

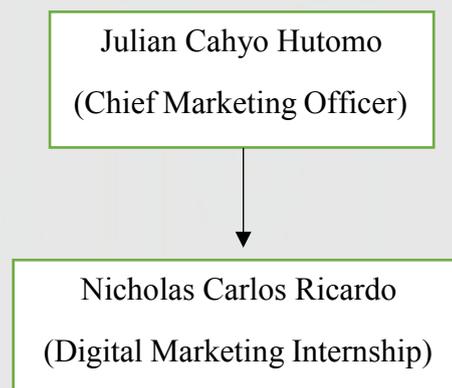
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

3.1.1 Kedudukan

Menurut Pierre Bourdieu (1984), “Kedudukan adalah konsep yang mengacu pada distribusi sumber daya sosial di dalam masyarakat. Kedudukan yang diberikan kepada penulis saat menjalankan proses magang di PT Lister Teknologi Edukasi adalah Digital Marketing (Intern). Supervisi penulis memberikan *job desk* atau tanggung jawab sebagai Digital Marketing (Intern). *Job desk* penulis sendiri adalah bertanggung jawab atas *branding* produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan bertugas untuk meningkatkan *brand awareness*, *traffic web*, serta *visibilitas* perusahaan. Menurut Kotler, *branding* adalah "proses menciptakan citra dan membangun reputasi suatu produk, merek, atau perusahaan di benak konsumen" (Kotler & Keller, 2016, hal. 251). Pada struktur organisasi, penulis sendiri berada di bawah kak Julian Cahyo Hutomo sebagai Supervisi penulis sekaligus Chief Marketing Officer.



Gambar 3.1 Kedudukan

(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

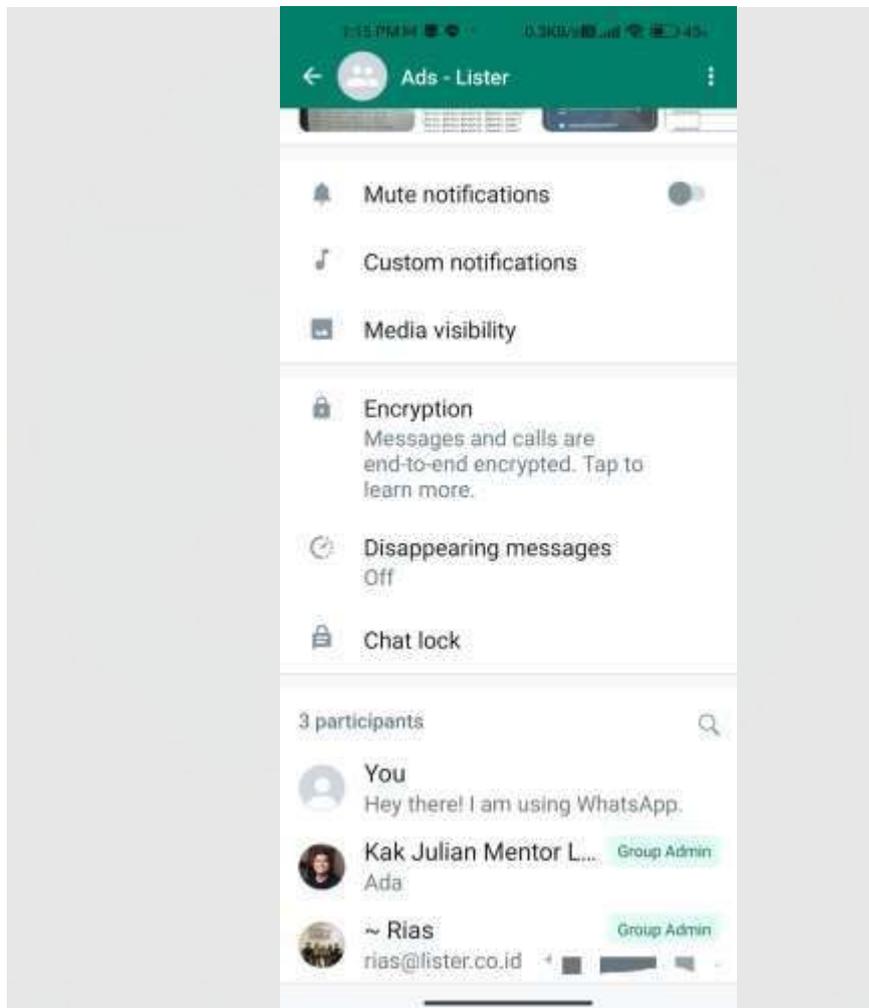
3.1.2 Koordinasi

Selama Praktik kerja magang berlangsung penulis melakukan koordinasi secara langsung dengan kak Julian Cahyo Hutomo sebagai Supervisi penulis sekaligus Chief Marketing Officer. Koordinasi tersebut menyesuaikan untuk online atau offlinenya. Dalam koordinasi tersebut biasanya akan diadakan meeting antara penulis dan kak Julian. Biasanya 1 minggu 2-3 kali pertemuan atau *meeting*. Di awal 2 bulan pertama penulis diberi *training* terlebih dahulu dan belum terjun langsung dalam *job desk* pekerjaan di Lister. Biasanya di *meeting* tersebut akan diberikan *job desk* dan *deadline* serta pelatihan dan evaluasi untuk pekerjaan yang sebelumnya. Materi apa yang tidak dimengerti dan kesalahan harus diperbaiki. Lalu setelah menjalani 2 bulan pertama selanjutnya penulis diberikan *job desk* yang sebenarnya. Untuk koordinasi *job desk* biasanya diadakan *meeting* bertiga dengan kak Julian dan kak Rias untuk membahas tentang *ads* Lister. Terdapat grup WhatsApp untuk tiga anggota yaitu penulis, kak Julian, dan kak Rias. Biasanya jika ingin bertanya dan membahas pekerjaan terkait *ads* Lister dibahas di grup tersebut.



Gambar 3.2 Foto dengan Supervisi (Kak Julian)

(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.3 Bukti Koordinasi Grup WhatsApp
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas

Tugas dan Pekerjaan yang dilakukan penulis dan berikan oleh kak Julian Cahyo Hutomo selama magang sebagai Digital Marketing Internship di PT Lister Teknologi Edukasi pada 16 Februari 2023 – 30 Juni 2023 adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tugas yang Dikerjakan Selama Magang

No	Pekerjaan	Koordinasi	Keterangan
1	Memetakan <i>trend</i> program Lister dalam setahun, dibagi berdasarkan bulan Januari – Desember tahun 2023-2023.	Kak Julian	Mencari <i>trend</i> menggunakan <i>tools</i> pada Google Ads yaitu Keyword Planner -> <i>discover new keywords</i> .
2	Membuat <i>landing page</i> untuk bisnis jasa pembuatan logo dan <i>packaging</i> . Nama bisnis yang penulis dirikan tersebut adalah Vinloste.	Kak Julian	<i>Training</i> untuk belajar membuat bisnis, <i>landing page</i> , lalu diiklankan. <i>Landing Page</i> menggunakan <i>plug-in</i> Elementor. Untuk <i>domain</i> disediakan oleh kak Julian.
3	Membuat <i>campaign</i> Google Ads dan melakukan riset <i>keyword</i> dan menambahkan <i>negative keyword</i> .	Kak Julian	<i>Training</i> dengan mencoba menjalankan <i>ads</i> bisnis Vinloste untuk <i>search engine marketing</i> , Top Up 30.000 di Google Ads.
4	Melakukan revisi pada <i>landing page</i> sampai <i>landing page</i> terlihat menarik.	Kak Julian	<i>Training</i> untuk menyempurnakan <i>landing page</i> dengan menyesuaikan warna, melihat <i>landing page</i> kompetitor, urutan, warna font, desain, <i>click to action</i> , memberikan garansi, memberikan testimoni dengan gambar, tampilan menu dimaksimalkan, menambahkan <i>footer</i> dan <i>floating button</i>

5	Membuat <i>campaign</i> pada Meta Ads dan membuat <i>ads visual image</i> yang menarik untuk mengiklankan bisnis Vinloste.	Kak Julian	<i>Training Setting ads</i> untuk Vinloster, melakukan optimasi pada <i>copywriting</i> dan <i>visual image</i> agar menarik dan <i>setting target audience</i> . <i>Top Up</i> 30.000 di meta ads. Hasil mendapatkan 1 <i>lead</i> . Ada 1 calon customer yang chat di WhatsApp dan tertarik membuat logo di Vinloste.
6	Memasukkan hasil Meta Ads dan Google Ads Vinloste ke <i>dashboard digital marketing</i> untuk dianalisis.	Kak Julian	<i>Training</i> untuk memasukkan hasil <i>report</i> atau data yang di dapat pada <i>campaign ads</i> ke <i>template dashboard digital marketing</i> Lister.
7	Membantu riset <i>keyword</i> dan membuat <i>keyword</i> untuk <i>campaign</i> Google Ads.	Kak Julian dan Kak Rias	Karena ROAS Google Ads lebih besar dibanding Meta Ads, maka Lister akan berfokus membuat <i>campaign</i> di Google Ads. Membuat <i>keyword</i> dibantu beberapa <i>tools</i> seperti Keyword Planner, Google, <i>extension</i> Keyword Everywhere dan Keyword Mixer.
8	Membantu <i>clustering</i> program Inggris untuk pembuatan <i>campaign</i> di Google Ads, membuat <i>keyword</i> dari hasil <i>clustering</i> serta membuat	Kak Julian dan Kak Rias	Dari <i>clustering keyword</i> yang sudah dibuat, dibuat <i>keyword</i> nya. Lalu membuat <i>keyword</i> bimbel SMA mata pelajaran: Matematika

	<i>keyword</i> untuk bimbel mata pelajaran SMA.	B.Indonesia B. Inggris Fisika Kimia Biologi Mat IPA Sejarah Sosiologi Geografi Ekonomi
--	--	---

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Penulis belajar banyak hal dan pengalaman kerja dari PT Lister Teknologi Edukasi. Dalam jangka waktu 16 Februari 2023 – 30 Juni 2023 pekerjaan *digital marketing* yang diberikan oleh kak Julian sangat berguna. Implementasi ilmu kuliah lebih di alami di PT Lister Teknologi Edukasi. Berikut Uraian Kerja Magang yang telah dilakukan oleh penulis selama melaksanakan kerja magang di PT Lister Teknologi Edukasi:

1. Memetakan *trend* program Lister dalam setahun.

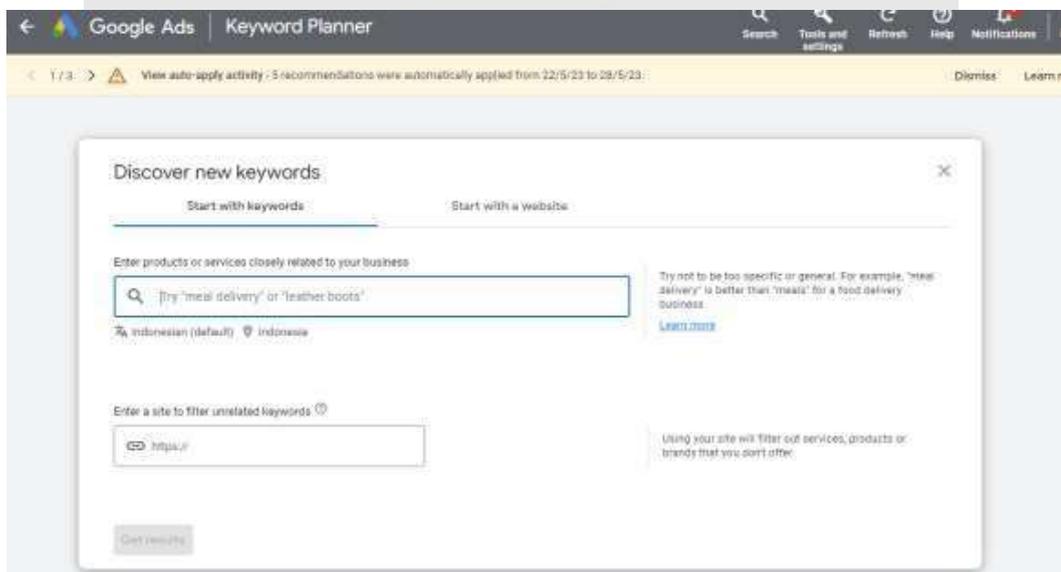
Job desk pertama kali yang diberikan kak Julian kepada penulis adalah untuk memetakan *trend* program edukasi lister yang dapat di cek website Lister yaitu “lister.co.id” selama Februari 2023 – Februari 2023 menggunakan Microsoft Excel.

Untuk template tabelnya sendiri, kak Julian mencontohkan hasil dari *trend* program yang terdahulu. Caranya cukup mudah yaitu menggunakan *tools* yang ada di Google Ads yaitu Keyword Planner. Pada Keyword Planner nanti terdapat *search bar*, nanti pada *search bar* tersebut kita bisa mengetikkan program yang ingin dicari *trend* nya.

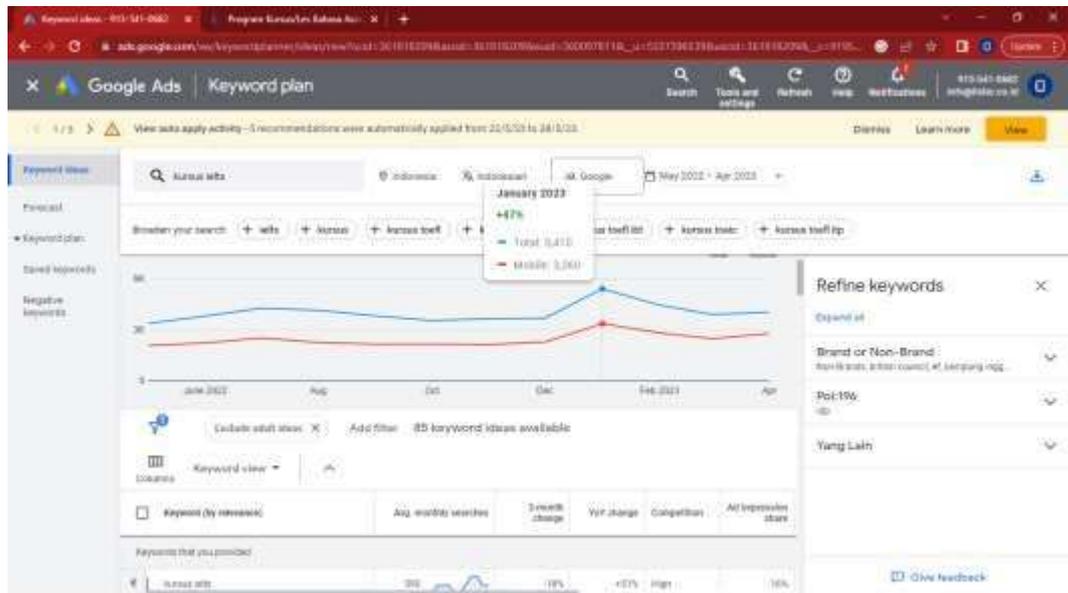
Setelah diketik *keyword* dari program yang ingin dicariken lalu *click get result* dan akan muncul *chart* yang menunjukkan *trend* bulan pada saat itu.



Gambar 3.4 Program pada Website Lister
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.5 Keyword Planner Google Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.6 *Chart Trend Google Ads*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

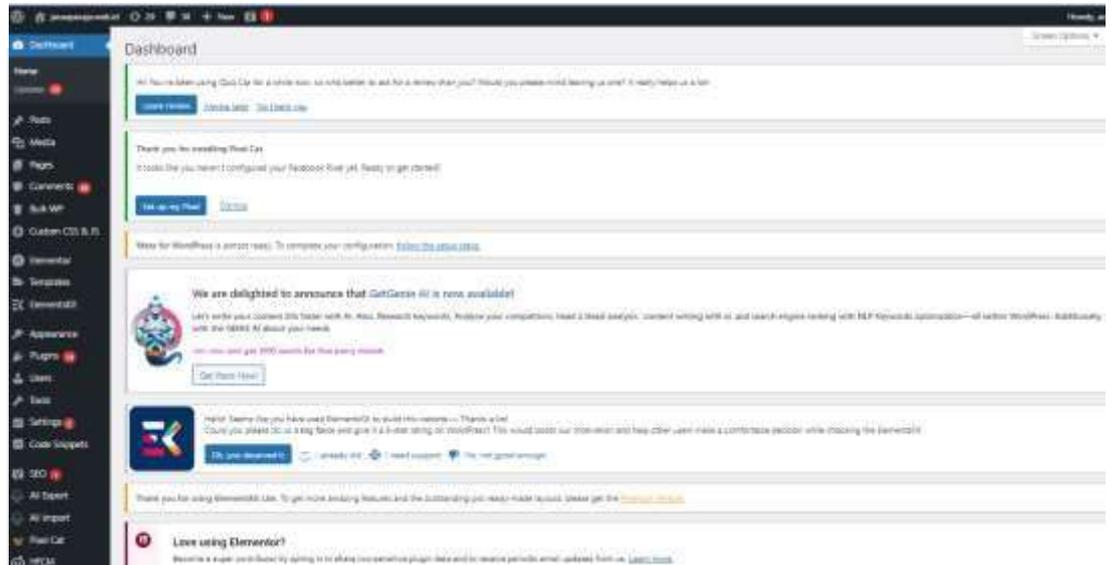
Contoh di atas adalah kursus ielts pada bulan Januari menunjukkan total yang melakukan pencarian sebesar 5.410 dan merupakan *trend* tertinggi pada tahun itu.

Setelah melakukan riset *trend* menggunakan *tools* Keyword Plan yang selanjutnya adalah memasukkan data yang telah di dapat *trend* nya pada excel dan template pemetaan *trend* dari Lister dan mewarnai hijau pada tabel bulan yang paling banyak programnya. Lalu warna merah pada tabel bulan yang paling sedikit programnya.

Program	Januari 2023	Februari 2023	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Trend Program	1. Test IELTS 2. Kursus Bahasa Inggris 3. Kursus Bahasa Prancis 4. Kursus Bahasa Belanda 5. Kursus Bahasa Italia 6. Kursus Bahasa Spanyol 7. Kursus Bahasa Perancis 8. Kursus Bahasa Jerman 9. Kursus Bahasa Korea 10. Kursus Bahasa Jepang 11. Kursus Bahasa Arab 12. Kursus Bahasa Indonesia 13. Kursus TOEFL 14. Kursus TOEFL ITP 15. Kursus TOEFL PBT 16. Kursus TOEFL ITP 17. Kursus TOEFL PBT 18. Kursus TOEFL ITP 19. Kursus TOEFL PBT 20. Kursus TOEFL ITP 21. Kursus TOEFL PBT 22. Kursus TOEFL ITP 23. Kursus TOEFL PBT 24. Kursus TOEFL ITP 25. Kursus TOEFL PBT 26. Kursus TOEFL ITP 27. Kursus TOEFL PBT 28. Kursus TOEFL ITP 29. Kursus TOEFL PBT 30. Kursus TOEFL ITP											

Gambar 3.7 Pemetaan *Trend Program Lister*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

2. Membuat *landing page* untuk bisnis jasa pembuatan logo dan *packaging*. Nama bisnis yang penulis dirikan tersebut adalah Vinloste. Kak Julian bilang bahwa praktik lebih penting daripada teori, oleh karena itu ia memberikan penulis *training* dengan membuat bisnis sendiri dan diiklan kan menggunakan Google Ads dan Meta Ads. Pada awalnya penulis memiliki ide untuk membuat bisnis jasa pembuatan logo dan *packaging* yang dinamakan Vinloste. Setelah itu penulis membuat *landing page* dengan *domain* yang disediakan oleh kak Julian. Karena penulis tidak memiliki *domain* atau website sendiri. *Domain* sendiri harganya cukup mahal.



