

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

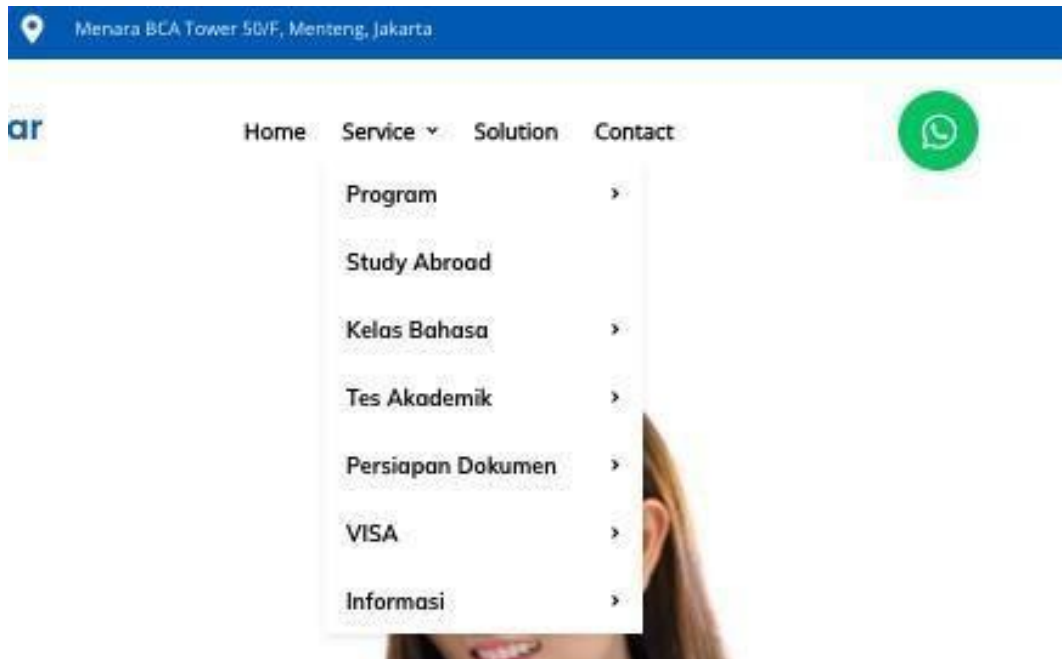
3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dengan memilih PT Mediamaz Solusindo Nusantara sebagai tempat kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi Mediamaz Scholar sebagai seorang *content writer* untuk durasi 800 jam kerja. Pada kesempatan magang tersebut, penulis dipercaya dalam menulis sekaligus melakukan segala proses adaptasinya, seperti pencarian SEO, keywords, editing, hingga pengunggahan konten yang sudah disempurnakan di *website* Mediamaz Scholar.

Para mahasiswa/i dari berbagai kampus yang kerja magang di PT Mediamaz Solusindo Nusantara tentunya mendapat bimbingan dari supervisor divisinya. Sebelumnya di Mediamaz bagian Scholar, para *content writer* dibimbing oleh Restu Dwi Anggraini selama 2 bulan awal, tepatnya sebelum masa kontrak kerjanya habis. Dilanjut pengarahan oleh Arief Mochamad Hidayat yang merupakan *supervisor* atau *lead* dari tim *digital marketing* Mediamaz dan bimbingan lapangan magang oleh Febri Eka Mardiani selaku *supervisor content writer* Scholar baru selama sisa pelaksanaan waktu magang.

Menjadi divisi yang memiliki *website* dan hal lainnya sendiri secara lebih spesifik, Mediamaz Scholar merupakan divisi yang menyuguhkan berbagai informasi mengenai pendidikan, seperti pembahasan mengenai beasiswa kuliah di dalam dan luar negeri, rekomendasi film/drama/buku yang mendidik, jurusan yang banyak diminati/langka, profil/biografi dan prestasi orang maupun tokoh terkenal, negara yang banyak diincar untuk studi di luar negeri, visa/tiket perjalanan/pasport untuk keberangkatan melanjutkan pendidikan di luar negeri, dan masih banyak lagi lainnya. (*Company Profile Scholar*, 2020).

Tidak hanya seputar pendidikan, biasanya kami juga memberikan informasi yang sedang hangat diperbincangkan sebagai selingan sebagai hiburan, sekaligus mengangkat peringkat Mediamaz Scholar dibanding dengan pesaing lainnya. (*Company Profile Scholar*, 2020).



