

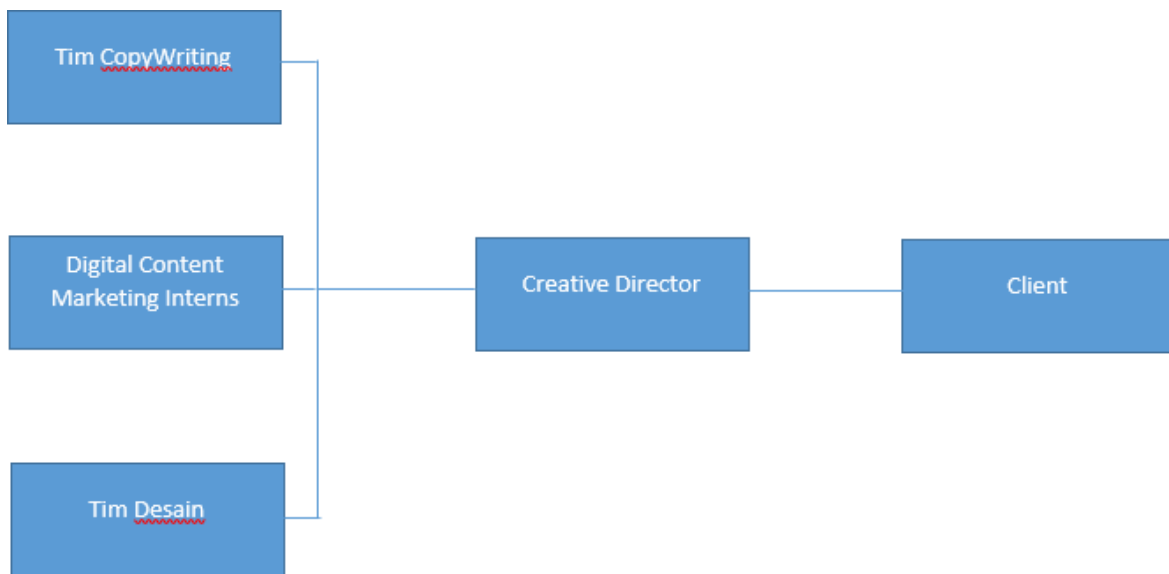
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam melakukan praktik kerja di Sense Indonesia, penulis ditempatkan di divisi *Digital Marketing* yang di dalamnya meliputi *Content Marketing, Email Marketing, Search Engine Optimization, dan Search Engine Marketing*. Penulis diposisikan di *Content Marketing* dengan dibimbing langsung oleh ibu Natalia Haman sebagai *Founder & Creative Director* dan Diah Nur Indah Yuliana sebagai *Creative Manager*. Pekerjaan harian penulis sebagai *Content Marketer* di Social Media Instagram, penulis selalu berkoordinasi dengan ibu Natalia Haman untuk mendiskusikan konsep konten yang sudah dihasilkan untuk setiap klien yang ada setiap bulan melalui pembuatan moodboard konten dan berdiskusi tentang *campaign – campaign* yang tepat untuk klien setiap bulannya. Jika suatu moodboard konten sudah di terima maka penulis akan berkoordinasi dengan tim desain dan tim *copywriting* untuk membuat konten. Untuk tim desain, penulis akan melakukan *briefing* terkait moodboard yang ada terkait konten seperti apa yang penulis inginkan dan untuk *copywriter* bertujuan untuk feed konten disesuaikan dengan moodboard konten yang ada serta untuk hashtag disesuaikan dengan keinginan klien.

Untuk Proses desain biasanya 4 hingga 5 hari hingga pembuatan konten utuh. Ketika konten beserta *copywriting* dalam feed sudah jadi penulis akan meminta persetujuan kepada ibu Natalia Haman selaku *Creative Director* apakah diterima atau tidak. Jika diterima maka penulis akan mengirimkan konten – konten tersebut ke klien. Jika tidak diterima, penulis akan melakukan revisi terkait keinginan dari ibu Natalia Haman. Untuk proses revisi biasanya berlangsung 1 hingga 2 hari, kemudian penulis akan meminta persetujuan lagi kepada ibu Natalia Haman. Untuk proses pengiriman konten ke klien juga disesuaikan keinginan klien, jika klien meminta revisi maka penulis akan memperbaiki sesuai dengan keinginan klien. Selain membuat konten selama bekerja di Sense Indonesia, penulis juga membuat laporan sosial media klien, laporan menyangkut *like, view, impression, share, klick* terhadap konten – konten yang telah dibuat. Tidak hanya itu, penulis juga membuat konsep *campaign* untuk KOL dengan bekerja sama dengan tim *KOL Management*, konsep untuk *Video Production* dengan bekerja sama dengan tim Film.

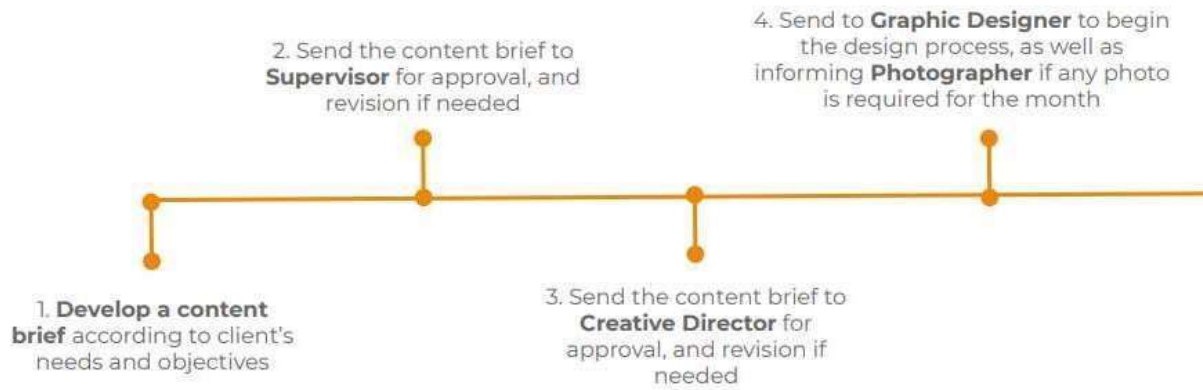


Gambar 16. Alur Koordinasi Kerja Digital Marketing Sense Indonesia

Sumber : Diolah Penulis (2021)

Kemudian alur untuk pembuatan sebuah konten hingga pemberian konten ke klien di Sense :

SENSE



SENSE



If there is any revision in the steps, you may go back to revise and repeat the flow again accordingly

Gambar 17. Tahapan Pembuatan Konten di Sense Indonesia

Sumber : Instagram Guidelines Sense Indonesia (2021)

3.2 Tugas Yang Dilakukan

Selama Praktik kerja magang dari tanggal 7 Juni 2021 sampai dengan 7 Oktober 2021, penulis diberikan kepercayaan sebagai *Digital Content Marketing* untuk mengerjakan tugas sebagai berikut :

Tabel 1. Tugas yang Penulis Lakukan

No	Pekerjaan	Koordinasi	Output
<i>Content Creator</i>			
1	Membuat Rencana konsep konten (<i>MoodBoard</i>) bulanan untuk sosial media FasTapon dan Hobimain	Ibu Natalia Haman	<i>IG Content Brief</i>
2	Membuat <i>Content Marketing</i> untuk sosial media FasTapon dan Hobimain	Ibu Natalia Haman	<i>IG Content Post</i>
3	Melakukan Posting Feed dan Story untuk sosial media FasTapon dan Hobimain	Ibu Natalia Haman	<i>IG Story</i>
4	Membuat Laporan Sosial Media untuk sosial media FasTapon dan Hobimain	Ibu Natalia Haman	<i>Social Media Report</i>
<i>Campaign Marketing</i>			
1	Membuat <i>Giveaway Challenge</i> untuk sosial media FasTapon	Ibu Natalia Haman dan Ibu Diah	<i>Giveaway Challenge</i>