Gambar 3.8 *Dashboard* wordpress
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

Setelah diberikan *domain* dari kak Julian, selanjutnya penulis mencari tahu dan belajar cara membuat *landing page* dari internet dan Youtube. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2019) “*Landing page* adalah sebuah halaman web yang dirancang secara khusus dengan tujuan untuk memandu pengunjung menuju tindakan tertentu, seperti mengisi formulir, melakukan pembelian, atau mengunduh konten.” (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Setelah belajar dari Youtube, penulis memakai Elementor sebagai *plug-in* yang membantu penulis untuk membuat *landing page*. Lalu Penulis membuat *copywriting* dan logo dari Vinloste dan membandingkannya dengan *landing page* kompetitor. Di dalam prosesnya penulis banyak melakukan kesalahan dalam membuat *landing page*. Kak Julian membantu

memberikan arahan dan evaluasi apa saja yang perlu diperbaiki agar *landing page* terlihat baik dan menarik perhatian *audience*.



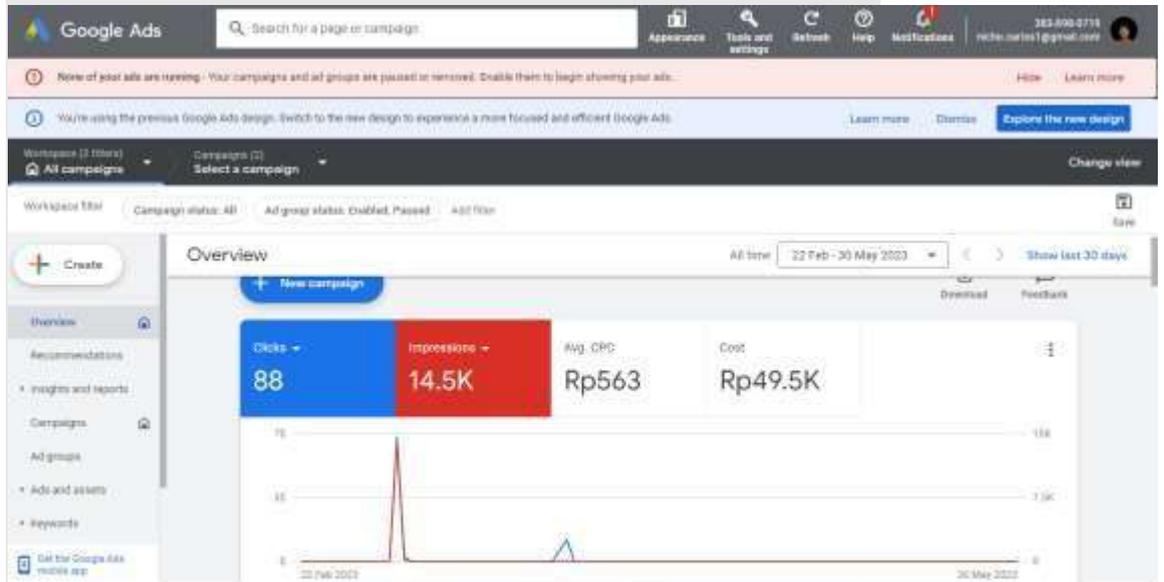
Gambar 3.9 Logo Bisnis Vinloste
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.10 Tools Elementor
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

3. Membuat *campaign* Google Ads dan melakukan riset *keyword* dan menambahkan *negative keyword*.

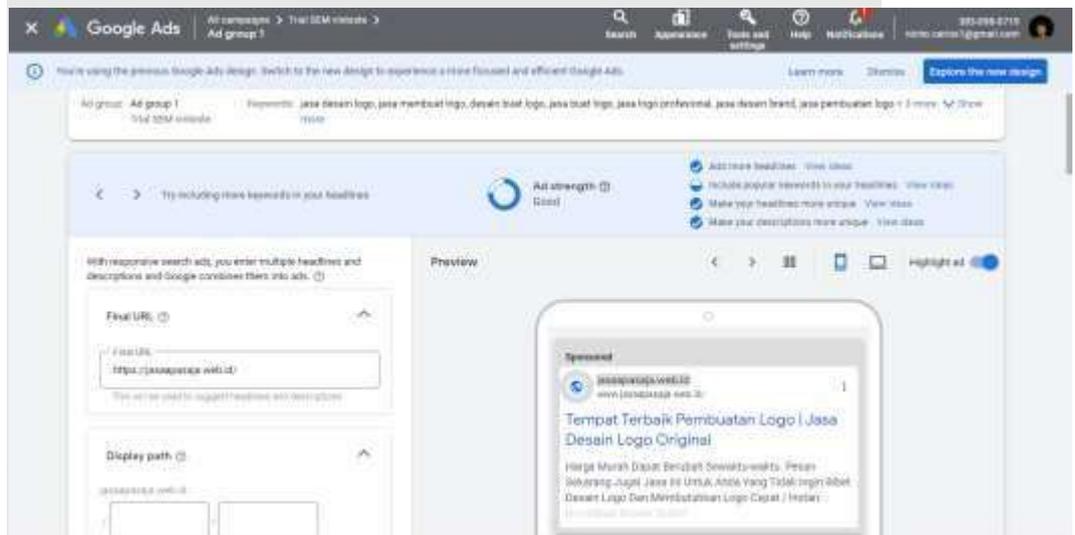
Setelah membuat *landing page*, *landing page* sudah siap untuk diiklankan. Penulis melakukan *top up* sebesar 30.000 rupiah untuk *campaign* Vinloste. Penulis belajar mekanisme untuk membuat serta menjalankan *campaign* di Google Ads melalui Youtube dan internet. *Campaign* tersebut berfokus untuk mendapatkan *lead* atau calon *customer*. Menurut Kotler dan Armstrong (2021), "*lead*" adalah "individu atau organisasi yang menunjukkan minat pada produk atau layanan perusahaan" (Kotler & Armstrong, 2021, hal. 738) Setelah mengikuti langkah dan mempelajarinya di internet dan Youtube akhirnya *campaign* Google Ads Vinloste dapat di jalankan. Iklan Google Ads yang dipakai berfokus pada *Search Engine Marketing* yaitu iklan berbayar dari Google agar pencarian situs website dapat berada di bagian atas atau *top search*, sehingga *audience* dapat melakukan *click* pada *landing page* yang diiklankan.



Gambar 3.11 Dashboard Google Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

Campaign	Status	Campaign type	Imps	Interactions	Interaction rate	Avg. cost	Cost
Traffic M. video	Paused	Search	123	18 Clicks	14.6%	€11,533.44	€127,162.50
100 Video Favort Ande	Not Paused	Smart	14,343	70 Clicks	0.49%	€10,713.34	€121,932.70
Total Campaigns in your current workspace			14,466	88 Clicks	0.61%	€10,524.91	€149,095.20
Total Account			14,466	88 Clicks	0.61%	€10,524.91	€149,095.20

Gambar 3.12 Campaign Google Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.13 Campaign Google Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

4. Melakukan revisi pada landing page sampai landing page terlihat menarik.

Setelah melakukan iklan pada Google Ads, ternyata belum ada *lead* yang masuk dan hasilnya kurang memuaskan. Karena itu kak Julian melakukan evaluasi untuk memperbaiki *landing page* agar terlihat lebih menarik dan membeikan e-book untuk *optimasi landing page*. Beberapa evaluasi dan perbaikan yang dilakukan oleh penulis *dalam landing page* nya adalah:

1. memperbaiki dan menambahkan *menu* agar terlihat profesional dan menarik
2. Memperbaiki *copywriting* pada *landing page* dan menambahkan gambar.
3. Menambahkan *background* pada *headline*.
4. Memberikan *section* jasa yang ditawarkan.
5. Menambahkan bonus dan promo.
6. Testimoni lebih baik memakai gambar atau video dan diperbanyak. Contohnya gambar chat WhatsApp
7. *Landing page* ditambahkan *copywriting* garansi 100%.
8. *Click to Action* diperbaiki agar lebih menarik.
9. FAQ ada di *landing page* dan bentuknya yang dapat ditutup agar *landing page* tidak terlihat penuh dan lebih interaktif.
10. Ganti warna font terutama *headline*.
11. Menggunakan warna sesuai *colour brand* profile jangan mencampurkan banyak warna. (Biasa warna dilihat dari logo).
12. Menambahkan *floating button* untuk *customer service*.
13. Menambahkan *footer* pada *landing page*.

8 Elemen *Copywriting* Pemicu CLOSING

- ☑ Headline
- ☑ Penawaran
- ☑ Alasan
- ☑ Bonus
- ☑ Testimoni
- ☑ Garansi
- ☑ Call to Action
- ☑ NB



Gambar 3.14 Tips untuk menulis *Copywriting* yang Baik

(Sumber: Dewa Eka Prayoga, “*Copywriting: Cara Gampang Menghasilkan Iklan yang Menghasilkan Banyak Pelanggan*, 2015)

Bly mendefinisikan *copywriting* sebagai "seni dan ilmu menulis teks iklan dan promosi persuasif yang menarik perhatian, membangkitkan minat, dan memotivasi pembaca atau audiens untuk mengambil tindakan tertentu" (Bly, 2005, hal. 4).