Gambar 3.1 Service/Layanan yang disediakan oleh Mediamaz Scholar

Sumber: Website [Mediamaz Scholar](#) (2023)

Para pekerja magang dijadwalkan bekerja di kantor (*Work From Office*) hanya satu kali dalam satu pekan, sisanya bekerja di rumah (*Work From Home*), dengan hari kerja yang diadaptasi oleh perusahaan pada Senin - Jumat (08.00-17.00 WIB) dan target satu hari menulis satu artikel. Berbeda dengan jumlah yang perlu di unggah, yakni satu hari mengunggah tiga artikel, membuat kami (3 orang *content writer*) memutuskan untuk tetap menulis satu artikel pada hari Sabtu sebagai 'tabungan' artikel untuk hari berikutnya.

Dalam penjadwalannya, Mediamaz Scholar lebih memilih Dashboard Traffic untuk memantau dan evaluasi daripada menggunakan timeline. Hal ini dikarenakan masa berlaku konten yang tidak menentu dan perlu diunggah secepatnya. Sebagai contoh pengalaman penulis ketika mengulas dan melakukan penulisan artikel mengenai beasiswa dengan pendaftaran dibuka sampai tanggal 20 Februari, maka artikel tentang beasiswa inilah yang harus ditulis dan diunggah terlebih dahulu daripada beberapa konten yang direncanakan sebelumnya.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dengan seratus hari yang telah dilewati sebagai *content writer* di PT Mediamaz Solusindo Nusantara, adapun banyak hal baru yang penulis pelajari dari berbagai aktivitas disana. Melalui aktivitas-aktivitas tersebut, baik pemikiran, ide, perencanaan, eksekusi, hingga tulisan, harus diolah dengan sebaik dan sematang mungkin untuk menghasilkan sebuah artikel yang berkualitas. Tidak hanya berfokus pada kualitas artikel, pun kerjasama dalam tim juga sangat diperlukan pada proses dan hasil, seperti salah satunya kreativitas *content writing* pada berbagai macam keperluan divisi.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berbagai aktivitas tersebut, dapat dijabarkan dari yang paling utama sebagai *content writer* hingga kepentingan bersama tim (Tugas Tambahan) adalah sebagai berikut:

TUGAS UTAMA	<i>Make a Content Pillar</i>	Mencari topik/tema utama untuk arah konten yang berkaitan.
	<i>Implementation</i>	Menerapkan segala perencanaan dan perancangan yang telah
	<i>Edit Articles</i>	Melakukan penulisan artikel yang sesuai dengan perencanaan, ide, topik, SEO, dan LSI.
	<i>Content Production</i>	Memberi suntingan pada kata, bahasa, dan kalimat dalam tulisan artikel.

TUGAS TAMBAHAN	<i>Brainstorming</i>	Bertukar pikiran dalam mengumpulkan ide untuk sebuah solusi.
	<i>Search Engine Optimization</i>	Meneliti, membuat strategi, dan mengimplementasi segala aspek SEO.
	<i>Strategic Planning</i>	Membuat perencanaan untuk editorial dan penjadwalan konten situs <i>web</i> .
	<i>Content Topic</i>	Mencari ide topik konten.
	<i>Review</i>	Mengulas kembali desain yang telah dibuat, baik untuk keperluan sehari-hari maupun kampanye.

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

Sumber: Olahan Pribadi(2023)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Inilah tanggung jawab utama yang harus diselesaikan oleh seorang *content writer* selama aktivitas kerja magang:

A. *Content Writing*

Content writing menjadi sangat penting dalam bidangnya untuk menyediakan konten relevan laman resminya, yang menjadi sub-spesialisasi *copywriting*. Digambarkan oleh (Latifatunnisa, 2022) definisi *content writing* menurut Semrush yaitu pembuatan konten

yang tujuannya mencapai pemasaran online, yang mana secara kehadiran dan penggunaannya di dunia nyata sangat penting bagi penulisan media digital, seperti portal berita, situs web, dan sejenisnya. Dalam setiap *webnya*, tentu ada target audiens yang dijabarkan secara spesifik dan disertai konten yang relevan untuk menarik hati targetnya tersebut.

Selain itu, *content writing* juga dibutuhkan untuk memperluas jangkauan penyebaran informasi kepada khalayak luas juga *stakeholder* melalui media digital, dan berpengaruh menjadi sebuah bagian yang mengorganisasi situs serta jejaring sosial, terlebih Instagram. Seorang *content writer* harus memastikan bahwa konten yang dibuat dan diunggah memiliki isi yang menarik dari segi pemilihan bahasa, kepenulisan, dan pengemasan siaran pers yang berkaitan dengan kebijakan dan pencapaian kinerja pemerintah.

