Membuat *copywriting* untuk *email marketing* • Membuat *newsletter*

XIV (29 November – 3 Desember)	• Memperbaiki dan melakukan *review* pada artikel lama yang telah ditentukan • Membuat *copy untuk email marketing*

Berikut adalah 35 artikel yang berkaitan dengan kegiatan promosi dan pemasaran produk, serta ditulis dalam dalam bahasa Indonesia dan telah dipublikasi oleh penulis selama 3 bulan menjalani kegiatan kerja magang di PT HashMicro Solusi Indonesia:

1. Pemasaran Langsung : Strategi Meningkatkan Penjualan.
2. Flowchart | Mengatur dan Memahami Proses Kerja dengan Baik: Pengertian, Jenis, dan Contohnya.
3. Rekening Koran | Ketahui Cara Mendapatkannya serta Fungsinya bagi Bisnis.
4. Manajemen adalah | Pentingnya bagi Kelangsungan Bisnis Anda.
5. Pentingnya Financial Planner untuk Mengembangkan Bisnis Anda | Tips & Cara.
6. Investor : Tips Mendapatkan Suntikan Dana dari Mereka
7. Pentingnya BPJS Ketenagakerjaan bagi Karyawan Perusahaan Anda.
8. Apakah freelancer adalah part-time pengangguran?
9. Presensi: Ketidakhadiran yang Berakibat Sanksi.
10. Memahami Perusahaan Multinasional| Definisi, Karakteristik, Manfaat, dan Contoh.
11. SEM - Teknik Pemasaran Yang Menjanjikan.
12. Content Creator: Cara Kreatif Untuk Mengembangkan Bisnis Anda.
13. 5 Skill yang Harus Customer Service Miliki.
14. Kartel Adalah | Tujuan, Jenis, dan Keuntungannya Bagi Bisnis.
15. Buzzer adalah Pekerjaan Berpenghasilan Tinggi| Skill & Tantangan.
16. Surat Perjanjian Kerja| Hal Penting, Jenis, dan Contohnya.

17. OTP Adalah Kode Rahasia yang Penting bagi Perusahaan, Ini Cara Melindunginya.
18. Apa Peran General Affair bagi Perusahaan? Simak Pengertian, Tugas, dan Fungsinya.
19. Pentingnya Fitur E-faktur untuk Kemudahan Pengurusan Invoice.
20. Distribusi Adalah | Pengertian, Jenis, Tahapan, dan Contohnya.
21. Tips untuk Menjadi Pekerja Profesional dalam Menunjang Karir Anda.
22. Merger Adalah| Jenis-jenis hingga Perbedaannya dengan Akuisisi.
23. Trend Pakaian Smart Casual bagi Pekerja Milenial.
24. Public Relation adalah Salah Satu Kunci Kesuksesan Perusahaan.
25. Sistem Informasi Manajemen adalah: Manfaat & Contoh Penerapannya.
26. Empat Manfaat dan Cara Kerja dari Sales Canvassing.
27. Jangan Keliru, IT Support dan Programmer Memiliki Keahlian Berbeda.
28. 6 Cara Memilih Brand Ambassador yang Tepat bagi Perusahaan.
29. API adalah Kunci Sukses bagi Perkembangan Bisnis Digital| Fungsi, Jenis, dan Contoh.
30. 5 Manfaat Modal Ventura dalam Mengembangkan Start-up Anda.
31. Proses Penetapan Biaya dalam Dunia Bisnis dengan Variabel Costing.
32. Tujuh Jenis Profesi Akuntan Berdasarkan Profesi di Dunia Kerja.
33. PSAK adalah Pedoman Utama Bagi Akuntan | Pengertian, Sejarah, dan Jenis.
34. PSAK adalah Pedoman Utama Bagi Akuntan | Pengertian, Sejarah, dan Jenis.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

35. Empat Karakteristik, Keuntungan, hingga Resiko dari Obligasi yang Wajib Anda Ketahui.

Perusahaan? Simak Pengertian, Tugas, dan Fungsinya

Products HRM/Payroll

Apa Peran General Affair bagi Perusahaan? Simak Pengertian, Tugas, dan Fungsinya

By Olivia Mariane Gunawan 07/10/2021 209 0

Facebook Twitter +

Setiap perusahaan pastinya memiliki susunan organisasi yang rinci dan jelas. Pada susunan organisasi pun meliputi berbagai tingkatan jabatan dari atasan hingga tenaga kerja. Setiap jabatan dalam perusahaan pun mempunyai fungsi dan tugas tersendiri dalam menjalankan setiap kegiatan operasional masing-masing. Salah satu jabatan dalam susunan organisasi perusahaan yang memiliki tugas serta fungsi penting adalah *general affair*.

