

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam menghadapi tantangan peningkatan visibilitas konten marketing di PT Mitra Anugerah Sejahtera Pratama, peran digital marketing tidak hanya sekadar penting, melainkan juga menjadi nadi utama perusahaan. Selama magang di divisi Sales Marketing, saya berperan sebagai content creator yang bertugas mengelola pemasaran di media sosial. Dalam Konten Marketing ini bekerjasama di bawah divisi tim sales dan marketing untuk menciptakan konten sosial media yang menarik. Pengalaman ini memberikan saya kesempatan untuk mengembangkan keterampilan kreatif sekaligus memperkuat kolaborasi antar tim dalam upaya mencapai target pemasaran. Posisi *content creator* bertanggung jawab dalam merancang dan melaksanakan strategi untuk menarik perhatian publik terhadap konten pemasaran. Dengan cermat meresapi visi dan misi perusahaan serta mendalami keinginan audiens sasaran, digital marketer menjadi panglima yang mengarahkan aliran konten yang informatif dan memikat. Bekerjasama erat dengan tim kreatif, ia membentuk strategi konten yang tidak hanya relevan, namun juga sangat berdaya saing. Melalui keahlian dalam mengelola distribusi konten di berbagai platform digital, seperti media sosial dan situs web, posisi ini memastikan bahwa pesan-pesan perusahaan mencapai targetnya dengan presisi. Dalam koordinasi erat dengan tim pemasaran dan departemen terkait, digital marketer menjadi pondasi utama dalam memastikan keselarasan dan konsistensi pesan yang disampaikan. Dengan demikian, peran digital marketing di PT Mitra Anugerah Sejahtera Pratama bukan hanya menggerakkan visibilitas konten, melainkan juga memperkuat fondasi citra perusahaan dalam ranah digital.

Dalam peran digital marketing di PT Mitra Anugerah Sejahtera Pratama, tugas utama adalah merencanakan konten yang akan disebarkan melalui berbagai platform media sosial. Proses ini melibatkan langkah-langkah yang cermat dan strategis untuk memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi tidak hanya

menarik perhatian, tetapi juga relevan dengan audiens target. Pertama, perlu dipahami dengan mendalam visi dan misi perusahaan serta karakteristik demografis, minat, dan kebutuhan dari target audiens yang dituju. Setelah itu, riset pasar akan menjadi langkah penting untuk memahami tren industri dan kebutuhan pelanggan yang sedang berkembang. Dengan informasi ini, dapat merancang strategi konten yang sesuai dengan tujuan pemasaran perusahaan, baik itu untuk meningkatkan kesadaran merek, menghasilkan prospek baru, atau meningkatkan keterlibatan pelanggan. Selanjutnya, akan dibuat kalender konten yang detail, mencakup jenis konten, tema, jadwal publikasi, dan metrik evaluasi. Kolaborasi dengan tim kreatif dalam pembuatan konten yang berkualitas tinggi dan menggugah emosi juga merupakan bagian integral dari tugas. Dengan perencanaan konten yang matang dan strategis, akan memastikan bahwa setiap kiriman yang dipublikasikan di media sosial memberikan dampak yang signifikan dalam mencapai tujuan pemasaran perusahaan.

Praktik kerja magang akan disertai dengan bimbingan langsung dari manajer tim marketing, yang bertindak sebagai mentor senior. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan arahan dan memastikan bahwa konten yang diproduksi menjalani proses *quality check* yang ketat sebelum dipublikasikan. Setiap catatan kecil dan revisi akan ditindaklanjuti dengan cepat, sehingga konten yang disajikan siap untuk tampil dengan kualitas terbaik. Selain menjadi jaminan kelayakan tayang, pengalaman ini juga akan menjadi panduan berharga untuk pengembangan konten.

Dalam jalannya magang, terdapat dua rekan pemagang yang bergerak menjadi tim digital marketing di bawah pimpinan seorang supervisor. Sehingga, segala keperluan digital marketing akan dikerjakan bersama rekan magang, mulai dari merancang rencana konten, menulis konten, menciptakan konten visual, hingga mengelola media sosial. Proses ini dilakukan secara bergantian dengan pengawasan dan bimbingan dari supervisor yang memastikan setiap tahap berjalan lancar dan sesuai dengan standar perusahaan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Sebagai seorang digital marketing yang mengelola akun media sosial untuk brand air mineral Rivero, tugas dan tanggung jawab yang diberikan adalah melibatkan berbagai Konten Marketing yang bertujuan untuk meningkatkan kehadiran online dan engagement dengan audiens. Konten Marketing utama mencakup pembuatan dan pengelolaan konten yang menarik dan relevan untuk berbagai platform media sosial seperti Instagram dan TikTok yang meliputi pembuatan gambar, video, dan tulisan yang mempromosikan produk, serta menyampaikan pesan merek yang konsisten dan menarik. Selain itu, seorang digital marketer juga bertugas untuk memonitor dan menganalisis performa setiap kampanye media sosial menggunakan alat analitik untuk memahami tren, preferensi audiens, dan efektivitas konten yang dipublikasikan. Berdasarkan data ini, strategi pemasaran dapat disesuaikan untuk meningkatkan jangkauan dan engagement. Interaksi dengan pengikut juga merupakan bagian penting dari pekerjaan ini, termasuk menanggapi komentar dan pesan, serta mengelola *feedback* untuk membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.

Selama melaksanakan Konten Marketing magang, terdapat beberapa hal utama yang dilakukan, sebagai berikut.

- Mengatur dan memperbaiki pendekatan pemasaran digital di platform seperti Instagram dan TikTok yang mencakup perencanaan kampanye, target audiens, dan pemanfaatan tren terkini untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan merek Rivero Murni.
- Mempublikasikan berbagai jenis konten visual seperti video dan foto di akun media sosial Rivero Murni yang relevan untuk audiens
- Melakukan evaluasi terhadap *feedback* yang dihasilkan oleh konten yang diposting terhadap pertumbuhan akun media sosial Rivero Murni



Gambar 3. 1 Tugas Pokok

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Rivero Murni memiliki akun media sosial Instagram yang sebelumnya aktif dan dikelola dengan baik selama beberapa tahun, berkat kerja keras tim marketing khusus yang menangani pemasaran digital. Namun, dalam satu tahun terakhir, akun tersebut tidak lagi dikelola dan menjadi kurang aktif serta tidak berkembang. Untuk mengatasi masalah ini, Rivero Murni telah menugaskan kembali tim marketing yang khusus bertugas sebagai content creator. Tim ini akan fokus menghidupkan kembali akun media sosial dengan membuat dan mengunggah konten yang menarik dan relevan, guna meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens. Langkah ini diharapkan dapat meningkatkan engagement, interaksi, dan secara keseluruhan meningkatkan brand awareness dari audiens terhadap Rivero Murni.

