



Hak cipta dan penggunaan kembali:

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

Copyright and reuse:

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

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktek kerja magang yang dilaksanakan penulis sebagai *content writer* di perusahaan *e-commerce* Gramedia.com, dibimbing oleh Felix Anindita selaku *SEO Marketer* dari divisi Product perusahaan *e-commerce* Gramedia.com.

Dalam struktur perusahaan, posisi *content writer* tergabung dalam tim Product yang bekerja sama dengan posisi-posisi lainnya dalam membuat kreasi konten, termasuk dengan seorang *SEO Marketer* dalam perusahaan *e-commerce* Gramedia.com. Sebagai *content writer*, penulis dituntut untuk profesional dalam menghasilkan kreasi konten yang menarik dan *engaging* untuk kebutuhan publikasi *online* Gramedia.com.

Posisi *content writer* memiliki sejumlah tugas dan tanggung jawab yang kemudian diemban oleh penulis, dan mampu dikerjakan baik berkat koordinasi dengan pembimbing yang berada di bawah departemen Product, yakni *SEO Marketer*, Felix Anindita. Selain itu, penulis juga diberi pengetahuan dan pengalaman dengan mempelajari alur kerja *content writer* di Gramedia.com, serta diikutkan dalam pelatihan bertajuk *storytelling* dan *digital content* untuk memperkaya kompetensi posisi penulis selama melakukan praktek kerja magang.

Penulis juga diberi kebebasan dalam menyampaikan ide, pendapat, serta kreasi yang dimiliki pada setiap sesi pelatihan maupun pengerjaan konten. Di samping itu, penulis pun diikutsertakan dalam berbagai event internal yang berlangsung selama praktek kerja magang, seperti *Fun Friday GDN* (Jumat Ceria Gramedia Digital Nusantara) dan Oetama Cup 2017.

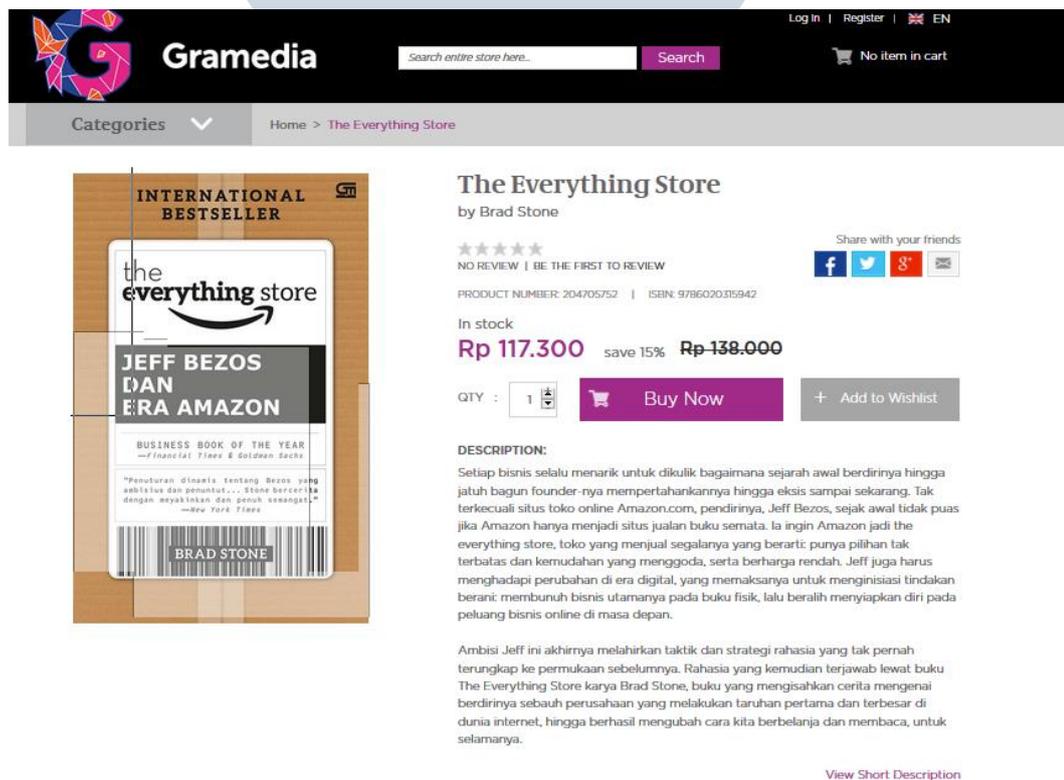
3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang dijalankan penulis selama melaksanakan praktek kerja magang adalah tugas-tugas dari departemen Product, yang diberikan oleh *SEO Marketer* Gramedia.com. Tugas tersebut adalah menulis konten untuk memenuhi kanal-

kanal situs Gramedia.com yakni konten untuk *Product Description*, *Category Description*, dan Gramedia Blog. Walaupun setiap kanal memiliki tema spesifik mengenai dunia perbukuan, penulis diberi kebebasan dalam mengembangkan gaya menulis yang sesuai serta mengajukan ide tulisan.

3.2.1 Tugas yang Dilakukan dalam *Product Description*

Product Description adalah jenis konten di Gramedia.com yang berisi tulisan-tulisan yang mendeskripsikan mengenai produk-produk yang dijual di situs perusahaan *e-commerce* Gramedia.com. Penulis diminta untuk menulis dengan gaya deksriptif sastra yang menarik dan sesuai akan produk-produk Gramedia.com. Untuk konten ini, penulis dituntut untuk melakukan riset mengenai resensi dan ulasan buku-buku di situs *bookreviewer* yang populer untuk menambah pengetahuan dan pengayaan penulis ketika menghasilkan konten deskripsi produk. Sebelum kemudian dipublikasikan di situs. Berikut contohnya.



The screenshot shows the Gramedia website interface. At the top, there is a search bar and navigation links. The main content area displays the product page for 'The Everything Store' by Brad Stone. The book cover is shown on the left, featuring the title 'the everything store' and 'JEFF BEZOS DAN ERA AMAZON'. The right side of the page contains the product details, including the title 'The Everything Store' by Brad Stone, a star rating, and the price 'Rp 117.300' (save 15% from Rp 138.000). A 'Buy Now' button is visible. Below the price, there is a 'DESCRIPTION:' section with the following text:

DESCRIPTION:
Setiap bisnis selalu menarik untuk dikulik bagaimana sejarah awal berdirinya hingga jatuh bangun founder-nya mempertahankannya hingga eksis sampai sekarang. Tak terkecuali situs toko online Amazon.com, pendirinya, Jeff Bezos, sejak awal tidak puas jika Amazon hanya menjadi situs jualan buku semata. Ia ingin Amazon jadi the everything store, toko yang menjual segalanya yang berarti: punya pilihan tak terbatas dan kemudahan yang menggoda, serta berharga rendah. Jeff juga harus menghadapi perubahan di era digital, yang memaksanya untuk menginisiasi tindakan berani: membunuh bisnis utamanya pada buku fisik, lalu beralih menyiapkan diri pada peluang bisnis online di masa depan.

Ambisi Jeff ini akhirnya melahirkan taktik dan strategi rahasia yang tak pernah terungkap ke permukaan sebelumnya. Rahasia yang kemudian terjawab lewat buku *The Everything Store* karya Brad Stone, buku yang mengisahkan cerita mengenai berdirinya sebuah perusahaan yang melakukan taruhan pertama dan terbesar di dunia internet, hingga berhasil mengubah cara kita berbelanja dan membaca, untuk selamanya.