Keberadaan divisi ini pada setiap instansi maupun perusahaan tentu saja berbeda-beda. Ada yang bertugas di bawah HRD dan ada yang bertugas sendiri. Namun, banyak perusahaan yang menggabungkan antara *general affair* dengan *staff* atau divisi HRD. Hal ini karena tugas dan fungsi keduanya memang tidak jauh berbeda.

Ruang lingkup divisi umum pun bervariasi, biasanya mereka mengurus fasilitas yang berkaitan dengan *maintenance* gedung kantor, keperluan alat kantor, kendaraan kantor, keamanan kantor, perizinan kantor, kesehatan karyawan kantor, penerimaan tamu kantor, permasalahan ketenagakerjaan dan kegiatan lainnya yang memiliki hubungan dengan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat sekitarnya seperti pada program *community development* atau CSR atau *corporate social responsibility*.

Baca juga: Surat Perjanjian Kerja| Hal Penting, Jenis, dan Contohnya

Lima Tugas *General Affair*

1. Melakukan pengadaan barang

Barang atau aset di perusahaan kadang memiliki batas pemakaiannya sendiri-sendiri, misalnya printer atau *Personal*

Kesimpulan

Mungkin setelah penjelasan diatas mengenai pengertian, fungsi, dan tugas dari *general affair* Anda mulai bertanya-tanya mengenai apakah GA sama dengan HRD? Jika GA dalam perusahaan bergabung dengan divisi HRD, maka fungsi lain yang termasuk di dalamnya ialah untuk membuat kontrak kerja, memastikan pembayaran tepat waktu, dan melakukan komplain mewakili perusahaan jika diperlukan.

Pada dasarnya, tujuan dan fungsi utama dari *general affair* adalah untuk memastikan kelancaran operasional perusahaan dan mendukung produktivitas karyawan. Salah satu dukungan untuk produktivitas karyawan yang dapat perusahaan lakukan adalah dengan menggunakan Aplikasi HRM terlengkap dari HashMicro. Sistem terbaik untuk enterprise dengan fitur *attendance management* terintegrasi.

Aplikasi HRM dapat melakukan pembaruan secara otomatis serta memiliki proses yang instan pengelola administrasi karyawan dengan banyak fitur. Ketahui lebih lanjut tentang fitur yang dimiliki HashMicro disini.

Daftar Isi

- Apa itu General Affair?
- Lima Tugas General Affair
  - Melakukan pengadaan barang
  - Melakukan pembayaran dan pembelian rutin
  - Memastikan pembayaran tenaga kerja harian
  - General affair memiliki tugas untuk memelihara aset
  - Renovasi dan pembukaan kantor cabang
- Fungsi General Affair dalam Perusahaan
  - Fungsi pemeliharaan dan perawatan
  - Membina hubungan baik
  - Menyiapkan laporan secara berkala
  - Membantu urusan perizinan
- Kesimpulan

Apa itu General Affair?

Jelasnya, *general affair* atau biasanya disebut dengan istilah divisi umum merupakan *supporting unit* yang perusahaan butuhkan untuk mengurus berbagai keperluan instansinya baik instansi swasta maupun pemerintah. *General affair* bertugas dalam memberikan pelayanan kepada seluruh unit kerja di perusahaan baik dalam hal administrasi hingga pengelolaan

(Sumber: Aset Internal HashMicro)

Gambar 3.1 Contoh Artikel yang Telah Penulis Buat

Selanjutnya, terdapat 30 artikel *marketing* dalam bahasa Inggris yang telah ditulis dan dipublikasi penulis pada *company* blog Singapura:

1. *Direct Marketing : Sales Boost Marketing Strategy.*
2. *Flowchart | Definition, Types, and Examples.*
3. *Understanding Bank Statement for Business.*
4. *What is Management? - Its Importance for your Business.*
5. *The Importance of a Financial Planner to Grow Your Business | Tips & Ways.*
6. *Investors: Tips for Getting Funds from Them.*
7. *Freelancers = unemployed?*
8. *Attendance: Absence Resulting in Sanctions.*
9. *Multinational Corporation| Definition, Characteristics, Benefits, and Examples.*
10. *SEM is a Promising Marketing Technique for Your Business| Reasons, Benefits, and Examples.*
11. *Tips for Developing Your Business with the Help of a Content Creator.*
12. *5 Skills that Customer Service Must Have.*
13. *Cartel | Purpose, Types, and Benefits for Business.*
14. *Did You Know that Buzzers are One of The High-Earning Jobs?.*
15. *What Is Deposit: Differences, Types, Advantages, and Disadvantages.*
16. *OTP Is a Critical Secret Code for Businesses; Here's How to Protect It.*
17. *What is the Role of a General Affair?| Responsibilities and Functions.*
18. *Distribution | Definition, Types, Stages, and Examples.*
19. *Tips for Becoming a Professional Worker to Support Your Career.*
20. *Merger | Types and The Differences with Acquisitions.*
21. *Smart Casual Outfit Trend for Millennial Workers.*
22. *Public Relation is One the Keys to Company's Success.*
23. *Management Information System: Benefits & Examples of Its Application.*
24. *The Four Benefits of Sales Canvassing and How it Works in Business.*
25. *IT Support Has Skills That Will Help Your Business Technical Problems.*