Menurut Kahfiah (2020) *brand awareness* adalah kemampuan konsumen yang dapat mengenali atau mengingat kembali merek sehingga dapat mengaitkan merek tersebut dengan produk atau jasa yang ditawarkan. *brand awareness* melibatkan kemampuan konsumen untuk mengenali dan mengingat suatu merek, serta mengaitkan merek tersebut dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Hal ini berarti bahwa *brand awareness* tidak hanya melibatkan kemampuan mengenali merek, tetapi juga kemampuan mengaitkan merek dengan produk atau jasa yang ditawarkan. yaitu *brand recognition* dan *brand recall*. Kemudian, terdapat dua hal utama yang penting seperti *brand recognition* yang merupakan kemampuan konsumen untuk mengenali dan mengidentifikasi suatu merek ketika konsumen melihat suatu petunjuk mengenai merek tersebut. Sedangkan *brand recall* adalah kemampuan konsumen ketika melihat suatu kategori produk, konsumen dapat menyebutkan suatu produk dengan tepat. Dalam penelitian yang dilakukan

Kahfiah, ditemukan bahwa brand awareness memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, serta memiliki koefisien determinasi sebesar 0,167. Hal ini berarti bahwa brand awareness memiliki pengaruh sebesar 16,7% terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan sisanya sebesar 83,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Menurut Sartini (2020), konten yang menarik dan relevan adalah kunci untuk meningkatkan engagement dan brand awareness di media sosial. Konten yang menarik harus informatif, edukatif, dan menghibur, serta sesuai dengan minat dan kebutuhan audiens target. Terdapat empat tugas utama yang dilakukan oleh penulis sebagai *Content Creator* dalam upaya meningkatkan *brand awareness* pada akun media sosial Rivero Murni, mulai dari perencanaan konten, pembuatan konten, pemantauan konten, serta desain. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut terkait tugas tersebut.

A. Creative Project Planning

Menyusun perencanaan untuk sebuah proyek kreatif melibatkan serangkaian langkah sistematis yang bertujuan memastikan kesuksesan proyek. Tahap awal dari proses ini adalah mengadakan pertemuan pembukaan, di mana tim proyek akan berdiskusi dengan klien atau pemangku kepentingan untuk memahami tujuan dan kebutuhan proyek. Menurut Wibowo (2020) dalam bukunya Manajemen Proyek Kreatif, pertemuan ini sangat penting untuk menyelaraskan harapan semua pihak yang terlibat dan memastikan bahwa visi proyek dapat diimplementasikan dengan jelas. Setelah itu, tim proyek melakukan penelitian yang menyeluruh tentang audiens target, tren industri, dan pesaing. Penelitian ini, sebagaimana dijelaskan oleh Kusuma (2018) dalam Strategi dan Perencanaan Proyek, bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang diperlukan untuk merancang konsep kreatif yang relevan dan menarik.

Selanjutnya, konsep yang dihasilkan dari penelitian tersebut dijabarkan dalam sebuah proposal proyek yang mencakup rencana tindakan, anggaran, dan

jadwal pelaksanaan. Proposal ini bertindak sebagai peta jalan untuk proyek dan membantu memastikan bahwa semua aspek telah dipertimbangkan dengan baik sebelum produksi dimulai. Setelah proposal disetujui oleh klien atau pemangku kepentingan, tim memulai produksi konten kreatif, termasuk pembuatan gambar, video, teks, dan elemen kreatif lainnya sesuai dengan konsep yang telah disusun. Selama proses produksi, tim akan tetap berkomunikasi secara teratur untuk meninjau kemajuan dan melakukan perubahan jika diperlukan.

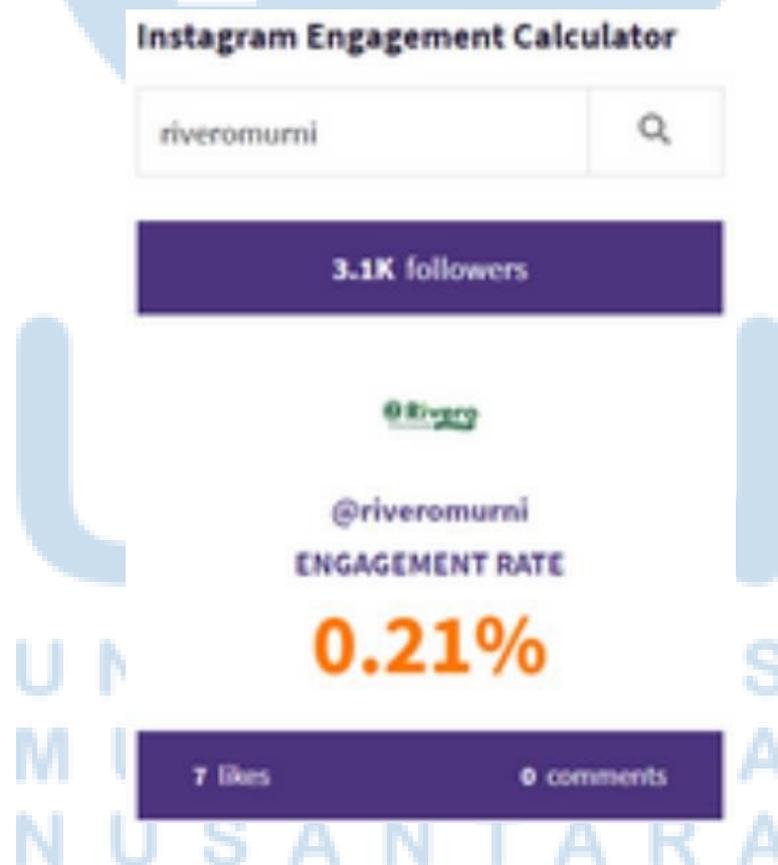
Pada tahap terakhir, proyek akan diselesaikan dengan melakukan pengeditan, revisi, dan pengiriman hasil akhir kepada klien atau pemangku kepentingan. Dengan mengikuti proses ini, tim dapat memastikan bahwa perencanaan dan pelaksanaan proyek kreatif berjalan dengan lancar dan menghasilkan hasil yang memuaskan. Wibowo (2020) menekankan bahwa koordinasi yang baik dan eksekusi yang tepat adalah kunci utama untuk mencapai hasil yang diinginkan dalam proyek kreatif.



Gambar 3. 2 *Creative Project Rivero*

Dalam perencanaan creative project, penting untuk melakukan analisis terkait engagement dari platform media sosial. Analisis ini diperlukan agar dapat memahami tingkat interaksi dan keterlibatan pengguna dengan konten yang telah dipublikasikan sebelum dan setelah adanya proyek. Langkah awalnya adalah mengidentifikasi metrik engagement yang relevan, seperti jumlah likes, komentar, shares, dan jumlah pengikut baru. Selanjutnya, data engagement ini akan dihimpun dan dibandingkan antara periode sebelum dan sesudah proyek diluncurkan.

Perbandingan ini akan memberikan wawasan yang berharga tentang dampak proyek terhadap aktivitas dan keterlibatan pengguna di platform media sosial. Jika terjadi peningkatan signifikan dalam metrik engagement setelah peluncuran proyek, hal itu menunjukkan bahwa konten kreatif telah berhasil menarik perhatian audiens dan mendorong interaksi yang lebih aktif. Sebaliknya, jika tidak ada perubahan atau bahkan penurunan dalam engagement, maka perlu dilakukan evaluasi terhadap strategi konten dan implementasi proyek. Dengan demikian, analisis engagement platform sosial media menjadi langkah penting dalam memastikan keberhasilan dan dampak positif dari creative project yang direncanakan.