Roger W. Nielsen dalam jurnal (Widyaningrum, 2019), pernah memaparkan bahwa, akan adanya perubahan komunikasi biasa ke komunikasi elektronik atau penulis konten. Hal ini membuat banyak orang pada bidangnya perlu menambah wawasan dan mengembangkan kemampuan diri untuk menulis konten yang lebih berkualitas lagi. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa *content writer* lebih sering disesuaikan dengan apa yang perusahaan butuhkan atau dengan kata lain, perusahaan membentuk gaya *content writer* sesuai kebutuhan juga instansi sebagai pengguna jasa.

Melihat banyak situasi dan kondisi, pada intinya kunci keterampilan pada media digital yaitu dengan menggunakan prinsip serta teknik yang jelas, ringkas, dan kredibel. Menurut Nielsen dalam jurnal (Widyaningrum, 2019), seorang *content writer* harus mampu menemukan orang yang menarik untuk dijadikan narasumber dan subjek yang menarik serta menghibur pembaca. Empat langkah untuk menulis konten, diantaranya:

1. Mendapatkan ide yang menarik untuk menimbulkan ketertarikan orang lain untuk membaca.
2. Mengumpulkan informasi sesuai dengan topik melalui sumber yang akurat.
3. Mencari data tambahan untuk lebih meyakinkan pembaca atas informasi yang disajikan.

4. Memilih tatanan judul headline semenarik mungkin.

Melalui keempat langkah yang sudah penulis paparkan di atas, seorang *content writer* perlu memiliki keterampilan dasar ini sebelum menyesuaikan atau disesuaikan dengan gaya kepenulisan perusahaan, diantaranya:

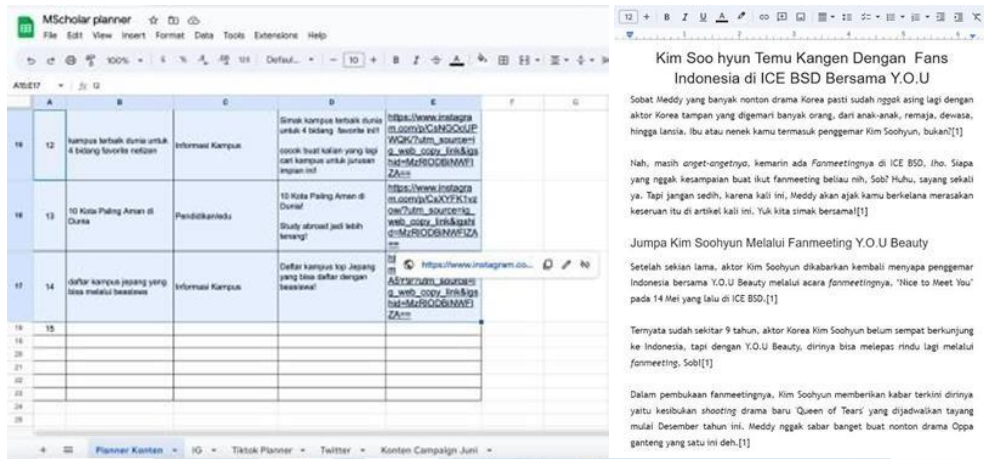
1. Harus Orisinal. Mendapatkan kepercayaan seseorang tidaklah mudah, yang mana kita perlu menerapkan dan menetapkan pembuatan sebuah konten dengan isi yang orisinal.
2. Kemampuan berbahasa yang cukup.
3. Meningkatkan kemampuan pengetahuan.
4. Pengetahuan dan penerapan EYD (Ejaan yang Disesuaikan).

Dari keempat keterampilan tersebut, seorang *content writer* sudah bisa dikatakan cukup baik dalam menjalankan serta menerapkan *jobdesc*nya sendiri. Hal ini dinyatakan berdasarkan langkah-langkah tersebut yang merupakan bagian *content writer* di perusahaan, seperti *keyword research*, pengumpulan informasi, *content research* dan lainnya. Akan tetapi, penulis sendiri tetap melakukan hal lain diluar *jobdesc*, yang memiliki kesinambungan dalam pembuatan konten artikel.

B. Make a Content Pillar

Pada bagian ini, pembuatan sebuah pilar konten dilakukan bersama tim dalam menemukan landasan utama untuk menghasilkan lebih banyak konten yang berkaitan dan mendukung perencanaan kampanye yang akan dijalani. Melalui tahapan ini, kami dapat memfokuskan diri terhadap sebuah produksi konten dan memberikan struktur yang terarah serta konsisten.