26. *6 Ways to Choose the Right Brand Ambassador for Your Company.*
27. *API Plays a Role in Digital Business Development| Functions & Examples.*
28. *5 Benefits of Venture Capital in Developing Your Start-up.*
29. *Advantages, Disadvantages, and Examples of Variable Costing.*
30. *Five Types of Accountants Based on the Specifications.*

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

A. Content Writing

Dalam melaksanakan kerja magang dalam divisi *digital marketing* sebagai seorang *content writer*, penulis diberikan beberapa tanggung jawab. Untuk tugas utama *content writer* ialah menulis artikel untuk blog pada *website* perusahaan yang berhubungan dengan produk perusahan yang dikemas dalam tulisan yang menarik dan berpotensi menaikkan *traffic website* perusahaan. Dengan tanggung jawab tersebut, penulis dituntut untuk dapat membuat artikel dengan isi kontent yang menarik dan persuasif sehingga dapat menarik pembaca untuk mencari informasi pada website HashMicro.

Content writer memiliki kegiatan untuk menulis konten yang digunakan sebagai alat marketing digital oleh perusahaan dengan tujuan tidak langsung untuk menjual produk atau jasa, melainkan mendorong pembaca melakukan pembelian dari perusahaan atau *brand* tertentu dengan cara membangun hubungan emosional antara pembaca dengan perusahaan atau *brand.* (Roetzer, 2012, p. 238 / 258).

Lalu dalam menulis, konten strategi yang baik ialah sebuah konten yang memiliki nilai atau daya tarik pembaca, sehingga dapat dinilai apakah konten tersebut 'layak' atau tidak. Berikut merupakan beberapa unsur konten yang layak dikonsumsi publik untuk mendapatkan target audience yang tepat, yaitu:
(Kingsnorth, 2016, p. 232).

a) Kredibel
b) Dapat dibagikan
c) Berguna atau menyenangkan
d) Menarik
e) Relevan
f) Berbeda
g) *On brand*

Terkait prinsip dasar penulisan ada lima tahapan keputusan penulisan konten artikel yang termasuk dalam SOP (standar operasional prosedur*)* dari PT. HashMicro Solusi Indonesi dalam proses menulis sebiah konten artikel. Tahapan tersebut yaitu dimulai dari penugasan (*data assignment*), pengumpulan (*data collecting*), evaluasi (data evaluasi), penulisan (*data writing*), dan penyuntingan (*data editing*). Penulis menerapkan lima tahapan keputusan tersebut. (Iswara, 2011).

A.1 Penugasan *Keyword* Konten (data assignment)

Pada tahap pertama ini penulis diberikan arahan oleh mentor untuk menentukan *keywords* atau frasa kunci apa yang digunakan untuk membuat artikel lewat aplikasi Clickup. Setiap minggunya penulis telah diberi tanggung jawab untuk menulis sekurang-kurangnya 3 artikel dalam bahasa Indonesia dan 3 artikel dalam bahasa Inggris dengan *keywords* yang telah ditentukan. Selama menjalani kerja magang selama 63 hari di PT Hashmicro Solusi Indonesia, penulis dituntut untuk menulis artikel yang berisikan informasi-informasi yang umum dan layak untuk disebarkan, misalnya seputar bisnis, cara mengelola keuangan, pemasaran, dan konten lainnya yang serupa. Penulisan artikel yang penulis kerjakan selain memiliki tujuan untuk membagikan informasi terkait ilmu bisnis, keuangan, hingga bisnis, namun tujuan lain yaitu agar dapat

menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, sebagai sarana *branding*, dan untuk mempromosikan produk perusahaan. (Bozzuto, 2014, pp. 10-12).

Setiap minggunya, penulis diberikan 3 *keywords* atau frasa kunci oleh Content Marketing Executive, Anatha Ginting melalui Clickup untuk kemudian dijadikan sebagai dasar untuk membuat artikel pada blog Indonesia dan Singapura. Frasa kunci yang diberikan merupakan kata yang telah di optimasi dan dilihat tinggi *traffic*-nya oleh divisi *SEO specialist* yang sudah terbagi dan terjadwal pada Clickup. Lalu Setelah pemberian frasa kunci, penulis diberikan ketentuan sesuai dengan yang sudah divis SEO *specialist* buat yaitu beberapa *keywords* turunan selain *keywords* utama dan jenis konten yang akan dibuat *(Evergreen, Supportive,* dan *Champion*).