Gambar 3. 3 *Engagement* Instagram Rivero

Dengan menggunakan website Instagram engagement calculator, menganalisis akun Instagram @riveromurni. Didapatkan bahwakonsistensi konten

yang diposting masih rendah, dan hal ini berdampak pada tingkat engagement yang terjadi pada akun tersebut. Engagement rate Instagram Rivero hanya mencapai 0.21%, yang merupakan hasil Instagram Engagement Calculator Rate pada website Phlanx. Hasil ini mengindikasikan bahwa interaksi antara konten yang diposting dan pengikut akun masih rendah. Dampak dari konsistensi rendah ini dapat mengurangi daya tarik konten dan kurangnya keterlibatan pengikut dalam bentuk komentar, likes, atau shares. Sebagai hasilnya, akun @riveromurni mungkin mengalami tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan kehadiran online dan interaksi yang lebih aktif dari pengikutnya. Dalam situasi seperti ini, penting untuk melakukan evaluasi mendalam terhadap strategi konten dan konsistensi posting untuk meningkatkan engagement rate dan mencapai tujuan pemasaran yang ditetapkan.

Setelah melakukan analisis engagement Instagram @riveromurni, langkah selanjutnya adalah menerapkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) serta menganalisis kompetitor dan target audiens. Dalam analisis SWOT, mengidentifikasi kekuatan (Strengths) seperti kualitas produk, visi perusahaan yang jelas, dan kehadiran merek yang solid. Di sisi lain, kelemahan (Weaknesses) mungkin termasuk konsistensi rendah dalam konten, kurangnya interaksi dengan pengikut, dan kurangnya diversifikasi dalam strategi konten. Peluang (Opportunities) dapat meliputi peningkatan konsistensi dalam konten, pengembangan kampanye pemasaran yang inovatif, serta penggunaan fitur baru dari platform Instagram untuk meningkatkan engagement. Ancaman (Threats) mungkin datang dari kompetisi yang kuat, perubahan algoritma platform media sosial, atau respon negatif dari pengikut akun.

Selanjutnya, dalam menganalisis kompetitor, akan mengidentifikasi pesaing langsung dan tidak langsung dalam industri air mineral atau minuman sejenis. Tim akan meninjau strategi konten, tingkat engagement, dan pendekatan pemasaran yang digunakan oleh pesaing untuk memahami tren industri dan potensi peluang yang tersedia. Terakhir, dalam menganalisis target audiens, mengidentifikasi karakteristik demografis, minat, perilaku belanja, dan preferensi

konsumen yang merupakan target utama dari merek Rivero. Ini akan membantu dalam mengarahkan strategi konten dan pemasaran untuk menarik dan mempertahankan pengikut yang relevan serta meningkatkan engagement dengan merek.

Dalam menentukan core message untuk merek Rivero, telah merumuskan serangkaian hashtag dan *key message* yang mencerminkan nilai inti dari produk dan merek tersebut. Hashtag seperti #HealthyHydration, #NaturePurity, dan #PureRefreshment dirancang untuk menyoroti fokus pada kesehatan, keaslian alam, dan kesegaran yang murni dari air mineral Rivero. Melalui penggunaan hashtag ini, bertujuan untuk menyampaikan pesan bahwa Rivero bukan hanya sekadar minuman, tetapi juga merupakan pilihan yang sehat dan alami untuk menghidrasi tubuh dengan cara yang segar dan menyegarkan. *Key Message "Experience the Essence of Purity"* menjadi puncak dari pesan inti yang ingin sampaikan. Dengan frasa ini, mengundang konsumen untuk merasakan esensi dari keaslian dan kemurnian yang ditawarkan oleh produk Rivero. Ini mencerminkan komitmen untuk menyediakan pengalaman minum yang tak tertandingi, di mana konsumen tidak hanya mendapatkan minuman yang menyegarkan, tetapi juga mengalami kebaikan dan kesegaran yang murni dari alam.

Dengan memilih dan memperkuat pesan inti ini, berharap dapat memperkuat identitas merek Rivero, membedakannya dari pesaing, dan membangun koneksi yang lebih dalam dengan konsumen yang peduli akan kesehatan dan keaslian. Dalam setiap kampanye pemasaran dan komunikasi merek, akan memastikan bahwa pesan ini terus ditekankan untuk meningkatkan kesadaran merek dan keterlibatan konsumen yang lebih besar.

B. Content Planning

Menurut Angelica Kosim dan Riris Loisa (2023), perencanaan konten yang efektif harus berfokus pada target audiens dan kebutuhan. Langkah pertama adalah mengidentifikasi siapa target audiensnya, termasuk demografi, minat, dan perilaku. Dengan memahami audiens, konten yang dibuat dapat disesuaikan agar relevan dan

menarik. Konten yang relevan berarti konten yang menjawab pertanyaan, memecahkan masalah, atau memenuhi kebutuhan audiens. Ini bisa berupa artikel informatif, tutorial, tips praktis, atau konten hiburan yang sesuai dengan minat. Misalnya, jika target audiens adalah pecinta lingkungan, konten tentang praktik berkelanjutan dan produk ramah lingkungan akan sangat relevan.

Konten juga harus menarik agar dapat menarik perhatian audiens di tengah banyaknya informasi yang tersedia di media sosial. Ini bisa dicapai melalui penggunaan visual yang kuat, judul yang menarik, serta cerita yang emosional atau inspiratif. Konten visual, seperti gambar dan video, cenderung lebih menarik dan memiliki tingkat engagement yang lebih tinggi. Selain itu, konten harus mudah dibagikan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan brand awareness. Ini berarti konten harus dioptimalkan untuk berbagai platform media sosial, memiliki tombol berbagi yang jelas, dan mendorong audiens untuk membagikan konten tersebut. Konten yang mengundang interaksi, seperti kuis, polling, atau ajakan untuk memberikan komentar, juga dapat meningkatkan kemungkinan dibagikan oleh audiens. Dengan fokus pada target audiens dan kebutuhan, serta memastikan konten relevan, menarik, dan mudah dibagikan, perencanaan konten yang efektif dapat membantu meningkatkan brand awareness secara signifikan.

Perencanaan brief konten untuk produk air mineral Rivero bertujuan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif di platform media sosial. Brief ini dimaksudkan untuk memberikan panduan yang jelas dan komprehensif bagi tim kreatif dalam mengembangkan konten yang selaras dengan identitas merek Rivero dan menarik perhatian audiens target.

Tahapan dalam pembuatan brief ini meliputi beberapa langkah penting. Pertama, melakukan analisis pasar dan audiens untuk memahami preferensi dan kebiasaan konsumsi konten target market. Kedua, menetapkan tujuan konten, seperti meningkatkan brand awareness, mempromosikan keunggulan produk, atau mengajak audiens untuk mencoba produk. Ketiga, merumuskan pesan utama yang ingin disampaikan, yang harus mencerminkan keunggulan air mineral Rivero,

seperti kemurnian, kesegaran, dan manfaat kesehatan. Keempat, menentukan format dan gaya visual yang sesuai, misalnya foto, video, atau infografis, dengan mempertimbangkan estetika yang konsisten dengan identitas merek. Terakhir, menyusun kalender konten yang terjadwal dengan baik untuk memastikan kontinuitas dan keterlibatan yang optimal.

