

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Posisi atau kedudukan dalam pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis di PT. Ehampers Lezat Sukses Abadi pada anak perusahaan Donut Cult adalah *Social Media Marketing Internship*, dalam posisi ini penulis bertanggung jawab atas seluruh social media platform yang dimiliki oleh Donut Cult. Platform Sosial Media yang dimiliki Donut Cult adalah Instagram dan TikTok. Selain itu penulis juga bertanggung jawab untuk mengelola informasi produk di berbagai *marketplace* yang dimiliki Donut Cult. Donut Cult menerima order melalui *marketplace* yang dimilikinya antara lain, ShopeeFood, GrabFood, GoFood, dan Whatsapp.

#### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

##### 3.2.1 Tugas *Social Media Marketing* di Donut Cult

Penulis dengan kedudukan *Social Media Marketing Internship* memiliki berbagai tanggung jawab dengan tujuan untuk memasarkan produk Donut Cult di berbagai platform media sosial. Berikut ini merupakan tugas dan tanggung jawab penulis sebagai *Social Media Marketing* di Donut Cult.

No.	Tugas	Frekuensi	Koordinasi	Tujuan/Hasil
1.	Membuat Konten TikTok dan Instagram Donut Cult	Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i> dan Ira selaku <i>Creative Head</i>	Mengaktifkan Sosial Media Donut Cult melalui konten-konten yang dibuat.
2.	Membalas <i>Direct Message</i> Instagram	Rutin	-	Pelanggan dapat menerima jawaban atas pertanyaan yang

No.	Tugas	Frekuensi	Koordinasi	Tujuan/Hasil
	dan Whatsapp			diajukan.
3.	<i>Manage Key Opinion Leader (KOL)</i>	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i>	Memanage <i>KOL</i> , mulai dari mencari <i>KOL</i> yang tepat, menghubungi <i>KOL</i> , sampai dengan mengirim produk ke alamat <i>KOL</i> , yang bertujuan untuk menambah <i>brand awareness</i> atau pengetahuan masyarakat akan produk Donut Cult melalui followers <i>KOL</i> .
4.	Membuat <i>Social Media Planning</i> TikTok Donut Cult dalam jangka 1 bulan (Januari 2024)	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i>	Untuk merencanakan strategi pemasaran yang efektif berupa konten untuk platform TikTok Donut Cult dalam waktu satu bulan (Januari 2024).
5.	Membuat <i>Social Media Planning</i> Instagram Donut Cult dalam jangka 1 bulan (April 2024)	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i>	Untuk merencanakan strategi pemasaran yang efektif berupa konten untuk platform Instagram Donut Cult dalam waktu satu bulan (April 2024).
6.	Analitikal dari Konten Instagram yang telah dibuat	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i>	Untuk meningkatkan keterlibatan dan jangkauan, mengetahui konten yang disukai oleh pengikut Donut Cult dan memahami lebih baik target market dari pengikut Donut Cult.
7.	Publish Produk Baru Donut Cult di <i>All Marketplace</i> (ShopeeFood, GrabFood, dan	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i> dan	Pelanggan dapat membeli produk-produk Donut Cult melalui berbagai macam <i>marketplace</i> .

No.	Tugas	Frekuensi	Koordinasi	Tujuan/Hasil
	GoFood) dan melakukan pengecekan produk lama yang belum tersedia di <i>marketplace</i> tersebut.		Ira selaku <i>Creative Head</i>	
8.	<i>Publish</i> Produk Baru Donut Cult di aplikasi Whatsapp Business	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i>	Pelanggan dapat membeli produk Donut Cult melalui aplikasi Whatsapp Business.
9.	<i>Photoshoot</i> Produk Donut Cult	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i>	Mendapatkan foto produk untuk dicantumkan dan dijual di berbagai <i>marketplace</i> Donut Cult.
10.	Membuat <i>Moodboard</i> foto Donut Cult dengan Tema <i>Chinese New Year</i> , Tema Ulang Tahun, dan Tema <i>Easter</i> .	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i> dan Ira selaku <i>Creative Head</i>	Menjadi sumber inspirasi bagi tim kreatif dalam menghasilkan ide-ide kreatif untuk foto-foto donat yang sesuai dengan tema dan nuansa <i>Chinese New Year</i> , Tema <i>Easter</i> , dan Tema Ulang Tahun.
11.	Menjadi <i>talent</i> untuk video konten Instagram atau TikTok Donut Cult	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i> dan Ira selaku <i>Creative Head</i>	Membantu membuat konten dan mempromosikan produk Donut Cult dengan tujuan utama menarik minat konsumen dan menyampaikan informasi dengan baik.

No.	Tugas	Frekuensi	Koordinasi	Tujuan/Hasil
12.	Membuat <i>Invoice</i> penjualan Donut Cult	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i> dan Ira selaku <i>Creative Head</i>	Bertujuan untuk merekap transaksi penjualan dan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan mengenai barang yang dibeli.
13.	Menjaga Booth Donut Cult pada saat event berlangsung	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i>	Untuk mempromosikan brand Donut Cult secara efektif, meningkatkan <i>brand awareness</i> , dan meningkatkan penjualan juga melalui interaksi yang ramah dengan pengunjung di event.
14.	Membuat <i>Signage</i> Promo Donut Cult Pada <i>Event</i> dan <i>Signage</i> pemberitahuan <i>Cashless</i> .	Non Rutin	Ira selaku <i>Creative Head</i>	Memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan di dalam toko, termasuk promo yang diadakan.
15.	Membuat <i>Business Proposal</i> pada Coco86 Bakery	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive Officer (CEO)</i> dan Ira selaku <i>Creative Head</i>	Untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang bisnis Coco86 Bakery kepada calon investor, mitra bisnis, atau pihak lain yang berpotensi terlibat dalam pengembangan atau dukungan bisnis.
16.	<i>List Business to Business (B2B)</i> untuk Coco86 Bakery	Non Rutin	Elsa Sasmita selaku <i>Chief Executive</i>	Untuk memperluas jangkauan pasar Coco86 dengan menawarkan produk kepada kafe

No.	Tugas	Frekuensi	Koordinasi	Tujuan/Hasil
			<i>Officer (CEO)</i>	dan hotel dalam bisnis ke bisnis (B2B).

**Table 3.1 Tugas Social Media Marketing di Donut Cult**

### 3.2.2 Uraian Kerja Magang sebagai *Social Media Marketing* di Donut Cult

#### 1. Membuat Konten TikTok dan Instagram Donut Cult

Sebagai *social media marketing* di Donut Cult, penulis memiliki tanggung jawab untuk mengelola setiap media sosial termasuk TikTok dan Instagram. Bersama dengan rekan kerjanya Kak Robert selaku *social media internship*, dan Ibu Ira yang menjabat sebagai *Creative Head* melakukan strategi untuk mengaktifkannya atas kehadiran Donut Cult di kedua platform tersebut. Penulis sering berkoordinasi dengan Ibu Elsa Sasmita selaku *Chief Executive Officer (CEO)* dan Ibu Ira selaku Head Creative untuk membahas strategi untuk mengembangkan *social media* yang dimiliki oleh Donut Cult. Berdasarkan hasil diskusi yang telah dilakukan, kami memutuskan untuk berfokus pada pembuatan konten secara rutin setiap 3 atau 4 kali dalam satu minggu. Konten-konten yang dibuat dan di posting, sebelumnya sudah direncanakan terlebih dahulu oleh penulis dan disetujui dengan Elsa Sasmita selaku *Chief Executive Officer (CEO)* Donut Cult, terutama terkait dengan topik yang akan dijadikan konten.

Sebelum membuat konten, menentukan terlebih dahulu target market dan target audience dari Donut Cult. Target market Donut Cult adalah semua orang yang menyukai makanan atau cemilan manis, dan dari segi segmentasi geografis Donut Cult adalah wilayah Gading Serpong, seperti BSD (Bumi Serpong Damai), Karawaci, Alam Sutera, Pantai Indah Kapuk (PIK) dan sekitarnya.

Dalam pembuatan konten ini penulis memiliki tanggung jawab sebagai berikut:

- Membuat *content planning* beserta jadwal konten
- Mencari ide-ide kreatif untuk konten yang akan diposting.
- Melakukan proses pengambilan gambar atau video untuk konten yang

telah direncanakan. Ini termasuk menyiapkan set, mengatur pencahayaan, dan mengatur properti yang diperlukan.

- Mengedit konten yang telah diambil agar sesuai dengan standar kualitas dan gaya Donut Cult.
- Setelah konten diedit, saya mengirimkannya kepada Ibu Elsa Sasmita, *Chief Executive Officer (CEO)* Donut Cult, untuk ditinjau kembali. Jika ada revisi yang diperlukan, saya siap untuk melakukan perubahan yang diminta.
- Menyusun caption yang kreatif dan relevan, serta menyertakan hashtag yang sesuai dengan tema konten yang akan di posting.
- Terakhir, saya bertanggung jawab untuk memposting konten tersebut sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Berikut ini adalah *content planning* Instagram Donut Cult beserta jadwal konten

Hari	Maret	Event/hari raya	Reels/Title	Referense/Details	sudah di posting
Jumat	1 Mar	Local Market	Donut of the Week		<input checked="" type="checkbox"/>
Sabtu	2 Mar	Local Market			
Minggu	3 Mar	Local Market			
Senin	4 Mar		Makan donat bisa sambil ngapain		<input checked="" type="checkbox"/>
Selasa	5 Mar				
Rabu	6 Mar		Donut of the Week go nuts		<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	7 Mar				
Jumat	8 Mar		how to order our donut		<input checked="" type="checkbox"/>
Sabtu	9 Mar				
Minggu	10 Mar		What they say about our donuts (influencers&Customer)		<input checked="" type="checkbox"/>
Senin	11 Mar				
Selasa	12 Mar	reels	Introducing NEW MENU RAMADHAN	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Rabu	13 Mar				
Kamis	14 Mar	reels	3 ramadhan donut	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Jumat	15 Mar				
Sabtu	16 Mar	reels	3 BOMBO	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Minggu	17 Mar	foto	Ramadan Hamper box of 6: Nutella bomboloni, custbom, s bomb, banana, dark choco, avocado	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Senin	18 Mar	foto	We will be serving @AEON MALL BSD CITY	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Selasa	19 Mar	reels	How to find us: Aeon Mall BSD City (Ground Floor)	dibuat disana	<input checked="" type="checkbox"/>
Rabu	20 Mar	reels	Ramadan Hamper box of 3: 3 ramadhan berkah	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	21 Mar				
Jumat	22 Mar	Foto	FOTO	udah dibuat	
Sabtu	23 Mar				
Minggu	24 Mar	foto	Ramadan Hamper Box of 3: (udah) 3 manisnya ramadan (Nutella, white custard, strawberry jam)	udah dibuat	
Senin	25 Mar				

### Gambar 3.1 Content Planning Instagram Donut Cult serta Jadwal Konten

Berikut ini adalah content planning TikTok Donut Cult beserta jadwal konten

Hari	WEEK 2	KONTEN TIKTOK	TEMA	LINK REFERENSI	LINK UPLOAD	SUDAH UPLOAD
<b>WEEK 2</b>						
Senin	7 Jan	stopmotion donut cult	sell	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSN7sYcTq/">https://vt.tiktok.com/ZSN7sYcTq/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNwapdaF/">https://vt.tiktok.com/ZSNwapdaF/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Selasa	8 Jan					
Rabu	9 Jan	kerja di sosmed harus?	fun	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNv1kgw7/">https://vt.tiktok.com/ZSNv1kgw7/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNwaSTnE/">https://vt.tiktok.com/ZSNwaSTnE/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	10 Jan					
Jumat	11 Jan	donat terenak sedunia, kalian harus coba	sell	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNvJ1Xm1/">https://vt.tiktok.com/ZSNvJ1Xm1/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNwaHwJD/">https://vt.tiktok.com/ZSNwaHwJD/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Sabtu	12 Jan					
Minggu	13 Jan	-				
<b>WEEK 3</b>						
Senin	14 Jan	Reviu donat og game	sell	-	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNKQ7gna/">https://vt.tiktok.com/ZSNKQ7gna/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Selasa	15 Jan					
Rabu	16 Jan	"kelika dapet temen sefrekuensi di kantor"	fun	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNv1761D/">https://vt.tiktok.com/ZSNv1761D/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNEJYYyG/">https://vt.tiktok.com/ZSNEJYYyG/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	17 Jan					
Jumat	18 Jan					
Sabtu	19 Jan	Check konten sama atasan tapi takut di revisi		<a href="https://www.tiktok.com/@polynia_idr/video/7232309284187557126?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320">https://www.tiktok.com/@polynia_idr/video/7232309284187557126?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNolMvNH/">https://vt.tiktok.com/ZSNolMvNH/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Minggu	20 Jan					
<b>WEEK 4</b>						
Senin	21 Jan					
Selasa	22 Jan					
Rabu	23 Jan	yuk kenalan sama tim socmed kita		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNELs5eu/">https://vt.tiktok.com/ZSNELs5eu/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFJ6nseX/">https://vt.tiktok.com/ZSFJ6nseX/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	24 Jan					
Jumat	25 Jan	POV : Akhirnya ketemu donat kentang yang enak	fun & sell	<a href="https://www.tiktok.com/@pawonmiul/video/7317479127076850950?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320">https://www.tiktok.com/@pawonmiul/video/7317479127076850950?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFJ6gTd/">https://vt.tiktok.com/ZSFJ6gTd/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Sabtu	26 Jan					
Minggu	27 Jan	sederhana tapi bikin karyawan marah		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNEngaDj/">https://vt.tiktok.com/ZSNEngaDj/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFeNjNq7/">https://vt.tiktok.com/ZSFeNjNq7/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>WEEK 5</b>						
Senin -	28 Jan					
Selasa	29 Jan					
Rabu	30 Jan	99% problem 1%. solution			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYoVMRe/">https://vt.tiktok.com/ZSFYoVMRe/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	31 Jan	buat konten (pengumuman donat cult ada di bride story)			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYeow7/">https://vt.tiktok.com/ZSFYeow7/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>WEEK 1</b>						
Jumat	1 Feb					
Sabtu	2 Feb	Buat konten video dengan tema find us here			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYoFQDK/">https://vt.tiktok.com/ZSFYoFQDK/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Minggu	3 Feb	"tebak donut cult ada di event apa?"			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYoFEn/">https://vt.tiktok.com/ZSFYoFEn/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>WEEK 2</b>						
Senin	4 Feb					
Selasa	6 Feb	bingung kasih kado			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYoGFR/">https://vt.tiktok.com/ZSFYoGFR/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Rabu	7 Feb					
Kamis	8 Feb					
Jumat	9 Feb					
Sabtu	10 Feb				<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYoGFR/">https://vt.tiktok.com/ZSFYoGFR/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	8 Feb					
Jumat	9 Feb					
sabtu	10 Feb	give away			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYoGFR/">https://vt.tiktok.com/ZSFYoGFR/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>WEEK 2</b>						
senin	12 Feb	besok (pegang bunga)		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFLGAUj/">https://vt.tiktok.com/ZSFLGAUj/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYo2ER/">https://vt.tiktok.com/ZSFYo2ER/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
selasa	13 Feb	drama valentine (dikasih donut bukei sama robert trs gw seneng)			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYoAv6B/">https://vt.tiktok.com/ZSFYoAv6B/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
rabu	14 Feb	Every where i go		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSF1B68S/">https://vt.tiktok.com/ZSF1B68S/</a>		<input checked="" type="checkbox"/>
kamis	15 Feb					

### Gambar 3.2 Content Planning Tiktok Donut Cult serta Jadwal Konten

Berikut ini adalah referensi ide-ide kreatif untuk mendukung pembuatan konten tiktok dan Instagram Donut Cult.