Search Engine Optimization (SEO) berguna untuk membantu menaikkan penjualan pada barang atau produk yang Hashmicro promosikan dengan menggunakan suatu teknik yang demi memaksimalkan suatu *website* agar lebih mencapai banyak orang, dikenal, dan agar lebih mudah dibaca oleh *search* engine sehingga dapat menaikkan peringkat pada mesin pencara dan mendapatkan banyak pengunjung. Adapun 2 buah jenis SEO yaitu SEO *Off Page* dan SEO *On Page* . SEO *Off Page* teknik optimasi yang dilakukan dari luar bagian website dengan tetap mengacu pada algoritma search engine tertentu. Penerapan teknik SEO bertujuan supaya mendapat posisi terbaik di Google, salah satunya dengan menanamkan backlink.

Sedangkan SEO *On Page* merupakan teknik yelakukan optimasi dari dalam suatu website dengan jalan memodifikasi faktor-faktor tertentu dari bagian suatu website misalkan menentukan *title*, *content,* dan *tag* yang berhubungan dengan *title* dan lain-lain. Backlink merupakan *link* pada sebuah *website* yang

mengarah ke alamat lain. Dapat kembali ke alamat *website* tersebut maupun ke *website* lain. Ada beberapa jenis *backlink* mulai dari article directory, *guest post,* blog comment, forum, pingpack, *trackback*, *web* 2.0 hingga wiki. (Himawan, Arisanto, & Saefullah, 2017, pp. 783-790).

Namun penulis lebih banyak mendapat kesempatan untuk membuat konten Evergreen yang merupakan konten yang umumnya memuat topik serta informasi yang relevan untuk beberapa tahun kedepan, dan kemungkinan besar bersifat *time-less* dan abadi. Konten jenis ini berbanding terbalik dengan konten umum yang sedang tren, viral, gosip, atau bahkan kontroversial karena hanya bersifat musiman. Melainkan *evergreen* berisikan konten-konten informasi secara general dan memang berguna untuk menambah informasi dan pengetahuan pembaca.

Saat menulis artikel, selalu di akhiri dengan mengaitkan topik dengan produk HashMicro dalam dengan teknik *softselling*. Penulis pun membutuhkan artikel-artikel lain yang sudah ada untuk memberikan landasan pada artikel. Jika saat melakukan penulisan artikel mengharuskan untuk mengutip, penulis akan mencantumkan sumber asal kutipan tersebut. Penulisan artikel yang dibuat oleh penulis menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris untuk blog Singapura karena sesuai target pasar dari HashMicro yaitu para pebisnis yang sudah maju maupun pebisnis yang baru berkembang.

Maka dari itu, pemilihan kata menjadi salah satu elemen penting yang harus diperhatikan penulis saat membuat tulisan karena harus menjada citra perusahaan profesional. Berbeda dengan platform artikel lainnya, artikel dalam blog HashMicro menggunakan Bahasa yang formal namun tetap enak untuk dibaca dan informatif. Selama melakukan kerja magang, penulis membiasakan diri untuk membaca artikel yang sudah pernah

diunggah guna memahami gaya penulisan, menambah kosa kata dan dapat dengan mudah dalam membuat tulisan.

A.2 Pengumpulan Data Isi Konten (*data collecting*)

Tahap selanjutnya ialah tahap kedua yaitu tahap pengumpulan data/ draft artikel yang menjadi penentu apakah informasi yang telah dikumpulkan dapat menjadi suatu tulisan yang layak untuk para pembaca. Berikut merupakan beberapa petunjuk yang dapat membantu penulis dalam mengumpulkan informasi, menurut Eugene J. Webb dan Jerry R. Salancik (Iswara, 2011) ada empat cara, yaitu:

1. Observasi langsung dan tidak langsung

Obeservasi merupakan suatu upaya untuk mendapatkan sebuah data dengan melakukan pengamatan secara langsung maupun tidak langsung pada objek penelitian. Observasi langsung adalah pengamatan yang dilakukan terhadap objek ditempat terjadi atau berlangsungnya peristiwa sehingga observer berada bersama objek yang diselediki. Sebaliknya dengan observasi langsung, observasi tidak langsung merupakan pengamatan yang dilakukan tidak pada saat peristiwa terjadi.

2. Wawancaara

Yang kedua, wawancara ialah bentuk komunikasi secara langsung antara penanya dan informan. Kegiatan komunikasi berlangasung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak serta mimik wajah informan merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal.

3. Dokumen publik

Dokumen publik berisi informasi yang dapat didistribusikan secara bebas dan publik. Dokumen semacam itu biasanya disimpan di perpustakaan dalam bentuk buku dan publikasi lainnya, dan

pustakawan bertanggung jawab untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mengelola dokumen publik tersebut.