Format Konten	Deskripsi	Contoh
Gambar	Gunakan gambar yang menarik dan berkualitas tinggi yang menunjukkan keindahan alam dan kesegaran air mineral Rivero.	<ul style="list-style-type: none"> * Foto air mineral Rivero di depan pegunungan yang indah * * Foto orang sedang minum air mineral Rivero saat berolahraga * Foto keluarga yang sedang menikmati air mineral Rivero bersama-sama
Video	Buat video pendek yang menunjukkan proses produksi air mineral Rivero dan manfaatnya bagi kesehatan.	<ul style="list-style-type: none"> * Video yang menunjukkan proses pengambilan air dari sumbernya * Video yang menjelaskan manfaat air mineral Rivero bagi kesehatan * Video testimonial dari pelanggan yang puas dengan air mineral Rivero
Caption	Tulis caption yang informatif dan menarik yang menyampaikan pesan utama brand. Gunakan hashtag yang relevan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.	<ul style="list-style-type: none"> * "Segarnya air pegunungan murni dalam setiap botol Rivero #HidupSehat #AirMineralAlami" * "Minum air putih yang cukup setiap hari dengan Rivero untuk menjaga kesehatan tubulimu. #HidupSegar #AirMineralSehat" "Rivero, air mineral pilihan keluarga Indonesia. #HidupBersama #AirMineralTerbaik"
Influencer Marketing	Bekerjasamalah dengan influencer media sosial yang populer di kalangan target audiens untuk mempromosikan air mineral Rivero.	<ul style="list-style-type: none"> * Adakan giveaway dan kontes untuk meningkatkan engagement dengan audiens. * Buatlah konten yang menarik dan kreatif yang akan disukai oleh pengikut influencer.

Gambar 3. 4 Penentuan Format Konten

Brief konten sangat bermanfaat untuk menyelaraskan visi dan strategi antara berbagai pihak yang terlibat dalam pembuatan konten, sehingga semua elemen yang dihasilkan dapat mendukung tujuan pemasaran secara efektif. Selain itu, brief ini juga berfungsi sebagai acuan untuk mengevaluasi keberhasilan kampanye konten melalui metrik dan indikator kinerja yang telah ditetapkan.

Tujuan dari pembuatan brief konten Instagram untuk produk air mineral Rivero adalah untuk menciptakan konten yang mampu menarik perhatian dan membangun hubungan dengan audiens, meningkatkan kesadaran merek, serta mendorong keterlibatan dan interaksi yang positif. Dengan demikian, diharapkan dapat mendukung peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan terhadap produk air mineral Rivero.

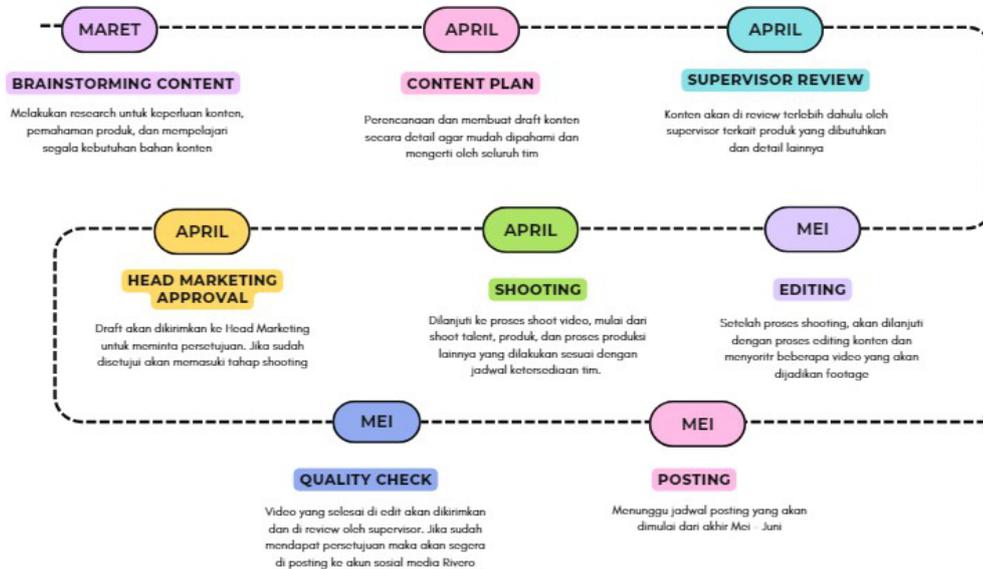
Tanggal	Jenis Konten	Konten	Tiktok	Instagram
03/04/2024	Foto	Instagram Story Bulan Puasa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/05/2024	Foto	Instagram Story This or That tentang Bulan Ramadhan	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/06/2024	Foto	Instagram Story This or That tentang Bukber	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/07/2024	Foto	Instagram Story This or That tentang puasa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/08/2024	Foto	Instagram Story Tantangan di Bulan Puasa	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/20/2024	Foto	Instagram Feeds "Get to Know More About Rivero"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/21/2024	Foto	Instagram Feeds "Get to Know More About Rivero"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/22/2024	Foto	Instagram Feeds "Get to Know More About Rivero"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/23/2024	Foto	Instagram Feeds "Get to Know More About Rivero"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/24/2024	Foto	Instagram Feeds "Get to Know More About Rivero"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/25/2024	Foto	Instagram Feeds "Get to Know More About Rivero"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
03/26/2024	Foto	Instagram Feeds "Get to Know More About Rivero"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
04/01/2024	Video	Video proses produksi Rivero	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04/02/2024	Video	Video trend On Melancholy memperlihatkan produk rivero	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04/03/2024	Foto	Instagram Story "Selalu Sedia Rivero"	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
04/04/2024	Foto	Feeds Mitos atau Fakta?	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
04/05/2024	Video	Video mencari rivero malam hari	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Gambar 3. 5 Perencanaan Konten

memerlukan pendekatan yang sistematis untuk memastikan konten yang dibuat mampu menarik perhatian dan melibatkan audiens dengan efektif. Langkah pertama adalah menentukan tujuan konten, yaitu meningkatkan brand awareness dan memperkenalkan keunggulan produk. TikTok, sebagai platform berbasis video pendek, menawarkan kesempatan unik untuk menyampaikan pesan secara kreatif dan menarik.

Pembuatan draft konten TikTok untuk produk air mineral Rivero akan disusun dalam format Excel untuk perencanaan selama satu bulan, mencakup 30 konten yang akan diunggah. Excel ini dirancang untuk memudahkan tim dalam memahami dan mengimplementasikan strategi konten secara efisien. Setiap baris dalam Excel akan mencakup kolom-kolom yang terperinci, yaitu tanggal posting yang terjadwal, judul konten, isi konten, footage yang diperlukan, hook atau bagian menarik yang memancing perhatian, caption yang akan digunakan, referensi yang relevan, serta kebutuhan lainnya yang mendukung pembuatan konten.