[View Short Description](#)

Gambar 3.1 Contoh Tugas yang Dilakukan dalam *Product Description*

3.2.2 Tugas yang Dilakukan dalam *Category Description*

Category Description adalah jenis konten di Gramedia.com yang memuat tulisan-tulisan yang mendeskripsikan kategori-kategori produk maupun koleksi yang terdaftar dalam situs perusahaan *e-commerce* Gramedia.com. Penulis dipercaya untuk menulis dengan gaya deskriptif naratif yang cukup serius akan kategori-kategori yang terdaftar dalam Gramedia.com. Untuk konten ini, penulis dituntut untuk menganalisis deskripsi kategori yang dilakukan oleh kompetitor Gramedia.com, serta melakukan pengumpulan data dan informasi akan suatu kategori, demi menghasilkan tulisan utuh deskriptif kategori yang ramah dibaca oleh sistem pencarian Google dan menarik di mata konsumen. Sebelum kemudian dipublikasikan ke situs perusahaan. Berikut contohnya.

Horor

Genre Tertua Sekaligus Terpopuler Sepanjang Masa

Membaca buku horor layaknya pengalaman yang ngeri-ngeri sedap. Kita membiarkan diri untuk ditakut-takuti dan kita tetap menikmatinya. Keunikan genre inilah yang membuat genre horor menjadi jenis bacaan populer yang setia hidup sepanjang masa menemani beragam lapisan pembacanya. Hal itu juga yang menyebabkan perkembangan ragam pilihan buku horor semakin banyak dan menantang.

Tantangan Menghadapi Rasa Takut

Horor termasuk salah satu jenis bacaan tertua dan terpopuler sepanjang masa, genre horor menjadikan rasa takut sebagai daya pikat utamanya. Jenis bacaan ini biasanya melibatkan hal-hal gaib seperti penampakan hantu/setan, kejahatan sadis yang berdarah-darah, kejadian spiritual, hingga kutukan-kutukan mistis. Lewat elemen-elemen itu, pengarangnya menenggelamkan para pembaca dalam rasa takut, cemas, tegang, dan khawatir dalam bacaan horor yang ditulisnya. Kekuatan karya-karya berjenis horor adalah mampu membuat pembaca merinding sekaligus penasaran pada saat yang bersamaan. Penulis bacaan horor yang paling terkenal hingga dijuluki 'The King Horror in Literature' adalah Stephen King.

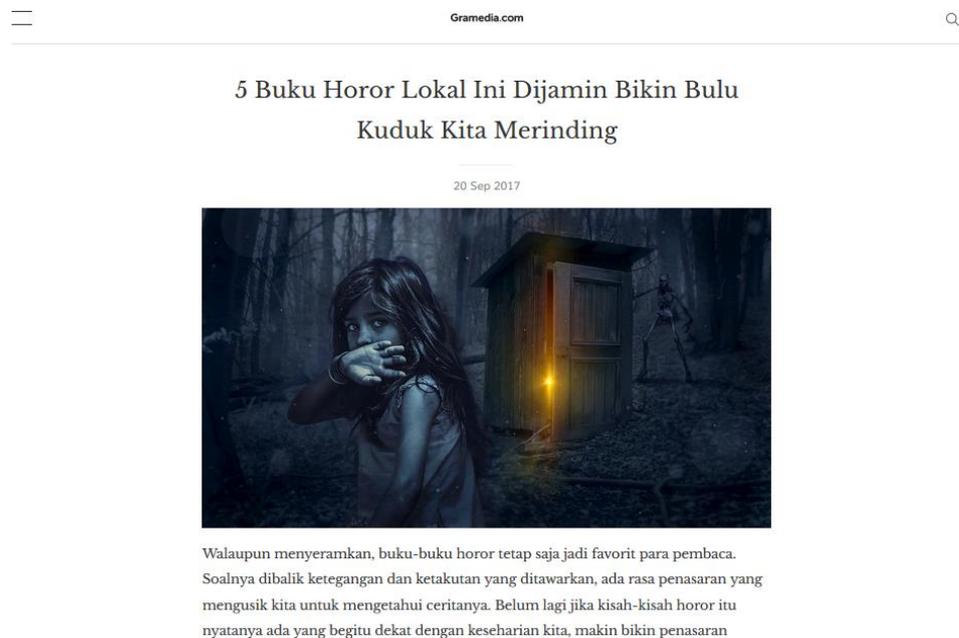
Jual Beli Novel Horor Indonesia Terlengkap di Gramedia.com

Walaupun novel-novel horor menawarkan rasa takut sebagai daya tarik utama, belanja buku di Gramedia.com menyuguhkan transaksi penuh rasa aman. Jadi tak perlu takut untuk segera mengoleksi novel-novel horor di Gramedia.com yang disuguhkan lengkap baik terjemahan hingga lokal. Keseluruhannya siap menantang rasa takut kita!

Gambar 3.2 Tugas yang Dilakukan Category Description

3.3.3 Tugas yang Dilakukan dalam *Gramedia Blog Article*

Gramedia.com Blog adalah kanal baru dari situs *perusahaan e-commerce* Gramedia.com yang mempublikasikan artikel-artikel yang bersifat *soft news* dengan tema literasi. Isinya tidak hanya bertujuan untuk memperbarui informasi stakeholders eksternal Gramedia.com mengenai literasi Indonesia, tapi juga mempromosikan produk-produk yang ada di Gramedia.com dengan cara halus. Penulis diberi kesempatan untuk menulis artikel-artikel dengan mengeksplorasi beragam gaya tulisan yang disesuaikan dengan tema artikel yang tengah dibawa. Untuk konten ini, penulis dituntut untuk menganalisis pasar dan audiens, demi menemukan apa yang sedang tren di dunia literasi untuk kemudian diolah menjadi konten yang *engaging*. Penulis juga diminta untuk melakukan riset kreatif pada artikel yang mengulas literasi dan perbukuan dari situs-situs yang direkomendasikan, serta melakukan perencanaan konten yang mendukung proses pemasaran, dengan cara mengangkat tema-tema literasi dan perbukuan yang mana produk-produk bukunya terdaftar di Gramedia.com. Berikut contoh hasil artikel di *Gramedia Blog*.



Gambar 3.3 Tugas yang Dilakukan Gramedia Blog Article

Lewat ketiga tugas kreasi konten tersebutlah, penulis mengerjakan tanggung jawab yang diberikan. Berikut tabel hal-hal yang dilakukan penulis selama melakukan praktek kerja magang dengan tugas terkait.

Total deskripsi produk yang dikerjakan penulis selama melakukan praktek kerja magang di Gamedia.com sebanyak 150 tulisan. Jumlah keseluruhan deskripsi kategori yang dihasilkan penulis sejumlah 85 tulisan. Artikel Gamedia.com yang dibuat penulis dan dipublikasi pada Gamedia Blog sebanyak 5 artikel.

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Selama melakukan kerja magang sebagai *content writer*, penulis banyak diberi tugas yang berkenaan dengan tulis-menulis khususnya untuk publikasi *online* situs perusahaan. Dalam prosesnya, suatu konten digital baru akan naik tayang atau dimuat di situs setelah melewati beberapa tahapan. Menurut Newsom dan Haynes (2008, h.3-5), tahapan tulisan *online* yang ditulis oleh *PR Writer* baru bisa dipublikasi ketika melewati tahapan sebagai berikut.

- Analisis, Prediksi, dan Konsultasi (*Analyzing, Predicting, Counseling*)

Seorang praktisi PR sebelum menulis dan menghasilkan konten digital, perlu melakukan analisis terhadap topik akan yang ditulis dengan cara konsultasi dengan manajemen maupun sumber terkait. Serta mampu memprediksi dampak dari tulisannya. Tanggung jawab seorang PR yang penulis terletak pada kemampuannya menganalisis tren, memprediksi pengaruh tulisannya terhadap audiens, dan mengonsultasikannya dengan manajemen.