4. Partisipasi peristiwa

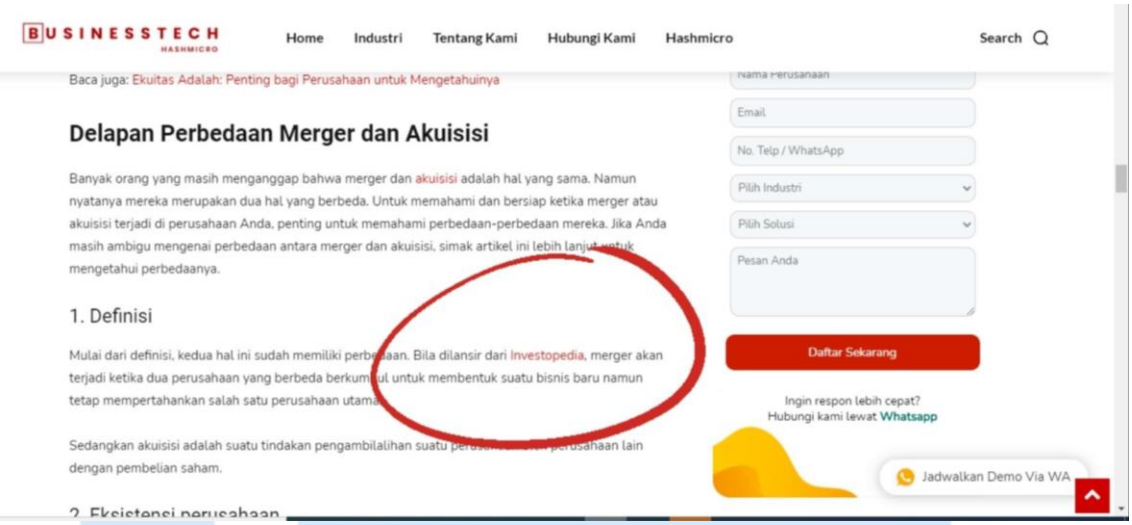
Jenis pengumpulan yang terahir ini merupakan cara pengumpulan data dengan hadir atau menjadi partisipan langsung pada suatu peristiwa

Dari keempat cara diatas, penulis hanya menerapkan saru observasi, yaitu dokumen publik. Sebelumnya, divisi *SEO specialist* tellah melakukan *research* dan memberikan *keywords* sekaligus dengan beberapa referensi artikel berupa dokumen publik yang berguna sebagai pelengkap data dalam membuat suatu tulisan. Dokumen publik yang penulis maksud ialah Jurnal, Undang-Undang, hingga situs luar maupun dalam negeri. Namun tidak semerta-merta telah SEO *specialist* berikan, penulis juga melakukan observasi kembali setelah mendapat referensi tersebut karena masih banyak sumber yang tidak lengkap yang diberikan oleh divisi SEO *specialist.*

Sebelum pembuatan konten divisi Content Writer dan SEO *specialist* pun berkoordinasi dengan membuat *google sheet* yang berisi *keywords* utama dan turunan, *search volume,* tipe konten, *keyword difficulty,* panjang artikel, dan juga referensi sebagai dasar dari penulisan konten. Berikut gambarannya:

Lalu berikut merupakan salah satu hasil penulis yang mana dalam artikel mengutip sebuah informasi dari artikel lain, maka sumber wajib dicantumkan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber: Hashmicro.com, 2021)

Gambar 3.2 Contoh Kutipan

A.3 Evaluasi

Tahap selanjutnya ialah tahap evaluasi, yaitu berupa tahap menentukan highlight atau hal-hal penting yang dimasukkan kedalam sebuah tulisan atau artikel. Hal ini merupakan hal yang penting karena dapat menghemat waktu pembaca dan tidak terasa membosankan namun tetap dapat menyerap informasi yang diberikan. Artikel yang terlalu bertele-tele dan panjang umumnya dapat membuat pembaca merasa jenuh, sehingga setiap penulis harus mampu memilih kosakata dan memilah kata yang tepat tanpa menghilangkan nilai berita pada artikel. Evaluasi sangat diperlukan oleh penulis karena hasil tulisan akan ada pada website perusahaan HashMicro. Sehingga penulis harus pandai dalam mengevaluasi kata sehingga isi artikel dapat tetap relevan dengan *market* tujuan dan pembaca artikel dapat mendapatkan informasi yang jelas dan tertarik dengan isinya. (Bozzuto, 2014, pp. 10-12).