TIMELINE TIKTOK



Gambar 3. 6 Timeline Pengelolaan TikTok

Perencanaan konten TikTok untuk produk air mineral Rivero dimulai dari pertengahan bulan April dan akan direview pada akhir bulan April. Setelah review oleh supervisor, perencanaan tersebut akan diteruskan ke head marketing untuk mendapatkan persetujuan final. Jika sudah disetujui, perencanaan ini akan dilanjutkan ke tim pembuatan konten pada akhir April. Tim pembuatan konten kemudian akan melaksanakan proses shooting, diikuti dengan tahap editing. Setelah selesai, hasil editan akan disubmit kepada supervisor untuk quality check. Jika semua konten sudah dinyatakan oke, maka konten tersebut akan mulai diposting dari akhir Mei hingga Juni selama 30 hari berturut-turut. Dengan tahapan yang sistematis ini, diharapkan konten yang dihasilkan tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga tepat waktu sesuai dengan strategi pemasaran yang telah ditetapkan.

C. Content Creation

- Shooting Video

Menurut Angelica Kosim dan Riris Loisa (2023), perencanaan konten yang efektif harus berfokus pada target audiens dan kebutuhan mereka. Langkah pertama

dalam perencanaan konten adalah mengidentifikasi siapa target audiensnya, termasuk demografi, minat, dan perilaku. Dengan memahami audiens, konten yang dibuat dapat disesuaikan agar relevan dan menarik. Konten yang relevan berarti konten yang menjawab pertanyaan, memecahkan masalah, atau memenuhi kebutuhan audiens. Ini bisa berupa artikel informatif, tutorial, tips praktis, atau konten hiburan yang sesuai dengan minat. Misalnya, jika target audiens adalah pecinta lingkungan, konten tentang praktik berkelanjutan dan produk ramah lingkungan akan sangat relevan.

Konten juga harus menarik agar dapat menarik perhatian audiens di tengah banyaknya informasi yang tersedia di media sosial. Ini bisa dicapai melalui penggunaan visual yang kuat, judul yang menarik, serta cerita yang emosional atau inspiratif. Konten visual, seperti gambar dan video, cenderung lebih menarik dan memiliki tingkat engagement yang lebih tinggi. Selain itu, konten harus mudah dibagikan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan brand awareness. Ini berarti konten harus dioptimalkan untuk berbagai platform media sosial, memiliki tombol berbagi yang jelas, dan mendorong audiens untuk membagikan konten tersebut. Konten yang mengundang interaksi, seperti kuis, polling, atau ajakan untuk memberikan komentar, juga dapat meningkatkan kemungkinan dibagikan oleh audiens. Dengan fokus pada target audiens dan kebutuhan, serta memastikan konten relevan, menarik, dan mudah dibagikan, perencanaan konten yang efektif dapat membantu meningkatkan brand awareness secara signifikan.

Angelica Kosim dan Riris Loisa (2023) menyatakan bahwa pembuatan konten adalah proses yang mengintegrasikan kemampuan berpikir kreatif dalam perencanaan konten. Dalam definisi ini, pembuatan konten berfokus pada membuat konten yang kreatif dan inovatif, serta meningkatkan kinerja proyek melalui strategi yang efektif.

Konten Marketing shooting pembuatan konten video dilakukan di beberapa tempat seperti Pabrik, Supermarket, dan tempat lainnya. Salah satu tempat shooting yang paling sering dikunjungi adalah pabrik produksi Rivero memperlihatkan

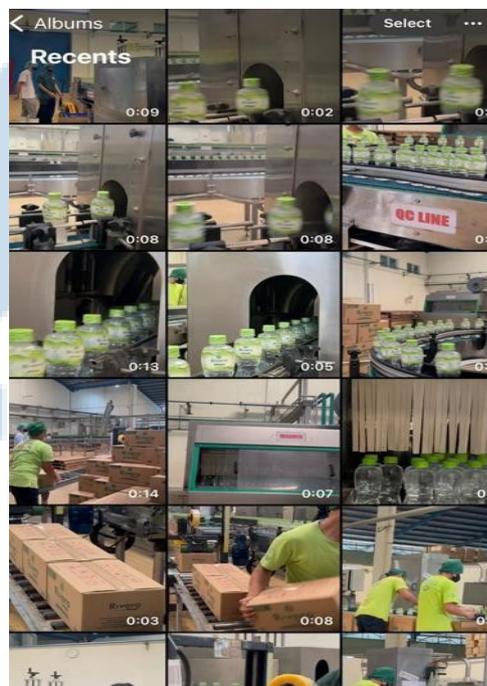
proses manufaktur yang canggih dan terorganisir dengan baik. Di pabrik ini, berbagai tahap produksi dilakukan dengan menggunakan mesin-mesin modern yang dirancang untuk memastikan efisiensi dan kualitas produk. Proses produksi dimulai dari penerimaan bahan baku, yang kemudian diproses melalui serangkaian mesin otomatis. Mesin-mesin ini meliputi pemotong, pengepres, dan pengemas yang bekerja dengan presisi tinggi untuk menghasilkan produk akhir.

Selain proses produksi, di pabrik Rivero juga dilakukan pengambilan video untuk konten promosi dan dokumentasi. Area tertentu di pabrik diatur sedemikian rupa untuk pengambilan gambar, dengan pencahayaan dan set yang disesuaikan untuk mendapatkan hasil visual yang menarik. Video yang diambil biasanya meliputi aktivitas produksi, penggunaan teknologi, dan wawancara dengan staf untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang operasional pabrik. Dengan demikian, pabrik Rivero tidak hanya berfokus pada produksi berkualitas tinggi tetapi juga pada penyampaian transparansi dan daya tarik visual melalui konten multimedia. Hal ini membantu memperkuat brand image dan memberikan kepercayaan kepada konsumen mengenai komitmen perusahaan terhadap kualitas dan inovasi.



Gambaran pabrik Rivero adalah sebuah kompleks industri yang menjulang tinggi di pinggiran kota, dengan deretan bangunan besar dan mesin-mesin berat yang aktif beroperasi. Pabrik ini menjadi pusat Konten Marketing ekonomi dalam skala besar, menghasilkan berbagai produk dan memberikan lapangan pekerjaan kepada banyak orang. Namun, di balik Konten Marketing produksi yang padat, terdapat proses eksploitasi sumber daya alam yang intensif. Meskipun memberikan manfaat ekonomi, eksploitasi ini juga meninggalkan dampak lingkungan yang serius, seperti polusi udara dan pencemaran air. Pabrik Rivero menjadi simbol kontroversi antara kemajuan industri dan keberlanjutan lingkungan.

Shooting video untuk keperluan konten melibatkan pengambilan gambar di dalam pabrik Rivero, yang menampilkan proses produksi yang berlangsung di dalam kompleks industri tersebut. Selain itu, beberapa adegan juga direncanakan di luar pabrik, menampilkan produk-produk Rivero dalam konteks penggunaan nyata di masyarakat. Tujuan utama dari shooting ini adalah untuk memperlihatkan proses produksi yang berkualitas serta memperkenalkan produk-produk Rivero kepada audiens, baik secara visual maupun naratif.