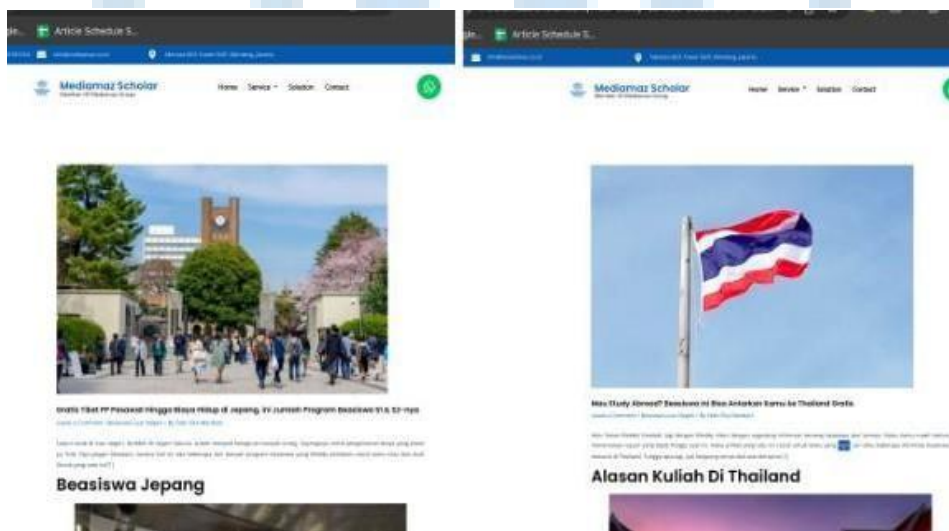
Pilar konten dibuat demi membentuk konten yang kuat dan kokoh sesuai pendiriannya. Hal ini didefinisikan dengan sebuah SMI (Social Media Influencer) yang membuat konten saat ini bisa lebih disesuaikan dan mengikuti perubahan industri. SMI sendiri didefinisikan sebagai pesona digital, menciptakan konten secara mandiri, hingga membangun komunitas di linimasa besar (Gomez, 2019).



Gambar 3.2 Content Pillar
Sumber: Olahan Pribadi (2023)

C. Implementation

Menjadi tahap kelanjutan dari sebuah strategi yang telah dimatangkan, implementasi dilakukan sebagai bentuk nyata langkah dengan memerlukan alokasi sumber daya, organisasi tim, tanggung jawab, dan pengawasan supaya dapat berjalan lancar dan tepat. Implementasi sendiri dilakukan untuk merealisasikan strategi secara nyata dan diharapkan dapat memberi hasil yang positif dalam banyak hal.



Gambar 3.3 Dashboard Traffic
Sumber: Olahan Pribadi (2023)

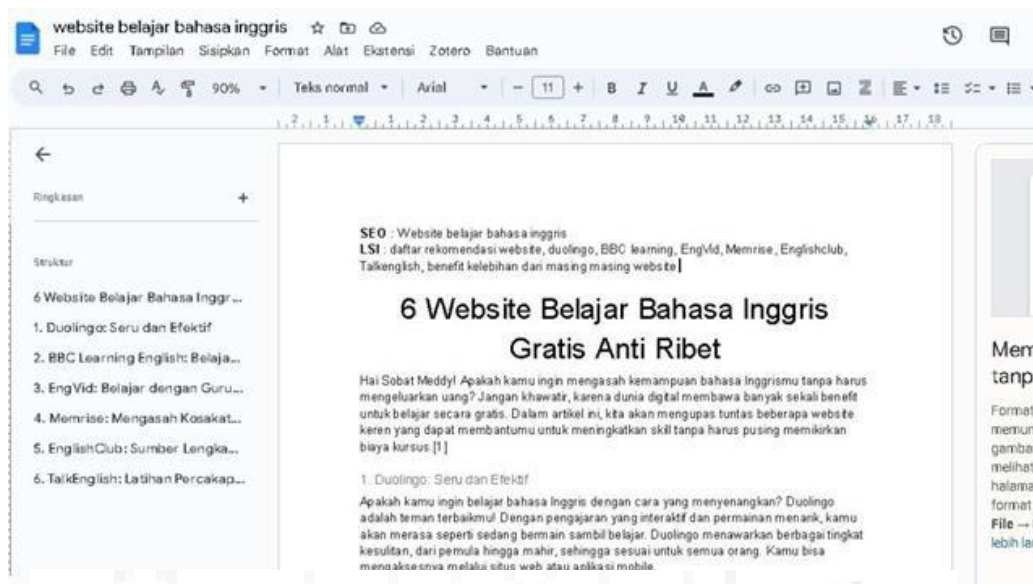
Dashboard Mediamaz Scholar's Blog							
PIC Penulis	Kategori	Deadline Topik	Deskripsi Topik	Keyword SEO	Link Referensi	Link G-Doc	Status
Novena	Beasiswa Luar Negeri	Campaign Juni	Top Beasiswa Thailand	Beasiswa Populer Thailand	https://berkahsehat.com/10-7-2020-10-beasiswa-unggulan-2021/	https://berkahsehat.com/10-7-2020-10-beasiswa-unggulan-2021/	Publish
Novena	Beasiswa Luar Negeri	Campaign Juni	Beasiswa Jepang Yang Populer	Beasiswa Jepang	https://berkahsehat.com/10-7-2020-10-beasiswa-unggulan-2021/	https://berkahsehat.com/10-7-2020-10-beasiswa-unggulan-2021/	Publish