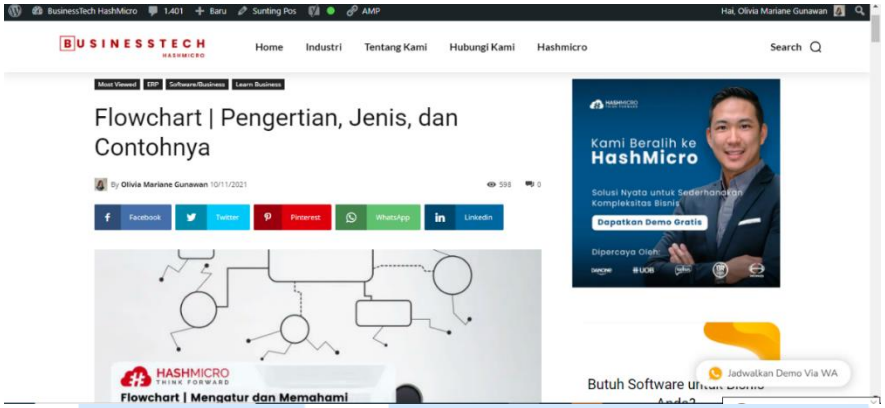
Hasil evaluasi yang dilakukan oleh supervisi adalah berupa pemotongan kata-kata, perbaikan kata dalam bahasa Indonesia yang sekiranya kurang baik, penggunaan tanda baca yang belum sesuai, hingga judul artikel yang mungkin kurang menarik. Semuanya

dilakukan dan direvisi melakuka Googledocs seperti pada gambar dibawah ini.

A.4 Penulisan (data writing)

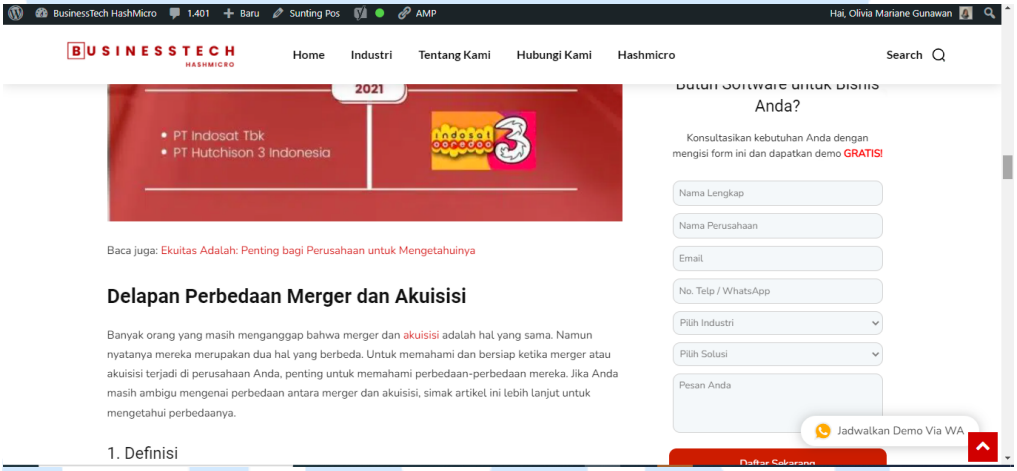
Selanjutnya, tahap keempat adalah penulisan. Pada penulisan konten untuk HashMicro terdapat empat kategori artikel, yaitu bisnis, lifestyle, dan ekonomi. Dari ketiga kategori tersebut tidak ada perbedaan gaya penulisan, ketiganya penulis tulis menggunakan Bahasa Indonesia yang formal namun tetap memberikan kenyamanan terhadap pembaca sehingga tidak merasa jenuh dan tidak tertarik terhadap pembahasan yang dijelaskan oleh penulis. *Data writing* merupakan tahap terkahir dalam membuat konten. (Bozzuto, 2014, pp. 10-12).

Dari data-data dari beberapa sumber yang telah dikumpulkan, sebuah artikel kemudia ditulis secara rinci serta menjadikan artikle tersebut menjadi topik dan pembahasan baru yang tentunya sebelumnya topik-topik dan *highlight* pembahasan telah melewati tahap evalusasi. Artikel pun harus disertai dengan *external link* (tautan keluar) dan *internal link* (tautan ke dalam), dimana link tersebut akan mempengaruhi kemunculan suatu artikel pada mesin pencarian. Selain itu juga dicantumkan *link moneysite* yang merupakan *link* yang menuju pada *website* produk HashMicro sesuai dengan topik artikel yang ditulis. Penulisan pun dimulai dengan *draft* yang ditulis menggunakan platform Googledocs serta nantinya akan dipindahkan pada Wordpress guna disunting agar memenuhi syarat publikasi.



(Sumber: Hashmicro.com, 2021)

Gambar 3.3 Contoh Artikel



(Sumber: Hashmicro.com, 2021)

Gambar 3.4 Contoh Artikel

A.5 Penyuntingan

Setelah melewati beberapa tahapan diatas, mulai dari penugasan, penggumpulan, evaluasi, dan penulisan, tahap terakhir yang sama pentingnya dengan tahap-tahap lain, yaitu penyuntingan. Ini merupakan tahap paling akhir sebelum tulisan tersebut penulis unggah ke blog perusahaan atau situs online. Penyuntingan dilakukan pada Wordpress yang kemudian akan menyunting tulisan hingga Yoast SEO dinyatakan sah atau berwarna hijau.