Gambar 3. 8 Shooting Video di Pabrik Rivero

- **Proses Editing**

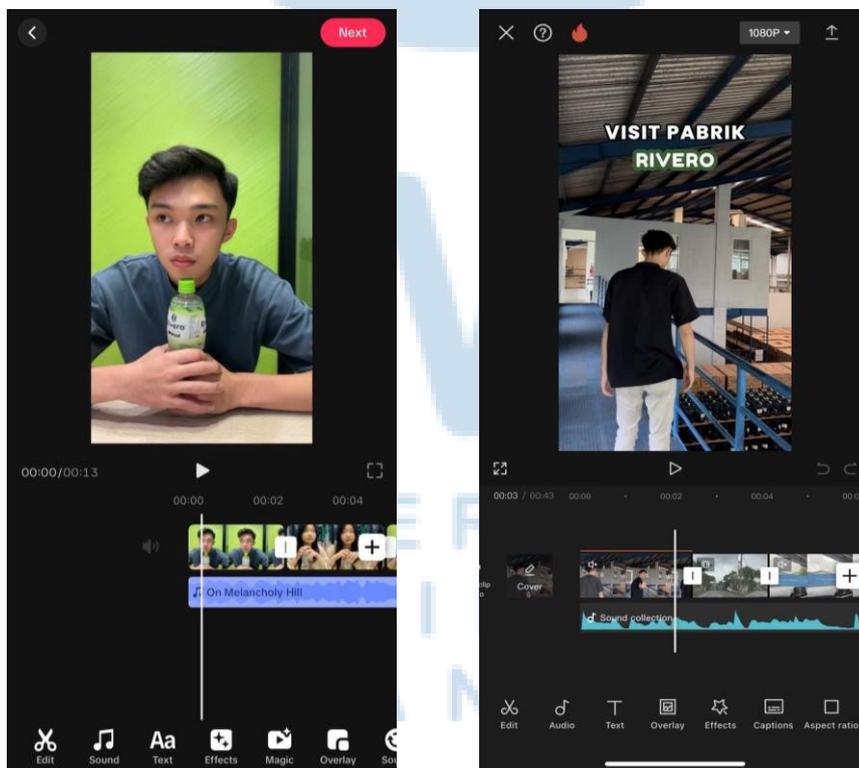
Setelah mendapatkan hasil shooting dari lokasi, langkah pertama dalam proses editing konten adalah melakukan sortir footage yang telah diambil. Ini melibatkan meninjau semua materi yang ada, memilih adegan yang paling relevan dan menarik, serta mengeliminasi bagian yang kurang penting atau kurang berkualitas. Setelah proses sortir selesai, langkah selanjutnya adalah memasukkan footage yang dipilih ke dalam perangkat lunak editing video, seperti CapCut. Di CapCut, mulai dengan mengatur urutan adegan sesuai dengan alur cerita yang direncanakan. Ini melibatkan memotong, memotong, dan menyusun footage agar mengalir secara mulus dan logis. Selanjutnya, berfokus pada penyuntingan detail, seperti penyesuaian warna, kontras, dan kecerahan, untuk memastikan kualitas visual yang konsisten di seluruh video. Selama proses editing, juga memperhatikan penggunaan efek transisi antar adegan untuk mempertahankan ketertarikan visual penonton.

Selain itu, memperhatikan suara, termasuk penambahan musik latar yang sesuai dan pengeditan audio untuk memastikan klaritas suara. Jika diperlukan, menambahkan teks atau grafis untuk memberikan informasi tambahan atau meningkatkan narasi. Setelah selesai dengan penyuntingan visual dan audio, langkah terakhir adalah meninjau video secara keseluruhan untuk memastikan bahwa semua elemen telah dipertimbangkan dan bahwa pesan yang ingin disampaikan telah tersampaikan dengan jelas dan efektif. Setelah itu, video siap untuk diedarkan kepada audiens yang dituju.

Setelah mendapatkan hasil shooting dari lokasi, langkah pertama dalam proses editing konten adalah melakukan sortir footage yang telah diambil. Ini melibatkan meninjau semua materi yang ada, memilih adegan yang paling relevan dan menarik, serta mengeliminasi bagian yang kurang penting atau kurang berkualitas. Setelah proses sortir selesai, langkah selanjutnya adalah memasukkan footage yang dipilih ke dalam perangkat lunak editing video, seperti CapCut. Di CapCut, mulai dengan mengatur urutan adegan sesuai dengan alur cerita yang

direncanakan. Ini melibatkan memotong, memotong, dan menyusun footage agar mengalir secara mulus dan logis. Selanjutnya, berfokus pada penyuntingan detail, seperti penyesuaian warna, kontras, dan kecerahan, untuk memastikan kualitas visual yang konsisten di seluruh video. Selama proses editing, juga memperhatikan penggunaan efek transisi antar adegan untuk mempertahankan ketertarikan visual penonton.

Selain itu, memperhatikan suara, termasuk penambahan musik latar yang sesuai dan pengeditan audio untuk memastikan klaritas suara. Jika diperlukan, menambahkan teks atau grafis untuk memberikan informasi tambahan atau meningkatkan narasi. Setelah selesai dengan penyuntingan visual dan audio, langkah terakhir adalah meninjau video secara keseluruhan untuk memastikan bahwa semua elemen telah dipertimbangkan dan bahwa pesan yang ingin disampaikan telah tersampaikan dengan jelas dan efektif. Setelah itu, video siap untuk diedarkan kepada audiens yang dituju.



Gambar 3. 9 Proses Editing dengan Aplikasi Capcut

Dalam proses editing menggunakan CapCut, langkah pertama adalah mengimpor semua *footage* yang telah diambil ke dalam perangkat lunak tersebut. Setelah itu, mulai dengan menentukan urutan adegan yang akan digunakan dalam video, mengatur alur cerita sesuai dengan konsep yang telah direncanakan sebelumnya. CapCut menyediakan fitur yang memudahkan pengguna untuk menambahkan transisi antar adegan, baik itu transisi yang sederhana maupun yang lebih kreatif, seperti transisi yang terkait dengan tema video.

Setelah urutan adegan ditentukan, dilanjutkan dengan menambahkan elemen-elemen visual tambahan, seperti teks atau grafis, untuk memberikan informasi tambahan atau meningkatkan keterbacaan pesan yang ingin disampaikan. CapCut memiliki beragam pilihan gaya dan font teks yang dapat disesuaikan dengan gaya video yang diinginkan. Selain itu, juga memanfaatkan fitur efek visual yang disediakan oleh CapCut untuk meningkatkan kualitas estetika video, seperti penyesuaian warna, kontras, dan kecerahan.



Gambar 3. 10 Editing Text pada Video

Selama proses editing, juga memperhatikan aspek audio dari video. CapCut memungkinkan pengguna untuk menambahkan musik latar yang sesuai

dengan mood dan tema video, serta melakukan pengeditan audio untuk meningkatkan kualitas suara. Ini termasuk mengatur volume audio, menyesuaikan efek suara, dan memastikan bahwa dialog atau narasi terdengar jelas dan terang.