Referensi Ide Konten	
stopmotion donut cult	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNv1kgwT/">https://vt.tiktok.com/ZSNv1kgwT/</a>
kerja di sosmed harus?	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSN7sYcTq/">https://vt.tiktok.com/ZSN7sYcTq/</a>
byesel banget baru ketauan sekarang (slide share)	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSF1rSxKq/">https://vt.tiktok.com/ZSF1rSxKq/</a>
Socmed akhirnya dapet ide buat shoot konten	<a href="https://www.tiktok.com/@guzus_donut/video/733208161270722878?from_seller=1&amp;seller_device=android&amp;seller_device_pc&amp;web_id=7319348110102349320">https://www.tiktok.com/@guzus_donut/video/733208161270722878?from_seller=1&amp;seller_device=android&amp;seller_device_pc&amp;web_id=7319348110102349320</a>
A day In my life menjadi sosmed officer	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNv1kSXU/">https://vt.tiktok.com/ZSNv1kSXU/</a>
99% 1% solusi (slide share)	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSF1B68Sq/">https://vt.tiktok.com/ZSF1B68Sq/</a>
Every where i go	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSF1B68Sq/">https://vt.tiktok.com/ZSF1B68Sq/</a>
buat di event	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSF14a9dQ/">https://vt.tiktok.com/ZSF14a9dQ/</a>
bikin layout desain bisnis pieth kita	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNv1761D/">https://vt.tiktok.com/ZSNv1761D/</a>
isi konten valentine	
besok (pegang bunga)	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFLGAUjo/">https://vt.tiktok.com/ZSFLGAUjo/</a>
bingung cari kado buat valentine ? donat bukei aja	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFLGLdgg/">https://vt.tiktok.com/ZSFLGLdgg/</a>
drama valentine (dikasih donut bukei sama robert trs gw seneng)	
yuk kenalan sama tim socmed kita	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNE1s5eu/">https://vt.tiktok.com/ZSNE1s5eu/</a>
Check konten sama atasan tapi takut di revisi	<a href="https://www.tiktok.com/@polyxia_idr/video/7232762086769906693?from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320">https://www.tiktok.com/@polyxia_idr/video/7232762086769906693?from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320</a>
Minjem duit 100	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNKpe4iv/">https://vt.tiktok.com/ZSNKpe4iv/</a>
seberapa sosmed lu?	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNv16WEp/">https://vt.tiktok.com/ZSNv16WEp/</a>
ketika jadi social media oficer	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNv1aYYX/">https://vt.tiktok.com/ZSNv1aYYX/</a>
bawa makanan sesuai abjad	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNv11Xm1/">https://vt.tiktok.com/ZSNv11Xm1/</a>
POV : Akhirnya ketemu donat kentang yang enak	<a href="https://www.tiktok.com/@guzus_donut/video/711747912707650910?from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320">https://www.tiktok.com/@guzus_donut/video/711747912707650910?from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320</a>
kerja serius amatt, biar apasih?	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSF6bRk39/">https://vt.tiktok.com/ZSF6bRk39/</a>
aku apa" bisa sediri kok	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSF6bjKpk/">https://vt.tiktok.com/ZSF6bjKpk/</a>
rutinitas kerja di donut cult	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSF6b1Ayn/">https://vt.tiktok.com/ZSF6b1Ayn/</a>
kamu kan social media oficer kenyanya kan emang sendiri	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSF6qcLcP/">https://vt.tiktok.com/ZSF6qcLcP/</a>
besok (pegang bunga)	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFLGAUjo/">https://vt.tiktok.com/ZSFLGAUjo/</a>
wfh diary	<a href="https://www.instagram.com/p/CZG0Z7BaEP_/?hahed=1Np42f6dTLV3j">https://www.instagram.com/p/CZG0Z7BaEP_/?hahed=1Np42f6dTLV3j</a>

Gambar 3.3 Ide Konten

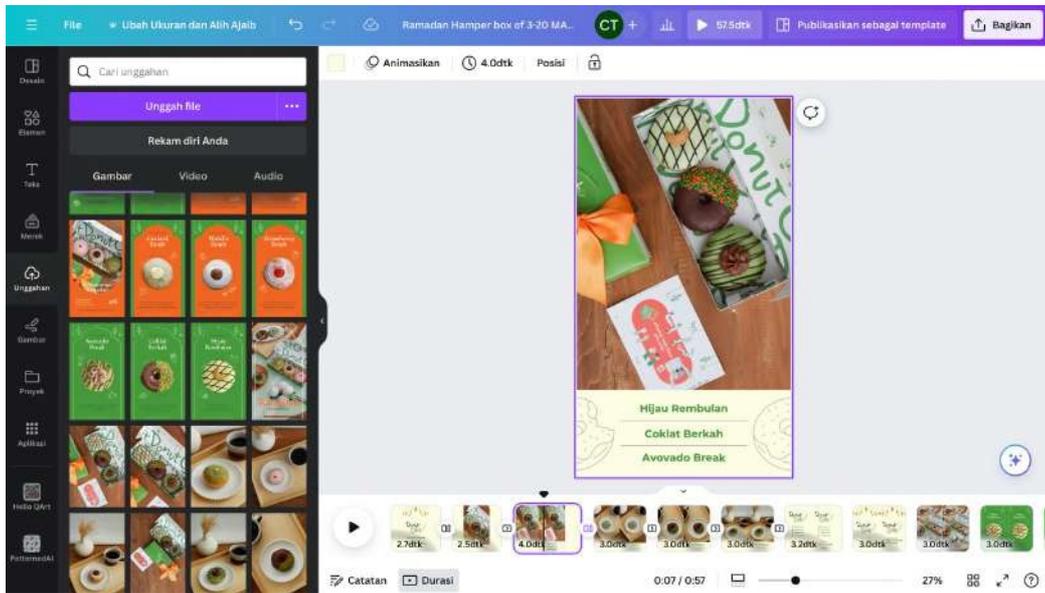
Setelah membuat *content planning* dan mencari referensi ide konten, penulis melakukan proses pengambilan gambar atau video untuk konten yang telah direncanakan, penulis membutuhkan beberapa peralatan dan produk seperti ponsel, tripod, kamera, background, alas produk, dan berbagai properti tambahan untuk membuat konten lebih menarik bagi audiens. Berikut ini adalah hasil proses pengambilan gambar





**Gambar 3.4 Proses Pengambilan Gambar**

Selanjutnya, penulis melakukan proses pengeditan konten video. Pada tahap ini, biasanya penulis menggunakan aplikasi Canva dan Capcut untuk mengedit video. Dalam proses pengeditan ini, penulis berusaha semaksimal mungkin untuk membuat video menjadi lebih menarik dengan menambahkan transisi, animasi dan *opening* agar dapat menarik perhatian para audiens. Selain itu penulis memilih musik yang sedang viral pada saat itu di TikTok maupun Instagram dan tentunya yang sesuai dengan konten video.



**Gambar 3.5 Canva**



**Gambar 3.6 Capcut**

Setelah konten selesai diedit, penulis mengirimkannya kepada Ibu Elsa Sasmita, selaku *Chief Executive Officer (CEO)* Donut Cult, untuk ditinjau. Jika ada revisi

yang dibutuhkan, penulis akan melakukan perubahan sesuai permintaan. Setelah konten disetujui oleh Ibu Elsa Sasmita, selaku *Chief Executive Officer (CEO)* Donut Cult, konten tersebut akan diunggah ke media sosial Instagram atau TikTok Donut Cult. Sebelum posting konten, penulis membuat caption yang kreatif dan relevan, serta menyertakan hashtag yang sesuai dengan tema konten.

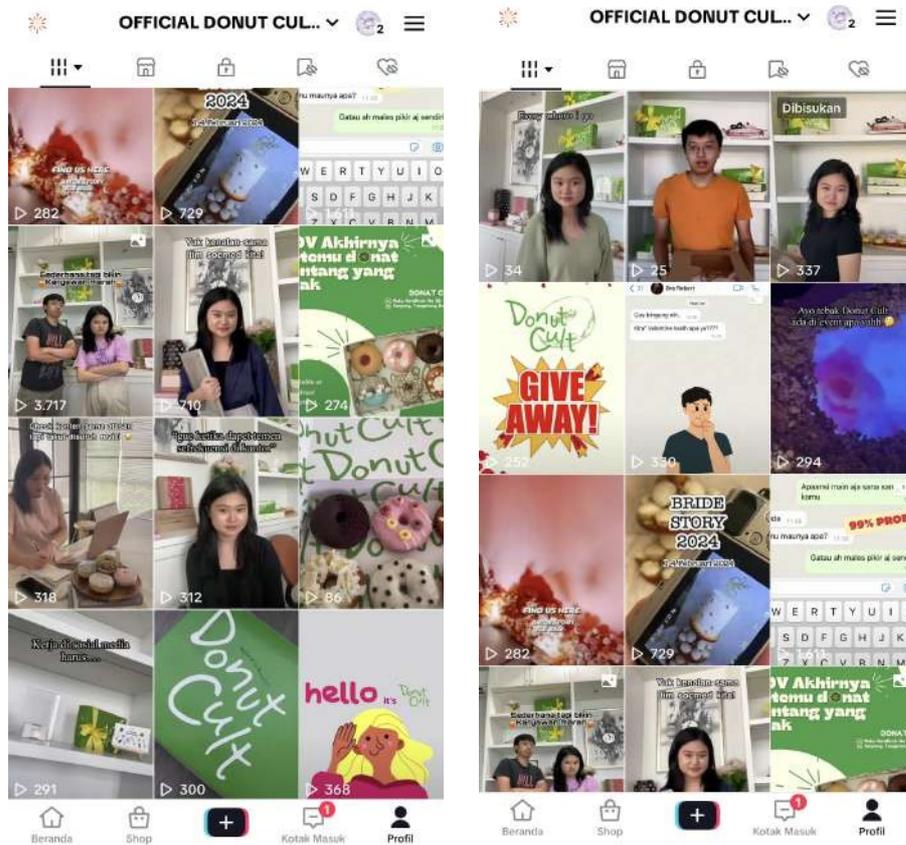
Berikut ini adalah caption dan hastag dari konten yang telah dibuat oleh penulis dengan rekannya.

CAPTION	
n	Siapa nih yang tertarik kerja dibagian social media? #donutcult #lifeatdonutcult #socmedspecialist #believeindonuts #DigitalMarketing
	Mau donat yang lezat dan instagamable? Donut Cult punya semua yang kalian mau! 🍩🍩 #donutcult #flavoradventure #camilangadingserpong #believeindonuts
	10/10 donat kentang lembut, topping bervariasi, harga terjangkau dengan kualitas yang segitu enakya. Wajib di coba!!! #donutcult #donatgadingserpong #makanangadingserpong #gadingserponginfo
	Guys guys guyssss... akhirnya gw nemuin donat terenak yang ada di Gading Serpong! 🍩🍩 #DonatTerEnak #donutcult #gadingserpong #kulinersepong #believeindonuts
	Konten mau lewat susah banget yah 🤔🤔🤔 #fyp #konten #worklife #justforfun #socmedspecialist #donutcult #believeindonuts
	Enaknya punya temen sefrekuensi di kantor, mau ngapa'in juga seru! coba dong mention temen kalian 🍩🍩 #temenngantor #ngantor #bestie #fyp #startuple #donutcult
	Kenalin nih tim sosmed kami yang kece banget 🍩🍩 #fyp #konten #worklife #justforfun #socmedspecialist #donutcult #believeindonuts #startuple
	Apapun masalahnya Donut Cult solusinya 🍩🍩 #DonatTerEnak #donutcult #gadingserpong #kulinersepong #believeindonuts #justforfun #fyp #konten #solutions #problemSolver

**Gambar 3.7 Caption dan Hastag**

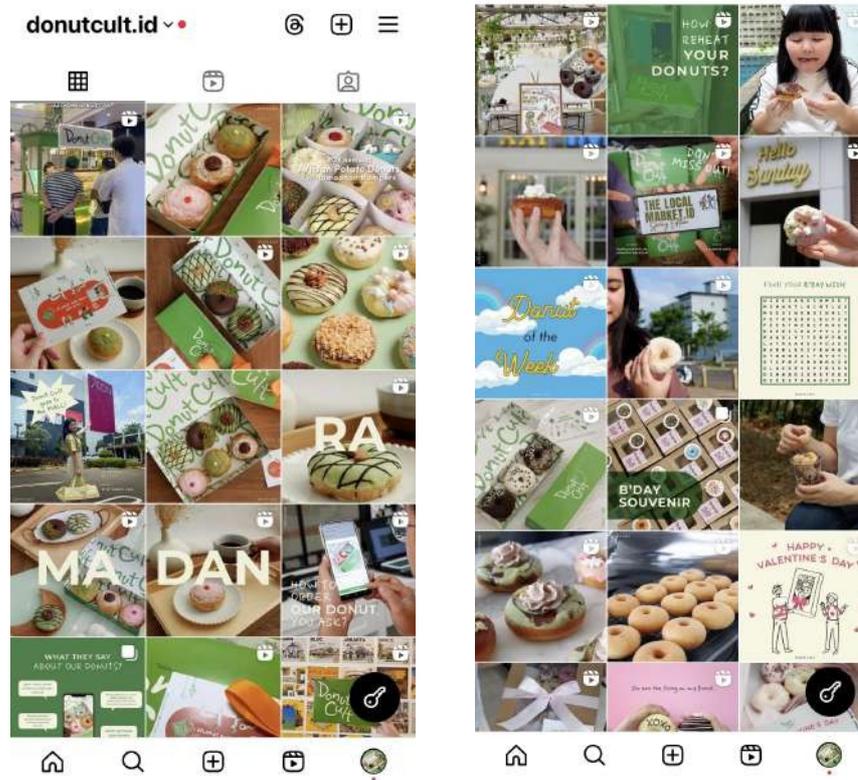
Setelah menyusun caption, penulis melakukan unggahan konten sesuai pada jadwal konten yang sudah ditentukan sebelumnya. Penulis memilih musik-musik dari platform TikTok atau Instagram khususnya *sound* yang memang sedang viral saat itu di TikTok maupun Instagram dan tentunya yang sesuai dengan konten video.

Berikut ini adalah hasil dari konten yang telah dibuat oleh penulis dengan rekannya.