2	Membuat <i>Video Shooting</i> Iklan untuk sosial media Youtube HobiMain	Ibu Natalia Haman dan Ibu Diah	Video Iklan
3	Membuat Konsep <i>KOL Management</i> untuk Sosial Media HobiMain	Ibu Natalia Haman dan Ibu Diah	Feed dan Story KOL
4	Membuat <i>Concept Campaign</i> untuk Kebab Frozen Pahlawan	Ibu Natalia Haman dan Ibu Diah	<i>Campaign Concept</i>
Analytic Social Media			
1	Menganalisis Sosial media kompetitor dari Hobimain dan FasTapon	Ibu Natalia Haman	Data
2	Melakukan riset untuk pembuatan <i>Live Youtube</i> HobiMain	Ibu Natalia Haman	Data
3	Melakukan analisis penyebab <i>Banned</i> Sosial Media Instagram	Ibu Natalia Haman	Pengetahuan
4	Melakukan riset saat melakukan <i>Campaign</i> seperti riset tempat, KOL, waktu, budget	Ibu Natalia Haman	Data
Pekerjaan Lain – lain			
1	Menjadi Model untuk <i>Photoshoot</i> Ninja Skin	Tim Foto dan Video	Foto Feed Ninjaskin
2	Menjadi Model untuk Tiktok Lomira	Tim Foto dan Video	Video Tiktok Lomira

3	Membantu pembelian perlengkapan – perlengkapan kantor	Ibu Diah	Perlengkapan Kantor
4	Melakukan pengemasan produk untuk dikirim ke KOL	Tim Digital Marketing	KOL Post
5	Melakukan Pengiriman Produk ke KOL melalui Go-Send	Ibu Diah	KOL Post
6	Berkomunikasi dengan agensi lain dan jasa foto lainnya	Ibu Natalia Haman	<i>Price Rate</i>
7	Membuat <i>Campaign</i> Kebab Frozen Pahlawan	Ibu Diah dan Natalia Haman	<i>Concept Campaign</i>
8	Membuat <i>KOL Content Brief</i> untuk Kelvin Kosasih	Ibu Diah dan Natalia Haman	<i>Content Brief KOL</i>
9	Mengunggah <i>Video Reels</i> Instagram Hobimain	Ibu Natalia Haman	Video Reels Hobimain
10	Menjadi Model Foto Ninja Skin	Tim Foto Ninja skin	Foto Produk

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama praktik kerja magang di Sense Indonesia berlangsung, penulis dilibatkan dalam divisi *Digital Marketing* untuk mengerjakan beberapa *project* klien. Berikut adalah rincian pekerjaan yang penulis lakukan selama praktik kerja magang dimulai dari tanggal 7 Juni 2021 sampai dengan 7 Oktober 2021.

3.3.1.1 Instagram FasTapon

Penulis bertanggung jawab untuk Sosial Media Instagram FasTapon, FasTapon adalah produk untuk memperlancar saluran toilet serta membersihkan toilet dari kuman & bakteri. FasTapon memiliki dua produk yaitu FasTapon Bio yang berfungsi merawat toilet dari kuman & bakteri serta membersihkan drainase septictank dan FasTapon Antisumbat untuk melancarkan saluran toilet yang tersumbat. Untuk website FasTapon sendiri yaitu www.fastapon.com dan untuk Instagram FasTapon dapat dikunjungi melalui @fastapon.

Dalam hal ini, penulis membuat *content marketing* yang diposting di akun Instagram FasTapon. *Content Marketing* yang dibuat berisi informasi produk, foto produk, konten – konten, konten video produk, video tiktok, konten *Campaign Giveaway*, konten ucapan hari besar dan konten Interaktif. Target *audience* dari FasTapon adalah ibu rumah tangga karena FasTapon merupakan produk pembersih toilet dengan 2 produk utamanya yaitu FasTapon Bio dan FasTapon Antisumbat, dimana ibu rumah tangga yang bertanggung jawab untuk masalah kebersihan toilet. Di dalam Sosial Media FasTapon ini juga penulis menggunakan Hashtag utama yaitu #Antimampetclub #Lancarinja di setiap konten- konten yang diposting.

Penulis memilih #Antimampetclub karena keunikan dari FasTapon adalah produk yang dapat mengatasi mampet dengan proses yang mudah, cepat, dan aman sehingga antimampet menunjukkan saluran toilet yang selalu lancar karena menggunakan FasTapon. #Lancarinja memberi makna saluran toilet yang lancar melalui produk FasTapon Antisumbat dan melalui FasTapon Bio untuk melancarkan drainase septictank sehingga saluran toilet bersih dan juga lancar. Untuk pembuatan konten FasTapon penulis membuat sebuah *moodboard* feed dengan melihat referensi – referensi feed kompetitor seperti Harpic, Dettol, Saniter, Biore dan juga ide dari penulis, kemudian moodboard yang sudah diterima oleh ibu Natalia Haman akan lanjut ke proses desain feed, proses desain feed juga nantinya akan dilihat oleh ibu Natalia Haman dan klien. Jika belum tepat maka penulis akan melakukan revisi untuk feed FasTapon.

Untuk Feed FasTapon penulis membuat dalam konten yang beragam, salah satunya ialah konten informasi produk. Informasi produk disini bertujuan mengedukasi konsumen FasTapon akan manfaat produknya, menjelaskan kelebihan FasTapon dari kompetitornya, Menjelaskan

bahan- bahan organik dari FasTapon. Berikut contoh informasi produk dalam feed yang dibuat penulis:



Gambar 18. Konten Informasi Produk FasTapon

Sumber : Instagram FasTapon (2021)

Gambar 18 adalah konten tentang produk FasTapon Bio, dimana penulis ingin mengedukasi konsumen tentang *Product Knowledge* dari FasTapon Bio seperti kandungan dari FasTapon Bio, Manfaat dari FasTapon Bio, dan tempat yang tepat untuk menggunakan FasTapon Bio. Penulis juga memasukkan logo FasTapon di setiap konten dan untuk pemilihan background konten, penulis memilih toilet karena sangat sesuai dengan produk FasTapon yang dapat dipakai di toilet. Pemilihan warna background biru juga disesuaikan dengan warna FasTapon yang identik dengan warna biru. Untuk ukuran konten ini disesuaikan dengan feed Instagram sehingga saat di posting ukuran cocok dengan feed Instagram.

Penulis juga membuat konten foto produk, foto produk disini ialah produk FasTapon yaitu FasTapon Bio dan FasTapon Antisumbat. Konten foto produk yang dibuat penulis difokuskan dengan foto sehingga teks dalam konten dibuat sedikit mungkin. Penulis membuat konten – konten foto produk disesuaikan dengan tempat dari produk FasTapon seperti toilet, wastafel, urinal. Berikut adalah contoh konten foto produk yang dibuat oleh penulis:



Gambar 19. Konten Foto Produk FasTapon

Sumber : Instagram FasTapon (2021)

Gambar 19 adalah konten tentang foto produk FasTapon baik itu FasTapon Bio dan FasTapon Antisumbat. Manfaat penulis membuat konten foto produk semenarik mungkin ialah agar konten yang dipost tidak membosankan, dalam artian konten bervariasi di setiap feed, tidak memuat desain namun ada foto – foto produk. Foto produk ini juga membuat konsumen *aware* terhadap FasTapon. Untuk pemilihan background juga disesuaikan dengan produk FasTapon yang dapat disimpan di canting, dapat digunakan di kloset hingga di toilet.

Penulis juga membuat konten video produk, video produk yang dibuat ini merupakan video singkat untuk menarik perhatian konsumen terhadap konten. Untuk membuat video produk penulis juga mencari referensi untuk dapat membuat video singkat yang menarik. Berikut contoh konten video produk :



Gambar 20. Konten Video GIF FasTapon

Sumber : Instagram FasTapon (2021)

Gambar 20 adalah konten video GIF yang dibuat penulis dengan tujuan menghibur konsumen dan membuat konten bervariasi, dimana tidak semua konten hanya foto – foto saja namun ada video. Maksud dari video juga mendorong konsumen agar melakukan pembelian produk FasTapon. Di setiap video juga dimasukkan produk FasTapon dan pesan – pesan yang berkaitan dengan penggunaan FasTapon.

Penulis juga membuat konten dengan merepost Tiktok FasTapon dengan tujuan membuat konten hiburan dan menarik perhatian konsumen terhadap FasTapon, di setiap video Tiktok pun juga penulis menyediakan template dan desain untuk video Tiktok, berikut contoh video Tiktok :



Gambar 21. Konten Video Tiktok FasTapon

Sumber: Instagram FasTapon (2021)

Gambar 21 merupakan konten yang memuat video Tiktok FasTapon, penulis memasukkan beberapa video Tiktok FasTapon ke dalam konten Instagram dengan template - template Handphone yang menarik. Penulis juga menambahkan pesan dengan tujuan untuk meningkatkan perhatian konsumen terhadap konten Tiktok ini serta ada penambahan produk FasTapon juga di konten itu dan pemilihan background konten juga disesuaikan dengan toilet yang merupakan tempat penggunaan FasTapon. Konten ini diharapkan menjadi hiburan dan sekaligus dapat mengedukasi konsumen baru dan juga konsumen FasTapon.

Penulis juga membuat konten – konten interaktif untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan juga ada pertanyaan interaktif dengan hadiah – hadiah produk FasTapon. Berikut adalah contoh konten interaktif yang penulis buat:



Gambar 22. Konten Interaktif FasTapon

Sumber : Instagram FasTapon (2021)

Gambar 22 merupakan konten interaktif FasTapon yang dibuat oleh penulis, di konten interaktif ini penulis mengajukan beberapa pertanyaan kepada konsumen terkait produk FasTapon seperti menanyakan fungsi FasTapon Antisumbat, Menanyakan lokasi FasTapon Antisumbat di toilet serta pertanyaan mau hubungin yang mana? Diantara produk FasTapon dan Sedot WC. Konten ini bertujuan untuk meningkatkan *Engagement* konsumen FasTapon, penulis juga memasukkan hashtag dari FasTapon yaitu #AntiSumbat dan #AntiMampetClub dan pemilihan

warna tulisan biru disesuaikan dengan FasTapon begitu juga pemilihan background disesuaikan produk FasTapon.

Penulis juga membuat konten – konten ucapan hari besar untuk hari kemerdekaan, hari raya Nabi Maulid SAW, Perayaan Idul Adha dengan tema FasTapon. Hal ini penulis lakukan untuk membangun hubungan untuk dapat berinteraksi dengan masyarakat. Berikut contoh kontennya:



Gambar 23. Konten Ucapan Hari Raya FasTapon

Sumber : Instagram FasTapon (2021)

Gambar 23 merupakan konten ucapan yang dibuat oleh penulis, penulis membuat konten ucapan Hari Kemerdekaan Indonesia dan Hari Raya Idul Adha dengan memasukkan logo FasTapon. Konten ini juga dipost sesuai dengan perayaan hari tersebut, pemilihan background juga disesuaikan dengan FasTapon biru untuk konten ucapan kemerdekaan, dan untuk Idul Adha menggunakan tulisan berwarna biru yang identik dengan produk FasTapon.

Berikut adalah proses penulis membuat *content marketing* untuk FasTapon :

1. Pembuatan *Content Brief* 24 Feed per bulan, dimana ini berbentuk Moodboard konten seperti konten apa yang ingin dibuat dalam satu bulan untuk FasTapon. Untuk tanggal juga menyesuaikan kapan konten akan diunggah dalam satu tahun. Untuk posting konten FasTapon dilakukan dari hari senin hingga jumat, dimana dalam satu minggu terdapat 5 kali jadwal untuk posting.

2. Setelah semua *Content Brief* selesai, penulis akan meminta persetujuan dari ibu Natalia Haman untuk memberikan *Content Brief* ini ke tim desain. Penulis akan berkoordinasi dengan tim desain terkait *Content* yang penulis inginkan.

3. Penulis juga akan meminta *CopyWriting* dari feed tersebut kepada kak Febby selaku *Copywriting Sense*. Kak Febby akan membuat *copywriting* untuk semua feed yang ada. Kemudian jika ada konten yang membutuhkan foto produk langsung maka penulis akan berkoordinasi dengan tim foto sehingga tim foto dapat melakukan sesi foto sesuai keperluan konten penulis.

4. Jika konten sudah selesai dari tim desain, penulis akan mengecek kembali apakah konten sudah sesuai dengan kemauan penulis, jika tidak sesuai penulis akan melakukan revisi terhadap konten tersebut.

5. Jika konten sudah sesuai dengan penulis maka penulis akan meminta persetujuan dari ibu Natalia Haman untuk memberikan konten tersebut kepada klien, Jika belum setuju maka penulis akan melakukan revisi dari konten yang ada.

6. Jika sudah diterima ibu Natalia Haman, konten tersebut akan penulis kirimkan kepada klien, dimana klien akan melakukan persetujuan terhadap konten tersebut. Jika setuju maka penulis akan memposting sesuai jadwal post dari konten tersebut. Jika tidak maka penulis akan melakukan revisi.

Penulis juga bertanggung jawab untuk membuat laporan sosial media tentang konten yang sudah diposting selama satu bulan. Laporan sosial media ini tentunya berisikan informasi – informasi konten yang paling menarik, konten yang memiliki *Engagement* tinggi. Untuk Akun FasTapon sendiri yang berisi 24/24 konten dalam satu bulan tentunya memiliki *insight* yang cukup banyak. Di laporan ini penulis akan menjelaskan *Followers, Impression, Reach, Profile Visit* dari konten yang sudah penulis hasilkan. Penulis juga akan memberikan kesimpulan dan saran atas feed yang sudah dibuat sehingga kedepannya *engagement* sosial media FasTapon dapat meningkat. Contoh laporan sosial media FasTapon yang dikerjakan penulis:



Gambar 24. Laporan Sosial Media FasTapon

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 24 ini menjelaskan 3 konten yang memiliki *engagement* tertinggi dalam satu bulan, hal ini bisa dilihat dari jumlah *like*, *comment*, *share*, *save*, *visit*, dan *reach* yang dapat dilihat dari *insight* Instagram.



Gambar 25. Laporan Sosial Media FasTapon (2)

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 25 ini menunjukkan *insight* Instagram FasTapon dalam satu bulan, dan kita juga dapat melihat apakah terjadi kenaikan dari bulan sebelumnya untuk *Insight* FasTapon. Hal ini mencakup jumlah pengikut, impresi, *reach*, dan *profile visit* dari Instagram FasTapon.



Gambar 26. Laporan Sosial Media FasTapon (3)

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 26 ini menunjukkan kesimpulan dari laporan Sosial Media selama satu bulan untuk FasTapon, dari kesimpulan ini memberikan saran kepada FasTapon terkait hal apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan *engagement* sosial media.

3.3.1.2 Instagram Hobimain

Penulis juga bertanggung jawab untuk Sosial Media Instagram Hobimain, dimana hobimain adalah situs website permainan online yang terdiri dari Slot games, Live casino, Sportsbook, dan Poker. Untuk Slot games pun permainan sangat beragam seperti Habanero, Slot88, Joker, Pragmatic dan lainnya. Dalam Hobimain ini kita dapat meraih kemenangan hingga jutaan rupiah, untuk memainkan hobimain kita dapat membuat id kita di dalam website hobimain. Website hobimain dapat ditemui di bit.ly/officialhobimain dan Instagram hobimain yaitu @hobi_main.

Di dalam Instagram Hobimain penulis menggunakan hashtag utama yaitu

#HobiMainHobiMenang, melalui hashtag ini dapat menginformasikan konsumen bahwa main di hobimain itu selalu menang sehingga mendapatkan jutaan rupiah, proses main di hobimain juga sangat mudah selain itu proses *deposit* dan *withdraw* yang sangat cepat. Bermain di hobimain itu seperti hobimenang jadi selalu main dan selalu menang.

Penulis membuat *content marketing* untuk hobimain yang diposting di akun Instagram @Hobi_main. *Content Marketing* yang dibuat berisi informasi produk, foto produk, konten – konten, konten video produk, video tiktok, konten ucapan hari besar dan konten interaktif. Target *audience* dari Hobimain adalah pria berusia 30 tahun ke atas yang memiliki penghasilan menengah ke atas. Dimana pria seperti ini akan menghabiskan waktunya untuk bersenang- senang dengan Hobimain karena hobimain menawarkan hiburan – hiburan yang dapat dinikmati oleh pria berusia 30 tahun ke atas. Untuk pembuatan konten Hobimain, penulis membuat sebuah 24 moodboard feed dalam satu bulan dengan melihat referensi – referensi feed kompetitor seperti Pokergaruda, Maxxprk, KDPoker88, Es Kopi ngocok dan juga ide dari penulis, moodboard ini meminta persetujuan ibu Natalia Haman untuk melanjutkan ke proses desain feed dan kemudian akan diberikan kepada klien.

Untuk Feed HobiMain penulis membuat dalam konten yang beragam, salah satunya ialah konten informasi produk. Informasi produk disini bertujuan memperkenalkan permainan – permainan yang seru di Hobimain, cara main di Hobimain, proses- proses deposit dan *withdraw* dan proses untuk mendapatkan promo di Hobimain. Berikut contoh feed yang dibuat oleh penulis mengenai informasi produk :



Gambar 27. Konten Informasi Produk Hobimain

Sumber : Instagram Hobimain (2021)

Gambar 27 ini menunjukkan konten yang berisi Informasi produk dari Hobimain seperti menunjukkan promo – promo Hobimain, fitur Hobimain seperti *Customer Service* 24 jam, pengetahuan tentang fakta dan mitos dalam bermain Hobimain. Untuk pemilihan latar belakang Hobimain menggunakan konsep Neon sehingga konten hobimain terang bercahaya.

Penulis juga membuat konten- konten foto produk, disini foto produk bertujuan menarik perhatian konsumen terhadap permainan – permainan yang seru di hobimain serta memperkenalkan konsumen akan permainan di hobimain. Berikut contoh konten foto produk yang dibuat oleh penulis:



Gambar 28. Konten Foto Produk Hobimain

Sumber : Instagram Hobimain (2021)

Gambar 28 ini menunjukkan foto – foto produk dari Hobimain yaitu permainan – permainan online di Hobimain. Di atas dapat dilihat permainan Slot Games seperti Permainan Playtech dan Pragmatic.

Penulis juga membuat konten – konten video , disini konten video berisi *screen record* untuk bermain , serta adanya fitur – fitur yang seru di permainan hobimain. Berikut contoh konten – konten video yang penulis kerjakan :



Gambar 29. Konten Video Hobimain

Sumber : Instagram Hobimain (2021)

Gambar 29 merupakan konten yang berisi video permainan Slot Games yaitu Live Games kemudian ada juga Slot Games poker, Lucky God dan permainan Ocean King 3. Konten video ini memiliki durasi waktu minimal 15 detik.

Penulis juga membuat konten video berisikan Tiktok, dimana penulis memasukkan video – video yang ada di Tiktok Hobimain ke dalam Instagram untuk menarik perhatian konsumen serta menghibur konsumen. Penulis menyediakan template untuk video Tiktok melalui konten video tiktok, berikut contohnya :



Gambar 30. Konten Video Tiktok Hobimain

Sumber : Instagram Hobimain (2021)

Gambar 30 merupakan konten video Tiktok yang dimasukkan ke Instagram Hobimain dengan menambahkan template – template menarik. Setiap konten juga memiliki judul – judul masing – masing yang menjelaskan video Tiktok tersebut.

Penulis juga membuat konten – konten ucapan hari besar, salah satu konten yang penulis buat ialah Dirgahayu Kemerdekaan Indonesia, dimana konten ini menggunakan konsep neon untuk menarik perhatian konsumen.



Gambar 31. Konten Ucapan Hari Raya Hobimain

Sumber : Instagram Hobimain (2021)

Gambar 31 merupakan konten ucapan Hari Kemerdekaan Indonesia dengan menggunakan konsep neon sehingga desain nya pun menyala terang.

Penulis juga membuat konten – konten interaktif untuk membangun hubungan dan interaksi dengan konsumennya serta meningkatkan *engagement* konsumennya. Berikut contoh konten interaktif yang dikerjakan penulis:



Gambar 32. Konten Interaktif Hobimain

Sumber : Instagram Hobimain (2021)

Gambar 32 merupakan konten – konten interaktif, penulis membuat konten jadwal bermain hobimain, konten *Reminder* Hobimain untuk bermain Hobimain dan ada konten yang menanyakan audiens untuk memilih permainan – permainan di Hobimain.

Berikut adalah proses penulis membuat *content marketing* untuk Hobimain:

1. Pembuatan *Content Brief* 24 feed yang berisi moodboard konten Hobimain selama satu bulan. Untuk jadwal posting konten menyesuaikan dengan tanggal setiap bulannya. Untuk hobimain dipost selama Senin hingga Sabtu sehingga seminggu ada 6 konten yang terposting.
2. Meminta persetujuan ibu Natalia Haman atas *content brief* yang sudah dibuat, jika disetujui maka penulis akan memberikan ke tim desain untuk pembuatan *content*. Jika ada saran dan tambahan dari ibu Natalia Haman penulis akan melakukan revisi.
3. Melakukan *Followup* tim desain agar proses pembuatan konten selesai tepat waktu dan juga berkoordinasi dengan tim *copywriting* kak Febby untuk membuat copywriter feed hobimain. Jika ada konten yang membutuhkan foto maka penulis akan berkoordinasi juga bersama tim foto untuk dapat melakukan sesi foto memenuhi kebutuhan konten.
4. Jika proses desain dan *copywriting* sudah selesai maka penulis akan meminta persetujuan dari ibu Natalia Haman, jika setuju maka penulis akan memberikan kepada klien, jika ada masukan dari ibu Natalia Haman penulis akan melakukan revisi.

5. Penulis akan memberikan kepada klien dan meminta persetujuan klien terkait konten yang sudah dibuat, jika klien setuju maka penulis akan melakukan posting sesuai tanggal yang sudah ditentukan per konten, jika klien menolak maka penulis akan melakukan revisi dari konten tersebut.

Penulis juga bertanggung jawab dalam pembuatan *Social Media Report* Hobimain setiap bulan, di dalam laporan ini berisi jenis – jenis konten yang dipost dalam satu bulan, *insight- insight* dari konten yang diposting satu bulan seperti *like, view, comment, impression, followers, reach*. Insight memuat feed dan story dari sosial media Instagram Hobimain. Kemudian juga ada kesimpulan dan saran dari feed yang sudah diposting tersebut. Berikut contoh *Social Media Report* Hobimain yang telah dikerjakan:



Gambar 33. Laporan Sosial Media Hobimain

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 33 ini menjelaskan bagian laporan sosial media yaitu konten – konten yang diposting oleh penulis selama satu bulan, ada konten tentang informasi produk, tentang konten – konten informasi, dan juga ada foto produk tentang Hobimain.



Gambar 34. Laporan Sosial Media Hobimain (2)

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 34 ini menjelaskan kesimpulan dari laporan sosial media Hobimain selama satu bulan, terdapat hasil insight sosial media Hobimain dan pemaparan dari hasil *reach*, *profile visit*, *impression* dari Instagram Hobimain. Laporan ini menunjukkan konten yang paling diminati oleh audiens Hobimain.



Gambar 35. Laporan Sosial Media Hobimain (3)

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 35 ini menjelaskan insight Hobimain Instagram Hobimain, terlihat data peningkatan insight Hobimain dari bulan sebelumnya. Dapat dilihat terjadi peningkatan *Impression*,

Followers, Reach, dan Profile Visit dari konten sebelumnya.

3.3.1.3 Campaign Marketing

3.3.1.3.1 Video Iklan Hobimain

Penulis mengerjakan *Campaign Marketing Video Shooting* Iklan Youtube untuk HobiMain, dalam *campaign* ini penulis dipercaya untuk mengerjakan konsep *campaign*, mempersiapkan semua perlengkapan, berkoordinasi dengan KOL, dan berkoordinasi langsung dengan klien. Sebelum melakukan *Video Shooting*, penulis membuat suatu rundown *shooting*, *timeline editing video*, *Power Point* tentang konsep *Campaign*. Dalam *Campaign* ini Hobimain ingin menggunakan KOL dari Popular Magazine karena target market Hobimain merupakan pria berusia 30 tahun keatas sehingga menggunakan KOL para wanita sangat tepat untuk menyasar konsumen dari Hobimain. Dalam *Video Shooting* ini juga penulis membuat konsep dengan bekerja sama dengan Eliora dari bagian Film. Eliora yang mengerjakan *Storyboard video*, *Script Video* terkait kebutuhan *Shooting*. Konsep Video ini mengangkat tema pengenalan permainan – permainan di Hobimain khususnya di *Slot Games* seperti Habanero, Joker, Pragmatic, permainan Live Casino seperti Baccarat, Evolution Gaming, permainan Poker – Balak Play, Permainan Sportsbook di Sbobet yang nantinya akan dipromosikan oleh KOL Popular Magazine.

Adapun Kebutuhan yang penulis siapkan seperti Video –Video *Screen Record* Permainan, penulis juga berkoordinasi langsung dengan tim Popular Magazine terkait kebutuhan pakaian, waktu dan pelaksanaan *Shooting*. Penulis juga yang mengurus tempat *shooting*, *Ringlight*, makanan- makanan dan arus transportasi ke lokasi *shooting*. Untuk urusan biaya pun penulis yang *handle* seluruh pengeluaran untuk kebutuhan *Shooting* ini dan nantinya penulis laporkan kepada Sense Indonesia. Untuk *video shooting* Hobimain x Popular Magazine ini dilakukan pada 29 Juli 2021 di Posto Dormire Hotel dengan melibatkan 2 Model Popular Magazine yaitu Dhehanny Putri dan Priscilla Hesty. Untuk *editing* dan dokumentasi video saat berlangsung dilakukan oleh Kak Olil selaku *Videographer Freelance*, dan proses *Shooting* diawasi langsung oleh Ibu Natalia Haman. Berikut adalah dokumentasi *Video Shooting Hobimain X Popular* :



Gambar 36. Dokumentasi Video Shooting Hobimain X Popular Magazine

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 36 ini merupakan proses shooting penulis bersama tim Sense, dimana penulis berkerja sama bersama Eliora, Olil, Natalia Haman, Dhehanny Putri, Priscilla Hesty untuk menciptakan video sesuai dengan konsep video iklan Hobimain yang sudah dibrief.

Untuk hasil Video Iklan Youtube Hobimain yang dihasilkan:



Gambar 37. KOL Dhehanny Putri Popular Magazine

Sumber: Diolah penulis (2021)



Gambar 38. KOL Priscilla Hesty Popular Magazine

Sumber: Diolah penulis (2021)

3.3.1.3.2 KOL Campaign Hobimain

Penulis juga dipercaya untuk membuat *KOL Campaign* bersama Popular Magazine untuk mengembangkan brand Hobimain, Adapun hal yang penulis siapkan ialah kebutuhan – kebutuhan KOL seperti tanktop, Kertas, Flyer. Penulis juga membuat konsep *campaign*, membuat panduan KOL dan juga timeline dari *KOL Campaign* ini. *Campaign* ini melibatkan 10 model Popular Magazine dimana setiap model harus melakukan Post 3 Slide Feed IG dan 1 Story IG di akun Instagram mereka masing – masing. Pelaksanaan *KOL Campaign* ini berlangsung mulai dari 28 September hingga 8 Oktober 2021, dimana setiap hari KOL akan bergantian melakukan posting

sesuai panduan yang diinginkan oleh penulis. Untuk mempersiapkan kebutuhan Tanktop, penulis membeli tanktop dan mencari sablon untuk mencetak logo hobimain di tanktop. Kemudian penulis juga berkoordinasi dengan tim desain untuk membuat desain *Flyer*, Barcode serta penulis berkoordinasi dengan tim KOL agar lebih mudah berkomunikasi langsung dengan KOL dari Popular Magazine. Penulis juga meminta persetujuan dari Ibu Natalia Haman dalam setiap aktifitas yang penulis lakukan seperti mencetak flyer, membuat *konsep campaign*, membuat timeline. Penulis juga berkoordinasi dengan tim Tiktok untuk membuat contoh panduan foto dan video yang harus KOL lakukan. Penulis juga mengirim langsung kebutuhan KOL ke kantor Popular Magazine yang beralamat di Menara Anugrah di Mega Kuningan, Jakarta Selatan. Penulis juga mencatat semua pengeluaran dalam *Campaign* ini dan penulis lakukan *reimburse* kepada bagian keuangan Sense. Berikut adalah pekerjaan yang penulis lakukan sewaktu *KOL Campaign* ini :



Gambar 39. Panduan KOL Management Hobimain X Popular Magazine

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 39 ini merupakan Panduan KOL Hobimain yang penulis buat, ada *Multiple Post* dalam feed Instagram dan postingan yang harus dilakukan oleh KOL Hobimain dari slide 1, 2, dan 3.

SENSE

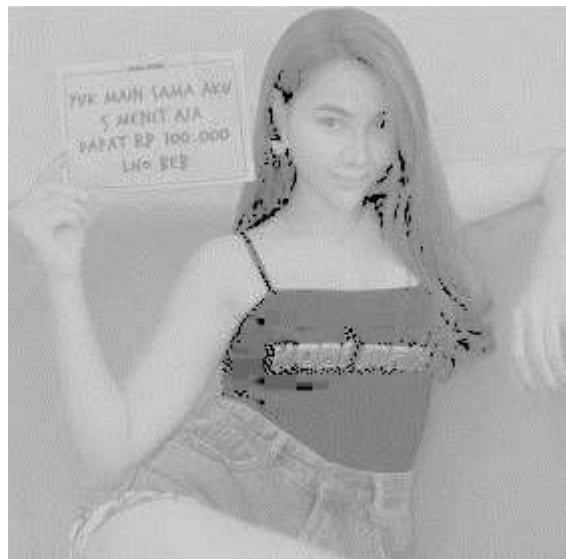
KETENTUAN POST IG FEED(10 KOL)

1. 10 KOL Wajib melakukan posting feed dalam bentuk Multiple Post mencakup 3 slide diatas, dimana:
 - Slide 1 Berisi foto KOL dengan kertas seperti contoh gambar
 - Slide 2 Berisi Flyer Campaign 10 KOL
 - Slide 3 Berisi Flyer Barcode link Official Whatsapp Hobimain
2. Untuk kertas , Flyer Campaign 10 KOL, dan Flyer Scan barcode sudah disediakan Flyer dapat diakses di :
<https://drive.google.com/drive/folders/1RmYVASgPT2hbumDW-vdrSKfAmGSuiv3O?usp=sharing>
3. KOL wajib memposting sesuai jadwal post yang sudah ditentukan
4. KOL Wajib menggunakan **Tanktop Hobimain** untuk foto slide 1
5. Post Feed dilakukan di First Account Instagram setiap KOL dengan tag @Hobi_Main
6. Caption feed akan disediakan oleh pihak Sense
7. Untuk setiap Feed KOL akan di repost di Instagram @Hobi_Main

Gambar 40. Panduan KOL Management Hobimain X Popular Magazine (2)

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 40 ini merupakan Panduan KOL Hobimain yang mencakup ketentuan dari KOL masing – masing dan memuat kewajiban yang harus dilakukan oleh KOL serta terdapat juga foto referensi, data – data flyer yang wajib dipost oleh KOL.



Gambar 41. Foto KOL Katherine

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 41 ini merupakan hasil KOL Hobimain bersama Model dari Popular Magazine, dimana ada Model Popular bernama Katherine mempromosikan Hobimain, Model menggunakan

tanktop Hobimain yang penulis kerjakan dan juga kertas yang sesuai dengan konsep KOL hobimain ini.



Gambar 42. Foto KOL Gresta

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 42 ini merupakan hasil KOL Hobimain bersama Gresta Fransiska yang mempromosikan Hobimain, Model juga menggunakan tanktop Hobimain dan kertas Hobimain sesuai dengan konsep campaign KOL Hobimain.

3.3.1.3.3 Giveaway Campaign FasTapon

Selama Praktik Kerja Magang, Penulis juga melakukan aktifitas *campaign Giveaway Challenge* untuk FasTapon, Untuk *Giveaway*, peserta *Giveaway* harus menjawab perbedaan produk FasTapon Bio dan FasTapon antisumbat dan mengikuti ketentuan lainnya seperti *mention*, *repost* di story Instagram Pribadi. *Campaign Giveaway* ini diikuti 48 peserta dan penulis mengambil 5 pemenang untuk *campaign* ini melalui aplikasi simpliers. Hasil dari *Giveaway Challenge* ini terlihat dari jumlah like postingan feed ini berjumlah 2.096 orang dan jumlah

komentar mencapai 117 komentar. *Giveaway* ini dilaksanakan selama 15 hari, mulai dari 5 Juli.2021 hingga 20 Juli 2021. 5 Pemenang *Giveaway Challenge* akan mendapatkan saldo OVO dan produk FasTapon. Berikut konten *Giveaway Challenge* untuk FasTapon :



Gambar 43. Konten Giveaway Challenge FasTapon

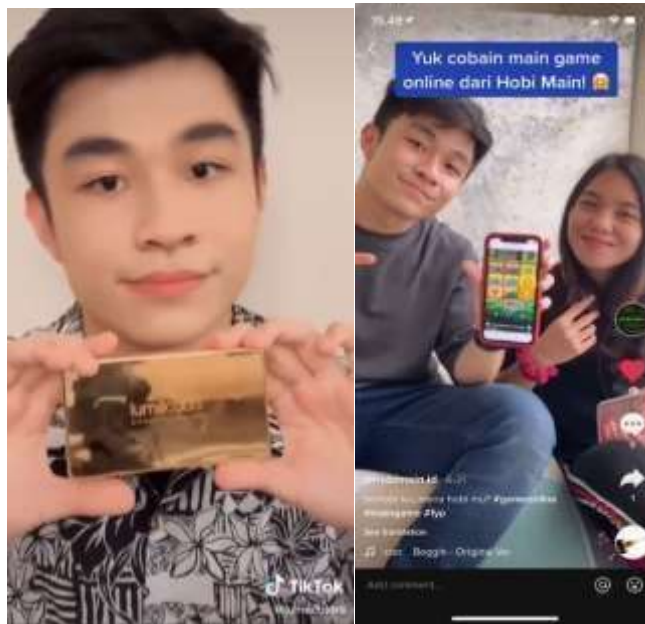
Sumber : Instagram FasTapon (2021)

Dalam Gambar 43 ini merupakan konten – konten *Giveaway* yang dibuat oleh penulis, lalu ada juga *story* yang menunjukkan pemenang dari *Giveaway Challenge FasTapon*, *story* tentang ajakan kepada audiens tentang *Giveaway FasTapon* ini.

3.3.1.4 Pekerjaan Lain - Lain

1.Model Tiktok

Penulis juga dipercaya untuk menjadi Model dalam salah satu video Tiktok klien, Penulis menjadi model untuk Tiktok Lomira.id dan Tiktok Hobimain. Peran penulis ialah mengikuti konsep dan Brief video Tiktok yang sudah dibuat tim Tiktok. Berikut contoh kontennya :



Gambar 44. Konten Video Tiktok Hobimain dan Lumecolor

Sumber: Diolah penulis (2021)

Dari Gambar 44 ini penulis memperkenalkan produk kosmetik Lumecolors dalam akun Tiktok @lumecolors dalam bentuk video kemudian penulis juga menjadi *talent* dalam video Tiktok @Hobi_main.

2. Model Foto

Selain menjadi model untuk Tiktok, Penulis juga membantu proses foto produk untuk Ninjaskin, dimana penulis menjadi model untuk foto produk yang nantinya akan menjadi konten Ninjaskin. Penulis mengikuti intruksi dari tim foto tentang gaya berfoto yang diinginkan dari *Content Creator* Ninjaskin, sesi foto berlangsung di Gelora Bung Karno, Senayan di Kamis, 16 September 2021. Berikut proses foto –foto Ninjaskin:

Contoh Foto Shoot Ninjaskin :



Gambar 45. Foto Penulis Bersama Ninjaskin

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 45 ini menunjukkan hasil fotoshoot penulis dengan Ninjaskin.id yang merupakan baju dengan masker, kemudian juga ada foto penulis dengan Jessica dengan konsep *couple fotoshoot*.

3. Pengemasan barang ke KOL

Penulis juga membantu proses pengemasan barang untuk dikirim ke KOL, Penulis bersama Yusuf selaku Tim *Digital Marketing* untuk melakukan pengemasan barang Fitcare, dimana Fitcare ini merupakan produk kesehatan seperti masker, UV Sterilizer, Disinfektan. Adapun proses ini penulis lakukan di awal Juni 2021. Kemudian penulis juga pernah memindahkan foto – foto shoot Ninjaskin ke dalam flashdisk dan mengirim Flashdisk ini kepada klien. Sebelum memindahkan

foto ke flashdisk, penulis menyeleksi foto yang bagus, foto yang dapat dikirimkan ke klien. Penulis menggunakan fitur aplikasi Go-jek yaitu Gosend untuk mengirim barang kepada KOL dan klien.



Gambar 46. Pengemasan dan Pengiriman Barang Untuk KOL

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 46 Ini merupakan contoh barang yang penulis siapkan untuk dikirim ke KOL Hobimain yang berisi Tanktop Hobimain dan kertas – kertas keperluan KOL Hobimain kemudian penulis kirim ke kantor Popular Magazine yang terletak di Menara Anugrah melalui platform Go-Send.

4. Membuat List KOL Management

Penulis juga pernah diberikan tugas oleh Ibu Natalia Haman untuk membuat suatu data berbentuk *Power Point* yang berisi list *KOL Management*, dimana dalam data ini terdiri dari list – list KOL beserta *likes* dan nama akun KOL di Tiktok dan Instagram. Penulis membuatnya secara rapi dan ini merupakan contoh *KOL Management* yang penulis kerjakan :



Gambar 47. List KOL Management Sense Indonesia

Sumber: Diolah penulis (2021)

Dalam gambar 47 ini terlihat ada KOL yaitu Hanatasia Limas dan Coco Lee, dalam List KOL ini menunjukkan akun Instagram dan Tiktok dari Coco Lee dan Hanatasia Limas.

5. Campaign Concept Kebab Frozen Pahlawan

Kemudian Penulis ikut membuat *Campaign Concept Kebab Frozen Pahlawan*, dimana Kebab Frozen Pahlawan menjual *brand* yaitu kebab frozen dari Surabaya. Penulis membuat suatu file dalam bentuk *Power Point* berisikan foto produk, *image* produk, *packaging* produk, *Social Media Management*, dan desain outlet yang seharusnya dimiliki oleh Kebab Frozen Pahlawan sehingga konsep nya disini lebih ingin mengubah konsep Kebab Frozen Pahlawan. Disini penulis melakukan analisis kompetitor seperti melihat Kebab babaRafi, Kabobs.id, Donor Kebab untuk membuat konsep tersebut. Penulis disini dibantu oleh ibu Diah sekaligus berkoordinasi dengan ibu Diah untuk membuat *Concept Campaign* ini. Berikut contoh *Concept Campaign* yang penulis kerjakan:

SENSE

CAMPAIGN IDEA

Campaign idea ini akan dilakukan secara online dengan beberapa activity yang dikemas secara kreatif dengan menggunakan hashtag idea yaitu #KEBAGACOSUROBOYO. Tentunya ide ini akan membuat masyarakat selalu mengingat kebab Frozen Pahlawan sebagai kebab khas asal Surabaya. Hashtag #KEBAGACOSUROBOYO, Dimana arti Gico dalam Bahasa Surabaya artinya "andalan" akan membuat kebab Frozen Pahlawan menjadi kebab andalan masyarakat Surabaya dan wajib dinikmati oleh traveler dan warga Surabaya secara langsung.

Gambar 48. Campaign Concept Kebab Frozen Pahlawan

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 48 ini merupakan Ide Campaign yang penulis buat untuk Kebab Frozen Pahlawan dengan hashtag #KEBAGACOSUROBOYO, hashtag tersebut memiliki arti Kebab Frozen Pahlawan menjadi kebab jagoan Surabaya, Kebab Andalan masyarakat Surabaya.

SENSE

Re-Packaging

Design Reference Re-Packaging

Jika kemasaannya tetap menggunakan mika, kami menyarankan untuk ada perubahan di design label Kebab Frozen Pahlawan seperti di bawah ini.



Gambar 49. Gambar Concept Kebab Frozen Pahlawan (2)

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 49 ini menunjukkan *Packaging- Packaging* yang penulis sarankan untuk dipakai oleh Kebab Frozen Pahlawan.

SENSE

Social Media Management

Untuk lebih meningkatkan image Kebab Frozen Pahlawan supaya terlihat menarik. Maka kami menyarankan untuk menggunakan Social Media Management di Instagram. Social Media Management ini juga akan menyebarkan campaign #KebabGacoSuroboyo.



Gambar 50. Campaign Concept Kebab Frozen Pahlawan (3)

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 50 ini menunjukkan Desain Sosial Media yang harus dilakukan oleh Kebab Frozen Pahlawan, penempatan feed – feed yang rapi serta pemilihan background feed warna kuning yang menarik perhatian konsumen

6. Berkoordinasi dengan agensi lain

Penulis juga ikut bagian untuk *meeting* dengan klien Kebab Frozen Pahlawan, disini penulis mengetahui keluhan klien dan masalah klien, dimana klien Kebab Frozen Pahlawan sangat kesulitan dalam hal foto produk, logo produk dan *marketing campaignnya*. Untuk mengatasi hal tersebut penulis mendapat tugas dari Ibu Natalia Haman untuk berkonsultasi dengan Neyma Branding Consultant, Branding Express terkait logo Kebab Frozen Pahlawan, penulis mencari referensi – referensi dari spesialis konsultan *brand*. Untuk foto produk juga penulis bertanya kepada jasafotojakarta terkait dengan foto makanan kebab, dimana penulis meminta *price list* jasafotojakarta dan berkoordinasi dengan ibu Natalia Haman.



Gambar 51. Chat Penulis bersama Jasafotojakarta dan Branding Express

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 51 ini menunjukkan paket – paket yang disediakan oleh jasafotojakarta dan ada dialog percakapan Whatsapp penulis dengan agensi Branding Express.

7. Menggunggah video di Reels Instagram

Penulis juga mengupload konten Tiktok dari akun Hobimain kedalam Reels Instagram Hobimain dengan tujuan menarik perhatian pengguna Instagram, tentunya penulis mereposting video – video yang ada di Tiktok, berikut contoh IG reelsnya:



Gambar 52. Konten IG Reels Instagram Hobimain

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 52 ini menunjukkan postingan IG reels yang penulis lakukan untuk akun sosial media Instagram Hobimain.

8. Membuat KOL *Content Brief* Kelvin Kosasih

Penulis juga dipercaya untuk melakukan *campaign* KOL kepada Kelvin Kosasih yang merupakan salah satu KOL dibidang *Lifestyle*, *Fashion*, dan makanan dan ia juga seorang konten kreator. Penulis meminta FasTapon untuk mengendorse Kelvin Kosasih dengan memberikan 2 produk FasTapon Bio dan FasTapon Antisumbat. Penulis juga membuat *Content Brief* kepada Kelvin Kosasih terkait Campaign KOL yang dilakukan di IG Story Kelvin Kosasih. Penulis membuatnya dalam bentuk *Power Point* yang menyangkut profile FasTapon, keunikan FasTapon, *Content Brief*, *Do and Don't*. Penulis juga melakukan *Follow up* terhadap Kelvin Kosasih akan Campaign KOL ini. Berikut *KOL Content* Kelvin Kosasih :

SENSE

IG STORY BRIEF + SWIPE UP

"Kemarin kloset aku mampet dan aku udah stress banget harus gimana. Mau panggil sedot WC juga ribet. Untungnya aku dikasih tau sama temen produk Fastapon. Fastapon ini bisa mengatasi kloset dan wastafel yang mampet. Aku langsung borong Fastapon anti sumbatnya di Shopee. Cara pakainya juga praktis banget. Cukup tuangkan FasTapon antsumbat ke kloset sebanyak 3-4 botol. Diamkan hingga 15 menit. Setelah itu, siram dengan air dan langsung lancar deh!

Selain buat ngatasin mampet, Fastapon juga ada varian produk lainnya, yaitu Fastapon Bio. Fungsinya untuk merawat toilet supaya tidak mampet dan menghilangkan bau. Fastapon Bio ini juga terbuat dari bahan organik loh! sehingga aman bagi lingkungan sekitar dan juga ppa saluran toilet. Untuk merawat toilet, cukup tuangkan 1 botol Fastapon Bio nya dan lakukan perawatan 4 bulan sekali ya! Buat yang mau beli produknya bisa langsung kepin Instagramnya Fastapon.

Gambar 53. KOL Content Brief FasTapon Kelvin Kosasih

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 53 ini menunjukkan *Content Brief* yang dibuat penulis untuk KOL FasTapon Kelvin Kosasih yang akan mempromosikan produk FasTapon di Story Instagramnya.

3.3.2 Kendala yang ditemukan

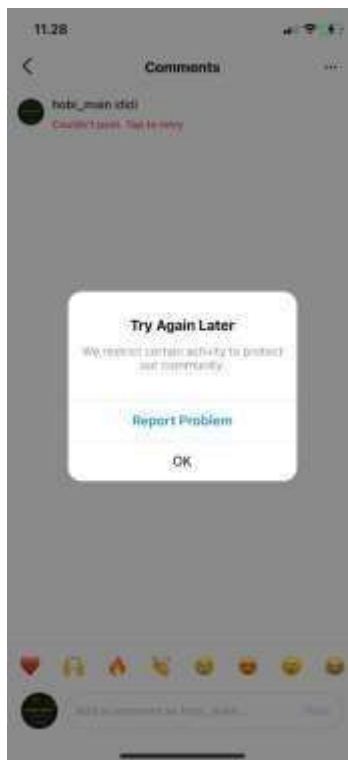
Penulis menemukan beberapa kendala saat melakukan praktik kerja magang di divisi *digital marketing* Sense Indonesia. Beberapa kendala tersebut adalah :

1. Waktu Desain Konten

Pada saat mengerjakan konten penulis berkoordinasi kepada tim desain untuk membuat moodboard menjadi bentuk konten utuh. Proses desain dari tim desain membutuhkan proses yang panjang sehingga menjadi tantangan bagi penulis untuk memenuhi permintaan klien. Proses desain yang memakan waktu panjang ialah proses desain konten Hobimain, hal ini karena desain hobimain mengkolaborasi konsep neon dengan permainan – permainan yang di hobimain. Proses desain yang lama juga membuat tanggal posting konten mengalami perubahan hal ini karena mengalami kemunduran posting dari tanggal yang sudah ditentukan. Hal ini juga dikarenakan adanya proses revisi desain yang membuat waktu desain konten menjadi sangat lama.

2. Instagram Banned

Pada saat penulis ingin memposting konten Hobimain di bulan Juli terdapat kendala, Instagram Hobimain tidak bisa memposting caption konten karena *error*. *Error* ini terjadi karena Instagram Hobimain melakukan *spam* iklan di Facebook sehingga Instagram Hobimain tidak bisa memposting caption di feed. Hal ini membuat timeline posting konten menjadi bermasalah dan penulis harus melakukan perubahan timeline posting konten. Penulis juga melaporkan masalah ini ke ibu Natalia Haman dan Ibu Diah serta penulis melaporkan ke klien. Masalah *Instagram Banned* karena *spam* iklan ini berlangsung 2 minggu lebih saat penulis menhandle Instagram Hobimain.



Gambar 54. Instagram Hobimain Error

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 54 ini menunjukkan *error* untuk memasukkan caption postingan Instagram di Hobimain. Tampilan Instagram langsung muncul *Try Again Later*, *error* ini pun berlangsung lama.

3. Waktu untuk Foto Konten

Kendala lain yang terjadi ialah waktu sesi foto konten, Hal ini terjadi karena pandemi Covid -19 yang membuat aktifitas kerja berubah menjadi WFH (*Work From Home*) sehingga tim foto kesulitan mencari waktu untuk foto kebutuhan penulis. Tim foto melakukan sesi foto di kantor dan terkadang di luar kantor menyesuaikan kebutuhan konten. Kendala ini membuat saat penulis menginginkan foto produk FasTapon, foto baru dapat didapatkan 4 - 5 hari sehingga merupakan waktu yang sangat panjang untuk mendapatkan foto produk. Foto produk ini tentunya diperlukan untuk memenuhi kebutuhan penulis akan kontennya yang berjenis foto produk. Jika konten foto produk memerlukan waktu yang lama hal ini berdampak kepada keseluruhan konten akan menjadi telat.

3.3.3 Solusi atas kendala yang ditemukan

1. Waktu Desain Konten

Hal yang penulis lakukan untuk mengatasi proses desain konten yang lama ialah penulis melakukan *followup* setiap hari kepada tim desain terkait proses desain konten sehingga penulis mengetahui proses pengerjaan kontennya. Kemudian jika proses desain konten tetap berlangsung lama, penulis membagi 24 konten bulanan menjadi 2 bagian untuk diposting yaitu 12 konten pertama dan 12 konten kedua. Hal ini membuat sistematis persetujuan konten juga menjadi 12 konten terlebih dahulu dalam setiap bulan untuk mengatasi keterlambatan jadwal posting dari jadwal yang ditentukan penulis. Hal yang penulis lakukan untuk mengatasi masalah ini ialah memberikan moodboard gambaran konten dengan cepat, H-15 di bulan depan sehingga tim desain dapat mengerjakannya dengan waktu yang panjang sehingga tidak terjadi ketelambatan posting.

2. Instagram Banned

Untuk mengatasi Instagram *Banned* karena spam Iklan Facebook penulis melakukan laporan ke Facebook terkait Instagram Hobimain. Penulis menyampaikan keluhan – keluhannya terkait postingan caption yang *error* di feed selama 2 minggu lebih. Penulis pun menyampaikan laporan ini setiap hari kepada pihak Instagram. Hal yang penulis lakukan ialah berkoordinasi dengan ibu Natalia Haman dan Ibu Diah untuk mencari solusi permasalahan *Instagram Banned* ini. Beberapa usaha pun sudah penulis lakukan seperti install ulang Instagram, *Update* Instagram,

Re-login Instagram namun belum berhasil. Penulis juga melaporkan kendala ini kepada klien sehingga klien dapat mengetahui sebab keterlambatan konten karena caption feed yang *error*.



Gambar 55. Laporan Erorr ke pihak Instagram

Sumber: Diolah penulis (2021)

Gambar 55 ini merupakan *Report* yang dibuat penulis kepada pihak Instagram karena *Error* Instagram Hobimain yang tidak bisa membuat caption Instagram

3. Waktu untuk Foto Konten

Untuk mengatasi proses foto konten yang panjang, penulis harus berkoordinasi dengan timfoto terkait kepentingan foto konten dengan jangka waktu yang panjang sebelum konten dipost. Hal ini dapat H-15 untuk mengantisipasi keterlambatan foto konten yang berdampak pada keterlambatan post keseluruhan konten. Kemudian penulis juga melakukan *followup* tiap hari dengan tim foto terkait foto konten dan kebutuhan penulis.