- Perencanaan, Pengawasan, Kredibilitas (*Planning, Monitoring, Protecting Credibility*)

Dalam kepenulisan *online* PR, seorang PR harus mampu merancang outline yang matang terhadap tulisan yang akan dibuat, serta memastikan bahwa tulisannya kredibel dalam mewakili tujuan komunikasi perusahaan.

- Periklanan dan Publikasi PR (*Advertising, Publicity, and PR*)

Setelah seluruh tahapan tersebut dilakukan, baru konten maupun tulisan yang telah dihasilkan bisa diputuskan untuk dipublikasikan atau diiklankan.

Tahapan penulisan *online* PR tersebut juga penulis temukan ketika melakukan praktek kerja magang di Gamedia.com. Tahapan yang dilakukan penulis tidak jauh berbeda dengan uraian tahap penulisan PR versi Newsom dan Haynes. Tahapan yang dilewati penulis sebagai berikut.

- Riset, Analisis, Pengumpulan Referensi

Sebelum melakukan penulisan, penulis melakukan proses riset, analisis, dan pengumpulan referensi demi membekali diri akan pengetahuan.

- Penulisan Konten

Ketika tahapan pertama telah cukup dilaksanakan, penulis melanjutkan pengerjaan dengan langsung praktek menulis konten digital yang ditugaskan dan dibutuhkan.

- Asistensi, Konsultasi, Evaluasi

Setelah konten selesai dibuat, konten dibawa ke pembimbing lapangan untuk kemudian didiskusikan kelebihan serta kelemahannya. Termasuk bagian tulisan yang harus direvisi. Tahapan ini dimaksudkan agar konten bisa sesuai dengan kredibilitas dan standar perusahaan.

- Siap Publikasi

Setelah tiga tahap tersebut dilewati, konten baru siap untuk dipublikasi ke situs perusahaan.

3.3.2 Riset, Analisis, dan Pengumpulan Referensi

Ketika penulis telah diberi arahan dan tugas untuk dilakukan yakni membuat konten digital, sebelum membuatnya, penulis memulai proses penulisan dengan mempraktekkan riset, analisis, dan pengumpulan referensi terlebih dahulu.

Proses ini berguna untuk membantu pembekalan pengetahuan penulis agar mampu menghasilkan konten berkualitas sesuai tujuan komunikasi perusahaan.

Menurut Smith (2008, h. 75-80), proses riset, analisis, dan pengumpulan data bisa dilakukan dalam tahapan kepenulisan *online* PR dengan tiga cara, yaitu sebagai berikut.

1. *Casual Research* / Riset Kasual

Riset kasual adalah proses informal dalam mencari atau mengumpulkan data yang sudah diketahui dan ditargetkan penulis sebelumnya. Riset ini terbagi menjadi dua jenis yaitu wawancara informal dan wawancara formal (contohnya adalah *in depth interview*).

2. *Secondary Research* / Riset Sekunder

Riset sekunder adalah riset yang dilakukan penulis dengan cara studi literatur atau dokumen kepada beragam sumber yang telah tersedia. Semakin lama waktu yang dihabiskan dan semakin banyak sumber yang didapat dalam melakukan riset ini, semakin dalam juga pengetahuan yang didapat akan informasi yang ingin dicari. Contoh sumber yang bisa dijadikan referensi dalam riset sekunder, antara lain dokumen institusi, data *online* atau publikasi di internet, rujukan-rujukan di perpustakaan, dokumen pemerintahan, dan sejenisnya.

3. *Primary Research* / Riset Primer

Riset primer adalah riset yang dilakukan oleh penulis itu sendiri dengan cara mengumpulkan data secara langsung pada responden yang dituju, lewat teknik survei, analisis konten, *focus group discussion*, dan sebagainya. Biasanya riset ini lebih sering dilakukan untuk proyek penelitian sekelompok orang dibanding individu.

Berdasarkan penguraian tersebut, penulis melakukan proses pengumpulan data atau informasi untuk konten digital dengan cara riset sekunder, yakni studi dokumen pada sumber-sumber terkait, khususnya yang tersedia di internet. Dikarenakan konten digital yang dikerjakan penulis berhubungan dengan dunia

literasi dan perbukuan, sumber data internet yang dirujuk penulis dalam mengumpulkan referensi adalah situs-situs dengan tema sesuai, contohnya Goodreads Indonesia.

3.3.3 Penulisan Konten

Setelah melewati tahap analisis, riset, dan pengumpulan referensi, penulis segera menulis konten digital. Menurut Mullan (2011, para.1), konten digital atau dikenal sebagai digital media adalah konten di internet yang hadir dalam ragam bentuk mulai dari teks, audio, video, grafis, animasi, dan gambar. Sering kali konten digital digunakan sebagai acuan sumber informasi yang dapat diunduh dan didistribusikan baik melalui media cetak, elektronik, maupun *online*.

Maka, dalam konteks ini, penulis sebagai *content writer* yang mendukung aktivitas *Online PR* Gramedia.com, menulis sejumlah konten digital untuk keperluan tiap publikasi *online* situs perusahaan. Sebagai berikut uraiannya.

a. Kreasi Konten Digital ‘Product Description’

Dalam menulis konten digital untuk ‘Product Description’ Gramedia.com, penulis mengulas setiap produk yang terdaftar di situs perusahaan www.gramedia.com, terutama produk buku baik fiksi maupun nonfiksi yang diutamakan dari kelompok penerbitan Kompas Gramedia. Ulasan produk-produk untuk situs perusahaan yang dilakukan penulis ini termasuk kegiatan *PR Writing For Customer* menurut Aronson, Spetner, dan Ames (2007, h.230) sebagai ciri khas kepenulisan PR dalam situs yang bertujuan untuk *customer engagement*, yakni menulis produk yang terdaftar di toko ritel perusahaan demi kejelasan informasi produk dan aksesoris yang tersedia untuk dipesan.

Selama menjalani praktek kerja magang, penulis telah membuat konten *Product Description* untuk situs Gramedia.com sebanyak 150 tulisan. Berikut contoh konten deskripsi produk yang dibuat oleh penulis.

The image shows a screenshot of a product page on the Gamedia website. The page features a navigation bar at the top with the Gamedia logo, a search bar, and links for 'Log In', 'Register', and 'EN'. Below the navigation bar, there are 'Categories' and 'Home > Rahasia Mendapat Dollar dari YouTube' breadcrumbs. The main content area is divided into two columns. The left column displays the book cover for 'Rahasia Mendapat Dollar dari YouTube' by Deny Setiawan S.Kom. The cover is red and white with a YouTube logo. The right column contains product information: 'NO REVIEW | BE THE FIRST TO REVIEW', 'PRODUCT NUMBER: 716050018 | ISBN: 9786020278599', 'In stock', 'Rp 42.330 save 15% Rp 49.800', a quantity selector set to '1', a 'Buy Now' button, and an 'Add to Wishlist' button. Below this is a 'DESCRIPTION' section with text about YouTube monetization and a 'View Short Description' link.

Gambar 3.4 Contoh Product Description Produk Buku Nonfiksi

Sumber: www.gamedia.com

Dalam menulis konten tersebut, penulis melakukan riset terhadap sejumlah situs ulasan buku yang populer dan direkomendasikan, antara lain goodreads.com, kubikelromance.com, dan sejenisnya. Kegiatan riset tersebut penulis lakukan demi memperkaya bahan tulisan dan memahami lebih luas akan identitas serta profil buku yang akan diulas. Selain itu, penulis diperkenankan untuk menulis deskripsi produk buku secara singkat, namun padat, jelas, dan dituturkan menarik lewat teknik penulisan PR yang selama ini telah penulis pelajari di kampus, untuk kemudian dipraktekkan langsung. Ini sejalan dengan temuan Bivins (2014, h. 94) yang mengemukakan bahwa para audiens di internet ketika membaca konten di dunia maya memiliki kecepatan 25% lebih lambat dibanding membaca lewat media cetak. Oleh karena itu, konten yang disediakan di situs disarankan memenuhi enam prinsip menulis pada medium *online*, sebagai berikut:

- Menulis pada medium *online*, khususnya situs memerlukan tiga tahapan: pengenalan pada topik (*orientation*), pesan yang akan disampaikan (*information*), dan memancing pembaca untuk melakukan suatu hal (*action*).