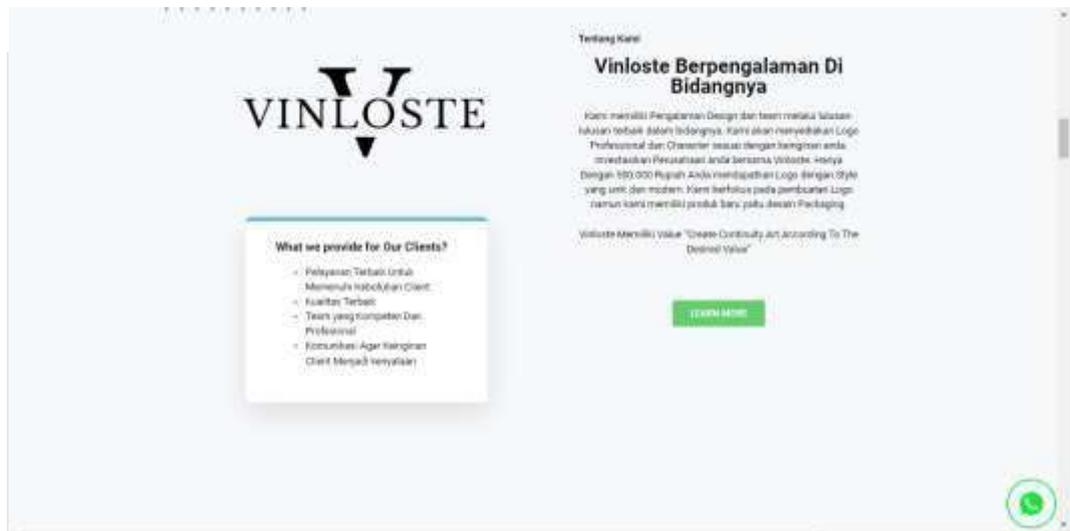
Berikut adalah bukti *Landing Page* yang sudah diperbaiki:



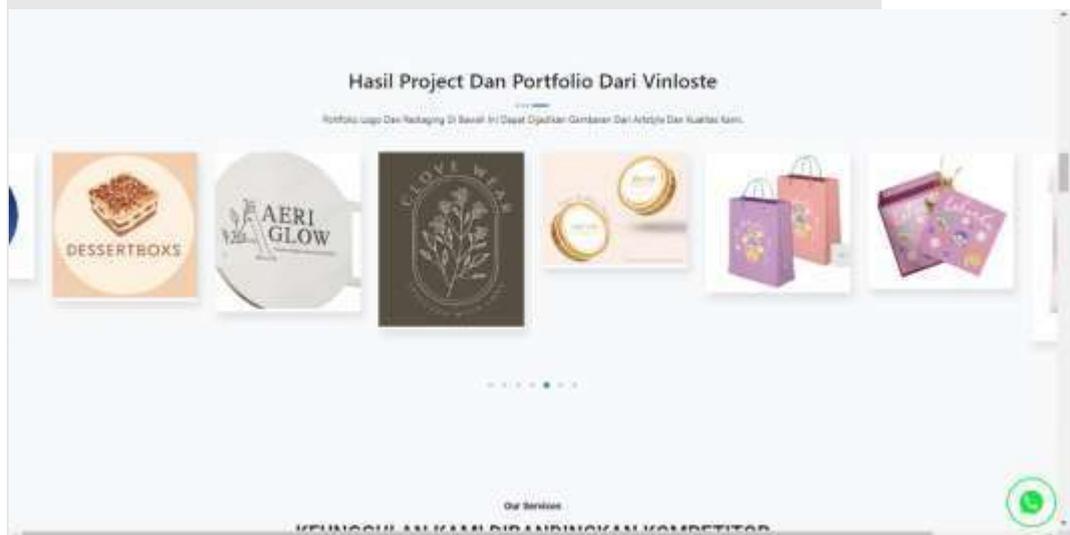
Gambar 3.15 *Landing Page*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



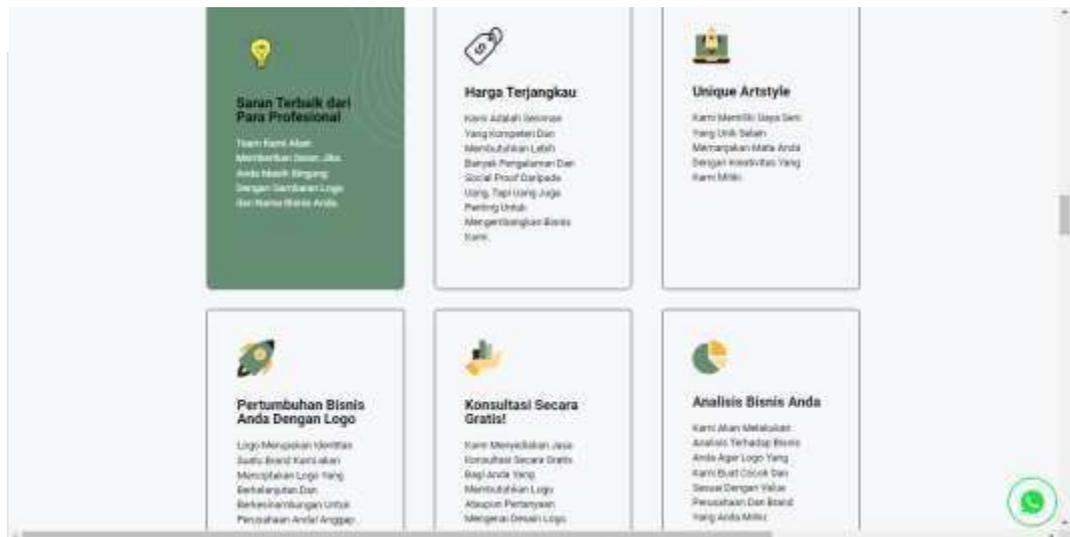
Gambar 3.16 *Landing Page*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.17 Landing Page
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.18 Landing Page
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.19 Landing Page
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.20 Landing Page
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



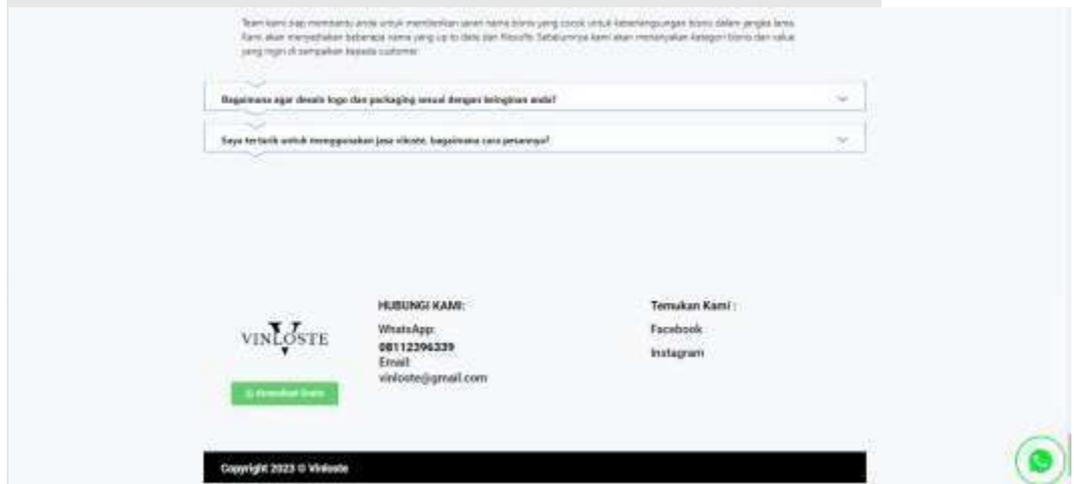
Gambar 3.21 *Landing Page*
 (Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.22 *Landing Page*
 (Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



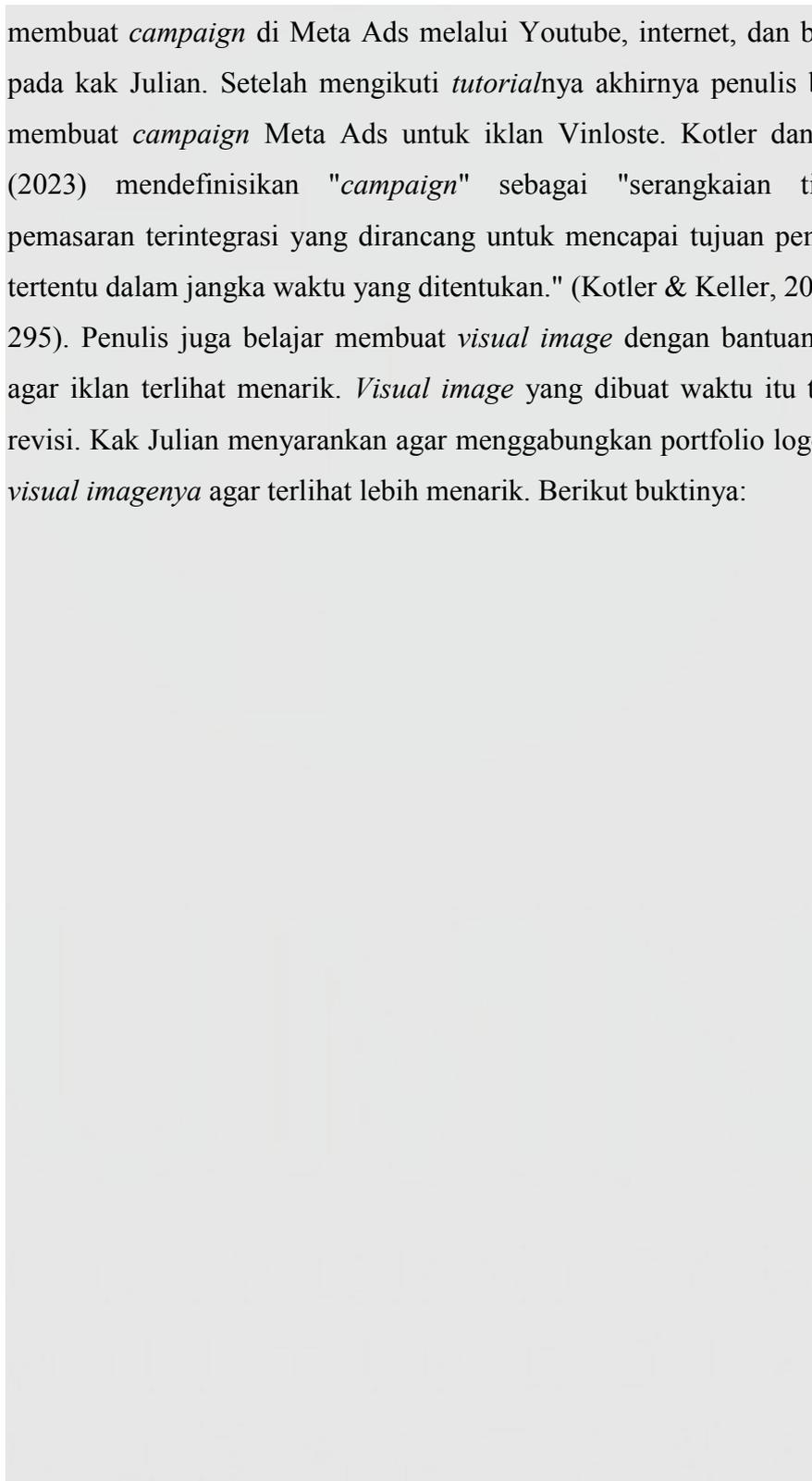
Gambar 3.23 *Landing Page*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.24 *Landing Page*
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