Gambar 3.4 Implementation Campaign in June

Sumber: Olahan Pribadi (2023)

D. Edit Articles

Memiliki kemiripan dengan Content Production, Edit Articles menjadi tahap terakhir sebelum sebuah artikel akan di publikasi pada website perusahaan. Nantinya, seorang editor artikel akan kembali memeriksa tulisan yang telah dibuat oleh *content writer*, dan dilakukan sedikit suntingan untuk meningkatkan sekaligus menyempurnakan kata bahasa demi flow tulisan yang lebih menentu sebelum publikasi.



Gambar 3.5 Editing Process

Sumber: Olahan Pribadi, Gdocs (2023)

E. Content Production

Jika sudah menemukan ide, topik, SEO, dan LSI, selanjutnya merupakan tugas Content Production untuk menciptakan dan menghasilkan konten berkualitas, seperti artikel, video, gambar, infografis, dan lainnya, sesuai dengan perencanaan yang sudah ditentukan sebelumnya. Pada perilisan konten, terlebih pada sebuah artikel, pun diperlukan pengeditan desain visual yang memiliki kualitas, konsistensi, dan penyampaian menarik kepada target audiens.



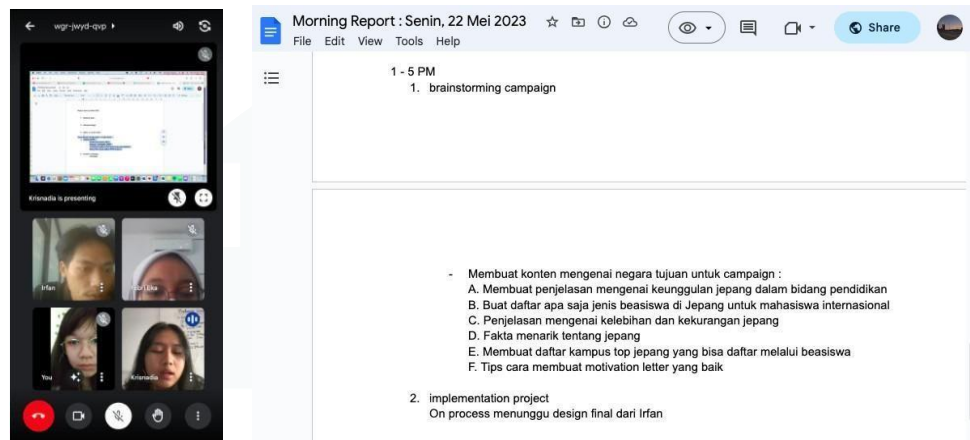
Gambar 3.6 Content Production

Sumber: Olahan Pribadi (2023)

F. Brainstorming

Sederhananya, brainstorming merupakan sebuah teknik yang dapat dipakai dalam segala kebutuhan. Hal ini berdasarkan Osborn dan Felix dalam (Eva, 2020), yang mengembangkan dan menyimpulkan bahwa brainstorming merupakan sebuah kata yang dikenal dengan definisi sebuah penggabungan banyak ide untuk penyelesaian suatu masalah yang dilangsungkan dalam diskusi bersama dengan waktu singkat.