**Gambar 3.8** Konten Tiktok Donut Cult

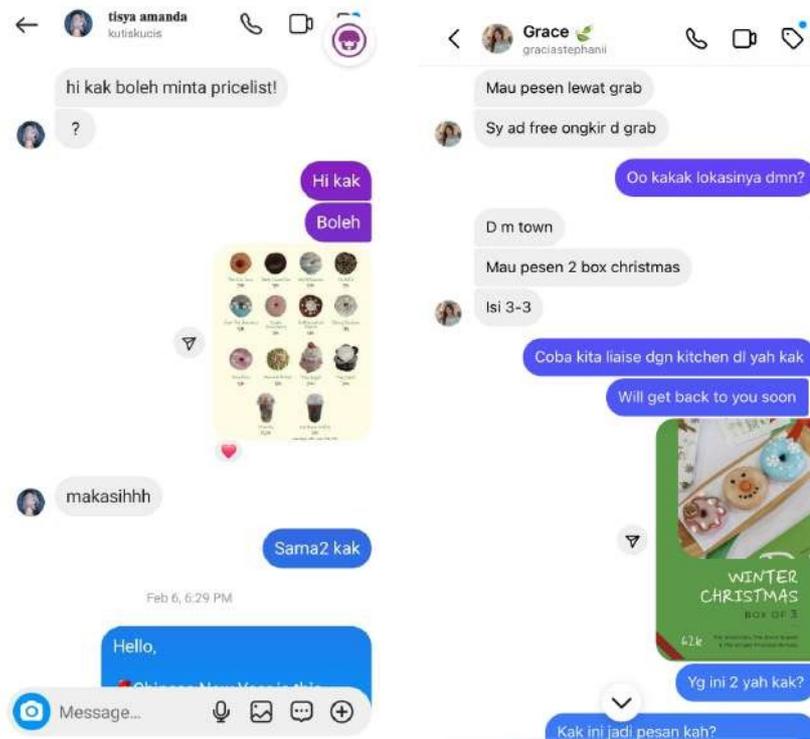
Berikut ini adalah hasil dari konten Instagram yang telah dibuat oleh penulis dengan rekannya.



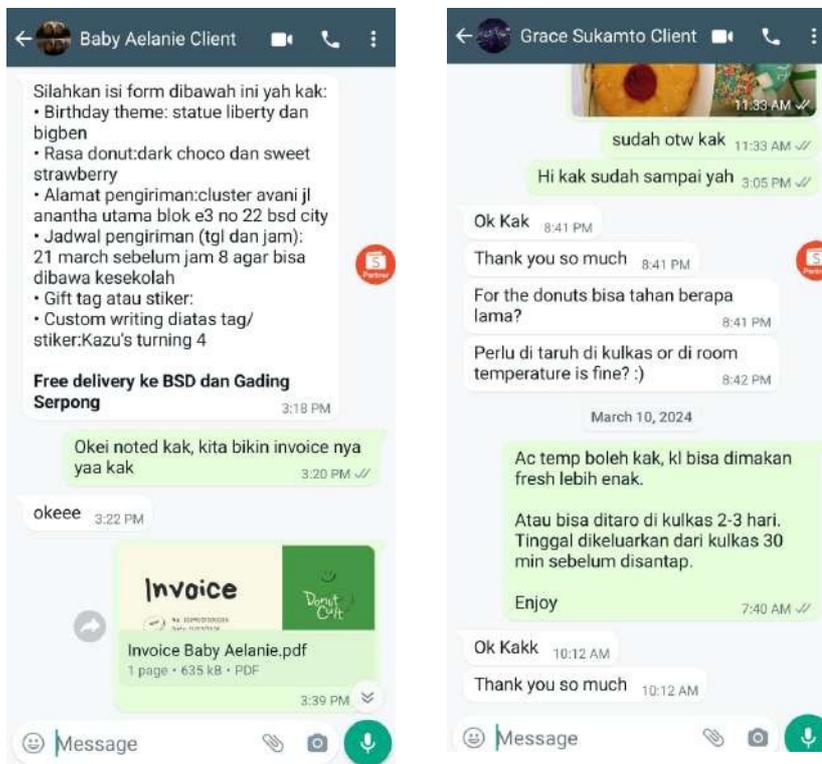
Gambar 3.9 Konten Instagram Donut Cult

## 2. Membalas *Direct Message* Instagram dan Whatsapp

Penulis bertanggung jawab untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap setiap pesan yang masuk, termasuk menjawab pertanyaan pelanggan tentang pemesanan varian Donut Cult, serta memberikan informasi produk atau layanan lainnya yang mungkin diminta oleh pelanggan, tidak hanya pesan dari pelanggan saja, tetapi dalam *Direct Message* Instagram dan Whatsapp terdapat pesan dari *Key Opinion Leader (KOL)* ataupun orang-orang yang menawarkan partnership dengan Donut Cult.



**Gambar 3.10 Manage Instagram Direct Messages**



**Gambar 3.11 Manage Whatsapp Direct Messages**

### **3. Manage Key Opinion Leader (KOL)**

*Key Opinion Leader (KOL)* sama saja dengan yang biasa disebut dengan *Influencer*. Menurut Kadekova & Holiencinova (2018), *Key Opinion Leader (KOL)* tidak hanya merupakan media pemasaran biasa, tetapi juga merupakan aset dalam jaringan hubungan sosial yang mampu bekerja sama untuk mencapai tujuan pemasaran (Jacksen, 2021). Bruns (2018) juga mendefinisikan *Key Opinion Leader (KOL)* sebagai individu yang aktif dalam aktivisme, memiliki hubungan yang kuat, mempengaruhi secara signifikan, memiliki pikiran yang inovatif, dan menjadi sumber inspirasi bagi pengikutnya (Anjani & Irwansyah, 2020). Senft (2018) mengelompokkan *Key Opinion Leader (KOL)* ke dalam tiga kategori berdasarkan jumlah pengikut dan status sosial mereka di media sosial, yaitu:

#### **a. Mega Influencer**

*Mega influencer* adalah *influencer* yang memiliki jumlah *followers* antara 1 juta hingga 10 juta. Dalam klasifikasi ini termasuk tokoh-tokoh terkenal seperti selebriti, aktris, aktor, atlet, atau figur publik lainnya. Mereka memiliki kemampuan untuk memperkenalkan sebuah merek kepada pengikutnya melalui media sosial dengan jangkauan yang luas, sering mencapai jutaan orang. Namun, meskipun memiliki jangkauan yang besar, mereka tidak terlalu efektif dalam mempengaruhi sikap yang diinginkan oleh merek yang mereka wakili. Namun demikian, mereka sangat efektif dalam menciptakan kesan dan kesadaran merek di kalangan pengikut mereka.

#### **b. Macro Influencer**

*Macro influencer* adalah *influencer* yang memiliki jumlah *followers* antara 50.000 hingga 1 juta. Kategori ini mencakup blogger dan vlogger yang memiliki hubungan yang erat dan interaktif dengan pengikut mereka. Mereka memiliki kemampuan untuk mempengaruhi tindakan pengikut mereka melalui media sosial, dan dampak yang mereka berikan sangat signifikan. *Macro influencer* dianggap sebagai panutan oleh pengikutnya, terutama dalam keputusan pembelian produk.

Review dan rekomendasi dari mereka dapat membantu mengurangi ketidakpastian yang dirasakan oleh pengikut dalam membeli produk baru.

### **c. Micro Influencer**

Micro influencer, yaitu influencer yang memiliki jumlah followers antara 10.000 hingga 50.000. Grup ini memiliki audiens yang lebih kecil tetapi mereka mengelolanya dengan cermat melalui komunikasi yang konsisten. Micro influencer terdiri dari individu-individu yang sukses, berbakat, dan menarik, yang dihormati dan diidolakan oleh pengikut mereka. Menurut Mavrek (2016) kategori ini mampu mengarahkan keterlibatan audiensnya dengan tinggi sekitar 26%-60% dari para *follower*-nya. Mereka juga memiliki kemampuan untuk menciptakan keinginan dan dampak positif terhadap sikap dan loyalitas merek melalui hubungan yang lebih intens dan interaktif dengan pengikut mereka.

Tujuan Donut Cult mencari *KOL (Key Opinion Leader)* ini adalah untuk mendapatkan *review* Donut Cult yang dimakan oleh *influencer*, dan menambah *brand awareness* atau pengetahuan masyarakat akan produk Donut Cult melalui followers *influencer*. Dalam mengelola *Key Opinion Leader (KOL)* ini ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh penulis yaitu :

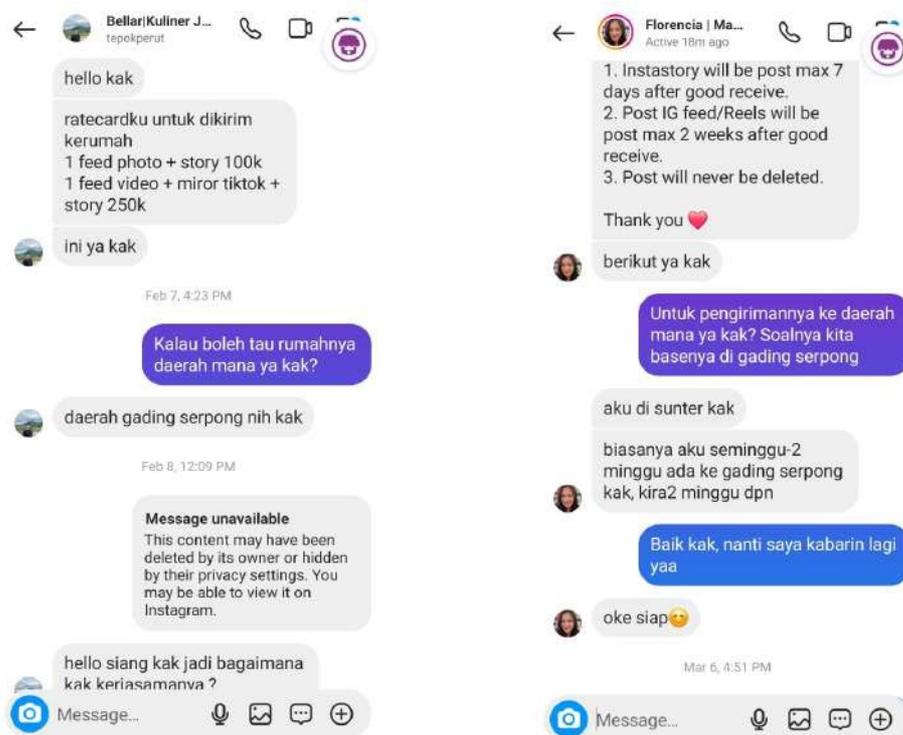
- Mencari *Key Opinion Leader (KOL)* sesuai dengan target pasar Donut Cult, yang dimana target pasar Donut Cult adalah semua orang yang menyukai makanan atau cemilan manis, dan dari segi segmentasi geografis Donut Cult adalah di sekitaran wilayah Gading Serpong, seperti BSD (Bumi Serpong Damai), Karawaci, Alam Sutera, Pantai Indah Kapuk (PIK) dan sekitarnya.
- Mengirim list *KOL* yang telah dicari ke Grup Donut Cult.
- Menunggu seleksi list oleh Ibu Elsa Sasmita selaku *Chief Executive Officer (CEO)* Donut Cult.
- Setelah disetujui, *Approaching KOL* melalui *direct message* Instagram untuk mengetahui syarat dan ketentuannya.
- Berdiskusi dengan *KOL* akan produk apa yang akan dikirimkan.
- Menulis kartu ucapan terima kasih untuk *KOL*.

- Mengirim Produk ke alamat *KOL*.
- *Repost Story / Collaborate Feed KOL*.

#### KOL 2024

Week	IG name (KOL)	No of followers	What to give	Comments
1.	@tepokperut	10.6k	3 Donut jadoel, 6 Ramadan donuts	250k feed video tiktok story
2.	@Yoli.jalanjalan	3.7k	3 donut jadoel, 6 Ramadan donuts	175k feed igs highlight
3.	@mevisun	31.7k	3 donut jadoel, 6 Ramadan donut	350k feed igs story
4.	@boyradityaa	11.2k	3 donut jadoel, 6 Ramadan donuts	250k ig reels, ig stofry, mirror tiktok
5.	@yourcafejournal	6.612	6 Ramadan donuts	350k ig reels, ig stofry, mirror tiktok
6.	@florenciatriana	5.942	3 donut jadoel, 6 Ramadan donuts	175k story, reels, feed igs highlight
7.	@situkangmakan	31,1k	3 donut jadoel, 6 Ramadan donuts Ehampers	free
8.	@glaesera	14,7k	3 donut jadoel, 6 Ramadan donuts	150k feed, 2 ig story
9.	@foodbuddies.id	7.770	box of 12 donuts	free

**Gambar 3.12 Rekap *KOL***



**Gambar 3.13 Manage KOL Direct Messages**

KOL yang sudah bekerja sama dengan Donut Cult adalah @tepokperut, @michelleevelynkahuni, @gadingserpongku\_, @kulinerkapandiet, @claudiaprisella, @foodbuddies.id, dan @gadingserpongupdate.

#### **4. Membuat *Social Media Planning* untuk Social Media Tiktok Donut Cult dalam Jangka 1 Bulan (Januari 2024)**

Penulis membuat *social media planning* untuk TikTok Donut Cult dalam jangka waktu satu bulan pada bulan Januari 2024, yang dimana dalam satu minggu terdapat 3 kali konten yang harus di post di sosial media TikTok Donut Cult. Beberapa hal yang harus dilakukan oleh penulis yaitu Pertama, analisis target audiens harus dilakukan untuk memahami preferensi dan perilaku pengguna TikTok yang berpotensi tertarik pada konten Donut Cult. Selanjutnya, perencanaan konten harus disusun dengan mempertimbangkan berbagai jenis konten seperti video tutorial, *behind-the-scenes*, *fun content*, mereview Donut Cult dan konten kreatif

lainnya yang dapat meningkatkan keterlibatan pengguna, serta menentukan jadwal yang akan diposting pada akun TikTok Donut Cult. Setelah *social media planning* dibuat, penulis mengirimkan *social media planning* yang telah dibuat ke grup Donut Cult, lalu menunggu revisi oleh Ibu Elsa Sasmita selaku *Chief Executive Officer (CEO)*. Dengan melaksanakan serangkaian tugas ini, diharapkan TikTok Donut Cult dapat memperoleh kehadiran yang kuat dan membangun *brand awareness* yang terlibat selama periode satu bulan tersebut.