Pada poin ini, penulis mendeskripsikan bagian dari cerita isi buku yang paling menarik, sebagai pembuka dan pesan yang ingin

disampaikan pada audiens Gramedia.com. Lalu, di akhir paragraf, penulis menyelipkan kalimat-kalimat yang mengajak audiens untuk membaca dan membeli produk tersebut (call to action).

Contoh: *“Benarkah kesempurnaan yang ia cari? Atau justru momen-momen indah bersama laki-laki yang menurutnya menyebarkan itu yang selama ini ia impikan? Ikuti kelanjutan kisah Tatiana lewat karya Astrid Zeng, Suami Sempurna untuk Tatiana. Karya yang mengajak kita memahami bahwa cinta bisa begitu membingungkannya.”*

- Sifat tulisan haruslah mudah dipahami hanya dengan sekali baca
Pada poin ini, penulis menerapkannya dengan membuat tulisan deskripsi produk yang singkat dan tidak lebih dari satu halaman atau sekitar 200-300 kata.

Contoh:

“Tak selama perasaan hati bisa diungkapkan, ia butuh keberanian yang jarang sekali mampir pada orang-orang yang membutuhkannya. Karenanya banyak yang lebih memilih diam, termasuk Aiara Nadya Noer dan Fardio Tama. Keduanya menyimpan rasa yang tak sama-sama pernah tahu. Aiara menulis harapan hatinya di tiap puisi di atas origami, berandai perasaannya yang semakin lama kian bertamah pada Fardio itu bisa bicara. Sedangkan Fardio, hanya merasakan kebingungan tiap menerima lipatan origami berpuisi dalam tasnya. Dia sendiri bukanlah orang yang pandai mengutarakan perasaan untuk membalas itu semua. Maka dia memilih untuk bungkam dan tidak peduli. Sampai kapankah Aiara bertahan menyimpan rasanya pada Dio lewat origami? Berapa lama Fardio terus mengabaikan puisi sarat perasaan di tiap origami yang diterimanya?

Novel Origamiara karya Rezza Dwi ditulis lincah dengan kisah roman yang manis, serta mampu mengajak kita ikut meniti harap bagi orang-orang yang menyembunyikan perasaannya.”

- Tulisan yang dipublikasi *online* harus lugas dan jelas, tidak bertele-tele dalam penyampaiannya.

Pada poin ini, penulis berupaya mempraktekkannya dengan langsung masuk pada ulasan produk buku dengan menceritakan isi buku dan informasi penulis buku.

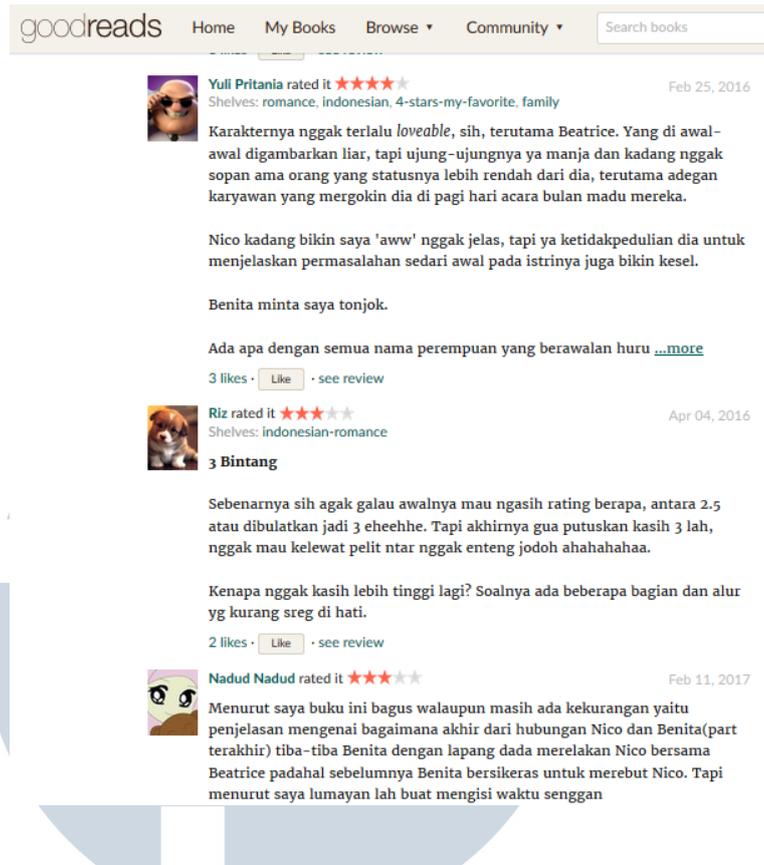
Contoh: *“Banyak sekali posisi yang disematkan orang Jepang pada novel Botchan, mulai dari novel paling populer, hingga karya terfavorit dari Natsume Soseki – penulisnya langsung. Namun ada yang pasti: Botchan ialah salah satu buku yang menduduki posisi penting dalam sastra Jepang hingga saat ini.”*

- Konten informasi *online* perusahaan difokuskan untuk menampilkan informasi positif, walaupun topik yang sedang dibahas sedang menyentuh tren negatif, penulis konten harus cerdas mengolahnya dengan sudut lain.

Pada poin ini, penulis kerap menemukan ulasan-ulasan produk buku di Gramedia.com yang negatif atau memiliki *rating* di bawah tiga dalam beragam situs ulasan buku. Namun, penulis tetap menulis konten deskripsi akan produk buku dari sisi positif lewat penguraian akan keunggulan yang dimiliki cerita dalam buku.

Contoh:

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.5 Ulasan Bernada Kritik terhadap Karya Astrid Zheng

Sumber: www.goodreads.com

Novel 'Pengantin Pengganti' karya Astrid Zheng mendapat ulasan cukup buruk di Goodreads, namun penulis tetap mengulas kelebihan buku:

"Apa yang harus Beatrice lakukan? Haruskah ia memanfaatkan waktu selama setahun ini untuk merebut hati Nico? Bagaimana jika Benita – tunangan Nico , kembali sesuai keyakinan Nico? Novel amore 'Pengantin Pengganti' karya Astrid Zeng ini ditulis dengan penggambaran karakter yang kuat, membuat kita yang membacanya terasa ikut hanyut bersama gerak tokoh-tokohnya."

- Informasi yang disajikan wajib disertai fakta dan ide yang mendukung untuk kemudian menarik di mata audiens. Pada poin ini, penulis berusaha melakukannya dengan menggali sebanyak-banyaknya informasi mengenai suatu buku yang akan

dideskripsikan. Tidak hanya dari segi isi cerita, tapi juga informasi siapa penulis, menyelipkan *quote-quote* andalan buku, serta fakta-fakta menarik mengenai penghargaan yang diterima buku tersebut, yang kemudian penulis sertakan dalam konten yang dibuat. Contoh: “*Kamu, perempuan yang tidak pernah bisa aku kuah seluruh perasaan dan pikirannya. Kamu, perempuan yang begitu sulit untuk kubaca.*” – *Surat untuk Ruth*

Jika beragam kisah cinta segitiga sering kali mengambil sudut pandang pasangan yang diganggu hubungannya, berbeda dengan Surat untuk Ruth. Bernard Batubara, penulis asal Pontianak ini mengambil sudut pandang dari Are, tokoh yang menjadi orang ketiga atas hubungan Ruth dan Abimanyu. Karenanya novel ini berisi kumpulan surat untuk Ruth dari Are, yang berusaha tampil utuh menjadi seseorang yang mencintai Ruth, yang bagi Are selalu penuh teka-teki. Bagaimana akhir cinta Are pada Ruth? Apakah keduanya bersatu atau justru Ruth memilih untuk tetap dengan Abi? Bagaimana reaksi Ruth menerima ungkapan rasa dari Are?