Setelah semua elemen visual dan audio selesai diedit, langkah terakhir adalah meninjau video secara keseluruhan untuk memastikan bahwa semua transisi, teks, efek visual, dan audio telah terintegrasi dengan baik dan sesuai dengan visi yang diinginkan. Setelah itu, video siap untuk diedarkan kepada audiens yang dituju. Dengan CapCut, proses editing menjadi lebih mudah dan efisien, tanpa mengorbankan kualitas hasil akhir.

D. Graphic Designer

Rizka Putri Aprilia Stundetion (2020) mendefinisikan graphic designer sebagai seorang profesional yang berfungsi sebagai pengembang desain grafis yang berfokus pada pengembangan desain yang kreatif dan inovatif. Terdapat berbagai macam tools yang dapat digunakan untuk membuat desain grafis. Pada pengerjaan desain grafis ini, peserta magang memanfaatkan Canva sebagai salah satu tools utama proses desain.

Desain konten Instagram harus memperhatikan dua format utama, yaitu feeds dan story. Untuk feeds, perlu dipersiapkan foto-foto berkualitas tinggi yang menarik perhatian dan konsisten dengan estetika merek. Foto-foto tersebut harus memiliki kualitas visual yang tinggi, pencahayaan yang baik, dan komposisi yang menarik. Setiap foto juga harus diatur sedemikian rupa sehingga menyatu dengan tata letak keseluruhan feeds, menciptakan konsistensi visual yang mengundang pengguna untuk menjelajahi konten lebih lanjut.

Sementara itu, untuk story, perlu disiapkan desain yang lebih dinamis dan interaktif. Ini bisa berupa penggunaan teks overlay yang menarik, stiker, dan filter yang sesuai dengan tema konten. Story juga dapat dimanfaatkan untuk mempromosikan produk secara langsung, baik melalui unboxing, testimoni pengguna, atau behind-the-scenes dari proses produksi. Penting untuk mempertimbangkan kreativitas dan konsistensi dalam desain setiap story, serta

memastikan bahwa konten yang disajikan dapat dengan jelas dan cepat dipahami oleh pengguna.

Untuk feeds, perlu disiapkan foto-foto berkualitas tinggi yang menarik perhatian dan konsisten dengan estetika merek. Menurut Sugiharto (2019) dalam bukunya *Desain Grafis Modern*, foto yang berkualitas tinggi memiliki pencahayaan yang baik, komposisi yang menarik, dan resolusi yang tinggi untuk memastikan kejelasan dan daya tarik visual. Setiap foto dalam feeds harus diatur sedemikian rupa sehingga menyatu dengan tata letak keseluruhan, menciptakan konsistensi visual yang mengundang pengguna untuk menjelajahi konten lebih lanjut.

Sementara itu, untuk story, desain yang lebih dinamis dan interaktif diperlukan. Ini dapat melibatkan penggunaan teks overlay yang menarik, stiker, dan filter yang sesuai dengan tema konten. Menurut Hartanto (2021) dalam *Strategi Visual untuk Media Sosial*, story Instagram harus dirancang untuk mempromosikan produk secara langsung melalui metode seperti unboxing, testimoni pengguna, atau behind-the-scenes dari proses produksi. Kreativitas dan konsistensi dalam desain setiap story sangat penting, serta memastikan bahwa konten yang disajikan dapat dengan jelas dan cepat dipahami oleh pengguna.

Kedua format tersebut harus dirancang dengan memperhatikan keseluruhan strategi pemasaran dan pesan merek Rivero. Desain konten harus mencerminkan identitas merek yang khas, menggunakan palet warna, tipografi, dan elemen visual lainnya yang konsisten dengan branding Rivero. Menurut Handoko (2020) dalam bukunya *Manajemen Merek dan Desain Visual*, konsistensi dalam elemen branding adalah kunci untuk membangun kesadaran merek yang kuat. Dengan demikian, desain konten Instagram dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun kesadaran merek, meningkatkan interaksi pengguna, dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

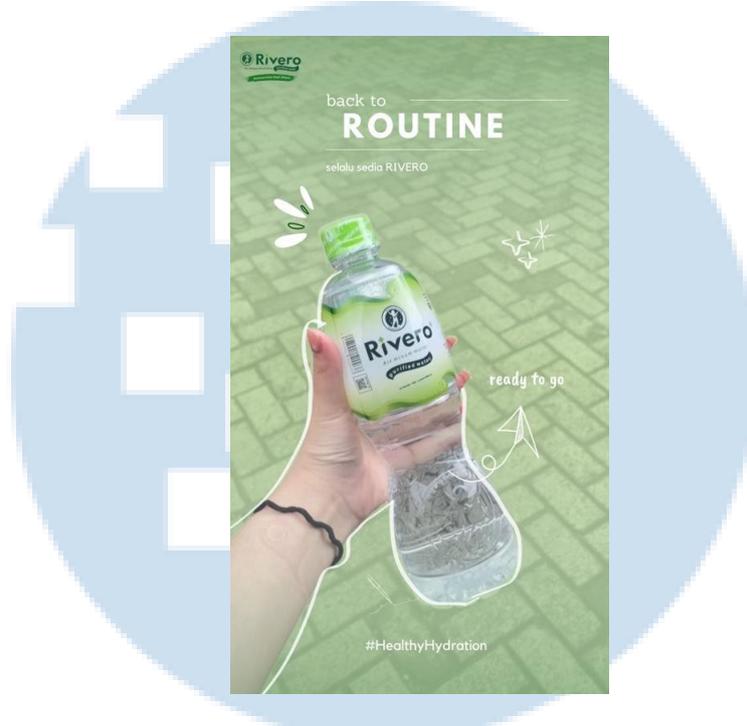


Gambar 3. 11 Instagram Story Interaktif Bulan Puasa

Gambar di atas merupakan beberapa contoh konten Instagram Story yang berkaitan dengan topik Bulan Puasa yang di posting selama Bulan Puasa

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

berlangsung. Dengan konten “*This or That*” diharapkan dapat meningkatkan interaksi dengan audiens dari akun Instagram @riveromurni.



Gambar 3. 12 Contoh Daily Instagram Story Update

Kemudian, terdapat juga beberapa contoh Instagram Story lainnya dengan maksud agar akun Instagram @riveromurni dapat lebih aktif. Dengan membuat beberapa konten yang dapat meningkatkan ketertarikan audiens.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3. 13 Instagram Story Rate

Dan berikut Instagram story yang berkaitan dengan Konten Marketing puasa untuk meningkatkan interaksi dengan menambahkan fitur polling yang disediakan oleh platform Instagram. Dalam polling ini, pertanyaannya adalah "Seberapa berat ujian di bulan puasa?"



Gambar 3. 14 Instagram Feeds

Selain Instagram Story, terdapat juga desain Instagram Feeds terkait informasi dari Rivero. Desain tersebut menggunakan tema alam yang memiliki makna bahwa Rivero bersumber dari air alami yang berasal dari mata air pegunungan dan melalui beberapa tahap produksi. Namun, Instagram Feeds ini belum di posting pada akun Rivero, dikarenakan adanya kendala dari atasan ketika melakukan Quality Check.