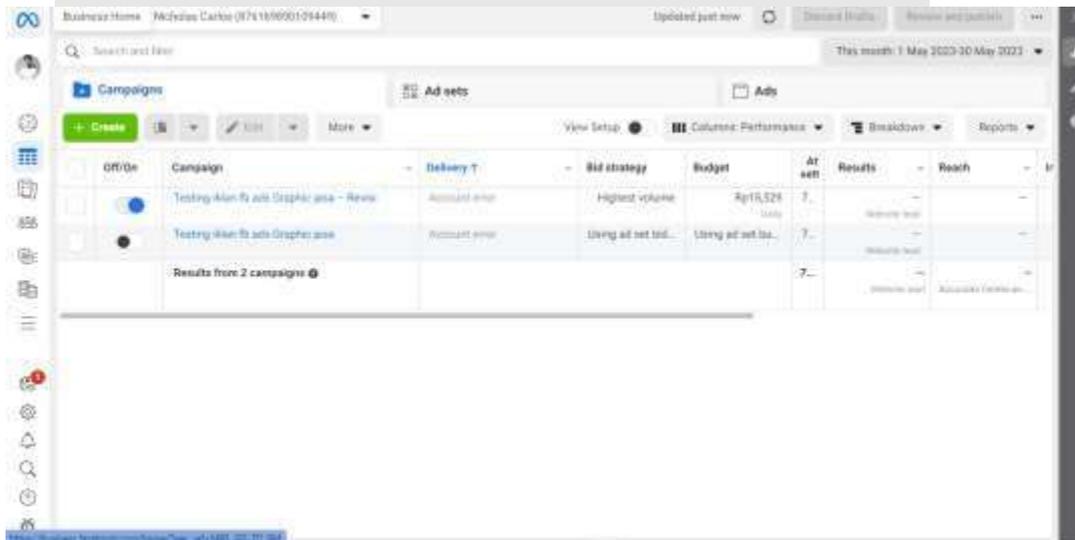
5. **Membuat *campaign* pada Meta Ads dan membuat *ads visual image* yang menarik untuk mengiklankan bisnis Vinlose**
Setelah memperbaiki beberapa hal pada *landing page*, selanjutnya bisnis jasa pembuatan logo dan *packaging* di iklankan kembali menggunakan

Meta Ads.. Penulis melakukan *top up* sebesar 30.000 rupiah. Penulis belajar membuat *campaign* di Meta Ads melalui Youtube, internet, dan bertanya pada kak Julian. Setelah mengikuti *tutorialnya* akhirnya penulis berhasil membuat *campaign* Meta Ads untuk iklan Vinlost. Kotler dan Keller (2023) mendefinisikan "*campaign*" sebagai "serangkaian tindakan pemasaran terintegrasi yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran tertentu dalam jangka waktu yang ditentukan." (Kotler & Keller, 2023, hal. 295). Penulis juga belajar membuat *visual image* dengan bantuan Canva agar iklan terlihat menarik. *Visual image* yang dibuat waktu itu terdapat revisi. Kak Julian menyarankan agar menggabungkan portfolio logo untuk *visual imagenya* agar terlihat lebih menarik. Berikut buktinya:

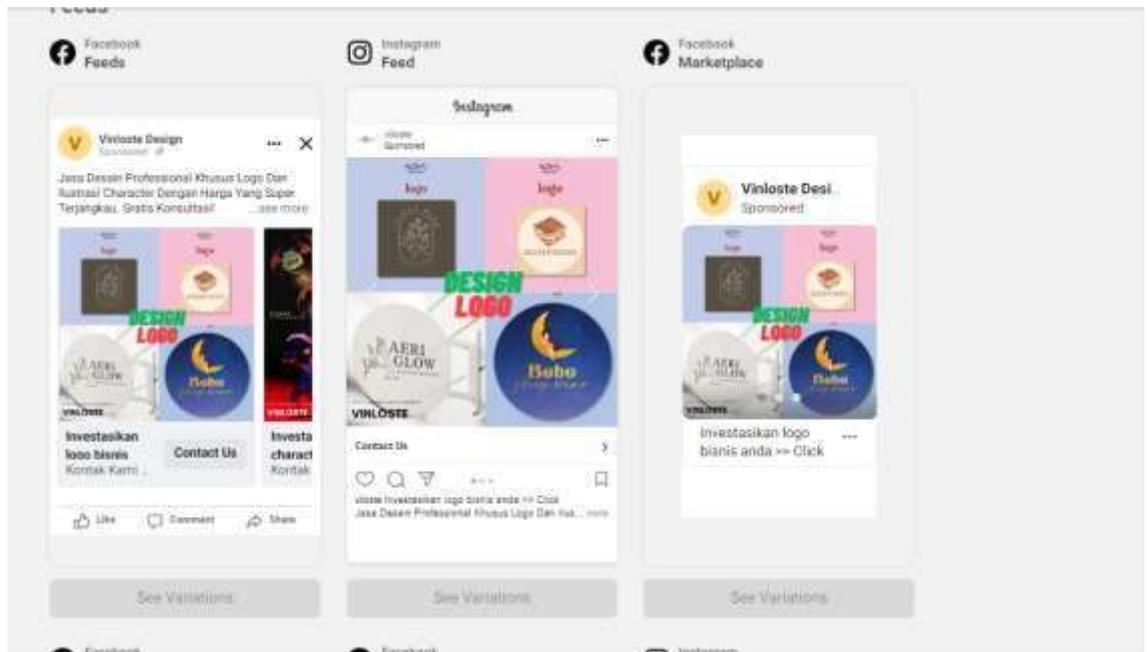




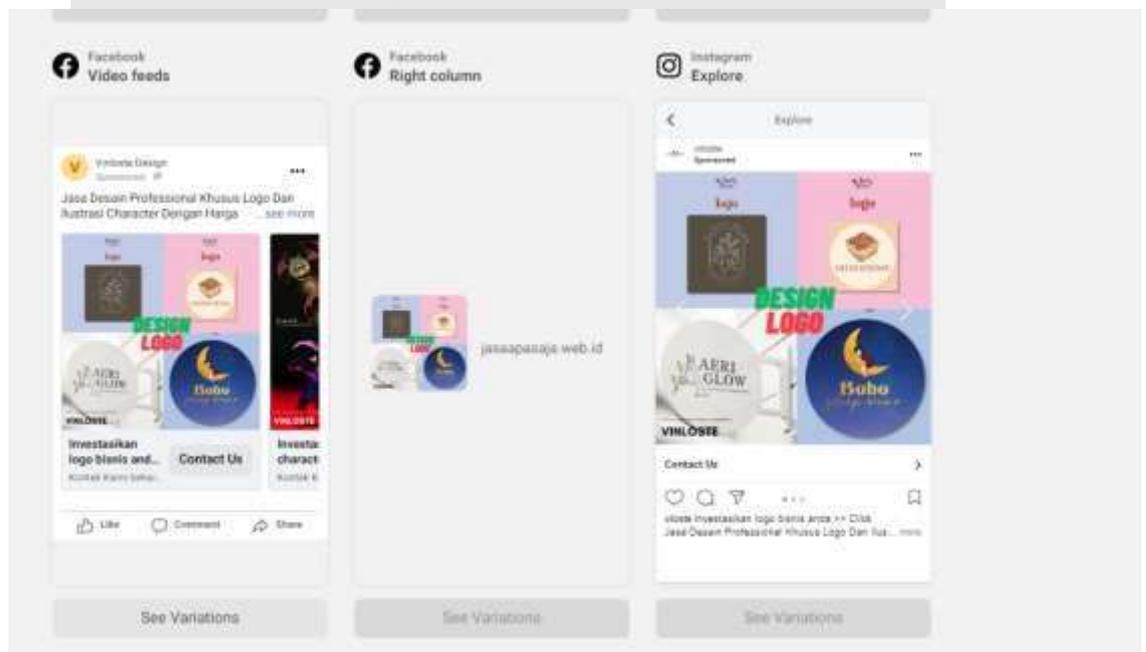
Gambar 3.25 *Visual Image* untuk Meta Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



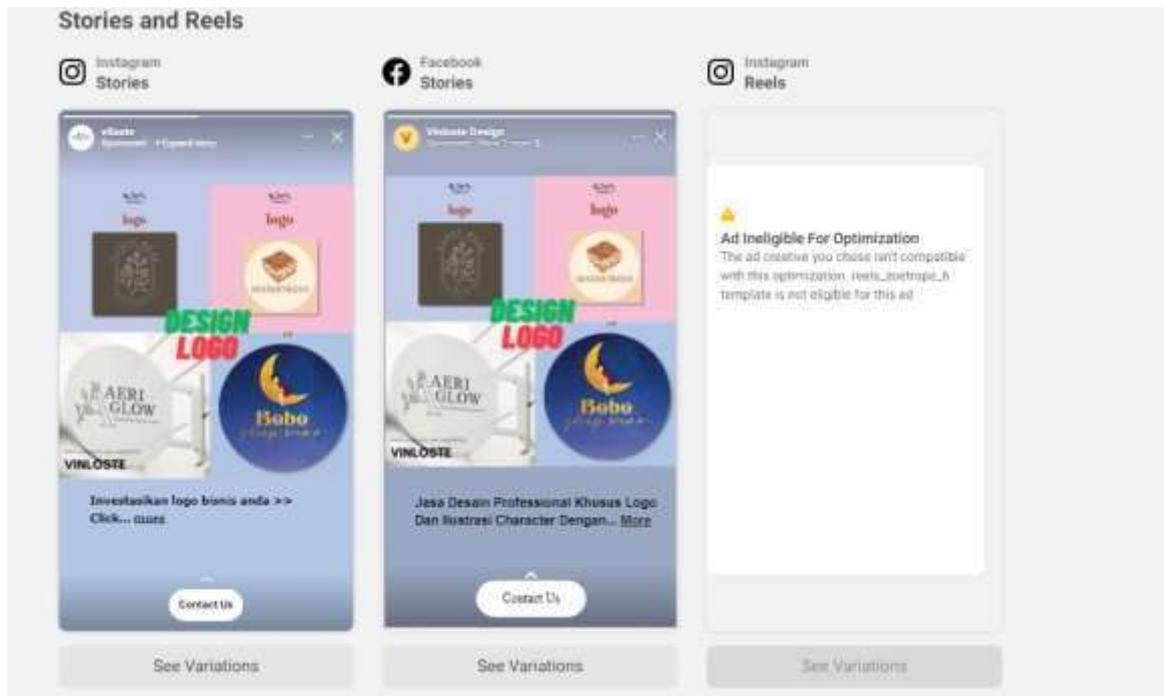
Gambar 3.26 *Dashboard* Meta Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