Surat untuk Ruth menyimpan kisah cinta segitiga dengan plot dan ending yang tak seperti biasanya, tentunya yang tak akan kita duga.”

- Konten *online* juga harus memerhatikan ketepatan, keakuratan, kejelasan, dan berbagai hal sejenis lainnya yang dipertimbangkan demi kebutuhan audiens. Pada poin ini, penulis mempraktekkannya dengan melakukan evaluasi dan *brainstorming* rutin dengan pembimbing mengenai hasil konten yang telah dibuat, serta memeriksanya kembali dari segi kerapihan ketikan, keakuratan penggunaan tanda baca, kejelasan informasi, dan ketepatan menyusun paragraf.

b. Kreasi Konten Digital ‘Category Description’

Tugas pembuatan konten digital untuk situs Gramedia.com yang dilakukan penulis juga termasuk melakukan kreasi konten untuk ‘Category Description’. Dalam menulis ‘Category Description’, penulis bertanggungjawab untuk mendeskripsikan dan menarasikan makna dari daftar kategori-kategori yang ada di situs Gramedia.com. Kategori-kategori yang dimaksud adalah kategori-kategori atas produk buku, antara lain kategori romansa, kategori horor, kategori fiksi ilmiah, dan sejenisnya. Selama menjalani praktek kerja magang, penulis telah membuat konten ‘Category Description’ untuk situs Gramedia.com sebanyak 85 tulisan. Alur kerja penulis adalah pertama-tama diberikan dokumen oleh pembimbing yang berisi lengkap daftar kategori di situs Gramedia.com yang perlu dideskripsikan dan dinarasikan.

L1			L2			L3	
Category Name	SEO Keyword	Category Description	Category Name	SEO Keyword	Category Description	Category Name	SEO Keyword
Buku Toko Buku	Anak-Anak	Anak-Anak	Buku Anak	Bayi	Buku Untuk Bayi, Cara	Buku Untuk Bayi, Cara	
Buku Buku Online	Anak-Anak	Anak-Anak	Buku Cerita	Bayi	Buku Bayi Murah, Diskon	Buku Bayi Murah, Diskon	
Buku Beli Buku Online	Anak-Anak	Anak-Anak	Buku Cerita Anak	Bayi	Jual Buku Bayi, Beli Buk	Jual Buku Bayi, Beli Buk	
Buku Jual Buku Online	Anak-Anak	Anak-Anak	Cerita Anak Bergambar	Balita	Cerita Bergambar Anak	Cerita Bergambar Anak	
Buku Cari Buku	Anak-Anak	Anak-Anak	Cerita Bergambar	Balita	Diskon Buku Cerita	Diskon Buku Cerita	
Buku Baca Buku	Anak-Anak	Anak-Anak	Buku Dongeng	Balita	Buku Dongeng Anak	Buku Dongeng Anak	
Buku Resensi Buku	Anak-Anak	Anak-Anak	Buku Cerita Dongeng	Anak-Anak	Cerita Dongeng Anak	Cerita Dongeng Anak	
Buku Koleksi Buku	Anak-Anak	Anak-Anak	Cerita Dongeng Berkualitas	Anak-Anak	Dongeng Berkualitas Anak	Dongeng Berkualitas Anak	
Buku Promo Buku	Anak-Anak	Anak-Anak	Cerita Anak Berkualitas	Anak-Anak	Cerita Anak Berkualitas	Cerita Anak Berkualitas	
Buku Buku Murah	Anak-Anak	Anak-Anak	Buku Mewarnai	Anak-Anak	Buku Mewarnai Anak	Buku Mewarnai Anak	
Buku Toko Buku Online	Anak-Anak	Anak-Anak	Buku Si Kecil	Anak-Anak	Buku Tumbuh Kembang	Buku Tumbuh Kembang	
Buku Buku Online Murah	Anak-Anak	Anak-Anak	Buku Edukasi Anak	Anak-Anak	Buku Edukasi Anak Anak	Buku Edukasi Anak Anak	
Buku Diskon Buku	Anak-Anak	Anak-Anak	Jual Buku Anak	Anak-Anak	Jual Buku Anak Anak	Jual Buku Anak Anak	
Buku Membaca Buku	Anak-Anak	Anak-Anak	Beli Buku Anak	Anak-Anak	Beli Buku Anak Anak	Beli Buku Anak Anak	
Buku Buku Impor	Anak-Anak	Anak-Anak	Kumpulan Cerita Anak	Remaja	Cerita Anak Remaja	Cerita Anak Remaja	
Buku Buku Diskon	Anak-Anak	Anak-Anak	Diskon Buku Permainan Anak	Remaja	Diskon Buku Permainan	Diskon Buku Permainan	
Buku Buku Favorit	Anak-Anak	Anak-Anak	Diskon Buku Favorit Anak	Remaja	Buku Favorit Anak Rema	Buku Favorit Anak Rema	
Buku Promo Buku Murah	Anak-Anak	Anak-Anak	Buku Anak Diskon	Remaja	Diskon Buku Remaja	Diskon Buku Remaja	
Buku Menuis Buku	Anak-Anak	Anak-Anak	Menuis Buku Anak	Remaja	Menuis Buku atau Remaja	Menuis Buku atau Remaja	
Buku Buku Gratis	Anak-Anak	Anak-Anak	Buku Anak Murah	Remaja	Buku Anak Remaja	Buku Anak Remaja	
Buku Info Buku	Anak-Anak	Anak-Anak	Dunia Anak	Remaja			

Gambar 3.6 Contoh Kata Kunci SEO ‘Category Description’

Lalu, pembimbing juga telah menyiapkan dokumen berisi kata-kata kunci yang bisa dipakai penulis untuk diselipkan ke dalam paragraf tulisan. Tujuannya demi membuat konten digital ‘Category Description’ tersebut ramah dan relevan dibaca mesin pencari. Daftar kata-kata kunci (*SEO Keyword*) tersebut adalah hasil riset yang dilakukan pembimbing untuk menemukan kata kunci yang sedang tren atau yang paling sering dicari audiens di mesin pencari, khususnya Google. Tugas penulis adalah mengeksekusi kata kunci tersebut dalam bentuk konten. Kerja

sama antara pembimbing seorang *SEO Marketer* yang melakukan riset kata kunci dan penulis sebagai *content writer* yang mengeksekusinya ke dalam bentuk konten ini adalah salah satu strategi organic SEO atau *natural search*.

Menurut Ferrario (2016, para.7), SEO organik adalah metode yang dipakai suatu situs untuk mendapat peringkat bagus di mesin pencari tanpa membayar, dan fokus pada menghasilkan konten relevan yang sesuai dengan algoritma pencarian di mesin pencari. Teknik SEO organik biasanya dilakukan dengan cara memasukkan kata kunci relevan yang populer di mesin pencari, teknik *backlink*, dan menulis konten kualitas tinggi yang bisa meningkatkan peringkat situs di mesin pencari. Praktek SEO organik ini dalam disiplin ilmu SEO yang berhubungan dengan mesin pencari khususnya Google juga sesuai dengan yang disampaikan Andrew Goodman (2009, h. 27), mengatakan bahwa cara terbaik untuk mendapat banyak kunjungan ke sebuah situs diperlukan untuk menghasilkan produk atau jasa yang bagus, mengulasnya dengan berkesan, dan melakukan strategi yang menarik.