Berikut ini adalah *Social Media Planning* TikTok Donut Cult beserta jadwal konten

Hari	WEEK 2	KONTEN TIKTOK	TEMA	LINK REFERENSI	LINK UPLOAD	SUDAH UPLOAD
<b>WEEK 2</b>						
Senin	7 Jan	stopmotion donut cult	sell	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSN7sYcTg/">https://vt.tiktok.com/ZSN7sYcTg/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNwapaF/">https://vt.tiktok.com/ZSNwapaF/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Selasa	8 Jan					
Rabu	9 Jan	kerja di sosmed harus?	fun	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNv1kgwT/">https://vt.tiktok.com/ZSNv1kgwT/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNwaSTnE/">https://vt.tiktok.com/ZSNwaSTnE/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	10 Jan					
Jumat	11 Jan	donat terenak sedunia, kalian harus coba	sell	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNwJ1Xm1/">https://vt.tiktok.com/ZSNwJ1Xm1/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNwaHwJD/">https://vt.tiktok.com/ZSNwaHwJD/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Sabtu	12 Jan					
Minggu	13 Jan	-				
<b>WEEK 3</b>						
Senin	14 Jan	Reviu donat og game	sell	-	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNKQ7gna/">https://vt.tiktok.com/ZSNKQ7gna/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Selasa	15 Jan					
Rabu	16 Jan	"ketika dapet teman sefrekuensi di kantor"	fun	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNv1761D/">https://vt.tiktok.com/ZSNv1761D/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNEJYyYg/">https://vt.tiktok.com/ZSNEJYyYg/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	17 Jan					
Jumat	18 Jan					
Sabtu	19 Jan	Check konten sama atasan tapi takut di revisi		<a href="https://www.tiktok.com/@polynia.idr/video/7322308284187557126?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320">https://www.tiktok.com/@polynia.idr/video/7322308284187557126?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNtMvNH/">https://vt.tiktok.com/ZSNtMvNH/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Minggu	20 Jan					
<b>WEEK 4</b>						
Senin	21 Jan					
Selasa	22 Jan					
Rabu	23 Jan	yuk kenalan sama tim socmed kita		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNEls5eu/">https://vt.tiktok.com/ZSNEls5eu/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFJ6nseX/">https://vt.tiktok.com/ZSFJ6nseX/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	24 Jan					
Jumat	25 Jan	POV : Akhirnya ketemu donat kentang yang enak	fun & sell	<a href="https://www.tiktok.com/@pawonmiul/video/7317479127076850950?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320">https://www.tiktok.com/@pawonmiul/video/7317479127076850950?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7319348110102349320</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFJ6giTd/">https://vt.tiktok.com/ZSFJ6giTd/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Sabtu	26 Jan					
Minggu	27 Jan	sederhana tapi bikin karyawan marah		<a href="https://vt.tiktok.com/ZSNEmgaDj/">https://vt.tiktok.com/ZSNEmgaDj/</a>	<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFeNjNq7/">https://vt.tiktok.com/ZSFeNjNq7/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>WEEK 5</b>						
Senin -	28 Jan					
Selasa	29 Jan					
Rabu	30 Jan	99% problem 1%. solution			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYoVMRe/">https://vt.tiktok.com/ZSFYoVMRe/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	31 Jan	buat konten (pengumuman donat cult ada di bride story)			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYFowv7/">https://vt.tiktok.com/ZSFYFowv7/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>WEEK 1</b>						
Jumat	1 Feb					
Sabtu	2 Feb	Buat konten video dengan tema find us here			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYoFQDK/">https://vt.tiktok.com/ZSFYoFQDK/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Minggu	3 Feb	"tebak donut cult ada di event apa?"			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYorENc/">https://vt.tiktok.com/ZSFYorENc/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>WEEK 2</b>						
Senin	4 Feb					
Selasa	6 Feb	bingung kasih kado			<a href="https://vt.tiktok.com/ZSFYogFRc/">https://vt.tiktok.com/ZSFYogFRc/</a>	<input checked="" type="checkbox"/>
Rabu	7 Feb					

**Gambar 3.14 Social Media Planning Tiktok Donut Cult (Januari 2024)**

## **5. Membuat *Social Media Planning* Instagram Donut Cult dalam Jangka 1 Bulan (April 2024)**

Penulis membuat *social media planning* untuk Instagram Donut Cult dalam jangka waktu satu bulan pada bulan April 2024, yang dimana dalam satu minggu terdapat 3 atau 4 kali konten yang harus di post di akun *social media* Instagram Donut Cult. Beberapa hal yang harus dilakukan oleh penulis yaitu Pertama, Selanjutnya, perencanaan konten harus disusun dengan mempertimbangkan berbagai jenis konten seperti video tutorial, *behind-the-scenes*, mereview Donut Cult dan konten kreatif lainnya yang dapat meningkatkan keterlibatan pengguna, serta menentukan jadwal yang akan diposting pada akun TikTok Donut Cult. Setelah *social media planning* dibuat, penulis mengirimkan *social media planning* Instagram yang telah dibuat ke grup Donut Cult, lalu menunggu revisi oleh Ibu Elsa Sasmita selaku *Chief Executive Officer (CEO)*. Dengan melaksanakan serangkaian tugas ini, diharapkan TikTok Donut Cult dapat memperoleh kehadiran yang kuat dan membangun *brand awareness* yang terlibat selama periode satu bulan tersebut.

Berikut ini adalah *Social Media Planning* Instagram Donut Cult beserta jadwal konten

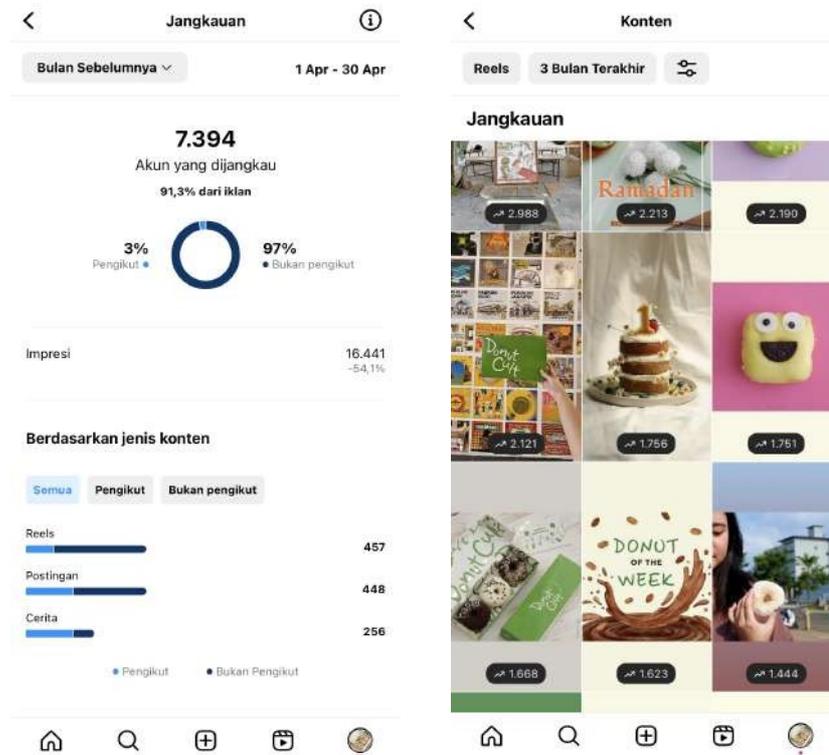
Hari	Maret	Event/hari raya	Reels/Title	Referense/Details	sudah di posting
Jumat	1 Mar	Local Market	Donut of the Week		<input checked="" type="checkbox"/>
Sabtu	2 Mar	Local Market			
Minggu	3 Mar	Local Market			
Senin	4 Mar		Makan donat bisa sambil ngapain		<input checked="" type="checkbox"/>
Selasa	5 Mar				
Rabu	6 Mar		Donut of the Week go nuts		<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	7 Mar				
Jumat	8 Mar		how to order our donut		<input checked="" type="checkbox"/>
Sabtu	9 Mar				
Minggu	10 Mar		What they say about our donuts (influencers&Customer)		<input checked="" type="checkbox"/>
Senin	11 Mar				
Selasa	12 Mar	reels	Introducing NEW MENU RAMADHAN	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Rabu	13 Mar				
Kamis	14 Mar	reels	3 ramadhan donut	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Jumat	15 Mar				
Sabtu	16 Mar	reels	3 BOMBO	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Minggu	17 Mar	foto	Ramadan Hamper box of 6: Nutella bomboloni, custbom, s bomb, banana, dark choco, avocado	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Senin	18 Mar	foto	We will be serving @AEON MALL BSD CITY	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Selasa	19 Mar	reels	How to find us: Aeon Mall BSD City (Ground Floor)	dibuat disana	<input checked="" type="checkbox"/>
Rabu	20 Mar	reels	Ramadan Hamper box of 3: 3 ramadhan berkah	udah dibuat	<input checked="" type="checkbox"/>
Kamis	21 Mar				
Jumat	22 Mar	Foto	FOTO	udah dibuat	
Sabtu	23 Mar				
Minggu	24 Mar	foto	Ramadan Hamper Box of 3: (udah) 3 manisnya ramadan (Nutella, white custard, strawberry jam)	udah dibuat	
Senin	25 Mar				

**Gambar 3.15 Social Media Planning Instagram (April 2024)**

## 6. Analitikal dari Konten Instagram yang telah dibuat

Penulis bersama Ibu Elsa Sasmita selaku *Chief Executive Officer (CEO)* Donut Cult menganalisis hasil konten Instagram Donut Cult yang telah dibuat yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan dan jangkauan hasil konten, mengetahui konten yang disukai oleh pengikut Donut Cult dan memahami lebih baik target market dari pengikut Donut Cult.

Berikut ini hasil dari data analitik konten Instagram Donut Cult pada 1 April sampai 30 April 2024,



**Gambar 3.16 Hasil Analitik dari Konten Instagram Donut Cult**

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa dari total 7.394 akun yang dijangkau, mencapai 91,3%, yang dimana 3% pengikut dan 97% bukan pengikut, hasil konten yang telah diposting menarik perhatian lebih dari 1000 penonton.

**7. Publish Produk Baru Donut Cult di Semua Marketplace (ShopeeFood, GrabFood, dan GoFood) dan melakukan pengecekan produk lama yang belum tersedia di marketplace tersebut.**

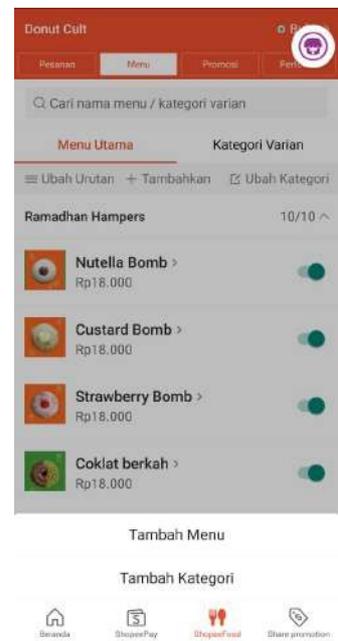
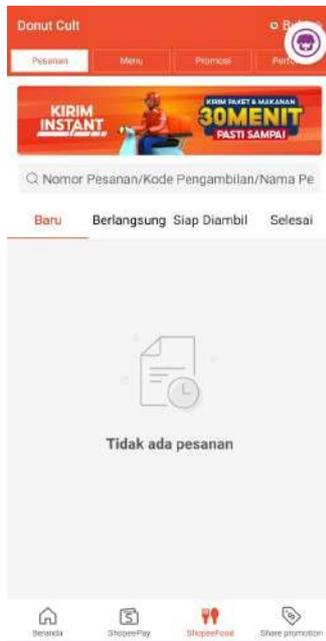
Donut Cult meluncurkan beberapa produk barunya di semua marketplace Donut Cult. Penulis bertugas untuk meluncurkan produk-produk baru ke semua marketplace yang dimiliki Donut Cult, yaitu ShopeeFood, GrabFood, dan GoFood.

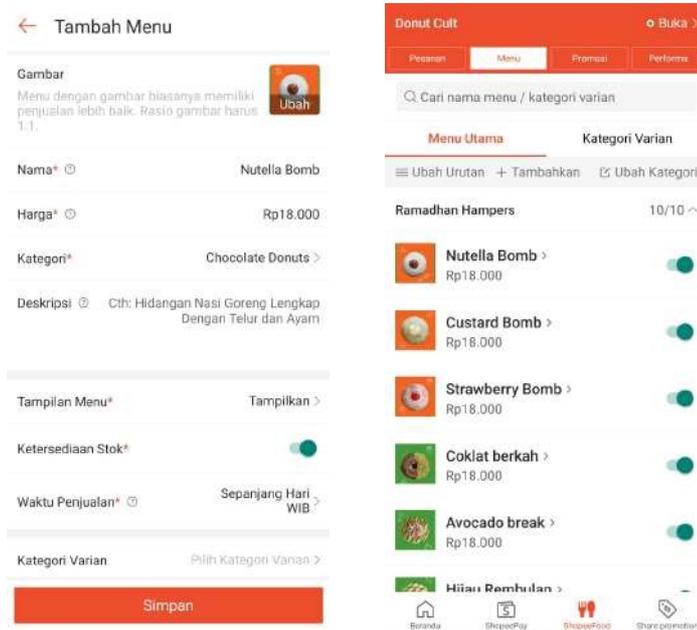
Hal-hal yang perlu diperhatikan dan dilakukan dalam meluncurkan produk baru ke dalam marketplace yaitu:

- Memilih foto-foto terbaik
- Menyiapkan deskripsi produk
- Memastikan kelengkapan informasi produk sudah benar
- Melakukan pengecekan produk yang akan di *launching*

Berikut ini langkah-langkah *publish* produk baru Donut Cult di Shopee Food:

1. Membuka aplikasi Shopee Partner
2. Klik “menu”
3. Kemudian klik “tambah menu”
4. Setelah itu, pilih produk yang akan di unggah
5. Mengisi nama produk, harga, dan deskripsi produk
6. Ketersediaan stok
7. Lalu klik “simpan”

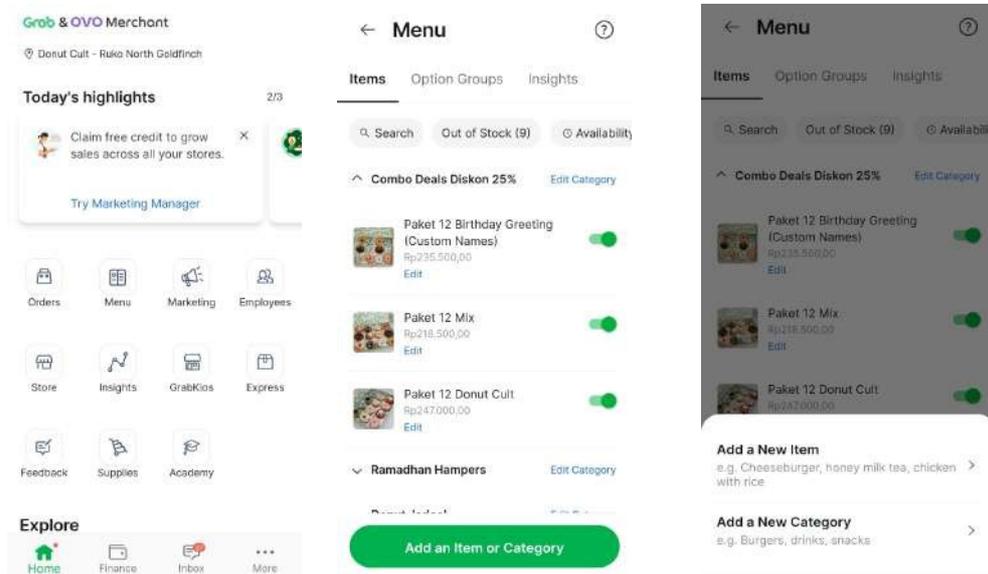


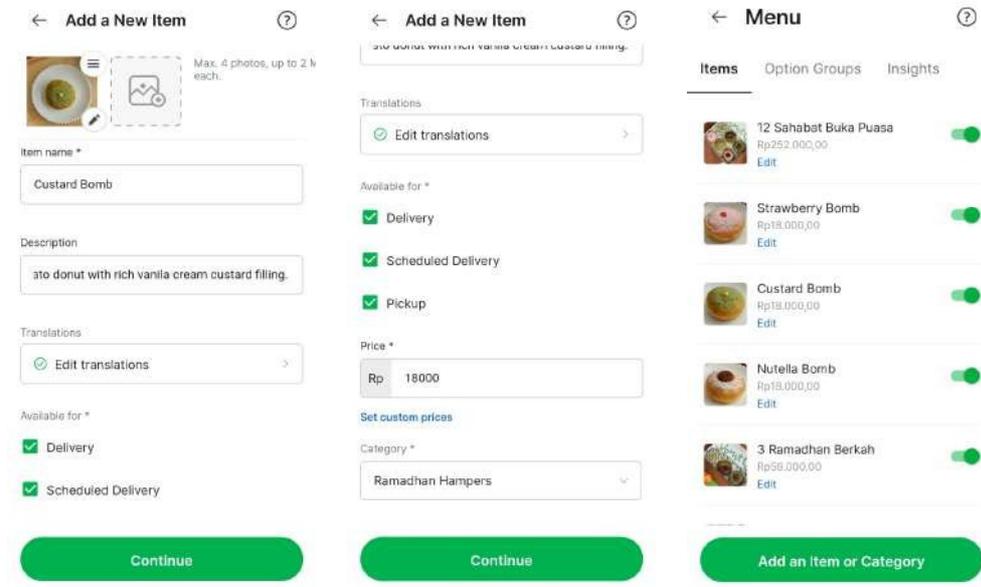


**Gambar 3.17 Peluncuran produk baru di Shopee Food**

Berikut ini langkah-langkah *publish* produk baru Donut Cult di GrabFood:

1. Membuka aplikasi Grab Merchant
2. Klik “*add a new item*”
3. Klik “tambahkan”
4. Setelah itu, pilih gambar produk yang akan di unggah
5. Mengisi nama produk, harga, dan deskripsi produk
6. Ketersediaan stok
7. Lalu klik “*continue*”

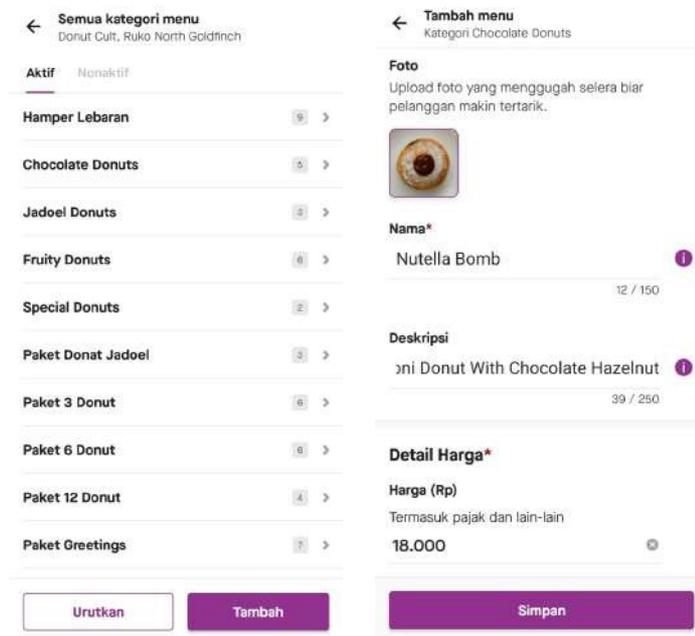
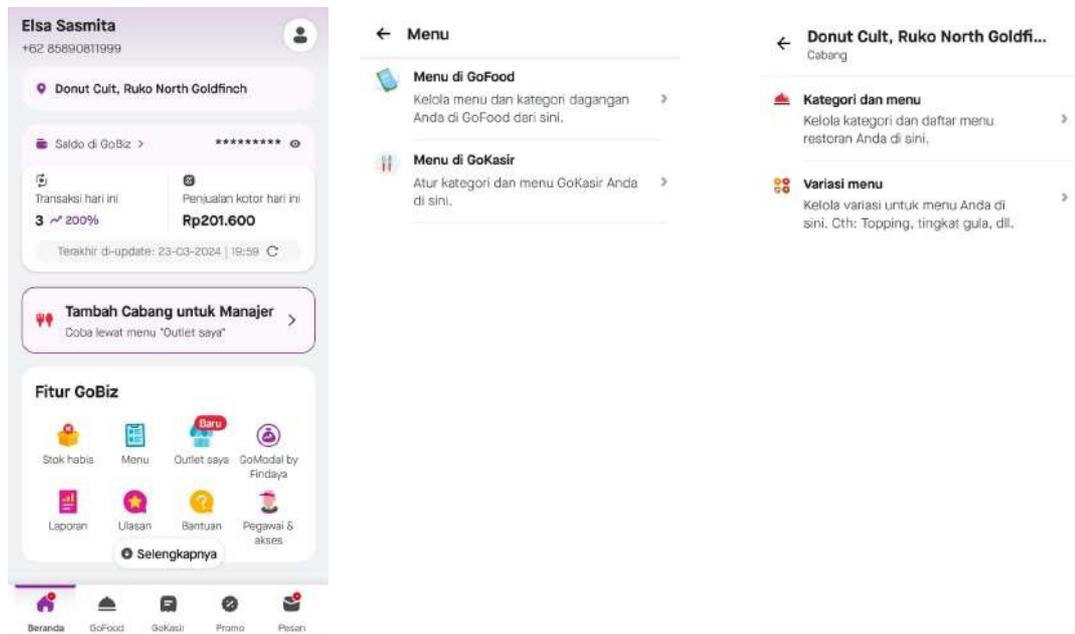




**Gambar 3.18 Peluncuran Produk Baru di GrabFood**

Berikut ini langkah-langkah mempublish produk baru Donut Cult di Gofood:

1. Membuka aplikasi Gobiz
2. Klik “menu”
3. Kemudian klik “menu di GoFood”
4. Setelah itu, pilih produk yang akan di unggah
5. Mengisi nama produk, harga, dan deskripsi produk
6. Ketersediaan stok
7. Lalu klik “simpan”



**Gambar 3.19 Peluncuran Produk Baru di GoFood**

## **8. *Publish* Produk Baru Donut Cult di Aplikasi Whatsapp**

### **Business**

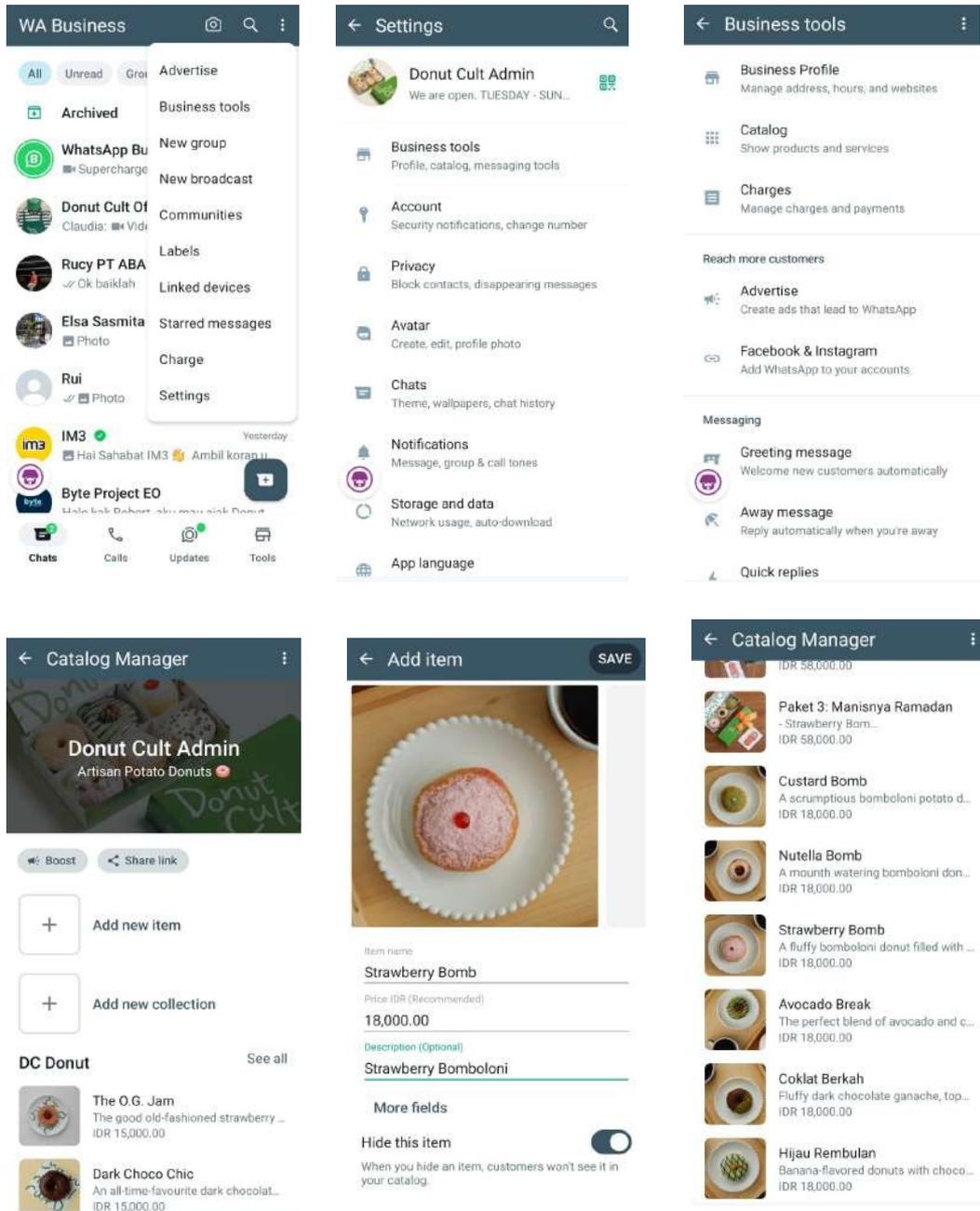
Penulis memiliki tanggung jawab untuk mempublikasikan produk baru Donut Cult melalui aplikasi WhatsApp Business. WhatsApp Business memiliki fitur yang dapat berinteraksi langsung antara penjual dan pembeli melalui pesan teks, sehingga penyampaian informasi produk Donut Cult secara langsung dan personal. Selain itu, terdapat juga fitur WhatsApp Business yang dimana pelanggan atau pembeli dapat melakukan pemesanan langsung melalui aplikasi tersebut, sehingga mempermudah proses pembelian produk Donut Cult.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dan dilakukan dalam meluncurkan produk baru ke dalam *marketplace* yaitu :

- Memilih foto-foto terbaik
- Menyiapkan deskripsi produk
- Memastikan kelengkapan informasi produk sudah benar
- Melakukan pengecekan produk yang akan diluncurkan

Berikut ini langkah-langkah *publish* produk baru Donut Cult di Whatsapp Business:

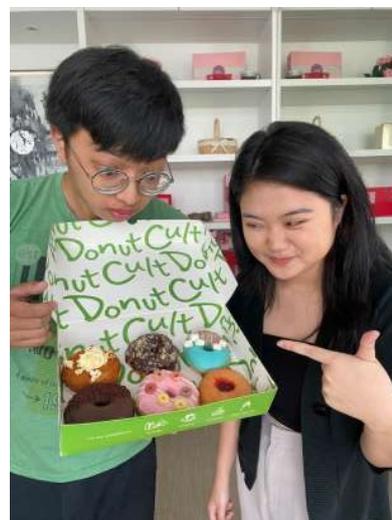
1. Membuka aplikasi Whatsapp Business
2. Klik "*Settings*"
3. Kemudian klik "*Business tools*"
4. Setelah itu, pilih "*Catalog*"
5. Kemudian klik "*Add new item*"
6. Lalu mengisi nama produk, harga, dan deskripsi produk
7. Lalu klik "*Save*"



**Gambar 3.20 Peluncuran Katalog Produk Baru di Whatsapp**

## 9. Photoshoot Produk Donut Cult

Penulis bersama rekan kerjanya Kak Robert selaku *social media internship* dan Ibu Ira selaku *Creative Head* Donut Cult melakukan photoshoot pada produk Donut Cult untuk menampilkan visual produk terbaru yang diluncurkan, termasuk varian donat baru dan paket donut khusus untuk perayaan Tahun Baru Imlek (*Chinese New Year*), Ramadhan, Hari *Valentine*, dan lainnya. Selain itu, penulis juga melakukan photoshoot pada saat event terkait untuk mendokumentasikan aktivitas dan menciptakan konten yang menarik untuk dipublikasikan di media sosial. Selama proses ini, penulis juga bertugas dalam membuat konten kreatif untuk Instagram dan TikTok, memastikan bahwa konten yang dihasilkan dapat memicu interaksi dari pengikut.



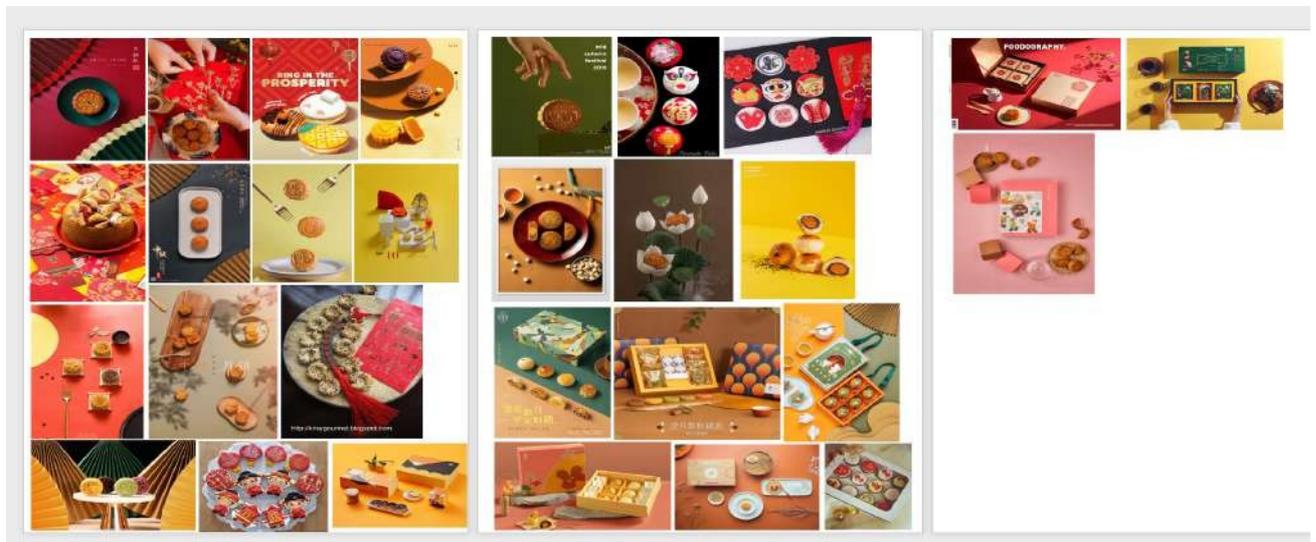


**Gambar 3.21 Photoshoot Donut Cult**

## 10. Membuat *Moodboard* Foto Donut Cult dengan Tema *Chinese New Year*, Tema *Ulang Tahun*, dan Tema *Easter*.

Moodboard adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan inspirasi, gambar, dan elemen-elemen visual lainnya yang mewakili konsep yang diinginkan. Penulis membuat moodboard foto Donut Cult dengan tema *Chinese New Year*, tema ulang tahun, dan tema *Easter* yang melibatkan pengumpulan inspirasi, gambar, dan elemen visual lainnya yang mencerminkan konsep yang diinginkan. Tujuannya adalah sumber inspirasi untuk merencanakan visual yang sesuai dengan tema dan memperkuat identitas merek Donut Cult dalam konteks perayaan tersebut.