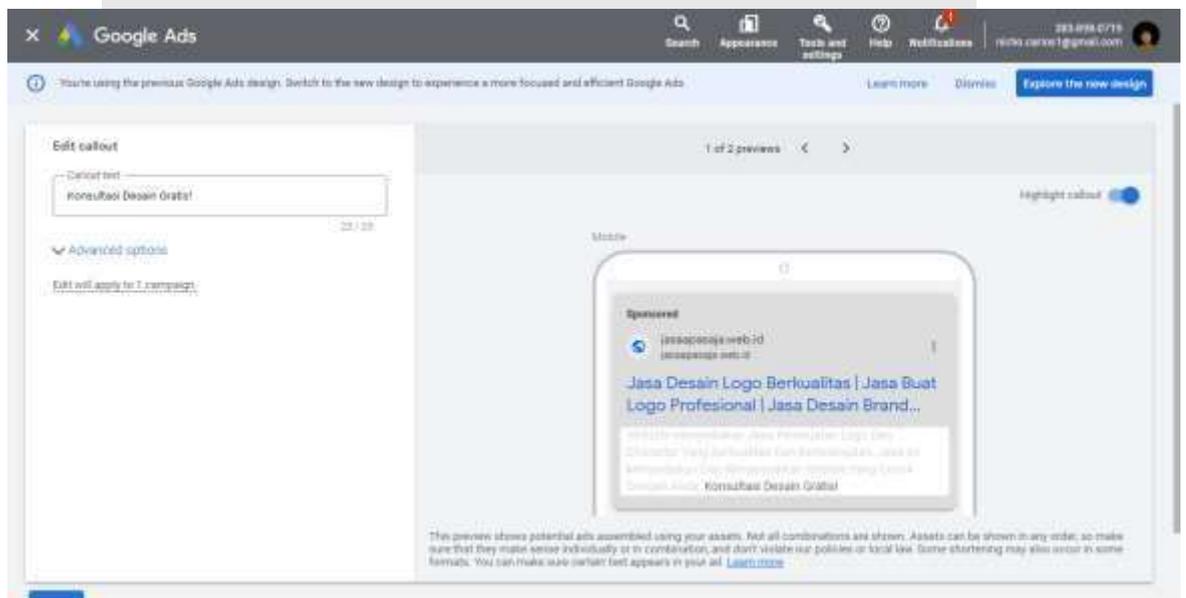
Gambar 3.27 Campaign Meta Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



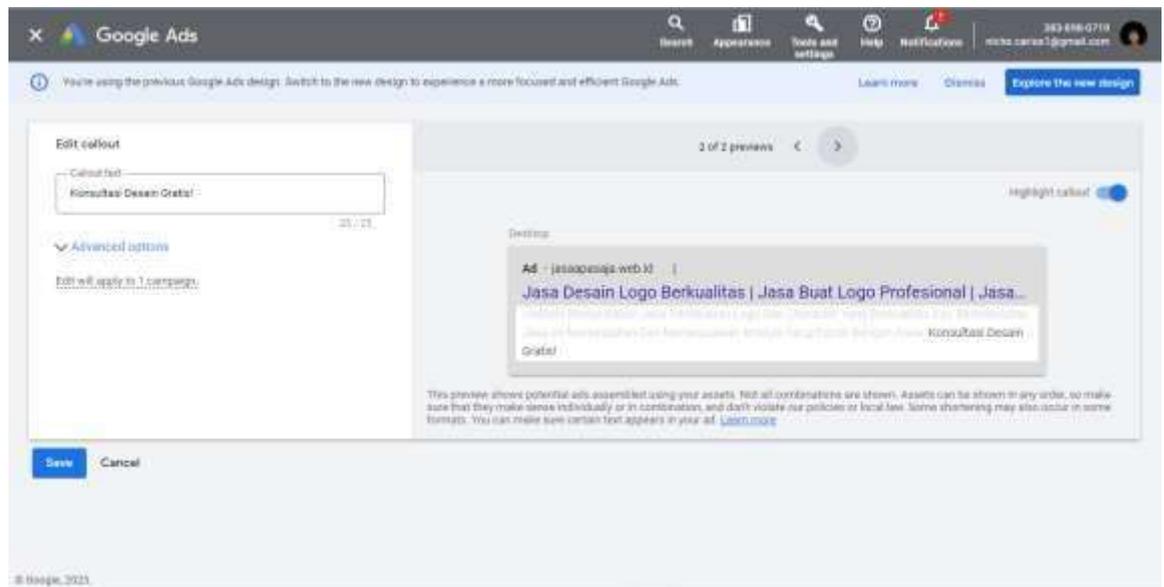
Gambar 3.28 Campaign Meta Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.29 Campaign Meta Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.30 Campaign Meta Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.31 Campaign Meta Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

6. Memasukkan hasil Meta Ads dan Google Ads Vinloste ke *Dashboard Digital Marketing Lister* untuk dianalisis.

Setelah menjalankan ke dua *campaign* yaitu *campaign* Google Ads dan Meta Ads. Terdapat data CTR, *view*, *lead*, *impression*, dan lain-lain. Data tersebut dimasukkan ke dalam *dashboard digital marketing* yang *templatnya* diberikan oleh kak Julian. Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019) menjelaskan bahwa "*dashboard digital marketing*" adalah "sebuah tampilan *visual* yang menyajikan metrik dan data kunci dari berbagai saluran dan kampanye pemasaran *digital* dalam satu lokasi yang terpusat" (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019, hal. 345). Di dalam *template* tersebut sudah ada rumus excel yang dimasukkan. Tujuan memasukkan data tersebut adalah untuk melakukan analisis dan evaluasi yang perlu diperbaiki dalam *campaign* ke depannya. Namun karena kekurangan beberapa data terdapat kendala saat memasukkan data ke *dashboard digital marketing*. *Dashboard* tersebut harus memuat data SEO, Google ads, Meta ads, anonym, sosial

media organic dan lain-lain. Ini merupakan tabel kesimpulan yang di dapat jika mengisi seluruh data pada *dashboard digital marketing*.

The image shows a screenshot of an Excel spreadsheet used as a digital marketing dashboard. It features a grid of data with columns for 'Leads', 'Budget', 'CPL', 'ROAS', and 'Repeat Order'. The data is organized into several sections, likely representing different marketing channels or campaigns. The spreadsheet is filled with numerical values and some text labels, providing a comprehensive overview of marketing performance metrics.

Gambar 3.32 *Dashboard Digital Marketing*

(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

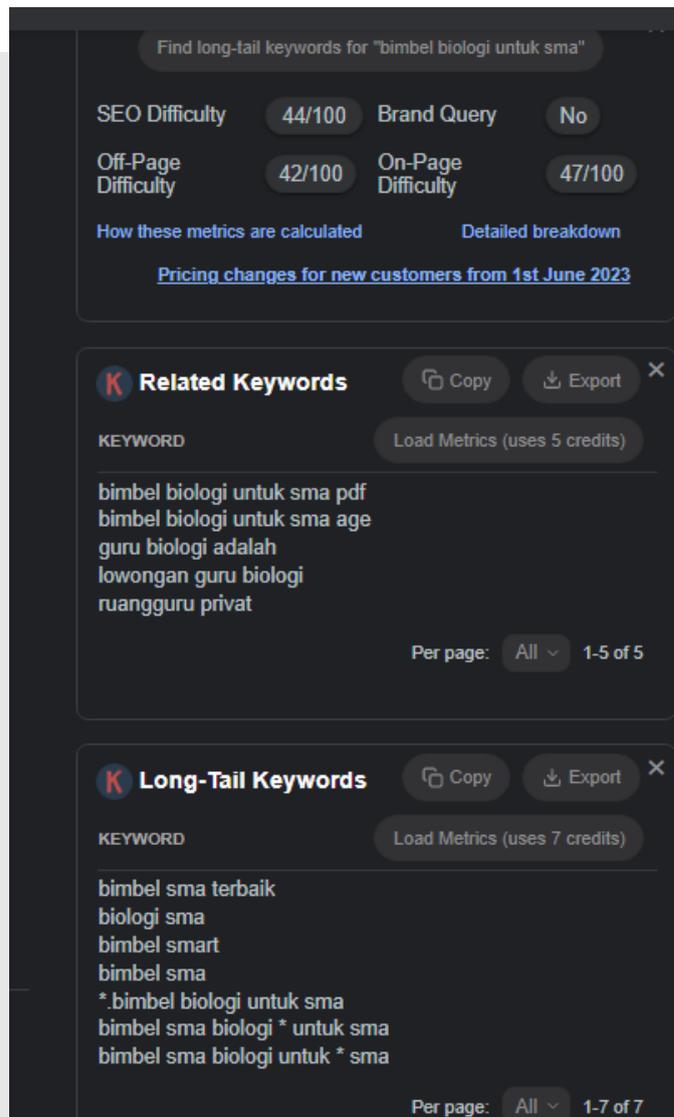
CH	CI	CJ	CK	CL	C
REPORT DIGITAL MARKETING					
JENIS RAS	JUMLAH	BATAS	GAP		
CPL FB DAN	#REF!				
CPL GOOGLE	#REF!				
CPL REKOMENDASI DAN ANONIM					
CPL LEADS LAMA DAN REPEAT ORDER					
CPL B2B					
ROAS FB ADS DAN SOSMED					
ROAS GOOGLE ADS DAN SEO					
ROAS REKOMENDASI DAN ANONIM					
ROAS LEADS LAMA DAN REPEAT ORDER					
ROAS B2B					
BUDGET MARKETING TOTAL					
OMSET TOTAL (B2C + B2B)					
RASIO COST MARKETING TOTAL					
ROMS TOTAL					
JUMLAH LEADS B2C					
JUMLAH LEADS B2B					
RATA-RATA	#REF!				
CPL FB IG ADS					
CPL GOOGLE ADS					
CPL SEO					
CPL ORGANIC SOSMED					
CPL ORGANIC B2B					
CPL ADS B2B					
TOTAL ROAS FROM GOOGLE DAN SOSMED					
ROAS GOOGLE ADS DAN SEO					
ROAS GOOGLE ADS DAN SEO					
ROAS FB ADS DAN SOSMED					