Rob Brown (2009, h.53), juga mengungkapkan bahwa *natural search* adalah sebutan untuk proses pencarian yang secara otomatis menampilkan konten terbaik hasil dari relevansi antara kata kunci dan konten sebuah situs, tanpa adanya upaya untuk membayar mesin pencari agar konten tampil pertama dari hasil pencarian. Perubahan yang terjadi dalam algoritma Google dan mesin pencari lainnya dalam menentukan hasil pencarian sangat relevan dengan pekerjaan di industri public relations, terutama yang berhubungan dengan persiapan konten editorial. Berikut ini contoh konten digital ‘Category Description’ yang dihasilkan penulis.

Romance

Baca Buku, Selami Cinta

Pepatah berkata membaca buku berarti membuka jendela dunia. Orang jadi memahami bagaimana sesuatu bisa terjadi hingga fakta-fakta baru yang menyertainya. Tidak hanya sebatas penjelasan mengenai peristiwa luar biasa, tapi juga hal-hal yang sifatnya keseharian dan dekat dengan kita seperti jatuh cinta. Buku mampu merangkumnya jadi kisah yang membuka hati kita.

Romance Sepanjang Masa

Roman adalah jenis bacaan fiksi paling populer sepanjang masa. Bacaan ini menawarkan kisah cinta yang melibatkan konflik hati para tokohnya sebagai kekuatan utama. Biasanya dikemas dengan perjalanan hidup tokoh-tokohnya untuk meraih akhir bahagia lewat hubungan asmara. Ada dua akhir yang disuguhkan bacaan-bacaan jenis roman pada umumnya, yakni *sad ending* dan *happy ending*. Keduanya dibangun lewat cerita yang kerap berfokus pada dua sejoli atau pasangan yang dibumbui konflik. Karena jenis bacaan ini mampu memotret kehidupan cinta manusia dalam beragam masa dan usia, roman kerap jadi bacaan paling digemari dan difavoritkan banyak pembaca.

Koleksi Novel Romance Terlengkap di Gramedia.com

Saking populernya genre romance, buku-buku fiksi terutama novel, banyak mengeluarkan bacaan berjenis serupa. Beragam penerbit dan pilihan penulis turut menelurkan novel romance yang meramaikan pasar bacaan fiksi. Maka, dalam menemukan tempat yang mampu menyediakan koleksi lengkap novel-novel fiksi roman menjadi tantangan tersendiri bagi pembaca. Namun sekarang ini tak perlu lagi khawatir. Koleksi novel romance lengkap dengan penawaran khusus terus diperbarui dan disajikan secara istimewa di Gramedia.com

Gambar 3.7 Contoh Tulisan Category Description

Sebelum menulis konten tersebut, penulis melakukan analisis sederhana terhadap konten serupa yang dilakukan oleh kompetitor, khususnya Tokopedia dan Bukalapak untuk produk-produk buku yang terdaftar. Setelah mempelajari konten kompetitor, penulis diminta untuk membuat konten serupa yang lebih ramah dibaca oleh mesin pencari Google, dan lebih menarik dinikmati oleh audiens Gramedia.com.

Tugas yang dilakukan penulis ini sejalan dengan panduan penulisan Public Relations versi Bivins (2014, h. 97) yang mengungkapkan ketika menulis konten apapun itu, mengenai klien, karyawan, produk, maupun layanan yang berhubungan dengan perusahaan, diperlukan untuk meriset konten serupa yang telah dikeluarkan oleh kompetitor pada blog maupun media sosialnya. Dengan cara seperti itu, akan lebih mudah untuk mendapatkan ide mengenai apa yang sedang hits. Serta apabila mungkin kompetitor tengah membicarakan atau

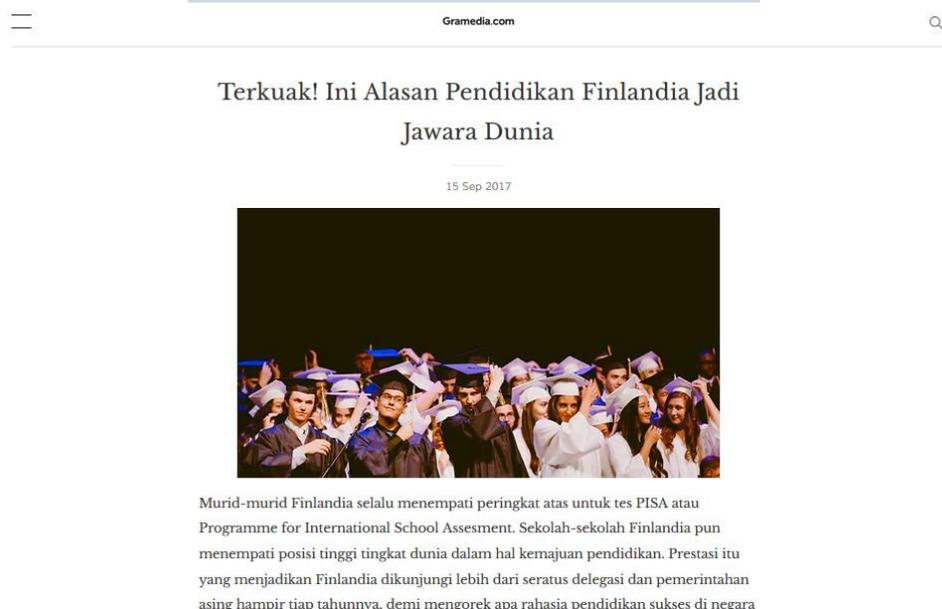
menyindir, penulis konten bisa melakukan ‘balasan’ balik lewat konten juga. Selain itu, ada baiknya juga melakukan riset kreatif dengan rajin membaca blog atau situs yang sesuai dengan ceruk (niche) yang difokuskan perusahaan, agar mendapat pengetahuan yang kaya ketika menulis. Langkah lainnya ketika menulis *online* adalah disarankan untuk sering melakukan pencarian di Google atau mesin pencari lainnya untuk menemukan kata kunci populer yang kemudian bisa diselipkan ke dalam konten tulisan, agar tulisan lebih mudah dicari dan ditemukan audiens di mesin pencari.

c. Kreasi Konten ‘Gamedia Blog’

Situs Gamedia.com juga menghadirkan kanal blog dalam situsnya dengan nama ‘Gamedia Blog’. Blog yang diluncurkan Gamedia.com tersebut masih tergolong baru karena belum benar-benar bisa diakses secara publik, dan siap dirilis menjelang tahun depan. Keputusan Gamedia.com untuk membuat blog untuk mendampingi situs perusahaan *e-commerce*-nya kemudian bisa dipahami lewat pernyataan yang dikemukakan Thomas H. Bivins (2014, h. 97), bahwa sebuah perusahaan membutuhkan blog resmi korporat dikarenakan alasan sebagai berikut.