**Gambar 3.22 Moodboard foto Donut Cult**

## **11. Menjadi *Talent* untuk Video Konten Instagram atau Tiktok Donut Cult**

Penulis yang menjalani magang sebagai social media marketing, tidak hanya bertanggung jawab untuk mengelola dan memproduksi konten media sosial untuk Donut Cult, tetapi juga ditugaskan untuk berperan sebagai talent dalam konten tersebut. Talent memiliki peran utama dalam menampilkan dan mempromosikan produk atau layanan Donut Cult dengan tujuan utama menarik minat konsumen dan menyampaikan informasi dengan baik.

Dalam konteks ini, penulis berperan sebagai wajah yang mewakili merek Donut Cult dalam video konten, dengan tanggung jawab utama dalam memastikan bahwa pesan promosi dan keunggulan produk Donut Cult disampaikan dengan jelas dan menarik. Proses syuting konten sebagian besar dilakukan di ruang kreatif perusahaan yang dilengkapi dengan peralatan seperti lighting, tripod, dan aksesoris lainnya jika diperlukan sehingga memudahkan proses syuting.





**Gambar 3.23 Talent Konten Donut Cult**

## **12. Membuat *Invoice* Penjualan Donut Cult**

Pembuatan *invoice* penjualan Donut Cult bertujuan untuk merekap transaksi penjualan dan memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan mengenai barang yang dibeli dan syarat-syarat pembayaran, memfasilitasi proses pembayaran dengan menyediakan detail lengkap tentang harga dan jumlah yang harus dibayarkan.

Terdapat beberapa langkah dalam membuat *invoice* penjualan untuk Donut Cult

1. Mencantumkan nomor *invoice* dan tanggal saat *invoice* dibuat.
2. Sertakan nama lengkap pelanggan.
3. Cantumkan deskripsi produk yang dibeli oleh pelanggan. yang mana mencakup jumlah dan jenis donat yang dibeli, harga satuan donat, dan jumlah total.
4. Sertakan detail metode pengiriman yang pelanggan inginkan, terdapat 2 metode pengiriman yaitu pengambilan sendiri di lokasi Donut Cult dan pengiriman melalui layanan kurir atau jasa pengiriman. Pembeli memilih salah satu metode pengiriman tersebut.
5. Sertakan detail metode pembayaran, termasuk detail rekening bank atau metode pembayaran lainnya yang diterima.
6. Mencantumkan informasi lengkap tentang Donut Cult, termasuk nama perusahaan, Whatsapp, dan Instagram.



**Gambar 3.24 Invoice Penjualan Donut Cult**

### **13. Menjaga Booth Donut Cult pada Saat Event**

Penulis membantu menjaga booth pada *event*, yang dimana mempersiapkan booth dengan rapi, termasuk menyusun produk donat dengan menarik dan menampilkan promosi yang menarik perhatian bagi pelanggan, penulis melayani pengunjung dengan ramah dan memberikan informasi tentang produk, harga, dan promosi yang sedang berlangsung, memastikan stok donat tetap tersedia dan segar juga menjadi prioritas, dengan memonitor tingkat persediaan dan menyusun donut secara teratur di display booth. Penulis membantu menjaga booth Donut Cult pada 3 event yang berbeda, pertama pada *event* yang bernama Bridestory 2024, kedua pada event yang bernama Local Market 2024, dan yang terakhir, pada *event* yang diselenggarakan di Aeon Mall.

Promo yang diberikan kepada pembeli bermacam-macam, terdapat promo beli 5 donat gratis 1 donat, promo beli 6 donat gratis teh kotak, promo box of 6 dengan harga Rp. 90.000,00 dan promo box of 3 dengan harga Rp. 45.000,00. Penulis membantu 3 kali event Donut Cult yaitu, *Event* Bridestory, *Event* Localmarket, dan *Event* Aeon Mall.



Event Bridestory 2024



Event di Local Market 2024



Event di Aeon Mall BSD

Gambar 3.25 Booth Donut Cult pada saat *event* berlangsung

#### 14. Membuat *Signage* Promo Donut Cult Pada *Event* dan *Signage* pemberitahuan *Cashless*.

Penulis bekerja sama dengan Ibu Ira, selaku *Creative Head*, untuk membuat *signage* promosi Donut Cult pada sebuah *event* serta *signage* pemberitahuan pada Donut Cult. Fokus utama dalam membuat *signage* promosi Donut Cult pada sebuah *event* adalah membuat desain dengan menggunakan logo Donut Cult dan gambar produk yang menarik, sehingga dapat menarik perhatian pengunjung, Penawaran promosi tersebut seperti beli 1 donat gratis 1 donat, beli 3 donat gratis 3 donat, terdapat juga promo untuk vendor dengan pembelian diatas Rp. 50.000,00 gratis snacks. Di sisi lain, Membuat *signage* tentang pemberitahuan Donut Cult bahwa pembayaran hanya dapat dilakukan secara *cashless* (non-tunai). Penempatan *signage* dilakukan secara strategis agar mudah dilihat oleh pelanggan, Dengan ini, Donut Cult dapat diharapkan dapat memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan di dalam toko.

Berikut ini adalah *signage* promo yang telah dibuat oleh penulis dengan rekannya:





Gambar 3.26 Signage Promo Donut Cult



Gambar 3.27 Signage Pemberitahuan Cashless

## 15. Membuat *Business Proposal* pada Coco86 Bakery

Penulis membuat proposal bisnis pada brand Coco86 Bakery dengan maksud memberikan gambaran menyeluruh tentang bisnis Coco86 kepada para calon investor, mitra bisnis, atau pihak lain yang berpotensi terlibat dalam perkembangan atau dukungan bisnis. Dalam membuat proposal bisnis untuk brand Coco86 Bakery, terdapat beberapa elemen yang harus dituangkan, termasuk dari ringkasan, rencana bisnis, tinjauan perusahaan, keunggulan, produk & layanan, pengajuan kerjasama, keuntungan yang akan didapat, market, harga, dan perkiraan penjualan. Setelah proposal dibuat, penulis mengirim *business proposal* yang telah dibuat ke Grup Donut Cult, lalu menunggu revisi oleh Ibu Elsa Sasmita selaku *Chief Executive Officer (CEO)*. Tujuan dari proposal ini adalah untuk menggambarkan secara terperinci dari bisnis Coco86 Bakery kepada para pemangku kepentingan dengan cara yang jelas dan sistematis.

Berikut ini adalah *Business Proposal* Coco86 Bakery:



## Produk



PT. ISHAKRIKAJAZZAT KUSASO ABADI | WWW.COCONGO.ID

3

## Donat

RRP: Rp 12,000 - 38,000  
Cokelat | Buah | Donat Mini  
Milk-based | Es Krim Donat



PT. ISHAKRIKAJAZZAT KUSASO ABADI | WWW.COCONGO.ID

4

## Kue Basah



PT. ISHAKRIKAJAZZAT KUSASO ABADI | WWW.COCONGO.ID

5

## Kue Kering



PT. ISHAKRIKAJAZZAT KUSASO ABADI | WWW.COCONGO.ID

6

## Kue Kering

### Sample Kemasan

Tersedia dalam 3 ukuran: 50g, 200g, 400g, dan berbagai ukuran yang dapat disesuaikan.



PT. ISHAKRIKAJAZZAT KUSASO ABADI | WWW.COCONGO.ID

7

## Pengajuan Kerjasama

### Skema A: Beli Putus (Regular)



Coco86 membuka peluang kerjasama dalam skema beli putus, di mana pembeli dapat membeli produk kami dengan pembayaran sekaligus. **Diskon sebesar 40% dari RRP** sebesar Rp. 1.000.000/pesanan akan ditawarkan untuk setiap produk dengan pembelian ini.

- **Acutan bagi:** kedai kopi dan hotel yang stabil dan memiliki pelanggan tetap.
- **Keuntungan:** kemudahan, kepraktisan, margin keuntungan besar.
- **Syarat & Ketentuan:** minimal order 2x seminggu, sebesar Rp. 1.000.000/pesanan.

### Skema B: 20-So (Tanpa Minimal)



Skema ini menawarkan anda untuk mendapatkan **20% keuntungan** dari RRP (recommended retail price) yang sudah kami tentukan.

- **Acutan:** small/start-up coffeehop/restaurant.
- **Keuntungan:** tidak terkait volume atau sales.
- **Syarat & Ketentuan:** produk yang tidak habis akan diambil setiap hari kesekelompoknya pada jam drop-off.

PT. ISHAKRIKAJAZZAT KUSASO ABADI | WWW.COCONGO.ID

8

## Pengajuan Kerjasama

### Skema C: Bulk Order/Event



Kami menyediakan berbagai skema kerjasama reguler yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan bisnis klien, termasuk pembelian massal untuk acara khusus, untuk acara tertentu atau kegiatan promosi.

Dengan skema ini, anda akan mendapatkan **30% off dari RRP** dengan minimal pembelian sebesar Rp. 8.000.000.

Coco86 dapat menyesuaikan skema kerjasama sesuai kebutuhan konsumen. Dengan skema ini, konsumen dapat menyesuaikan pesanan yang sesuai dengan kebutuhan spesifik di hari tertentu dan mendapatkan harga khusus untuk pembelian dalam jumlah besar.

- **Acutan untuk:** birthdays, corporate, event, anniversary, wedding, engagement, etc.
- **Keuntungan:** aman dan terkontrol, bisa pesan lebih awal dan diantar ke tempat dengan tepat waktu.
- **Syarat & Ketentuan:** minimal pembelian sebesar Rp. 8.000.000 per event.

PT. ISHAKRIKAJAZZAT KUSASO ABADI | WWW.COCONGO.ID

9

## Keuntungan yang akan di dapat



### Inovasi Produk

Kerjasama dapat membuka pintu bagi inovasi produk baru, memunculkan pengembangan produk khusus atau kolaborasi yang unik sesuai dengan kebutuhan pasar lokal, seperti dapat menambah variasi produk klien dan dapat mendistribusikan produk di bisnis anda.



### Branding Bersama

Kolaborasi dapat meningkatkan visibilitas dan citra merek bagi kedua belah pihak. Contohnya dalam event/acara offline yang Coco86 partisipasi, kita dapat berkolaborasi dengan cara menempatkan produk anda di booth kami, contoh minuman kopi, teh, dll.



### Fleksibilitas Pembayaran

Kami menerima berbagai macam metode pembayaran seperti kartu Kredit, Debit, Tunai, Ojpay, Shopeepay, QRIS, Transfer Bank, dan lainnya.



### Market Awareness

Kami sudah berbasis di berbagai platform online, seperti website, Instagram, go-food, grab-food, shopee food, Tokai follower id kami sejaman 8152. Target kami pada akhir tahun 2024, kami akan mencapai 10.000 followers. Dengan platform ini, kami bisa saling cross-promotion di Instagram.

PT. ISHAKRIKAJAZZAT KUSASO ABADI | WWW.COCONGO.ID

10



**Gambar 3.28 Business Proposal Coco86 Bakery**

### 16. List B2B untuk Coco86 Bakery

Coco86 Bakery memiliki tujuan untuk memperluas jangkauan pasar mereka dengan menawarkan produk dan layanan kepada kafe dan hotel dalam *Business to Business* (B2B). Salah satu tujuan utama mereka adalah untuk meningkatkan penjualan melalui kemitraan dengan menyediakan produk yang berkualitas tinggi dan menarik bagi kafe dan hotel untuk membeli secara reguler. Selain itu, Coco86 Bakery juga bertujuan untuk memperluas merek mereka ke segmen pasar baru melalui kemitraan dengan kafe dan hotel. Melalui kemitraan strategis ini, Coco86 Bakery berharap dapat meningkatkan visibilitas merek mereka dan memperkuat citra merek di pasar. Dalam uraian list B2B untuk kafe dan hotel, penulis mencantumkan alamat, kontak yang dapat dihubungi, akun instagram perusahaan tersebut dan bergerak dibidang apa. Dengan menyediakan layanan yang komprehensif dan berfokus pada kebutuhan kafe dan hotel, Coco86 berharap dapat membangun hubungan kemitraan yang kuat dan mencapai kesuksesan jangka panjang di pasar B2B.