Gambar 3.33 *Campaign Meta Ads*

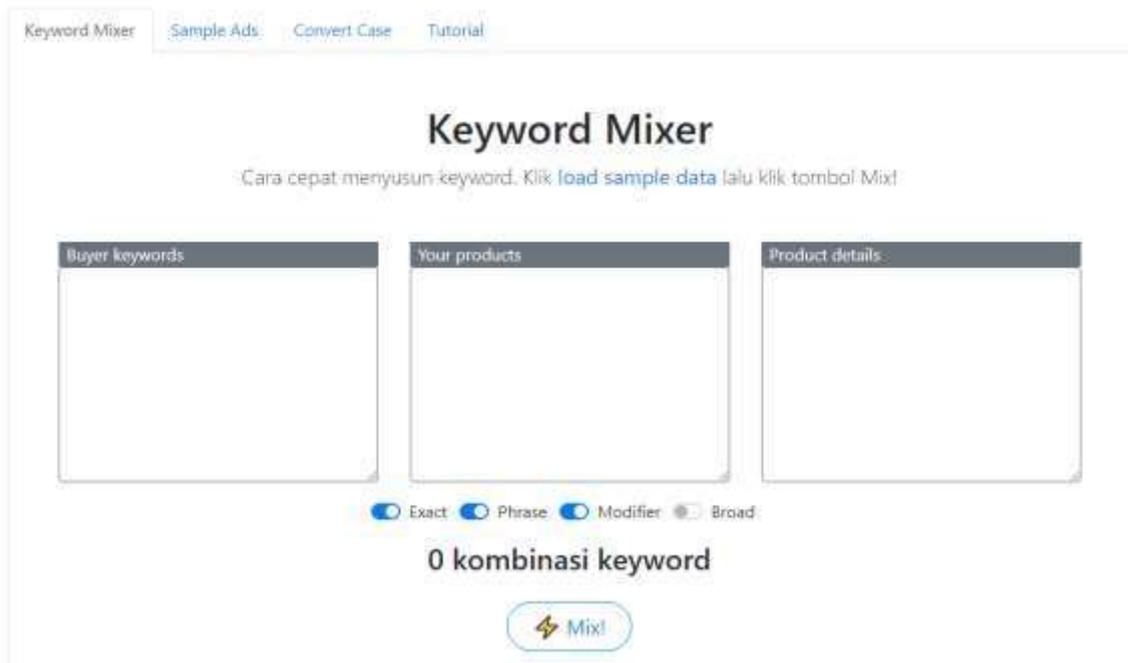
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

7. Membantu riset *keyword* dan membuat *keyword* untuk *campaign* Google Ads.

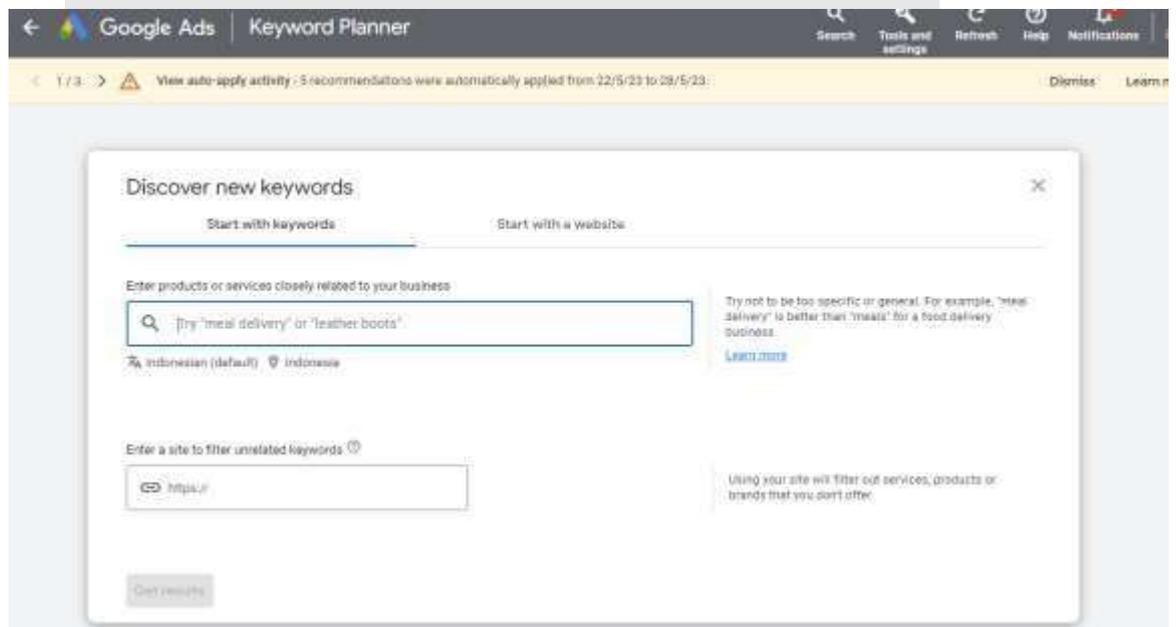
Setelah selesai melakukan *training*, akhirnya penulis diberikan kesempatan untuk terjun melakukan pekerjaan Lister secara langsung. Saat itu kak Julian membuat *meeting* dengan kak Rias, orang yang membantu mengurus *ads* di Lister. *Job desk* pertama yang diberikan kepada penulis adalah untuk melakukan riset *keyword* dan membuat *keyword* Program bahasa *homevisit* dan *camp*. Fishkin (2020) menjelaskan bahwa "*keyword*" adalah "sebuah kata atau frasa yang dianggap penting dalam pencarian online karena mencerminkan niat dan minat pengguna serta relevan dengan konten yang mereka cari" (Fishkin, 2020, hal. 112). Lalu kak Julian juga memberikan informasi dari *meeting* yang telah kak Julian lakukan dengan pihak Meta. Karena ROAS Google Ads lebih besar dibanding Meta Ads, maka Lister akan berfokus membuat *campaign* di Google Ads. Membuat *keyword* dibantu beberapa *tools* seperti Keyword Planner, Google, Extension Keyword Everywhere, dan Keyword Mixer.



Gambar 3.34 *Tools* Extension Keyword Everywhere
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

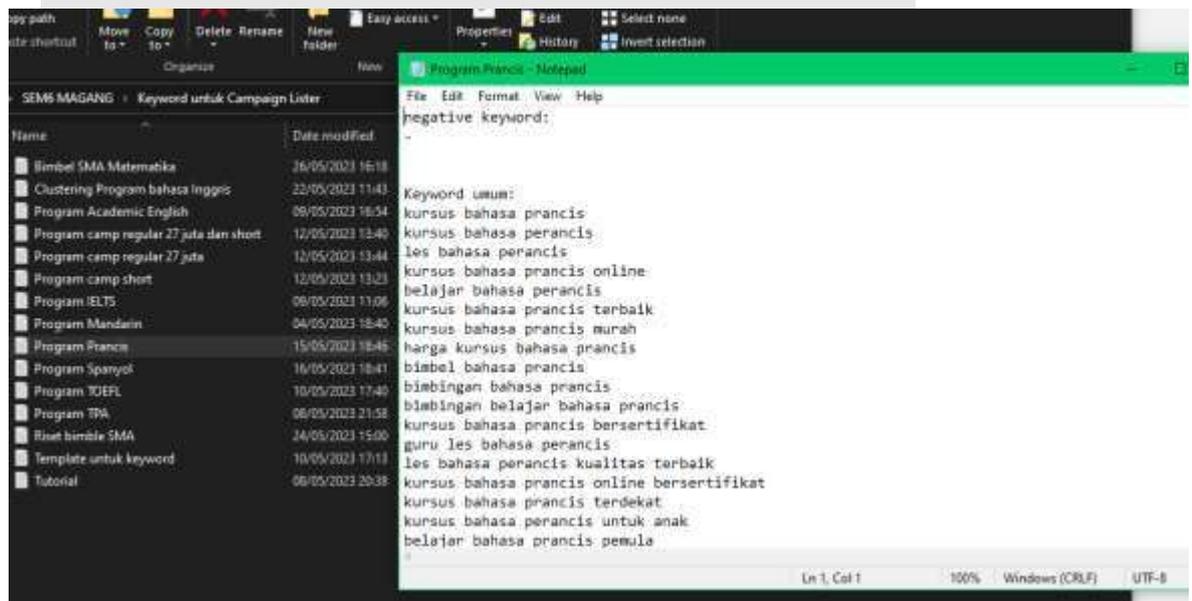


Gambar 3.35 Keyword Mixer
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.36 Keyword Planner Google Ads
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

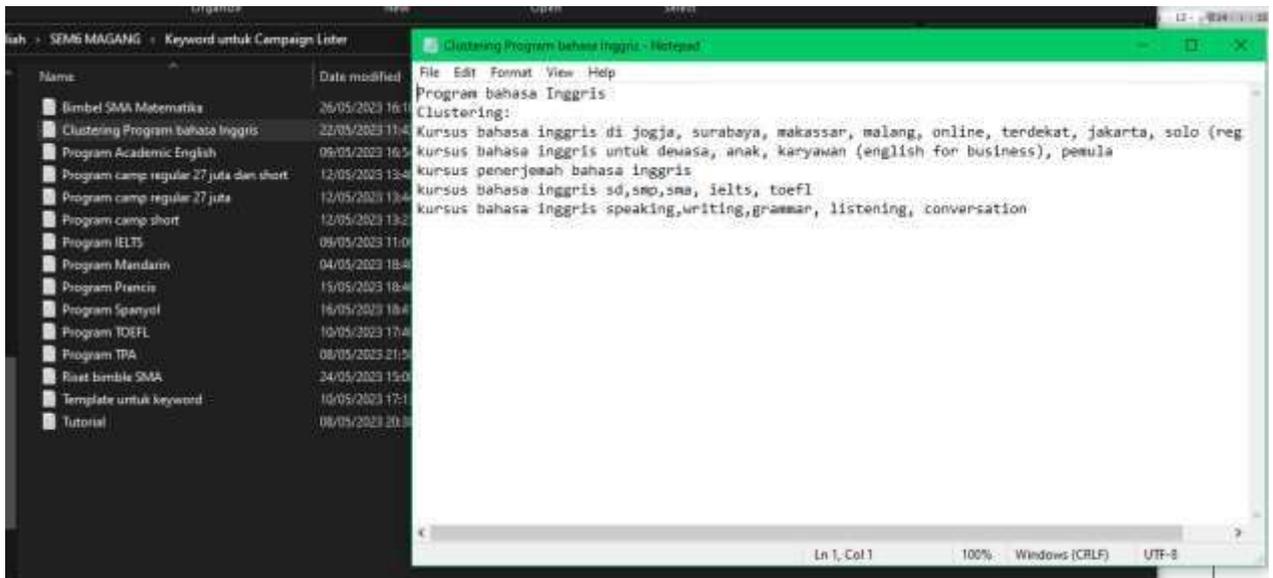
Ini merupakan hasil riset dan pembuatan *keyword* yang sudah dikerjakan penulis.