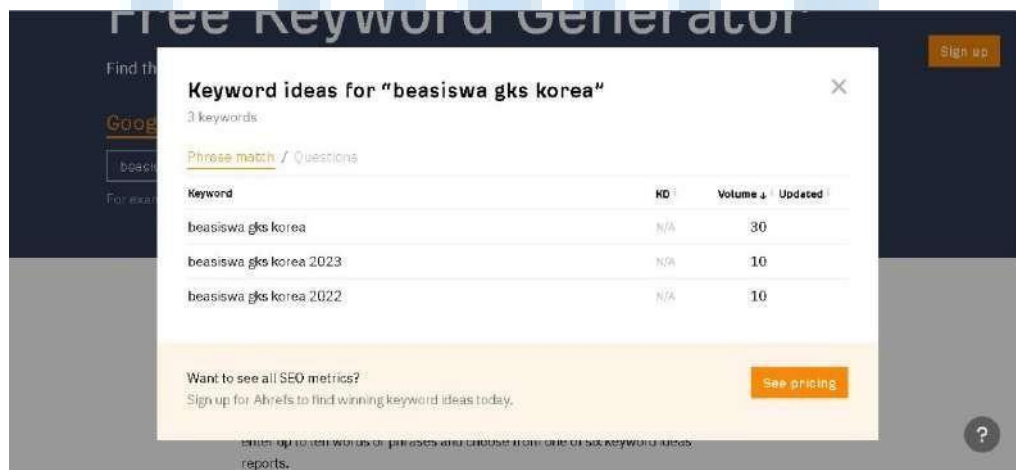
Dari pengembangan tersebut, dilakukan bersama dalam tim Mediamaz Scholar untuk saling menuangkan ide-ide kreatif yang kemudian ditampung untuk kembali didiskusikan dengan tujuan memutuskan hasil/gagasan akhir. Menurut Rawlinson dalam (Riski, 2019), berdasarkan hal-hal yang ada, seseorang dengan idenya dapat memancing ide orang lain hingga berkaitan satu sama lain.



Gambar 3.7 Morning Report, Briefing Team & Brainstorming Result
Sumber: Olahan Pribadi (2023)

G. Search Engine Optimization

Memiliki tujuan untuk dapat meningkatkan visibilitas dan peringkat situs konten/web pada pencarian mesin pencari seperti Google, seorang SEO (*Search Engine Optimization*) perlu meneliti, membuat strategi, dan mengimplementasi segala aspek SEO. Hal ini tentu diperlukan sebuah analisis kata kunci, optimisasi konten, struktur situs, tautan masuk (*backlink*), serta pemantauan kinerja untuk meningkatkan *traffic* organik dan mendapatkan peringkat lebih baik dalam hasil pencarian.



Gambar 3.8 SEO Search
Sumber: Ahrefs (2023)

H. Strategic Planning

Untuk masa depan yang lebih baik dan tertata, tentu kita perlu membangun sebuah pondasi yang lebih kuat daripada sebelumnya sejak dini. Saat ini, selain berfokus pada kampanye itu sendiri, penulis bersama dengan tim menilai kurang dan lebih kinerja kami dari planning sebelumnya. Hal ini dilakukan menggunakan analisa SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) yang melibatkan evaluasi eksternal dan internal (seperti manajemen senior, tim eksekutif, hingga tim kerja divisi lain), demi mencapai target yang sudah ditentukan dan pengembangan strategi untuk durasi waktu yang lama kedepannya.

Sebelum membahas lebih lanjut, perlu diketahui bahwa analisis SWOT merupakan metode analisa yang dikenalkan pertama kali oleh Albert Humphrey. Hal tersebut dilakukannya pada penelitian di Stamford University sekitar tahun 1960-1970. (Fatimah, 2020).