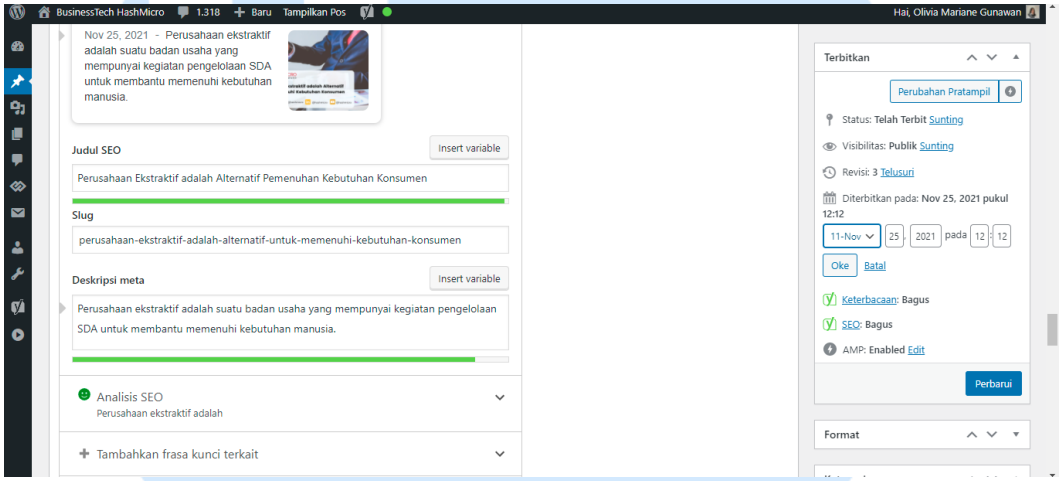
Yoast SEO adalah salah satu plugin SEO terpopuler di kalangan pengguna CMS WordPress, dengan konfigurasi dan penggunaan yang praktis dan mudah. Plugin ini memiliki banyak fitur yang memudahkan penulis untuk mengelola berbagai fitur blog WordPress *self-hosted*, terutama yang terkait dengan SEO dan optimisasi mesin pencari. WordPress sendiri adalahj sebuah mesin atau *platform* blog paling fleksibel yang memungkinkan kustomisasi di banyak bagian. Akan tetapi, WordPress tidak menyediakan alat untuk mengatur beberapa bagian terkait SEO seperti sitemap, pengaturan index halaman, *meta title*, deskripsi dan *webmaster tool*. Kekosongan itulah yang kemudian diisi oleh Yoast SEO.

Proses penyuntingan ini dilakukan sendiri oleh penulis. Berikut tahapan penyuntingannya:

1. Tulisan yang telah selesai, dipindahkan ke WordPress
2. Pengaturan heading sesuai dengan topik dan memeriksa bacaan sesuai dengan PUEBI
3. Memasukkan frasa kunci utama, judul SEO, Slug, dan deskripsi meta yang tepat
4. Menyunting tingkat keterbacaan bila tulisan terdeksi memiliki kalimat pasif dan kalimat repetisi yang melebihi batas maksimum
5. Menentukan kategori artikel sesuai dengan isi konten dan produk yang di promosikan
6. Memunggah foto *header* artikel
7. Menerbitkan artikel yang telah lolos tahap sebelumnya

Langkah-langkah diatas juga berlaku untuk penyuntingan artikel pasa WordPress untuk artikel blog HashMicro Singapura dalam bahasa Inggris. Dibawah ini merupakan contoh Yeost SEO dan Keterbacaan yang sudah lolos oleh sistem yang ada pada Wordpress yang dimana berartikan bahwa tulisan dan isinya sudah baik untuk dipublikasi setelah proses penyuntingan Judul SEO,

deskripsi META, Slug, dan Analisis keterbacaan (Panjang kalimat, kata pengulangan, dan lainnya).



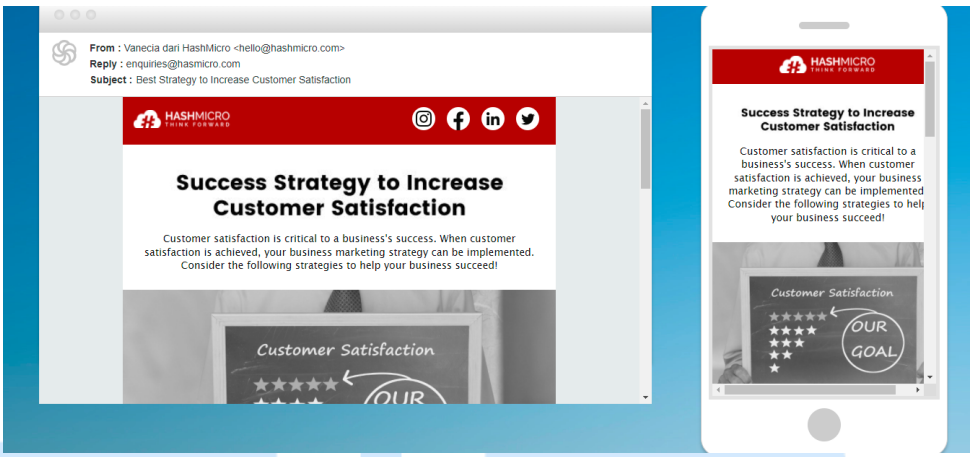
(Sumber: Aset Internal HashMicro)