Gambar 3.37 *Keyword* yang telah dibuat
(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

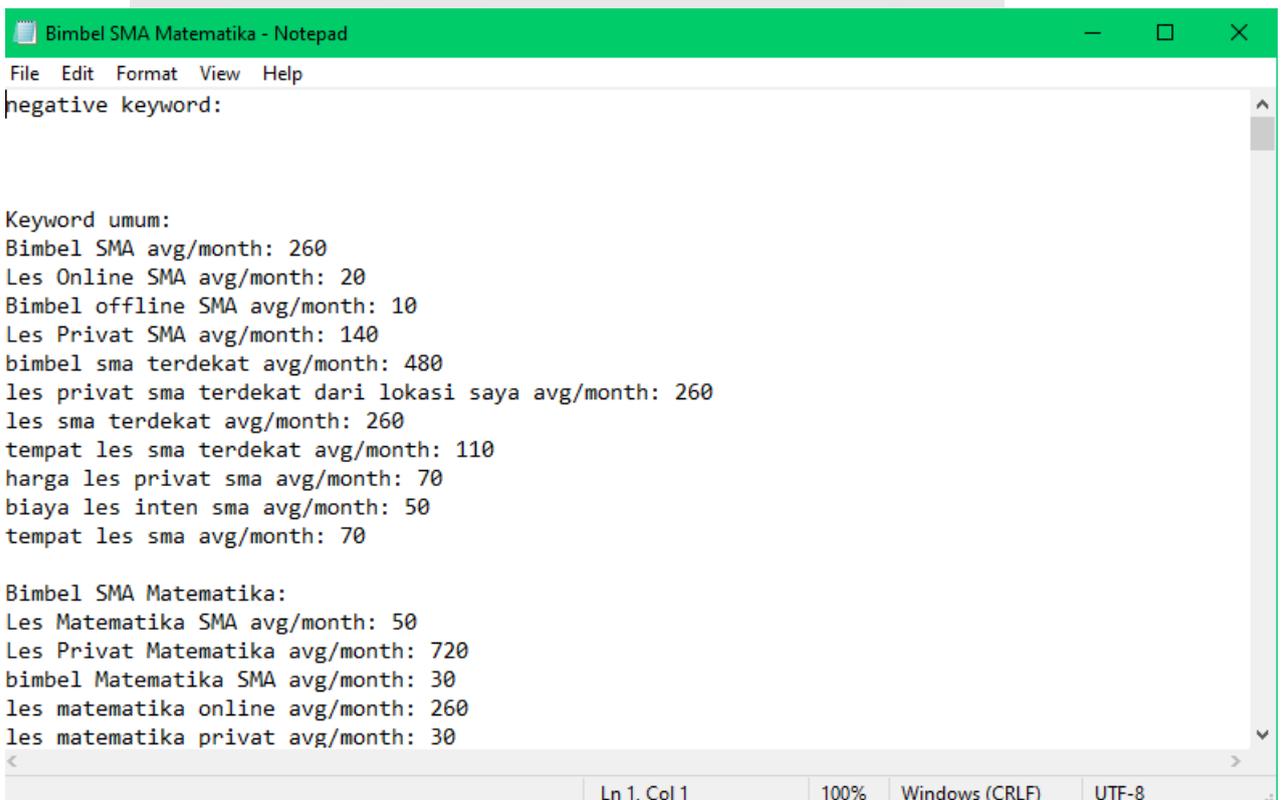
8. Membantu *clustering* program Inggris untuk pembuatan *campaign* di Google Ads, membuat *keyword*nya serta membuat *keyword* untuk bimbel mata pelajaran SMA.

Job desk selanjutnya adalah melakukan *clustering* pada program Inggris. Karena sebagian besar penghasilan bersih berasal dari program Inggris, maka Program Inggris ingin di optimalkan lagi menjadi beberapa *cluster* atau kategori. Dari *clustering keyword* program bahasa Inggris yang sudah dibuat, dibuat *keyword*nya. Lalu setelah itu membantu riset *keyword* dan membuat *keyword* bimbel SMA mata pelajaran untuk *campaign* Google Ads. Mata pelajaran: Matematika, B.Indonesia, B.Inggris, Fisika, Kimia, Biologi, Mat IPA, Sejarah, Sosiologi, Geografi, dan Ekonomi.



Gambar 3.38 Clustering Keyword Bahasa Inggris

(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)



Gambar 3.39 Keyword Bimbel SMA

(Sumber: Dokumentasi Pribadi 2023)

3.3 Kendala yang Ditemukan

Penulis mengalami beberapa kendala saat proses kerja praktik magang sebagai Digital Marketing Internship di PT Lister Teknologi Edukasi. Berikut kendala tersebut:

1. Harga *tools* premium berbayar yang digunakan untuk membantu aktivitas pekerjaan memiliki harga yang lumayan tinggi.

Waktu awal pekerjaan banyak kendala dalam modal seperti *domain* website, *tools* Elementor versi pro, *tools* keyword yang berguna untuk riset *keyword*, sampai *top up* iklan *campaign* pada Meta Ads dan Google Ads.

2. Tantangan dalam membuat *landing page* yang menarik terutama di bagian desain.

Karena penulis tidak memiliki *background* desain, penulis belum terbiasa dalam hal desain, melihat warna, dan penempatan di website. Hal ini menjadi kendala yang membuat *landing page* kurang menarik.

3. Keamanan facebook yang semakin ketat

Penulis mengalami banyak kendala saat ingin membuat akun Meta Ads. Beberapa akun facebook penulis sudah terkena *restrict* dari Facebook dikarenakan kecurigaan keamanan yang membuat proses kerja menjadi terhambat.

4. Pekerjaan dilakukan secara *Work From Home*

Pekerjaan yang dilakuakn secara *Work From Home* sebenarnya memiliki tantangan tersendiri karena terhalang oleh ruang, terkadang komunikasi lewat online menghasilkan beberapa miskomunikasi. Lalu waktu yang *fleksible* juga menjadi tantangan bagi diri sendiri untuk mengatur waktu dengan baik serta tidak melakukan prokrastinasi.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berikut solusi atas kendala yang dialami oleh penulis selama proses kerja praktik magang sebagai Digital Marketing Internship di PT Lister Teknologi Edukasi:

1. Harga *tools* premium berbayar yang digunakan untuk membantu

aktivitas pekerjaan memiliki harga yang lumayan tinggi.

Karena dalam membuat *campaign* diperlukan *tools* yang berbayar untuk optimasi, serta jika ingin membuat *landing page* memerlukan *domain* yang berbayar, dan *top up ads* diperlukan. *Digital marketing* butuh modal biaya yang tidak murah. Namun solusi atas kendala ini adalah kak Julian meminjamkan *domain* yang dimilikinya dan *tools* yang diperlukan secara gratis kepada penulis. Penulis hanya menanggung biaya *top up ads* total sebesar 60.000 rupiah.

2. Tantangan dalam membuat *landing page* yang menarik terutama di bagian desain.

Bagian desain menjadi salah satu faktor yang penting dalam *landing page*. Desain bisa menjadi hal yang membuat calon pembeli betah dan penasaran dengan produk yang kita jual. Solusi atas kendala ini adalah penulis, meminta pendapat kak Julian desain apa yang kurang dan perlu diperbaiki serta bagaimana cara memperbaikinya agar terlihat bagus. Penulis melakukan revisi dan belajar sampai desain *landing page* terlihat bagus.

3. Keamanan facebook yang semakin ketat

Keamanan akun facebook yang semakin ketat untuk menghindari penyalahgunaan Meta Ads membuat penulis yang baru membuat akun mengalami kesulitan. Namun solusi dari kendala ini adalah dengan menonton Youtube dan mencaritahu di internet bagaimana cara lolos dari keamanan Facebook. Hal ini dapat terselesaikan dengan baik dan pada akhirnya akun penulis lolos dari keamanan yang ketat dengan melakukan beberapa hal seperti membuat akun baru facebook aktif tidak dipakai untuk *ads* saja, mengikuti standar keamanan facebook, mengikuti prosedur untuk melepaskan akun yang mengalami *restrict* dan menaati ketentuan yang di buat oleh Facebook.

4. Pekerjaan dilakukan secara *Work From Home*

Solusi dari pekerjaan yang dilakukan secara *Work From Home* adalah dengan memperjelas komunikasi dan perkataan melalui online dan agar tidak terjadi miskomunikasi bila bingung beranikan diri untuk bertanya dan melakukan konfirmasi informasi. Untuk waktu yang *fleksible*, kita harus

menetapkan *deadline* pribadi dengan waktu yang detail dan fokus disaat kerja, jangan terdistraksi oleh hal lain. Untuk menangani prokrastinasi adalah buat suasana kerja yang baik seperti memutar lagu, melakukan pekerjaan setelah mandi dan makan, jauhkan gadget dan paksakan diri untuk memulai pekerjaan dari waktu yang sudah ditentukan.