Week	Day	Status	Category	Content Topic	Juli Keren
WEEK 1	Monday	WAITING	BEASISWA	20 beasiswa July Funded	20 beasiswa July Funded
	Tuesday	WAITING	BEASISWA	Permainan Beasiswa ke Luar Negeri	Permainan Beasiswa ke Luar Negeri
	Wednesday	WAITING	BEASISWA	REELS INSTAGRAM	REELS INSTAGRAM
	Thursday	WAITING	BEASISWA	Kabar Gemilang Beasiswa ke Luar Negeri	Kabar Gemilang Beasiswa ke Luar Negeri
	Friday	WAITING	BEASISWA	Kegiatan Guru di Luar Kampus	Kegiatan Guru di Luar Kampus
	Saturday	WAITING	BEASISWA	Cafar program Magang di luar negeri	Cafar program Magang di luar negeri
	Sunday	WAITING	BEASISWA	Beasiswa Student Ex	Beasiswa Student Ex
WEEK 2	Monday	WAITING	BEASISWA	Ruang Tulis beasiswa MEXI	Ruang Tulis beasiswa MEXI
	Tuesday	WAITING	BEASISWA	Permainan Beasiswa ke Luar Negeri	Permainan Beasiswa ke Luar Negeri
	Wednesday	WAITING	BEASISWA	REELS INSTAGRAM	REELS INSTAGRAM
	Thursday	WAITING	BEASISWA	Kabar Gemilang Beasiswa ke Luar Negeri	Kabar Gemilang Beasiswa ke Luar Negeri
	Friday	WAITING	BEASISWA	Kegiatan Guru di Luar Kampus	Kegiatan Guru di Luar Kampus
	Saturday	WAITING	BEASISWA	Cafar program Magang di luar negeri	Cafar program Magang di luar negeri
	Sunday	WAITING	BEASISWA	Beasiswa Student Ex	Beasiswa Student Ex
WEEK 3	Monday	WAITING	BEASISWA	Ruang Tulis beasiswa MEXI	Ruang Tulis beasiswa MEXI
	Tuesday	WAITING	BEASISWA	Permainan Beasiswa ke Luar Negeri	Permainan Beasiswa ke Luar Negeri
	Wednesday	WAITING	BEASISWA	REELS INSTAGRAM	REELS INSTAGRAM
	Thursday	WAITING	BEASISWA	Kabar Gemilang Beasiswa ke Luar Negeri	Kabar Gemilang Beasiswa ke Luar Negeri
	Friday	WAITING	BEASISWA	Kegiatan Guru di Luar Kampus	Kegiatan Guru di Luar Kampus
	Saturday	WAITING	BEASISWA	Cafar program Magang di luar negeri	Cafar program Magang di luar negeri
	Sunday	WAITING	BEASISWA	Beasiswa Student Ex	Beasiswa Student Ex
WEEK 4	Monday	WAITING	BEASISWA	Ruang Tulis beasiswa MEXI	Ruang Tulis beasiswa MEXI
	Tuesday	WAITING	BEASISWA	Permainan Beasiswa ke Luar Negeri	Permainan Beasiswa ke Luar Negeri
	Wednesday	WAITING	BEASISWA	REELS INSTAGRAM	REELS INSTAGRAM
	Thursday	WAITING	BEASISWA	Kabar Gemilang Beasiswa ke Luar Negeri	Kabar Gemilang Beasiswa ke Luar Negeri
	Friday	WAITING	BEASISWA	Kegiatan Guru di Luar Kampus	Kegiatan Guru di Luar Kampus
	Saturday	WAITING	BEASISWA	Cafar program Magang di luar negeri	Cafar program Magang di luar negeri
	Sunday	WAITING	BEASISWA	Beasiswa Student Ex	Beasiswa Student Ex

Gambar 3.9 Strategic Planning for Campaign in July

Sumber: Olahan Divisi Scholar (2023)

I. Content Topic

Setelah membuat perencanaan dan penjadwalan konten, seorang *content writer* perlu mencari ide topik konten dengan pilihan, identifikasi, serta rumusan topik, sesuai tema

yang relevan, menarik, dan bermanfaat untuk audiens target. Pada bagian ini diperlukan analisa dan penelitian yang jelas pada pasaran, tren, hingga pemahaman kebutuhan & minat audiens. Tidak hanya itu, ide tersebut harus bersifat mendukung tujuan pemasaran atau komunikasi yang ditetapkan, serta dapat dijabarkan ke dalam berbagai jenis konten, seperti salah satunya ke dalam bentuk artikel.

Dashboard Mediamaz's Blog					
No	PIC Penulis	Kategori	Deadline Topik	Deskripsi Topik	Keyword SEO
118	Novena	News & Edukasi		Mengenal Hak dan Kewajiban Karwayan	hak dan kewajiban karwayan
119	Novena	News & Edukasi		Rekomendasi 5 Novel Metropop	novel metropop
120	Febri	Lifestyle		Mengenal Apa Itu Stoisisme	Stoisisme
121	Novena	Beasiswa Luar Negeri	2 Juli	University of Adelaine Research Scholarship (UARS)	University of Adelaine Research Scholarship
122	Febri	Beasiswa Luar Negeri	2 Juli	Queensland University of Technology Australian Government Research Training Program	Beasiswa Australian Government Research Training Program (RTP)
123	Novena	News & Edukasi		Rekomendasi Website Belajar TOEFL Gratis	Website belajar TOEFL gratis
124	Febri	Info Kampus		Bedah Kampus Universiti Kebangsaan Malaysia	University Kebangsaan Malaysia
125	Novena	Info Kampus		Jurusan Unik dan Langka Yang Hanya Ada satu di Indonesia	Jurusan unik dan langka di Indonesia
126	Febri	News & Edukasi		Rekomendasi Website untuk Self Development	webiste untuk self development
127	Febri	News & Edukasi		Mengenal jurusan Sastra Inggris	Jurusan sastra inggris
128	Novena	News & Edukasi		Tips Untuk Graphic Desain Pemula	Graphic Desain Pemula