## Berikut ini adalah list b2b cafe dan hotel untuk Coco86 Bakery

List B2B COCORO Bakery	
WEEK 1	
Cafe	
<b>Tanara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Ruko Sektor 1B Jalan Kelapa Gading Selatan No.31 Blok BHI0 RT.1/RW.13 Kabupaten Tangerang Banten 15810 Indonesia.</li> <li>• Kontak : 08979561042</li> <li>• Email : <a href="mailto:tanara@tanara.com">tanara@tanara.com</a></li> <li>• Bidang: Koki kopi tapi menjual beberapa makanan berat, menu jusca. <a href="https://drive.google.com/file/d/1a27Hf_uRvYwvK7_1HhOv2CH16t0M/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1a27Hf_uRvYwvK7_1HhOv2CH16t0M/view?usp=sharing</a></li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/tanara.cafe">tanara.cafe</a></li> </ul>
<b>Buangkabin</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Melody, Ruko No 1, Medang, Kec. Pagadangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15334</li> <li>• Kontak : 08561531909</li> <li>• Email : -</li> <li>• Bidang: makanan berat, ricebowl</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/buangkabin.id">buangkabin.id</a></li> </ul>
<b>Ovartate</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. Gading Serpong Boulevard No.4a 04 Blok Aa 04, R.W.1, West Pakelangan, Kelapa Dua, Tangerang Regency, Banten 15810</li> <li>• Kontak : 08199999969</li> <li>• Email: <a href="mailto:ovartate@gmail.com">ovartate@gmail.com</a></li> <li>• Bidang: makanan berat, terdapat roti panggang dan kopi</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/ovartate">ovartate</a></li> </ul>
<b>Sol Cafe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Ruko <b>Mazzette Sutra</b>, Jalan <b>Lusenne Boulevard</b> No.50, Gading, Serpong Sub-District, Tangerang Regency, Banten 15331</li> <li>• Kontak : 085910680222</li> <li>• Email: <a href="mailto:helloucafe@gmail.com">helloucafe@gmail.com</a></li> <li>• Bidang: kopi dan teh terdapat beberapa makanan berat</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/solcafe.id">solcafe.id</a></li> </ul>
<b>Atas Nama</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Ruko <b>Glaz 2</b>, Gading Serpong <b>Paromount Glaz 2</b>, 00, A-16, Klp. Dua, Kec. Klp. Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810</li> <li>• Kontak : 08212507539</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Email: -</li> <li>• Bidang: kopi dan makanan ringan seperti lumpia, pisang goreng.</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/atasnama.cafe">atasnama.cafe</a></li> </ul>	
<b>Di Bawah Tangan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. <b>IC Sukarno, Cibinji</b>, Kec. Pagadangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15332</li> <li>• Kontak : -</li> <li>• Email: <a href="mailto:info@diawahdangan.id">info@diawahdangan.id</a></li> <li>• Bidang: kopi dan makanan ringan</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/diawahdangan">diawahdangan</a></li> </ul>
<b>Kopi Nako</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. Alam Utara Blok R1 No.5, <b>Pakelangan</b>, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten 15325</li> <li>• Kontak : 08221107146</li> <li>• Email: <a href="mailto:kopirako.alamutera@gmail.com">kopirako.alamutera@gmail.com</a></li> <li>• Bidang: kopi dan makanan berat dan ringan</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/kopirako.alamutera">kopirako.alamutera</a></li> </ul>
<b>Kopi Sae</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Ruko <b>Glaz 1</b>, Jl. <b>Boulevard Raya</b> Gading Serpong No.52 Blok B, <b>Klp. Dua</b>, Kec. <b>Klp. Dua</b>, Kabupaten Tangerang, Banten 15810</li> <li>• Kontak : 08128060555</li> <li>• Email: <a href="mailto:kopisae.serpong@gmail.com">kopisae.serpong@gmail.com</a></li> <li>• Bidang: kopi</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/kopisae">kopisae</a></li> </ul>
<b>KopiStock Cafe &amp; Roastery</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Ruko <b>7CS DF1</b>, Jl. <b>Boulevard Raya</b> Gading Serpong No.12-15, <b>Cicurug Sangerang</b>, Kelapa Dua, Tangerang Regency, Banten 15810</li> <li>• Kontak : 0811-188-237</li> <li>• Email: <a href="mailto:kopistock@gmail.com">kopistock@gmail.com</a></li> <li>• Bidang: kopi dan beberapa makanan ringan</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/kopistock">kopistock</a></li> </ul>
<b>Kong Djai Coffee</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Blok A Ruko gadget 00.63, Jl. <b>Klp. Lili</b> Utara II, <b>Cicurug Sangerang</b>, Kelapa Dua, Tangerang Regency, Banten 15810</li> <li>• Kontak : 0212050708</li> <li>• Email: <a href="mailto:kongjaicoffeebelitung@gmail.com">kongjaicoffeebelitung@gmail.com</a></li> <li>• Bidang: kopi dan makanan ringan</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/kongjai.coffee">kongjai.coffee</a></li> </ul>
<b>Utique Pass</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidang: Terletak di lantai pertama, tempat bersantap yang cerah dan menggandung ini adalah tempat yang sempurna untuk memulai hari dengan sarapan istimewa yang mewah. Para tamu juga dapat menikmati menu à la carte dari masakan <b>steak</b> Indonesia dan hidangan internasional untuk makan siang dan makan malam.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : <b>Scientia Square park</b>, Jl. <b>Scientia Boulevard</b>, Gading, Kec. Serpong, Kabupaten Tangerang, Banten 15810</li> <li>• Kontak : -</li> <li>• Email: <a href="mailto:hippiecafe@gmail.com">hippiecafe@gmail.com</a></li> <li>• Bidang: minuman dan makanan berat</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/hippiecafe">hippiecafe</a></li> </ul>	
<b>Scandinavian Coffee shop</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Ruko <b>Graba Boulevard</b> Blok D/15, Jalan Gading Serpong <b>Boulevard</b>, Gading <b>Sangerang</b>, Cicurug <b>Sangerang</b>, Kec. <b>Klp. Dua</b>, Kabupaten Tangerang, Banten 15810</li> <li>• Kontak : -</li> <li>• Email: <a href="mailto:scandinavian.dept@btmail.com">scandinavian.dept@btmail.com</a></li> <li>• Bidang: kopi dan makanan berat</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/scandinaviancoffee">scandinaviancoffee</a></li> </ul>
<b>December Coffee</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. Ir. Soekarno (Sebelah SPBU BP Mandikisa), Gading Serpong, Serpong, Tangerang</li> <li>• Kontak : 0895410662016</li> <li>• Email: <a href="mailto:des.coffee.id@gmail.com">des.coffee.id@gmail.com</a></li> <li>• Bidang: kopi dan makanan berat</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/decembercoffee">decembercoffee</a></li> </ul>
<b>RB Coffee</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Ruko <b>Mazzette Sutra</b>, No. 52 Jl. <b>Seratus Boulevard</b>, Gading Serpong, Serpong, Tangerang</li> <li>• Kontak : 085280297549</li> <li>• Email: <a href="mailto:rbcoffee@gmail.com">rbcoffee@gmail.com</a></li> <li>• Bidang: kopi dan makanan berat</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/rbcoffee">rbcoffee</a></li> </ul>
<b>Southsara</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. <b>Klp. Gading Bar</b>, No.5 Blok CB3, <b>West Pakelangan</b>, Kelapa Dua, Tangerang Regency, Banten 15810</li> <li>• Kontak : 087780774318</li> <li>• Email : -</li> <li>• Bidang: kopi dan makanan berat</li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/southsara">southsara</a></li> </ul>
WEEK 2	
<b>South Coffee &amp; Bar</b>	

<b>Portable Coffee</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. <b>Boulevard Raya</b> No.9-10 Kaya, O, Gading Serpong, Kec. <b>Klp. Dua</b>, Kabupaten Tangerang, Banten 15334</li> <li>• Kontak : 08118488995   021.5211597</li> <li>• Email: <a href="mailto:portablecoffee@gmail.com">portablecoffee@gmail.com</a></li> <li>• Bidang: Menyediakan tempat duduk di area terbuka • Menyajikan kokiilat enak • Menyediakan musik <b>live</b>.</li> </ul>
<b>Belah Rambu Duta &amp; Bar - Kplodre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. Gading Serpong <b>Boulevard</b> Barat Blok S 6 - 7 Gading Serpong Tangerang, Banten Indonesia 15810</li> <li>• Kontak : 087739521212</li> <li>• Email: <a href="mailto:habibramas.egs@hblcollections.com">habibramas.egs@hblcollections.com</a></li> <li>• Bidang: restoran</li> </ul>
<b>Atria</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. Gading Serpong <b>Boulevard</b> Gg. <b>Kawling 2</b>, <b>Pakelangan Bar</b>, Kec. <b>Klp. Dua</b>, Tangerang, Banten 15810</li> <li>• Kontak : 02129215999</li> <li>• Email: <a href="mailto:info@atriahotelserpong.com">info@atriahotelserpong.com</a></li> <li>• Bidang: restoran</li> </ul>
<b>Vugo Restoran - Vega Hotel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jalan <b>CHD</b> Barat Gading Serpong, Tangerang Banten 15810</li> <li>• Kontak : +62 21 292 05 999</li> <li>• Email: <a href="mailto:reservation@vughotelserpong.com">reservation@vughotelserpong.com</a></li> <li>• Bidang: beragam sajian kuliner dari nusantara hingga mancanegara dengan rana yang akan menggugah selera <b>gadis</b>.</li> </ul>
<b>Katara Restaurant - Grand Zari Hotel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. <b>Pahlawan Seribu</b>, <b>Kawling Ocean Walk</b>, Blok: <b>CBD, Lot.6, BSD City</b> 15322 Serpong Tangerang Selatan, Banten</li> <li>• Kontak : +622129404955 / +62 882 1044 1234 / +62 21 2940 4966</li> <li>• Email: <a href="mailto:reservation.bsd@grandzari.com">reservation.bsd@grandzari.com</a></li> <li>• Bidang: <b>Katara Restaurant offers a wide selection of meals for breakfast, lunch, and dinner, from local Indonesian dishes to international cuisine specialties. Dishes are designed to create a professional, yet, sophisticated atmosphere.</b></li> </ul>
<b>Swiss Cafe - Swissbel Hotel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : <b>Intermark</b>, Indonesia, Jl. <b>Lingkar Timur BSD</b>, <b>Rawa Mekar Jaya</b>, Serpong, Serpong, <b>South Tangerang</b>, 15310, Indonesia</li> <li>• Kontak : (62-21) 5020 2656</li> <li>• Email: <a href="mailto:resvsnbr@swiss-belhotel.com">resvsnbr@swiss-belhotel.com</a></li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bidang: Terletak di lantai pertama, tempat bersantap yang cerah dan menggandung ini adalah tempat yang sempurna untuk memulai hari dengan sarapan istimewa yang mewah. Para tamu juga dapat menikmati menu à la carte dari masakan <b>steak</b> Indonesia dan hidangan internasional untuk makan siang dan makan malam.</li> </ul>	
<b>Fame - Pappara Restaurant</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : <b>Jln Boulevard</b> Gading Serpong, <b>Tiada District</b> Lot # 3, Tangerang - Banten, 15610 Indonesia</li> <li>• Kontak : <a href="mailto:info@famehotelserpong.com">info@famehotelserpong.com</a></li> <li>• Email: +62 21 9990 0888</li> <li>• Bidang: hidangan bergaya Indonesia-Barat yang penuh cita rasa</li> </ul>
<b>Santika BSD - Parigi Cafe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. <b>Pahlawan Seribu</b>, Serpong - Tangerang</li> <li>• Kontak : +62-21-2223-5999</li> <li>• Email: <a href="mailto:bsdty@reservatiosantika.com">bsdty@reservatiosantika.com</a></li> <li>• Bidang: Parigi Cafe is a special restaurant in Hotel Santika BSD City - Serpong. Serving breakfast, lunch, and dinner, Parigi Cafe delivers a vast selection of tasty dishes to choose from. With delectable delights ranging from traditional to international and oriental, Parigi Cafe provides exquisite food experience on site. With its exquisite taste and special dishes, awaits you an issue with mouthwatering meals and drinks at our Cafe.</li> </ul>
<b>Pop!</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. <b>Sudjana</b> CBD, Jl. <b>KAV PAK II No.18A, Lengkong Gudang, Banten</b> 15321, Indonesia</li> <li>• Email: <a href="mailto:info-pop-bdery@stuzia.com">info-pop-bdery@stuzia.com</a></li> <li>• Email: +62 21 5315 9077</li> <li>• Bidang: <b>restaurant</b></li> </ul>
<b>Sahid - Kaya Manis Resto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. <b>Raya Serpong</b> No. 89</li> <li>• Telp. : +62 21 53191388</li> <li>• Email : <a href="mailto:reservation@sahidserpong.com">reservation@sahidserpong.com</a></li> <li>• Kontak : +62 21 53191388</li> <li>• Bidang: <b>Kaya Manis Resto is All Day Dining Restaurant designed to bring travellers and locals who base on appetite to explore the unforgettable flavours. It has both indoor and outdoor dining options with selected menu of local and international.</b></li> </ul>
<b>Starlet Hotel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : Jl. <b>Raya Serpong</b> No. 37 A, Tangerang Selatan Banten 15320</li> <li>• Kontak : +62 21 5313 2222</li> <li>• Email : <a href="mailto:fo.serpong@starlethotels.com">fo.serpong@starlethotels.com</a></li> <li>• Bidang: restoran</li> </ul>

<b>Istana Nelayan - Pindopo Cafe</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : <b>Jalan M.H. Thamrin Km. 7 Komplek Great Western Resort</b> Serpong, Kebon Nanas, Tangerang, Banten 15310, Indonesia</li> <li>• Kontak : 021-55742666 / <a href="mailto:Marketing@istananelayan.com">Marketing@istananelayan.com</a> 085213111507</li> <li>• Email: <a href="mailto:marketing@istananelayan.com">marketing@istananelayan.com</a></li> <li>• Bidang: <b>Pindopo Cafe</b> adalah <b>Cafe</b> dengan nuansa khas Bali ini memiliki minuman unggulan cokelat yang <b>gampang</b> dan <b>wajib</b> dicoba, yaitu <b>Spandita Choco</b> <b>Spandita</b> <b>Spandita</b> yang unik menjadikan <b>Pindopo Cafe</b> juga banyak digunakan untuk berbagai acara seperti pernikahan, ulang tahun, <b>gathering</b> dan <b>event</b> kantor dengan kapasitas mencapai 800 orang (<b>standing</b>) dan 150 orang (<b>duduk</b>).</li> </ul>
<b>Mercure Serpong Alam Sutera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : <b>Jl. Alam Sutera Boulevard</b> Kav.23, Serpong, <b>South Tangerang</b> 15325 TANGERANG</li> <li>• Kontak : +62 21 29686668</li> <li>• Email: <a href="mailto:info@mercureserpongalamsutera.com">info@mercureserpongalamsutera.com</a></li> <li>• Bidang: <b>Resort</b></li> </ul>
<b>Great Western Resort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : <b>Jl. MH. Thamrin No. 2, RT. 007/RW.001, Peneunggolan Utara, Kec. Pinang, Kota Tangerang, Banten 15143</b></li> <li>• Kontak : 087887601971 / 08524851340</li> <li>• Email: <a href="mailto:ales.apriawanestera@gmail.com">ales.apriawanestera@gmail.com</a></li> </ul>
<b>Horizon Grand Serpong</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : <b>Grand Serpong Mall</b>, Jl. <b>MH. Thamrin</b> Jl. <b>Kb. Nanas</b> No. <b>KM 2.7</b>, RT. 007/RW. 001, <b>Peneunggolan Utara, Serpong</b>, Kota Tangerang, Banten 15143</li> <li>• Kontak : 02155758181</li> <li>• Email: <a href="mailto:reservation@horizongrandserpong.com">reservation@horizongrandserpong.com</a></li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/horizon_grandserpong">horizon_grandserpong</a></li> </ul>
<b>Mixte - south 78</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : <b>SOUTH 78 Lt. 3 Jl. Boulevard</b> Gading Serpong Blok O No. 7 &amp; 8, Medang, Pakelangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15334</li> <li>• Kontak : 08577866565</li> <li>• Email: <a href="mailto:marketing@south78.id">marketing@south78.id</a></li> <li>• Instagram: <a href="https://www.instagram.com/south78byvivre">south78byvivre</a></li> </ul>
<b>all otelcity</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alamat : <b>Alam Sutera Town Center</b> (gsg), Jl. <b>Alam Utara</b> No.1 <b>Kawling 10, Pakelangan</b>, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten 15325</li> </ul>