- Blog adalah jenis situs yang potensial untuk membantu perusahaan/organisasi untuk membangun relasi yang lebih kuat dan loyalitas brand dengan konsumen, karena blog memiliki wadah untuk interaksi antar perusahaan dengan konsumennya
- Blog pada era digital saat ini bisa menjadi cara utama yang ampuh dalam berbagi pengetahuan dan informasi mengenai perusahaan/organisasi
- Blog bisa jadi medium positif dalam menampung umpan balik para konsumen dan saling berkomunikasi baik dalam penyampaian ide, saran, dan lain-lain
- Blog juga bisa menampilkan daftar penulis artikel dan jabatannya di perusahaan, sehingga mampu menunjukkan bahwa suatu organisasi/perusahaan memiliki karyawan berbakat dan ahli

Selama menjalani praktek kerja magang di Gamedia.com, penulis telah menghasilkan lima konten artikel untuk Gamedia Blog. Artikel yang dipublikasikan Gamedia Blog adalah artikel-artikel tematik literasi dan berita-berita dari dunia perbukuan. Kunci utama yang dituntut pada penulis ketika menghasilkan artikel-artikel Gamedia Blog adalah kreativitas. Sesuai yang disampaikan Iriantara dan Surachman (2011, h.21), mengatakan bahwa terdapat dua hal pokok dalam *PR Writing* yang pertama adalah kreativitas dalam menulis. Praktisi PR didorong untuk mengeksplorasi penggunaan bahasa dan media, serta memilih kata yang memiliki daya dan media yang ampuh pula. Langkah kedua adalah kreativitas dalam menciptakan peristiwa yang mendorong orang untuk menulis. Bila keduanya diadukan, akan menghasilkan kekuatan pada tulisan yang dibuat. Berikut ini cuplikan artikel yang dibuat penulis untuk Gamedia.com.



Gambar 3.8 Contoh Tulisan di Gamedia Blog
Sumber: www.gamedia.com/blog

Dalam menulis artikel-artikel tersebut, penulis banyak melakukan analisis pasar dan audiens mengenai apa yang sedang tren dan hits diperbincangkan, lewat media-media *online* semisal Kompas, Detik, dan lain-lain terkait berita dunia literasi dan buku. Setiap artikel yang ditulis di Gamedia.com, penulis kerap mengangkat tema yang di dalamnya juga membahas buku-buku yang terdaftar di

katalog penjualan situs Gramedia.com dengan cara *soft*, sehingga konten digital yang dibuat penulis juga bisa mendukung pemasaran *online* Gramedia.com dengan cara halus. Selain itu, penulis juga melampirkan foto dan ilustrasi yang mendukung konten tulisan agar tampilan konten lebih menarik dipandang dan dibaca. Lalu, penulis juga dituntut untuk mencari ide judul yang ‘mengundang’ audiens untuk membuka tautan artikel dan membacanya, serta menulis dengan gaya poin-poin subjudul agar tidak tampak terlalu padat.

Gramedia.com Blog

5 Buku Horor Lokal Ini Dijamin Bikin Bulu Kuduk Kita Merinding

20 Sep 2017

5 Buku Horor Lokal Ini Dijamin Bikin Bulu Kuduk Kita Merinding

Walaupun menyeramkan, buku-buku horor tetap saja jadi favorit para pembaca. Soalnya dibalik ketegangan dan ketakutan yang ditawarkan, ada rasa penasaran yang mengusik kita untuk mengetahui ceritanya. Belum lagi jika kisah-kisah horor itu nyatanya ada yang begitu dekat dengan keseharian kita, makin bikin penasaran sekaligus merinding! Berikut ini lima buku horor lokal yang menantang nyali kita untuk membacanya.

Kumpulan Budak Setan (Eka Kurniawan, Intan Paramaditha, Ugoran Prasad)

7629624

Abdullah Harahap terkenal sebagai penulis horor Indonesia yang populer pada tahun 70an hingga 80an. Kisah-kisah horornya yang tidak hanya melulu tentang setan, melainkan juga mengangkat tema khas Abdullah Harahap yakni pembunuhan, pembalasan dendam, hingga seks yang diolah dengan napas mistis, membuat penghayatan ulang terhadap kisah-kisah horor beliau selalu menarik disimak. Hal tersebut yang mendasari lahirnya buku kumpulan cerpen horor Kumpulan Budak Setan karya trio penulis kawakan: Eka Kurniawan, Intan Paramaditha, dan Ugoran Prasad. Dalam kumpulan kali ini, horor diterjemahkan tak hanya berkisar mengenai makhluk gaib, tapi juga sesuatu yang mampu meruntuhkan realitas yang seharusnya dan merontokan tatatan yang dipercaya.

Danur (Risa Sarasvati)

danur_okebis

Apa yang ada di kepala kita ketika mendengar kata ‘Danur’? Lendir berbau apek yang keluar dari mayat yang membusuk? Sehingga kita pun menebak jika novel yang ditulis Risa Sarasvati ini akan berkisah mengenai mayat-mayat dan jenazah. Tebakan kita tidak sepenuhnya benar, tapi juga tidak salah. Jadi tentang apakah ‘Danur’ berkisah? Novel yang sempat difilmkan tahun ini menceritakan mengenai seseorang bernama Risa yang bisa melihat dan mendengar makhluk dari dimensi lain. Awalnya

Gambar 3.9 Contoh Artikel dengan Subjudul Poin-poin di Gramedia Blog

Sumber: www.gramedia.com/blog

Beragam strategi kepenulisan PR untuk blog yang penulis lakukan seperti yang dipaparkan di atas juga sesuai dengan yang diuraikan oleh Thomas. H Bivins (2014, h. 98), mengungkapkan bahwa dalam menulis konten untuk blog, terdapat beberapa poin yang harus diperhatikan antara lain sebagai berikut.

- Menggunakan subjudul dan poin-poin, sehingga memudahkan audiens untuk merangkum informasi yang hendak dibaca
- Menerapkan kalimat-kalimat efektif dan membuat pembaca penasaran untuk terus membaca. Sebagai Public Relations Writer, disarankan untuk memperhitungkan setiap kata yang dituangkan
- Gunakan garis miring, penebalan, garis bawah, maupun tanda petik kutipan untuk penekanan beberapa kata kunci
- Gunakan judul dan subjudul
- Unggah foto atau ilustrasi yang relevan dengan konten. Biasanya konten lebih sering disukai ketika diunggah bersama foto, grafik atau ilustrasi, sehingga menambah nilai bagus dalam konten yang dibuat
- Terapkan kotak kutipan atau warna untuk kutipan agar menarik perhatian penyajian konten
- Pastikan paragraf tidak terlalu panjang, agar konten punya ruang jeda

3.3.4 Asistensi (Revisi dan Evaluasi)

Sebelum semua konten digital yang sudah penulis buat akan naik tayang menuju situs perusahaan yakni www.gramedia.com, konten-konten digital tersebut terlebih dahulu disetor ke pembimbing lapangan yakni *SEO Marketer*, yang juga bertindak sebagai editor untuk menyunting konten digital tersebut. Pertama-tama, pembimbing akan membaca hasil konten digital yang telah penulis buat. Lalu, pembimbing akan menyampaikan komentarnya baik kelebihan dan kekurangan konten digital yang penulis hasilkan. Setelahnya, penulis melakukan revisi atas evaluasi yang telah diberikan pembimbing.

Menurut Zapala dan Carden (2008, h. 36), dalam menulis konten, diperlukan pemahaman bahwa konten pertama yang dihasilkan bukanlah konten final yang bisa dipakai, sehingga diperlukan proses evaluasi agar memamatkannya. Proses evaluasi dalam penulisan PR bisa dilakukan dengan dua hal, yakni *rewriting* (menulis ulang) dan *proofreading* (mengecek keselarasan aksara).

Berdasarkan pemaparan Zappala dan Carden di atas, penulis melakukan proses evaluasi dengan cara *rewriting* atau menulis ulang, serta *proofreading*. Setelah mendapat poin-poin perbaikan yang harus dilakukan, penulis mengecek kesalahan teknis penulisan dan kemudian melakukan penulisan ulang. Berikut contohnya.

Tulisan Penulis Sebelum Evaluasi	Tulisan Penulis Setelah Evaluasi
<p style="text-align: center;">Product Description: Novel Klasik ‘Little Women’ karya Louisa May Alcott</p>	<p style="text-align: center;">Product Description: Novel Klasik ‘Little Women’ karya Louisa May Alcott</p>
<p>Karya klasik yang tak lekang oleh waktu ini bercerita tentang kehidupan empat bersaudari, suatu masa di Concord, Massachusetts.</p> <p>Meg, si cantik keibuan yang bermimpi menjadi seorang ratu bergaun indah. Jo, si Tomboi yang sangat mencintai buku dan sastra. Beth, si Pendiam yang begitu berbakat memainkan piano. Dan Amy, Michelangelo kecil dengan sketsa-sketsa memukau di kertas gambarnya.</p> <p>Hari-hari mereka sederhana, tapi</p>	<p>Ada satu sekolah di kawasan Plumfield yang berbeda dengan sekolah kebanyakan. Di sekolah yang dikhususnya untuk anak laki-laki itu penuh dengan permainan, sehingga anak-anak yang bersekolah di sana menganggap itu sekolah yang sangat menyenangkan. Bahkan hanya ada sedikit peraturan yang mengikat di sana. Bayangkan, di sekolah Plumfield milik Bapak dan Ibu Bhaer, anak-anak diizinkan untuk perang bantal di kamar, memiliki kebun sendiri yang bisa ditanami tumbuhan favorit sesuka hati, diperbolehkan memelihara hewan</p>

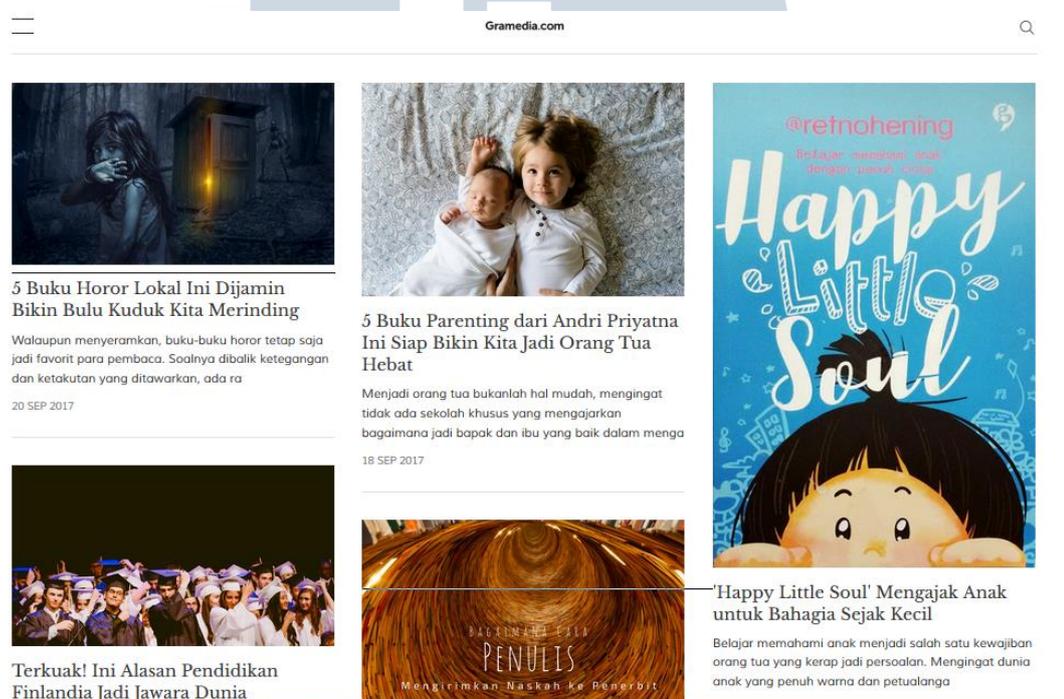
<p>dilingkupi kehangatan. Walaupun tak pernah luput dari masalah, kesedihan, ketidakpuasan, bahkan pertengkaran, mereka tak pernah berhenti saling mencintai dan teramat bersyukur memiliki satu sama lain.</p> <p>Sang Ibu yang selalu berada di samping mereka memberikan banyak inspirasi dan semangat, sementara bocah laki-laki kaya bernama Laurie, yang ikut serta dalam setiap petualangan keempat gadis itu, membawa keceriaan yang tak tergantikan.</p> <p>Diterbitkan pada abad ke-19, novel ini disebut sebagai karya paling realis di antara novel-novel sejenis yang lebih menawarkan mimpi dan idealisme.</p> <p>Lewat <i>Little Women</i>, Louisa May Alcott menyuratkan kebahagiaan dalam kesederhanaan, dan menunjukkan bahwa sebuah rumah mungil pun dapat menjadi istana indah dengan kehadiran orang-orang yang dicintai sepenuh hati.</p>	<p>kesayangan, sampai membuat musuem sendiri yang berisi harta karun pribadi.</p> <p>Itulah yang membuat Nat, Dan, serta dua belas anak lainnya begitu betah sekolah di sana. Namun yang namanya anak-anak, walau sudah diberi kesibukan bermain dan belajar, masih saja nakal dan bikin onar.</p> <p>Akhirnya Bapak dan Ibu Bhaer yang sabar memutuskan untuk membuat rencana baru yang akan mengubah anak-anak agar menjadi seperti yang diharapkan: penuh kejujuran, berani, percaya diri, dan tentunya tidak nakal. Itu impian yang terlalu sempurna. Mungkinkah terwujud? Apa rencana Bapak dan Ibu Bhaer? Apakah sistem pendidikan sekolah Plumfield salah dalam mendidik selama ini hingga anak-anak jadi nakal, ataukah sebaliknya?</p> <p>Novel klasik <i>Little Women</i> karya Louisa May Alcott ini akan mengajak kita bercermin kembali mengenai pendidikan anak yang ada serta bagaimana mendekati anak-anak agar tumbuh sesuai dengan impian-impian baik kita.</p>
---	---

Tabel 3.1 Perbandingan Tulisan Sebelum dan Setelah Evaluasi

3.3.5 Publikasi

Ketika tiga tahap alur kerja penulis lakukan, konten digital yang penulis hasilkan pun siap untuk dipublikasikan. Menurut Foster (2008, h. 197), situs adalah salah satu medium komunikasi yang bagus di era digital saat ini, terutama dalam hal publikasi informasi, sehingga situs perlu disulap agar memiliki tampilan bagus, serta perlu diisi oleh konten menarik.

Penulis bertugas untuk mengisi situs dengan konten menarik dan mempublikasikannya sebagai bagian dari memenuhi kebutuhan publik. Berikut contoh publikasi konten digital di situs www.gramedia.com.



Gambar 3.10 Contoh Artikel-artikel yang Telah Dipublikasi di Gramedia Blog

Sumber: www.gramedia.com/blog

3.4 Uraian Kendala Ditemukan dan Solusi yang Diberikan Selama Proses Kerja Magang

Selama penulis melakukan praktek kerja magang di Gamedia.com, penulis menemukan beberapa kendala. Kendala tersebut adalah sebagai berikut.

Pada saat membuat konten digital *Category Description* yang berfokus membuat deskripsi kategori-kategori yang terdaftar di katalog Gamedia.com, penulis menemukan perbedaan kategori yang terdapat di situs dengan dokumen database kategori yang diberikan pembimbing. Sehingga penulis kesulitan untuk mempublikasikan hasil konten digital ke situs, dikarenakan perbedaan tersebut.

Solusi yang penulis lakukan kemudian adalah berkonsultasi dengan pembimbing lapangan. Pembimbing pun menjelaskan bahwa database di situs Gamedia.com saat ini masih lama, dan baru akan diperbarui tahun depan. Oleh karena itu, penulis diminat untuk fokus mengolah dokumen database kategori yang diberikan, lalu menyusun seluruh konten digital kategori yang sudah dibuat dalam satu folder untuk kemudian baru dipublikasikan tahun depan ketika database baru mulai diunggah.