Gambar 3.10 Dashboard Traffic (Kategori & deskripsi topik)
Sumber: Olahan Pribadi (2023)

J. Design Review

Direalisasikan terhadap sebuah desain yang mendekati persis dengan rencana setelah *Brainstorming*, dalam prosesnya perlu dilakukan sebuah *review* yang bertujuan untuk mengulas hasil desain yang ada.

Menurut sudut pandang (Bogaerts, 2018), ulasan sebuah desain diperlukan demi mencapai beberapa target yang menjadi syarat layak unggah. Hal ini, dilakukan dengan alurnya, mulai dari pengambilan skema, simulasi rangkaian, tata letak, serta verifikasi tercakup. Persamaan maupun perbedaan sebuah desain dapat sangat terlihat antara fotonik dan elektronik, seperti analisis variabilitas, simulasi desain, hingga definisimodel.

Design Review ini diawali dengan pencarian referensi yang paling cocok dan kemudian dibuat ulang dengan gaya sendiri untuk sekaligus disesuaikan dengan hasil diskusi. Hal ini tentu sangat diperlukan supaya kita dapat memposisikan diri terhadap masyarakat luar dan mengetahui bagaimana kira-kira pandangan mereka terhadap barang/jasa dengan desain yang ada.



Gambar 3.11 *Briefing Team, Review Design*

Sumber: Olahan Pribadi (2023)

3.2.3 *Page Conversion Writing*

Copywriting konversi merupakan pengertian dari sebuah jenis tulisan persuasif yang bertujuan untuk membuat seseorang mengambil dan melakukan tindakan tertentu, sering kali untuk membeli produk atau layanan (Ariyadi, 2020). Salinan konversi mempersempit fokus penulisan ke satu tujuan untuk mengkonversi, yang berarti membuat pembaca melakukan sesuatu saat itu juga. Berdasarkan penerapan yang ada selama ini, konversi bukan selalu pembelian, melainkan konversi bisa diartikan beberapa hal seperti:

1. Menyetujui tombol ajakan bertindak.
2. Menelepon.
3. Mengisi formulir *online*.
4. Menambahkan sesuatu ke keranjang belanja online.
5. Berlangganan ke daftar atau buletin.
6. Berbagi tawaran di media sosial.
7. Membuka/mengunjungi situs web.

Dalam upaya membujuk pembaca melalui tulisan, tujuan *copywriter* di mediamaz sendiri adalah menulis konten yang sederhana, jelas, dan persuasif yang mendidik pembaca mengenai proposisi suatu produk, layanan, atau merek dan kemudian, yang paling penting, menjelaskan manfaat yang dibawanya bagi kehidupan mereka.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama magang di PT Mediamaz Solusindo Nusantara, Penulis menghadapi sedikit hambatan saat menangani jobdesk sebagai seorang *content writer*, diantaranya:

- 1) Manajemen waktu dari perusahaan tidak jelas dalam arahan kegiatan divisi.
- 2) Permintaan ketentuan jumlah minimal tulisan pada artikel yang seringkali berubah.
- 3) Terlalu banyak pekerjaan yang ditanggung oleh satu orang dan bukan merupakan *jobdesc*-nya, karena kurang orang untuk menangani *jobdesc* tersebut.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Selama magang di PT Mediamaz Solusindo Nusantara, Penulis menghadapi sedikit hambatan saat menangani jobdesk sebagai seorang *content writer*, diantaranya:

- 1) Manajemen waktu yang disusun/planning lebih awal secara terbuka dan jelas dari pihak atasan dengan divisi yang bersangkutan.
- 2) Pihak atasan dapat lebih konsisten dalam menentukan panjang pendeknya sebuah artikel yang dibuat dengan menetapkan minimal kata pada tiap artikelnya.
- 3) Pihak atasan harus lebih peduli dengan jumlah orang pada setiap divisi dan memperkirakan kemampuan sejumlah orang pada divisi tersebut sebelum membebankan tugas diluar kendali/kemampuan jumlah orang divisi.