Gambar 3.5 Contoh Optimasi Yoast SEO

B. Copywriting

Peran dan tanggung jawab Content Writer selanjutnya selain menulis artikel adalah pembuatan *copywriting*. Copywriting merupakan salah satu elemen paling dari setiap dan semua bentuk pemasaran dan periklanan. Pada penyusunan tulisan atau *copywriting* yang digunakan untuk pembuatan *email marketing* dan *news letter* setiap minggunya.Tema diberikan oleh Anatha Ginting selaku mentor di Clickup dan konten dibuat sesuai dengan *deadline* yang sudah ditentukan juga.

\



(Sumber: Aset Internal HashMicro)

Gambar 3.6 Contoh Pembuatan Copy *Newsletter*

Pertama-tama, pembuatan copy dilakukan pada aplikasi Google-docs agar dapat dilakukan pengecekan secara online oleh Content Marketing Executive. Apabila sudah dilakukan pengecekan dan revisi, Conten Writer Intern dapat melanjutkan proses penyuntingan visual pada aplikasi Sendinblue dan setelah itu dapat dikirim.

Menurut Maslen (2015, p. 94) terdapat lima 'P' penting pada aktivitas penyusunan *copywriting* yang tidak boleh ditinggalkan apabila ingin menyusun sebuah tulisan yang efektif, yaitu:

1) *Personal* yaitu menciptakan hubungan yang intim antara pengguna dengan *brand* melalui tulisan-tulisan yang bersifat personal dan dekat dengan konsumen.
2) *Pleasant* yaitu menciptakan tulisan-tulisan yang menunjukan seberapa berharga konsumen-konsumen bagi keberlangsungan *brand* selama ini. Menyampaikan rasa terima kasih agar konsumen merasa dihargai.
3) *Professional* yaitu menyampaikan keseriusan *brand* dalam memproduksi makanan dan minuman yang disugukan selama ini untuk konsumen agar terbentuk rasa percaya konsumen terhadap produk dari masing-masing *brand*.

4) *Plain* yaitu menunjukan *brand image* yang polos, tanpa kepalsuan, dengan sungguh-sungguh menyampaikan pesan yang sesuai dengan fakta dan realitas yang sedang terjadi.
5) *Persuasive* yaitu menciptakan tulisan yang memiliki sifat persusasi dengan menunjukan keuntungan-keuntungan yang didapatkan oleh konsumen serta *unique selling point* dari *brand*.

Terdapat perbedaan maupun kesamaan dari konsep diatas dengan aktivitas *copywriting* yang dilakukan di PT HashMicro Solusi Indonesia. Satu hal yang belum diimplementasikan pada aktivitas *copywriting* pada HashMicro adalah menciptakan tulisan serta konten yang menunjukan rasa terima kasih (*Pleasant*) kepada konsumen yang selama ini telah percaya terhadap HashMicro. Namun, empat konsep lainya yaitu *personal*, *professional*, *plain*, dan *persuasive* telah dilakukan pada aktivitas *copywriting* pada *newsletter* dan *email marketing* terus berjalan di HashMicro.

3.3 Kendala dan Solusi

3.3.1 Kendala

Selama pelaksanaan praktik kerja magang terdapat kendala yang dialami oleh mahasiswa selama proses berlangsung yaitu *burnout* dikarenakan diberikan tugas utama yaitu menulis artikel terlalu banyak untuk mengejar KPI, namun juga diberikan tugas yang lainnya. Sehingga, penulisan artikel tidak berjalan secara maksmimal. Selain itu hal tersebut juga berdampak pada kualitas isi dan penulisan artikel yang memburuk dikarenakan harus mengejar tanggung jawab menyelesaikan 8 artikel perminggu.

3.3.2 Solusi

Satu-satunya kendala yang terjadi seperti yang disebutkan diatas telah diatasi dengan baik oleh perusahaan. Perusahaan secara rutin menanyakan apakah

ada kesulitan mengenai hal yang bersangkutan dengan pekerjaan sehingga para pemagang memiliki kesempatan untuk menyampaikan opini mengenai pengurangan jatah pembuatan artikel mingguan. Hal tersebut menjadi solusi yang sangat baik karena mentor memiliki tujuan yaitu mementingkan kualitas artikel, bukan berapa banyaknya artikel yang dibuat dalam satu minggu.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA