



Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan kerja magang ini, Magang sebagai *Social Media & Content Specialist* dibimbing oleh Myra Widiono selaku *Founder* Rumah Rakuji sebagai pembimbing lapangan di Rumah Rakuji. Tugas *Social Media & Content Specialist* dalam posisi ini adalah membuat konten dalam Instagram @rumahrakuji dan @by.rakuji. *Social Media & Content Specialist* harus membuat dan menguasai berbagai informasi mengenai seni kriya / kerajinan tangan untuk dijadikan sebuah konten yang menarik. Setelah membuat sebuah konten Instagram mengenai seni kriya/kerajinan tangan, kemudian akan memberikannya kepada pembimbing lapangan dan disunting menjadi konten yang baik untuk dipublikasikan.

Ketika menjadi *Social Media & Content Specialist*, proses pembuatan konten dilakukan dengan melakukan proses curah pendapat (*brainstorming*) dengan tim Rumah Rakuji. Biasanya akan diberikan arahan dan informasi oleh pembimbing lapangan yang kemudian menjadi informasi tambahan yang dapat melengkapi *briefing* yang telah dibuat. Setelah melakukan riset, kemudian akan memberikan tulisan lewat WhatsApp agar dapat dilihat dan disunting oleh pembimbing.

Dalam proses pembuatan konten dan tulisan, kami harus menentukan tema konten, ide, konsep yang sesuai dengan topik konten yang akan diangkat, foto atau gambar pendukung, serta isi konten yang sesuai topik berita. Setelah menuliskan itu semua, menetapkan tanggal unggah konten sesuai yang sudah disepakati oleh pembimbing.

Social Media & Content Specialist dan pembimbing lapangan berkomunikasi secara langsung dan ketika sedang dalam masa *WFH (Work From Home)* berkomunikasi menggunakan WhatsApp dengan sistem *Personal Chat*. Melalui kontak secara langsung maupun personal chat, segala koreksi dan perbaikan akan dibicarakan agar pembimbing mengerti dimana letak kesalahan dari konten yang telah dibuat. Selain itu, pembimbing juga kadang memberikan tugas untuk

melakukan analisis kompetitor mengenai “saingan” sejenis ataupun isu-isu terbaru tentang *eco-fashion* untuk mendapatkan insight pembuatan konten selanjutnya. Seluruh proses magang yang dijalankan tentu dalam pengawasan pembimbing magang seperti saat pembuatan rancangan konten, seluruh ide dan sketsa yang telah dibuat untuk dipublikasikan, dikonsultasikan dahulu ke pembimbing magang. Setelah melalui tahap editing seperti beberapa penambahan dan koreksi konten.

Seiring berjalannya waktu, pembimbing lapangan dan founder Rumah Rakuji mulai melepas dan membiarkan secara mandiri peserta magang sehingga dapat memiliki kebebasan dan juga kesempatan untuk mengeksplorasi konten yang akan dibuat. Sehingga, seluruh sumber informasi dan topik konten harus dicari dan kemudian dibuat sebagai konten yang utuh dan baik. Seluruh konten dan pencarian informasi selalu diawasi oleh editor. Jika tidak sesuai dengan standar dan tidak layak untuk dipublikasikan, pembimbing lapangan dengan tegas akan tidak merilis konten yang sudah dibuat. Seluruh pekerjaan yang dilakukan haruslah sesuai standar yang telah ditetapkan dan hal itu terus dipantau oleh pembimbing magang.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Praktik kerja magang dilakukan sebagai *Social Media & Content Specialist internship* Divisi Content Marketing selama kurang lebih empat bulan yang terhitung dari 6 September sampai dengan 24 Desember 2021 dibawah Divisi Content Marketing, sehingga sudah pasti peserta magang banyak melakukan pekerjaan yang sudah dipelajari selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara. Sebagai *Social Media & Content Specialist* peserta magang dipercayakan untuk membantu mengelola media sosial Instagram dari Rumah Rakuji. Tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan juga cukup beragam, mulai dari membuat perencanaan dan eksekusi konten untuk media sosial, membantu membuat konsep dan perencanaan event, dan menyusun strategi pemasaran.

Dalam mengerjakan pekerjaan yang diberikan tersebut diperlukan fokus, dan kreativitas yang baik agar mendapatkan hasil yang baik dan tujuan dapat tercapai. Berikut rincian kerja magang yang dilakukan selama magang di Rumah Rakuji :

No	Kegiatan	September	Oktober	November	Desember
1	Membuat konten media sosial	1 2 3 4			
2	Menyusun konsep event	1 2 3 4			
3	Membuat Marketing Strategy	1 2 3 4			
4	Evaluasi konten untuk Rumah Rakuji	1 2 3 4			

(Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021)

Tabel 3. 1 Tabel Mingguan Kerja Magang

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Secara umum, tugas sebagai *Social Media & Content Specialist* adalah sebagai berikut:

1. Membuat *brainstroming* bersama tim Rumah Rakuji dalam menentukan konten media sosial setiap bulannya.
2. Membuat *copy* dalam bentuk konten dan *caption* Instagram.
3. Melakukan riset dan mencari sumber referensi untuk setiap konten yang di buat.
4. Melaporkan hasil kegiatan yang dilakukan secara rutin

3.2.2.1 Membuat Konten Media Sosial

Setiap minggunya, *Social Media & Content Specialist* menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran *online* yang dilakukan oleh Rumah Rakuji. Dengan melakukan curah pendapat (*brainstroming*) dengan tim Rumah Rakuji serta brief yang diberikan oleh pembimbing magang sebagai informasi dasar pembuatan konten media sosial sesuai dengan konsep yang sedang diangkat agar terbentuk rancangan konten yang sesuai untuk diunggah di media sosiall Rumah Rakuji. Media sosial Rumah Rakuji sudah ada sejak sebelum dilakukannya kegiatan magang. Namun, Media sosial Rumah Rakuji belum dikelola dengan baik dan maksimal sehingga hasil pemasaran *online* belum dapat dirasakan manfaatnya. Penggunaan media sosial untuk kegiatan pemasaran kekurangan orang yang memiliki kemampuan untuk menguasai media sosial agar optimal. Rumah Rakuji sudah menggunakan media sosial Instagram sejak tahun 2018

namun belum menerapkan konsep konten yang baik sehingga *engagement* Rumah Rakuji di media sosial masih sangat rendah jika dibandingkan dengan kompetitornya yang sudah lebih dulu menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran *online* seperti The Threads of Life Bali, Handepharuei, lanadaya.home, abhati.studio, noesa.co.id, tinctori, dan lainnya. Rumah Rakuji dalam menggunakan media sosialnya masih belum dapat membuat konsep konten seperti apa yang sedang mengunggah *traffic* dan strategi pemasaran apa yang biasa dilakukan kompetitor sehingga merupakan suatu kesempatan dalam melaksanakan kegiatan magang ini untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang sudah didapat untuk dapat diterapkan untuk mencapai tujuan pemasaran. Media sosial merupakan jenis media yang bersifat sangat efektif dalam menyebarkan informasi, media sosial memiliki dinamika sosial yang tinggi sehingga sangat memungkinkan apabila sesama pengguna media sosial melakukan komunikasi yang bersifat terbuka (Rahadia, 2017). Maka dari itu, para pengusaha bisa berinteraktif dengan konsumen atau pihak yang berkepentingan kapanpun dan di manapun. Media sosial menjadi solusi bagi kebutuhan konsumen untuk memperoleh dan mengakses informasi baik faktual, berbasis pengalaman dan bersifat non-komersial di luar lingkaran kehidupannya (Yoo, 2011). Selain itu, Media sosial yang sangat berpotensi untuk menemukan konsumen serta membangun citra tentang merek suatu produk (Merril, 2011)

Penggunaan media sosial untuk kegiatan

pemasaran tentunya diperlukan orang yang memiliki kemampuan untuk menguasai media sosial agar optimal. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan seorang *social media specialist* yang mampu mengelola akun media sosialnya dengan baik. *Social media management* memiliki tujuan yaitu memperluas jangkauan audience pada channel publikasi untuk mencapai target tertentu dengan menjalin hubungan yang baik dan komunikasi yang lancar yang nantinya akan berdampak kepada kepuasan konsumen ataupun audience (Brito, 2014). Salah satu tanggung jawab selama bekerja magang sebagai *social media & content specialist* adalah membuat konten yang bersifat informatif, edukatif dan menghibur untuk para *followers*.

Konten adalah sebuah istilah luas yang berdasarkan pada suatu hal yang dibuat dan diupload ke media sosial, dapat berupa gambar, video, kata-kata, dan sebagainya (Handley, 2011). Terdapat banyak jenis konten yang dapat digunakan dalam media sosial, yaitu:

1. Posting *quotes* yang menarik
2. Tag seseorang (mengajak)
3. Konten *tutorial*
4. Artikel atau *blog*
5. *Live video*
6. *QnA*
7. *Meme* atau humor
8. *Giveaway* atau kontes
9. Testimoni
10. *Tip* dan *trick*

11. Promosi produk

Jenis-jenis konten yang disebutkan di atas, menjadi jenis konten yang digunakan pada Instagram Rumah Rakuji.

Berikut adalah beberapa kategori konten Rumah Rakuji :

1. Minggu Motivasi

Konten yang diangkat untuk dapat memotivasi melalui *quotes* dikatakan.

2. *Tip* dan *Trick*

Konten yang menyajikan sebuah *tips* dan *trick* produk.

3. *Games*

Mengupload konten untuk meningkatkan *awareness* dan interaksi antara pengikut.

4. Konten Hari Raya

Konten untuk memperingati hari-hari besar

Pemasar media sosial telah menawarkan taktik khusus untuk beralih dari model konten sebagai siaran ke model yang menekankan keterlibatan otentik:

- 1) Cepat menanggapi komentar dan pesan.
- 2) Kembangkan kepribadian yang selaras dengan konten bermerek.
- 3) Carilah umpan balik dan ulasan produk dan layanan.
- 4) Konten dan gambar yang relevan harus mendorong ajakan bertindak (*Call To Action*).
- 5) Kembangkan rencana yang mengaktifkan penggemar dan konten mereka.

Terdapat enam ciri media baru (Straubhaar, 2012), yaitu:

- 1) **Digital**: digitalisasi terbukti dapat meningkatkan kualitas transmisi
- 2) **Interactive** (Interaktif): Sekarang ada TV, iklan, *website* interaktif
- 3) **Social media** (Media sosial): Yaitu media yang isinya diciptakan dan didistribusikan lewat interaksi sosial.
- 4) **Asynchronous Communication** (Komunikasi asinkronik): Konsumsi media bisa dilakukan sesuai waktu yg baik bagi tiap orang
- 5) **Narrowcasting** (Menyebarkan secara sempit): Kini program siaran TV dan radio dapat dipesan secara khusus sesuai selera pribadi.
- 6) **Multimedia**: Media-media lama seperti surat kabar dan majalah kini dapat menciptakan platform multimedia dengan *video on demand*, jurnalisme warga (*citizen journalism*) dan lain-lain.

Social Media & Content Specialist mengelola dua media sosial sekaligus yaitu @rumahRakuji dan @by.rakuji. Kedua media sosial tersebut, digunakan untuk menyajikan konten yang berisi tentang hal-hal yang berkaitan dengan *fashion*, khususnya mengangkat berita atau informasi yang membahas produk yang ada di Rumah Rakuji seperti Ulap Doyo, Tenun Palu'e, dan Bemban. Hal itu menjadi konten utama yang untuk dipublikasikan. Selain itu, juga beberapa kali ikut mempromosikan kerjasama dengan pihak lain, contohnya mempromosikan acara *Live Instagram* Noesa dengan tujuan meningkatkan loyalitas *followers* dan

engagement media sosial.

Jenis konten media sosial @rumahrakuji dan @by.rakuji sangat jauh berbeda. Pada akun Instagram @rumahrakuji, digunakan untuk membuat konten yang berkaitan dengan publikasi, konten informasi, dan juga edukasi di bidang fashion. Sedangkan pada @by.rakuji merupakan katalog produk. Biasanya mencari ide konten Instagram dengan membandingkan akun kompetitor Rumah Rakuj. Mencari informasi melalui fitur *explore* yang biasanya berisi berbagai jenis postingan viral dan memudahkan orang untuk melihatnya.

Social Media & Content Specialist juga diwajibkan untuk menentukan bentuk konten seperti apa yang akan dipublikasikan. Pembuatan konten kreatif menggunakan *design* Canva. Setelah itu, melaporkan ke pembimbing lapangan terkait konten tersebut. Jika tidak mendapatkan persetujuan ataupun adanya perbaikan maupun perubahan isi konten, peran *Social Media & Content Specialist* segera melakukan revisi terkait konten-konten tersebut. Jika mendapatkan persetujuan, *Social Media & Content Specialist* akan segera mengunggah konten ke Instagram dan Facebook Rumah Rakuji.



Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2021)

Gambar 3.1.2.1 Hasil Konten Kreatif di Instagram Rumah Rakuji

Pencapaian konten Instagram Rumah Rakuji adalah menyampaikan informasi mengenai produk-produk olahan dan binaan Rumah Rakuji dengan pengrajin. Konten Instagram berhasil menyentuh 7,362 *audience*, *content interactions* sebesar 1,723. Tak hanya itu, pencapaian di *Live Instagram Sale* pada tanggal 24 November berhasil mendapatkan 52 *audience*.

Pada umumnya, konten Instagram berbasis foto dan video singkat yang bisa dinikmati oleh pengguna Instagram. Oleh sebab itu, penyajian konten seputar produk Rumah Rakuji dilakukan dengan melakukan *photoshoot* produk. Beberapa kali *Social Media & Content Specialist* melakukan *photoshoot* produk dengan melakukan foto maupun rekam video yang berdurasi sekitar 60 detik. *Social Media & Content Specialist* berusaha membuat konten foto maupun video Instagram semenarik dan sekreatif mungkin. Ini dikarenakan konten Instagram dinilai menarik berdasarkan kreativitas dari isi dan ide desain konten itu sendiri.

3.2.2.2 Content Writing

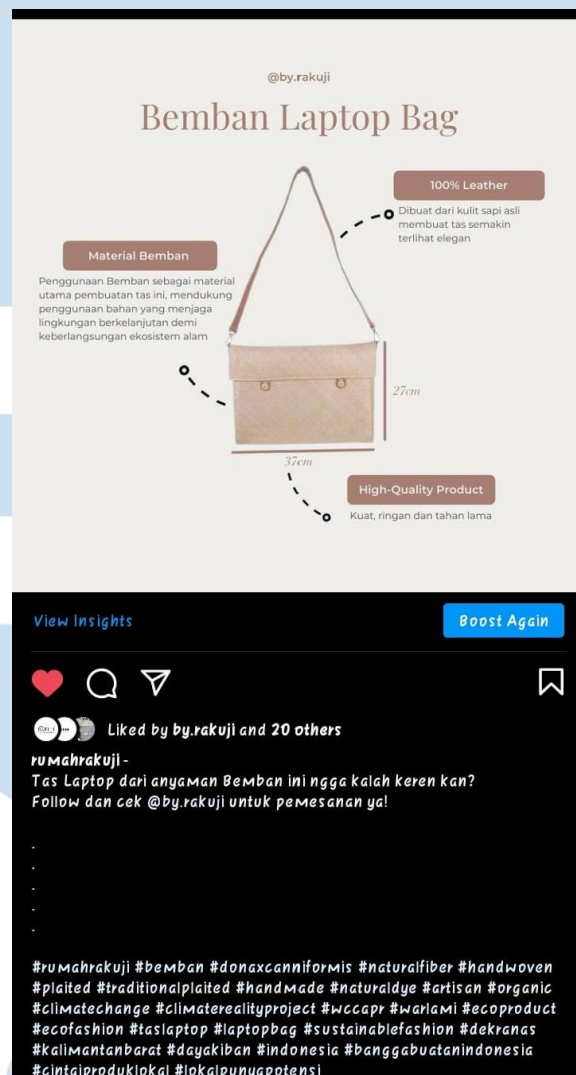
Content writing adalah salah satu bagian pemasaran secara digital. Kegiatan *content writer* adalah kegiatan menulis yang sesuatu untuk halaman *website* atau *blog* perusahaan. Meskipun *content writing* biasanya diasosiasikan untuk *landing page website* perusahaan, tetapi tak menutup kemungkinan *content writing* juga dipergunakan untuk media sosial. *Content writing* bagi media sosial adalah kegiatan menulis *caption* untuk menggambarkan atau menyampaikan arti konten yang telah dibuat.

Setiap konten yang dibuat untuk media sosial tidak lepas dari penentuan *caption* yang mudah menarik perhatian pembaca. Semakin isi *caption* mudah dimengerti dan menarik pembaca, maka akan mempengaruhi kualitas konten yang dibuat. Namun, perlu diperhatikan juga bahwa pembuatan isi *caption* tidak diperbolehkan mengandung SARA. *Caption* adalah ungkapan yang ingin disampaikan oleh konten tersebut. *Caption* menjadi bagian penting untuk memberikan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan melalui konten produknya. Selain itu, kata-kata dan bahasa yang dipergunakan harus mudah dimengerti dan tidak mengandung SARA.

Berdasarkan pengertian di atas, media sosial Rumah Rakuji memaksimalkan *caption* dalam menyampaikan informasi. Pembuatan *caption* juga menyesuaikan isi konten yang ingin disampaikan. *Content writing* dapat dikatakan sebagai seni menulis yang kreatif untuk menunjukkan sebuah pesan serta memiliki tujuan untuk menarik perhatian atau bertujuan persuasif yang

dilatarbelakangi atas sebuah bisnis (Ariyadi, 2019). Artinya, *caption* untuk konten harus bisa menjelaskan pesan apa yang hendak dimaksud dan bagaimana konten tersebut dapat menarik perhatian *followers* dan calon konsumen Rumah Rakuji. *Social Media & Content Specialist* tak hanya fokus pada *caption* informasi tentang konten tersebut melainkan informasi umum lainnya, seperti informasi seputar produk, tips dan trik produk dan sebagainya.

Isi *caption* juga harus disertai *hashtag* yang sering digunakan oleh pengguna media sosial. Hal ini akan memudahkan topik konten dapat dicari sehingga secara tidak langsung memperluas jaringan *postingan* tersebut. Konten *marketing* pada *social media*, *hashtag* sangat berguna untuk mengelompokkan konten produk agar calon *costumer* dapat menemukan informasi yang disampaikan pada sebuah tulisan *caption* dengan *hashtag* tertentu. Mengklik tagar akan membuka umpan sehingga khalayak dapat melihat artikel di situs khalayak dan orang-orang yang mengunggah dengan tagar yang sama.



Sumber: Data Olahan Laporan Magang, 2021

Gambar 3.2.2.2 Contoh Caption Pada Media Sosial Instagram Rumah Rakuji

3.2.2.3 Mengunggah Konten Ke Akun Media Sosial

Hasil konten beserta caption yang telah dibuat akan langsung diunggah melalui media sosial. Fungsi media sosial salah satunya wadah yang dapat digunakan untuk mengunggah sebuah konten gambar atau video. Pada kegiatan pemasaran, media sosial menjadi media promosi untuk mengunggah konten produk atau jasanya yang telah

dibuat oleh perusahaan. Mengunggah konten di media sosial juga dapat memperluas jaringan target audiens yang kini lebih sering beraktivitas di ranah internet. Pada akun Instagram @rumahrakuji dan @by.rakuji, dalam mengunggah konten ke Facebook dilakukan secara otomatis. *Posting* secara otomatis artinya mengunggah konten langsung melalui akun media sosialnya di waktu yang bersamaan dan kemudian mengaktifkan fitur *post on Facebook* pada sosial media Instagram yang sudah saling berhubungan.

3.2.2.4 Membuat Strategi Promosi Konten Media Sosial

Promosi menjadi bagian penting dalam proses pemasaran produk atau layanan perusahaan. Tanpa ada promosi, Rumah Rakuji tidak mampu bisa bersaing dengan kampanye periklanan pada kompetitor yang sejenis. Promosi merupakan bagian bauran yang sangat penting. Dalam arti luas, promosi adalah ekspresi upaya aktif perusahaan untuk membuat konsumen membeli suatu produk (Anaroga, 2011). Pada dasarnya promosi adalah bagian aktivitas komunikasi pemasaran yang memiliki tujuan untuk menyebarluaskan informasi, mempengaruhi, membujuk atau mengingatkan perusahaan dan produk sasaran, sehingga hasil yang diharapkan target audiens mau menerima, dan loyal terhadap ditawarkan oleh perusahaan (Tjiptono, 2014).

Dengan demikian, alasan promosi dibentuk tersebut agar dapat membangkitkan perhatian dan minat konsumen, lalu diakhiri dengan pembelian suatu produk (Afifah, 2019). Aktivitas promosi yang dilakukan pada konten media sosial adalah memanfaatkan *social media ads* atau iklan media sosial berbayar. *Social media ads* yang sering

digunakan adalah Instagram *ads*. Instagram *ads* adalah fitur terbaru Instagram yang dapat menyebarkan iklan ke audiens secara luas dan bisa spesifik siapa yang menjadi kalayak sasaran. Manfaat lain menggunakan Instagram *ads* adalah meningkatkan *brand exposure*, *traffic website*, dan mengumpulkan *leads* atau khalayak sasaran baru.

3.2.2.5 Melaporkan Hasil Kegiatan Secara Rutin

Social Media & Content Specialist bertugas untuk membuat laporan hasil kegiatan membuat konten dan *caption* yang telah dibuat pada setiap akhir bulan. Hal ini dengan tujuan agar memastikan bahwa *Social Media & Content Specialist* menyelesaikan jadwal yang sesuai dan benar. Laporan tersebut sebagai pertimbangan kualitas kinerja *Social Media & Content Specialist*. Laporan ini akan menjadi bagian dokumentasi hasil kegiatan setiap bulannya yang dikirimkan ke pembimbing lapangan.

Jadwal Bulan November 2021

File Edit View Insert Format Data Tools Help

November 2021

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1															
2															
3	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUM'AT	SABTU	MINGGU			November 2021	Desember 2021				
4	1	2	3	4	5	6	7			1	2				
5	8	9	10	11	12	13	14			3	4				
6	15	16	17	18	19	20	21			5	6				
7	22	23	24	25	26	27	28			7	8				
8	29	30								9	10				
9										11	12				
10	KET									13	14				
11	11 Nov									15	16				
12										17	18				
13	15-19 Nov									19	20				
14										21	22				
15	22 Nov									23	24				
16										25	26				
17	22-23 Nov									27	28				
18										29	30				
19	23-24 Nov									31					
20															
21	25 Nov														
22															
23	29-30 Nov														
24															
25															
26	Notes : yang di warna orens catatan untuk anak magang														
27															
28															
29															
30	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUM'AT	SABTU	MINGGU								
31															
32	6	7	8	9	10	11	12								
33	13	14	15	16	17	18	19								
34	20	21	22	23	24	25	26								
35	27	28	29	30	31										
36															
37	KET														
38	1 Des														
39	10 Des														
40	19 Des														
41	29 Des														

December 2021

Timeline Konten Rumi

November 2021

Minggu ke-2

Senin 8 November

Rabu

Selasa 9 November

Rabu 10 November

Story Hari Pahlawan 10 November

Kamis 11 November

Konten by rakui

Jumat 12 November

Konten by rakui

Selasa 16 November

Jumat 19 November

Minggu ke-3

Senin 15 November

Selasa 16 November

Rabu 17 November

Kamis 18 November

Jumat 19 November

Minggu ke-4

Senin 22 November

Photshoot Produk Bundling

Selasa 23 November

Up Coba Live Shopping Instagram

Rabu 24 November

Konten Promo Live Shopping

Kamis 25 November

Live Shopping Instagram - Story & Feeds Minggu

Jumat 26 November

Rabu 27

Sabtu 28

Senin 29

Gambar 3.2.2.3 Jadwal Laporan Hasil Kerja

Sumber: Dokumentasi Laporan Magang, 2021

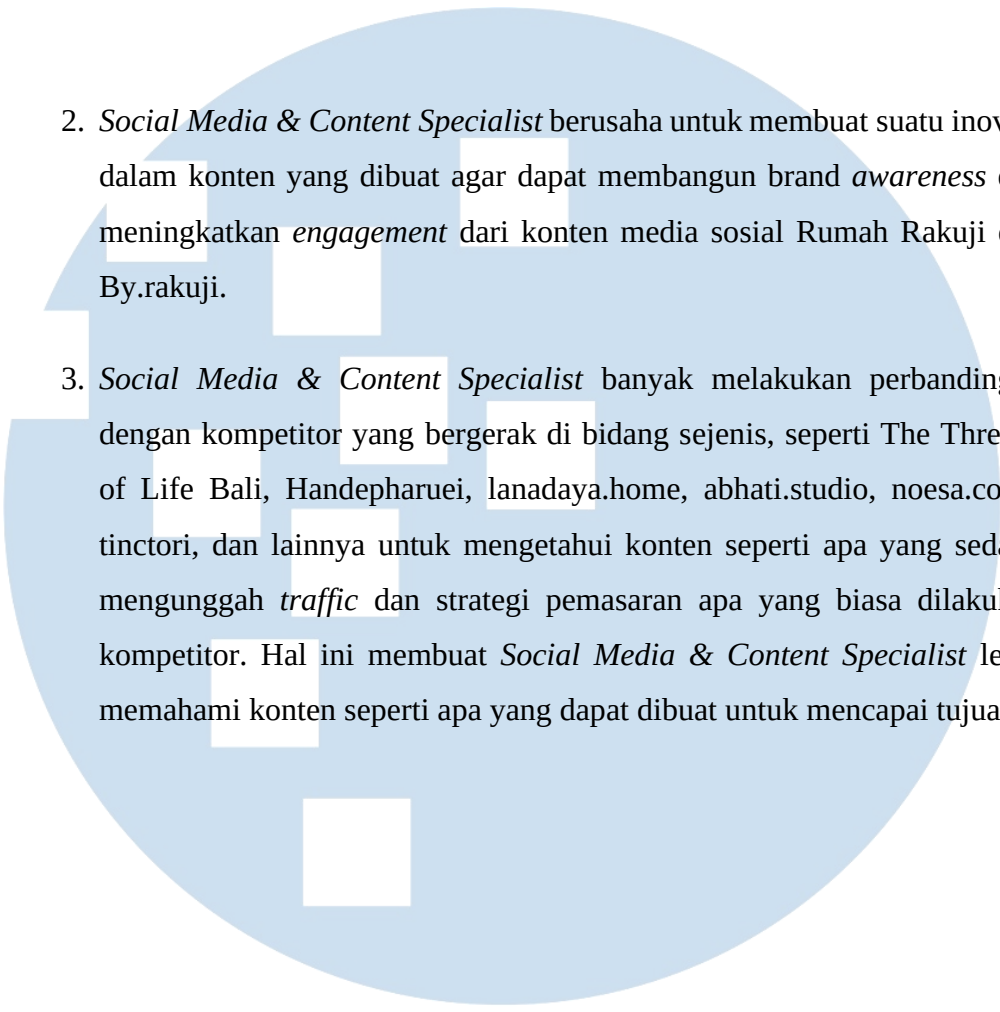
3.3 Kendala Yang Ditemukan

Selama kerja magang terdapat beberapa kendala yang dialami yaitu Rumah Rakui masih kesulitan dalam menggunakan konsep dan ide kreatif konten yang masih terbilang baru untuk diaplikasikan.

3.4 Solusi

Social Media & Content Specialist menemukan solusi untuk setiap kendala yang terjadi agar pekerjaan selama magang tetap dapat dikerjakan secara maksimal:

1. *Social Media & Content Specialist* mengatasi kendala komunikasi dengan selalu melakukan komunikasi dengan pembimbing lapangan secara intensif, Segala informasi atau masukan yang dibutuhkan, langsung dikomunikasikan kepada pembimbing lapangan, sehingga gambaran tentang pekerjaan lebih jelas dan mempermudah dalam melakukan pekerjaan.

- 
2. *Social Media & Content Specialist* berusaha untuk membuat suatu inovasi dalam konten yang dibuat agar dapat membangun brand *awareness* dan meningkatkan *engagement* dari konten media sosial Rumah Rakuji dan By.rakuji.
 3. *Social Media & Content Specialist* banyak melakukan perbandingan dengan kompetitor yang bergerak di bidang sejenis, seperti The Threads of Life Bali, Handepharuei, lanadaya.home, abhati.studio, noesa.co.id, tinctori, dan lainnya untuk mengetahui konten seperti apa yang sedang mengunggah *traffic* dan strategi pemasaran apa yang biasa dilakukan kompetitor. Hal ini membuat *Social Media & Content Specialist* lebih memahami konten seperti apa yang dapat dibuat untuk mencapai tujuan.