- Kontak: 08111078912 / (021) 29779291
  - Email: rsv.niteanddayresidence@gmail.com
  - Instagram: [alreicanddayamsutera@gmail.com](#)
- ibis.gading.serpong**
- Alamat: Jl. Gading Serpong **Bojolegend** Blok M5 No. 19, Curug **Satekaru**, Serpong Sub-District, Tangerang Regency, Banten 15810
  - Kontak: (021) 22220116
  - Email: reservation@ibis-gading-serpong.com
  - Instagram: [ibisgadingserpong](#)
- ibichotel**
- Alamat: Jl. Hussein **Satekaru**, RT.004/RW.001, **Jurumudi**, Kec. Benda, Kota Tangerang, Banten 15125
  - Kontak: (021) 54360709
  - Email: bundaratangerang1@ibichotels.com
  - Instagram: [ibichotelbundaratangerang](#)
- Mexxure BSD City**
- Alamat: CBD 55, Jl. **Edukasi** No.8 **Kayu**, Lot II, Pagedangan, BSD, Kabupaten Tangerang, Banten 15339
  - Kontak: 02150898440
  - Email: -
  - Instagram: [mexxurebsdcity](#)
- Novotel tangerang**
- Alamat: **Laguna Superblock**, Jl. Jenderal Sudirman No.1, Babacan, Tangerang, Tangerang City, Banten 15117
  - Kontak: (021) 29679999
  - Email: reservation@novotel.tangerang.com
  - Instagram: [novotel.tangerang](#)
- Yellowbee Hotel**
- Alamat: Jl. Raya **Dua** Meget No.5, RT.004/RW.003, **Sekeloa**, Kec. Tangerang, Kota Tangerang, Banten 15111
  - Kontak: 085717666983
  - Email: info@primahotelindonesia.com
  - Instagram: [ssloybeehotel](#)
- Jemohotel**
- Alamat: Jl. Raya Legok No. 88, Kalapa Dua, Gading Serpong
  - Kontak: (+62 21) 54220740 WA: +6281380001236
  - Email: info@jemohotels.com
- Instagram: [jemohotels](#)
- Lelema Restoran**
- Alamat: **Kip**, Dua, Kec. **Kip**, Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810
  - Kontak: 083877464869
  - Email: -
  - Instagram: [lelema.tangerang](#)
- Namsia Serpong**
- Alamat: Jl. **Angaria**, Jl. Raya Legok – Kawasan No.89, Curug **Satekaru**, Kec. **Kip**, Dua, Kabupaten Tangerang, Banten 15810
  - Kontak: 0813-8000-3385
  - Email: -
  - Instagram: [namsiaserpong](#)
- Hotel Aryaduta Lippo Village**
- Alamat: 401 **Bojolegend** Jend. Sudirman **Lippo Village** 1300, Tangerang 15811 Indonesia
  - Kontak: +62 21 5460101
  - Email: reservation.lippovillage@aryaduta.com
  - Instagram: [aryadutalippovillage](#)
- Sapphire Sky bsd**
- Alamat: BSD City, Jl. BSD **Bojolegend** Ultra SC II No.2, Lengkong Kulon, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15331
  - Kontak: (021) 31118899
  - Email: reservation@sapphireskyhotel.com
  - Instagram: [sapphireskyhotel](#)
- yasmin karawaci**
- Alamat: Jl. Raya Bincong No.8, Bincong, Kec. Curug, Kabupaten Tangerang, Banten 15810
  - Kontak: 082168880153 / (021) 5982201
  - Email: marcom@yasminkarawaci.com
  - Instagram: [yasminhotelfarawaci](#)
- Sol Marina Hotel Serpong**
- Alamat: Jl. Raya Serpong Kilometer 7, **Pakulean**, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten 15320
  - Kontak: 081212706060
  - Email: info.smh@solmarinahotel.com
  - Instagram: [solmarinaserpong](#)

Gambar 3.29 List B2B Cafe dan Hotel untuk Coco86 Bakery

### 3.3 Kendala yang Ditemukan

Berikut ini adalah beberapa kendala yang ditemukan oleh penulis dalam menjalankan tugasnya sebagai *Social Media Marketing Internship* di Donut Cult.

#### 1. Kendala pada pembuatan konten Tiktok atau Instagram dengan target 3 atau 4 konten per minggu cukup memakan waktu yang lama.

Penulis yang memiliki posisi sebagai *social media marketing* melakukan pembuatan konten Instagram atau Tiktok dengan target 3 atau 4 konten per minggu, hal ini cukup sulit untuk dijalankan karena prosesnya tidak hanya melibatkan pencarian ide yang kreatif, tetapi juga perencanaan, pengambilan gambar atau rekaman video, pengeditan, dan penambahan efek khusus. Terkadang, proses ini dapat memakan waktu berjam-jam, terutama untuk mencapai konten yang diinginkan. Tidak hanya itu, namun tambahan kendala muncul saat konten harus direvisi oleh Ibu Elsa selaku

*CEO* Donut Cult. Revisi ini bisa berarti perubahan dalam konten yang telah dibuat, termasuk perubahan dalam konsep, gaya, atau pesan yang ingin disampaikan, sehingga proses revisi ini dapat memperpanjang waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan satu konten, yang pada akhirnya pembuatan satu konten video menghasilkan waktu yang lebih lama.

## **2. Kendala Sebagai *Public Relation***

Penulis bertanggung jawab sebagai *social media marketing* untuk Donut Cult yang memiliki tanggung jawab juga sebagai *public relations*, yang dimana bertanggung jawab melayani pelanggan melalui media sosial, tetapi juga menjalin hubungan dengan *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*. Selain menjawab pertanyaan dan pesan dari pelanggan, penulis harus mencari, berinteraksi, dan mengelola kerjasama dengan *influencer*. Instruksi awal dari Ibu Elsa Sasmita selaku *Chief Executive Officer (CEO)* Donut Cult adalah mencari *influencer* sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Setelah dipilihnya *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* yang cocok, penulis menghubungi *influencer* tersebut untuk mengetahui *rate card* mereka, Setelah melakukan komunikasi antara kedua belah pihak, bahwa pihak dari *Key Opinion Leader (KOL)* dan tim Donut Cult setuju untuk bekerja sama. Namun, kendala muncul ketika terjadi miss komunikasi dengan salah satu *influencer* yang bernama Sergino terkait jadwal konten produk Donut Cult yang harus dipromosikan oleh Sergino melalui posting di story maupun feeds. Pada awal perbincangan, kami sepakat bahwa jadwal konten akan diunggah pada tanggal 1 Februari, namun Sergino mengunggahnya pada tanggal 13 Februari. Hal ini menimbulkan ketidaksepakatan antara kedua belah pihak. Dengan demikian perlu dilakukan komunikasi lebih lanjut untuk memastikan kesepahaman yang jelas antara penulis dan *influencer* mengenai jadwal konten yang akan posting.

## **3. Kendala dalam membuat *social media planning* dalam satu bulan**

Dalam membuat *social media planning* untuk satu bulan, penulis sebagai *social media intern* di Donut Cult, hal ini cukup sulit dikarenakan konten yang direncanakan harus sesuai dengan tujuan dan identitas merek Donut Cult dan dalam 1 minggu terdapat 4 atau 3 konten video, hal ini membutuhkan waktu yang tidak singkat untuk memahami tentang audiens target Donut Cult dari apa yang mereka sukai serta mencari referensi ide-ide yang sesuai dengan Donut Cult.

**4. Kendala dalam menjaga booth Donut Cult pada *event* berlangsung dimana pembeli merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan.**

Penulis yang bertanggung jawab sebagai *social media marketing* untuk Donut Cult memiliki tanggung jawab tambahan dalam menjaga bazaar Donut Cult. Dalam menjalankan tugasnya, penulis menghadapi kendala, salah satunya adalah ketika pembeli merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan.

Pada saat acara di Aeon Mall, terdapat salah satu pembeli meminta plastik untuk membungkus donat yang dibelinya. Namun, penulis dan rekannya menjelaskan dengan ramah bahwa dalam acara di Aeon Mall, penggunaan plastik sebaiknya dihindari. Namun, pembeli tersebut merespon dengan kekecewaan, menyatakan bahwa jika tidak diberikan plastik, ia tidak akan membeli donat tersebut, posisinya donut cult sudah dimasukkan kedalam box donat. Meskipun demikian, penulis dan rekannya tidak mengabaikan kebutuhan pembeli, kami segera mencari plastik untuk memenuhi permintaan tersebut, meskipun mengetahui bahwa penggunaan plastik sebaiknya dihindari. Hal ini dilakukan sebagai langkah untuk menjaga kepuasan dan kenyamanan pembeli.

**5. Banyaknya tugas membuat penulis terkadang mengesampingkan jobdesk lain yaitu Manage KOL**

Pada bulan awal penulis bekerja di perusahaan ini tanggung jawab penulis masih sedikit dan belum terlalu banyak yang dilakukan sehingga untuk

tanggung jawab *Manage KOL* ini masih bisa terhandle dengan baik, tetapi dengan seiring berjalannya waktu tugas atau tanggung jawab penulis meningkat sehingga membuat pekerjaan *Manage KOL* ini sering tertinggal.

#### **6. Tidak mudahnya beradaptasi dalam mengikuti tren media sosial dalam membuat ide-ide untuk konten**

Penulis yang bertanggung jawab sebagai *social media marketing* untuk Donut Cult, menghadapi tantangan dalam menjaga keberlangsungan konten yang relevan dengan tren terbaru. Salah satu kendala yang penulis hadapi adalah tidak mudahnya beradaptasi dengan perubahan-perubahan yang cepat di media sosial, seiring dengan munculnya tren baru.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Berikut ini adalah solusi yang ditemukan atas kendala yang telah dirasakan oleh penulis pada bagian atas.

#### **1. Solusi Pembuatan Konten Tiktok dan Instagram**

Untuk mengatasi kendala dalam pembuatan konten sosial media Tiktok atau Instagram dengan target 3 atau 4 konten per minggu, penulis menerapkan beberapa strategi. Pertama, penulis menetapkan jadwal konten yang harus di posting di media social Donut Cult, setelah itu, penulis mencicil pembuatan konten h-1 / h-2 konten yang akan di posting, dan menyesuaikan waktu tambahan untuk revisi video. Kedua, penulis memanfaatkan *template* yang telah ada untuk mempercepat proses pengeditan dan konsisten dengan gaya konten yang diinginkan, yang dimana penulis menggunakan template canva, capcut, dan picsart untuk mempersingkat waktu pengeditan sehingga target memposting 3 atau 4 konten video Tiktok atau Instagram per minggu dapat terselesaikan dengan baik.

## **2. Solusi dari Kejadian Miskomunikasi dengan *Influencer***

Untuk mengatasi miss komunikasi dengan *influencer* seperti yang terjadi dengan Sergino, penulis secara baik menghubungi Sergino untuk membahas ketidaksesuaian jadwal konten yang diunggah. Melalui komunikasi ini, penulis memberikan penekanan pada pentingnya jadwal konten yang telah disepakati dalam kesepakatan awal antara Donut Cult dan Sergino. Setelah mencoba melakukan *follow-up* kepada Sergino, Sergino menyatakan bahwa akan segera memposting konten meskipun mengalami keterlambatan. Dengan mempertahankan komunikasi yang baik antara kedua belah pihak, sehingga masalah miskomunikasi ini dapat diselesaikan dengan efektif.

## **3. Membuat *Content Planner* dengan baik**

Dikarenakan kendala yang telah disebutkan di atas adalah konten yang direncanakan harus sesuai dengan tujuan dan identitas merek Donut Cult dan terstruktur dan dalam 1 minggu terdapat 4 atau 3 ide konten, hal ini membutuhkan waktu yang tidak singkat untuk memahami tentang audiens target Donut Cult dari apa yang mereka sukai serta mencari referensi ide-ide yang sesuai dengan Donut Cult. Oleh karena itu, untuk mengatasi kendala penulis dalam membuat *social media planning* untuk satu bulan sebagai *social media marketing intern* di Donut Cult adalah penulis membuat *content plan* menggunakan excel untuk mempermudah pembuatan *content plan* dalam satu bulan yang berisikan referensi ide-ide yang sesuai dengan merek Donut Cult, yang dimana penulis menjelajahi konten yang populer di platform media sosial, selain itu terdapat tema konten yang akan dibuat, serta jadwal posting konten. Tidak hanya itu, penulis melakukan brainstorming bersama dengan Ibu Ira selaku Creative Head dan Ibu Elsa selaku Chief Executive Officer (CEO) untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide konten yang sesuai dengan Donut Cult. Setelah penulis selesai membuat *social media plan* dalam satu bulan, penulis mengirimkan social media plan yang sudah dibuat untuk dilakukan

review oleh Ibu Elsa Sasmita selaku Chief Executive Officer (CEO), dan setelah mendapatkan *feedback*, penulis dapat mulai membuat konten tersebut. Dengan demikian penulis dapat mengatasi kendala dalam membuat *social media planning* dengan lebih struktur dan menghasilkan konten yang relevan dan menarik bagi pengikut Donut Cult.

**4. Solusi dari pembeli merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan.**

Dikarenakan kendala yang telah disebutkan di atas adalah ketika pembeli merasa tidak puas atas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, untuk mengatasi kendala tersebut, penulis bertanggung jawab untuk tetap mengutamakan kepuasan dan kenyamanan pembeli, di mana salah satu pembeli meminta plastik untuk membungkus donat yang dibelinya, penulis dan rekannya tetap berusaha memberikan pelayanan yang baik. Meskipun penulis dan rekannya telah menjelaskan dengan ramah bahwa dalam acara di Aeon Mall, penggunaan plastik sebaiknya dihindari, namun pembeli tersebut merespon dengan kekecewaan dan menyatakan bahwa jika tidak diberikan plastik, ia tidak akan membeli donat tersebut. Penulis dan rekannya tidak mengabaikan kebutuhan pembeli, sebagai langkah untuk menjaga kepuasan dan kenyamanan pembeli, penulis dan rekannya segera mencari plastik untuk memenuhi permintaan tersebut, meskipun mengetahui bahwa penggunaan plastik sebaiknya dihindari. Tindakan ini memberikan pelayanan yang responsif dan mengutamakan kepuasan pelanggan di atas segalanya. penulis dan rekannya meminta maaf kepada pembeli tersebut atas ketidakpuasan pada pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, dapat mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan.

**5. Membuat jadwal untuk mencari *Key Opinion Leader (KOL)***

Dikarenakan kendala yang telah disebutkan di atas adalah padatnya tanggung jawab yang harus dilakukan oleh penulis membuat tanggung jawab untuk mencari *Key Opinion Leader (KOL)* ini seringkali terlupakan.

Oleh karena itu agar tanggung jawab untuk mencari *Key Opinion Leader (KOL)* ini tetap terlaksanakan dengan baik penulis membuat jadwal untuk mencari *Key Opinion Leader (KOL)*, yaitu penulis membuat *list Key Opinion Leader (KOL)* sebanyak 5 *Key Opinion Leader (KOL)* dalam 1 hari. Setelah *list* diberikan oleh Ibu Elsa Sasmita selaku *Chief Executive Officer (CEO)* dan ditinjau kembali, barulah penulis bertugas untuk menghubungi *KOL* tersebut. Dengan demikian penulis dapat memastikan bahwa pencarian *Key Opinion Leader (KOL)* tidak terlupakan dan dilaksanakan secara teratur, sehingga tanggung jawab penulis untuk mencari *Key Opinion Leader (KOL)* dapat tetap terlaksana dengan baik.

**6. Melakukan *brainstorming* ide dengan senior untuk mendapatkan banyak *insight* baru mengenai tren yang ada dan cocok untuk dijadikan konten.**

Dikarenakan kendala yang telah disebutkan di atas adalah tidak mudahnya beradaptasi dalam mengikuti tren media sosial dalam membuat ide-ide untuk konten. Oleh karena itu solusi untuk menangani kasus atau masalah seperti ini yaitu penulis berkonsultasi dan melakukan *brainstorming* secara langsung dengan Ibu Ira selaku *Creative Head* dan Ibu Elsa selaku *Chief Executive Officer (CEO)* untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang tren terbaru di media sosial, serta dapat memberikan *insight* baru mengenai tren yang sedang berkembang dan ide konten yang dapat menarik perhatian pengikut social media Donut Cult. Dengan demikian penulis dapat menghasilkan ide-ide konten yang lebih kreatif dan relevan dengan tren terbaru.