E. Quality Check

Quality check atau pemeriksaan kualitas adalah proses penting dalam pengembangan desain grafis untuk memastikan bahwa hasil akhir memenuhi standar yang ditetapkan dan sesuai dengan harapan klien. Menurut Suryadi (2018) dalam bukunya Manajemen Kualitas dalam Desain Grafis, quality check mencakup beberapa aspek utama. Pertama, ketepatan desain, yaitu memastikan bahwa desain yang dihasilkan sesuai dengan brief yang diberikan oleh klien, mencakup kesesuaian warna, font, layout, dan elemen desain lainnya. Desain harus mematuhi panduan merek yang telah ditetapkan untuk menjaga konsistensi dan identitas merek. Kedua, kualitas visual, yang menilai resolusi gambar, kejelasan teks, dan keselarasan elemen visual secara keseluruhan. Gambar harus memiliki resolusi tinggi dan teks harus jelas terbaca. Ketiga, fungsionalitas, memastikan bahwa desain dapat berfungsi dengan baik dalam konteks penggunaannya, seperti apakah desain tersebut dapat ditampilkan dengan baik di berbagai perangkat dan media. Dengan melakukan quality check yang menyeluruh, desainer dapat memastikan bahwa hasil akhir tidak hanya estetis tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dan memenuhi tujuan proyek.

Setelah proses editing selesai, Konten Marketing Quality Check (QC) video merupakan tahap penting untuk memastikan bahwa hasil konten memenuhi standar kualitas yang diinginkan sebelum dipublikasikan. Pada tahap ini, dimulai dengan meninjau secara menyeluruh setiap aspek video, termasuk visual, audio, dan narasi. Pertama-tama, dilakukan pemeriksaan visual untuk memastikan bahwa semua adegan telah dipotong dengan baik, transisi antar adegan terlihat mulus, dan kualitas gambar tidak terganggu oleh gangguan seperti pixelation atau noise yang berlebihan. Kemudian pemeriksaan apakah teks atau grafis yang ditambahkan telah terbaca dengan jelas dan tidak mengganggu pengalaman menonton.

Selanjutnya, pemeriksaan audio untuk memastikan bahwa kualitas suara optimal. Ini termasuk memastikan bahwa semua dialog atau narasi terdengar jelas dan terang, serta memperhatikan bahwa musik latar tidak terlalu mengganggu atau

terlalu redup. Selama QC, juga memperhatikan keselarasan antara audio dan visual, memastikan bahwa timing efek suara dan transisi sesuai dengan adegan yang sedang dipertontonkan. Kemudian memastikan kembali apakah pesan atau cerita yang ingin disampaikan telah tersampaikan dengan jelas dan efektif. Terakhir, peninjauan akhir untuk memastikan bahwa video telah mematuhi semua kebijakan dan pedoman yang berlaku, baik itu terkait dengan hak cipta, konten sensitif, atau hal lainnya yang mungkin mempengaruhi kelayakan publikasi video. Setelah semua tahap QC selesai dan video dinyatakan memenuhi semua kriteria kualitas, barulah video siap untuk dipublikasikan atau disebarluaskan kepada audiens yang dituju. Dengan melakukan QC secara cermat, dapat dipastikan bahwa hasil konten yang disajikan kepada audiens memiliki kualitas yang optimal dan dapat memberikan pengalaman menonton yang memuaskan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

a. Kendala dari Peserta

Salah satu tantangan utama yang sering dialami adalah menjaga konsistensi dalam menciptakan konten yang tetap menarik dan tidak membosankan. Setelah beberapa minggu berjalan, seringkali penulis dihadapkan pada permintaan untuk terus menghasilkan konten yang segar dan menghibur. Namun, hal ini menjadi sulit karena untuk tetap menarik, penulis harus selalu relevan dalam ide-ide konten yang dihasilkan. Salah satu pendekatan terbaik untuk tetap relevan adalah dengan mengikuti tren yang sedang berlangsung. Namun, dengan postingan yang harus diproduksi dalam jumlah banyak, seringkali penulis kesulitan untuk terus menemukan ide-ide konten yang tetap relevan karena tren yang cepat berubah.

Meskipun tren-tren menarik selalu ada, perusahaan PT Mitra Anugerah Sejahtera Pratama harus memperhatikan bahwa berada di bawah pengawasan BPOM, yang memiliki aturan ketat terkait promosi dan iklan yang tidak boleh dilanggar. Oleh karena itu, tidak semua tren yang sedang populer dapat digunakan dalam pembuatan konten. Hal ini karena keterbatasan aturan yang diberlakukan

oleh BPOM dalam promosi produk. Karena itu, sulit untuk menyelaraskan tren-tren menarik dengan produk atau tema yang ingin dibahas, yang pada akhirnya dapat mengurangi tingkat keterlibatan atau engagement penonton atau pengikut dalam konten yang diproduksi.

b. Kendala dari Perusahaan

Salah satu kendala yang dihadapi perusahaan adalah lamanya waktu respon dari atasan. Setiap ada perencanaan baru seperti proyek kreatif, perencanaan konten, dan konten yang sudah selesai dibuat harus terlebih dahulu dikirimkan kepada atasan untuk diperiksa. Namun, respon dari Head of Marketing seringkali memakan waktu lama. Akibatnya, postingan yang seharusnya sudah bisa diunggah menjadi tertunda, bahkan beberapa konten masih belum mendapatkan persetujuan hingga saat ini.

c. Kendala dari Universitas

Beberapa tantangan terkait dengan perkuliahan juga muncul. Salah satu masalah utamanya adalah kurangnya praktik langsung yang diberikan oleh universitas, yang mengharuskan penulis untuk menyesuaikan diri dengan kondisi di lapangan setelah menjadi intern. Hal ini terutama terlihat dalam hal manajemen waktu yang efektif dan penentuan tema konten yang sesuai dengan nilai-nilai perusahaan.

Kurangnya pengalaman praktis yang diberikan oleh universitas menciptakan kebutuhan untuk penyesuaian tambahan ketika berada di lingkungan kerja nyata. Ini termasuk dalam hal pengelolaan waktu yang efisien, di mana penulis harus belajar untuk menyesuaikan diri dengan tuntutan pekerjaan sehari-hari di perusahaan sambil tetap menjaga kualitas hasil pekerjaannya.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

a. Solusi bagi Peserta

Dalam menjaga konsistensi dalam menciptakan konten yang menarik, penulis dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan strategi perencanaan konten yang lebih terstruktur, seperti membuat kalender editorial yang memperhitungkan tren yang sedang berlangsung. Selain itu, kolaborasi dengan tim kreatif dan riset pasar yang lebih mendalam dapat membantu dalam mengidentifikasi tren yang relevan dan menghasilkan ide-ide konten yang lebih inovatif.

Untuk mengatasi keterbatasan dalam mengikuti tren yang sedang berlangsung karena aturan yang diberlakukan oleh BPOM, perusahaan dapat memprioritaskan nilai-nilai keamanan dan kepatuhan terhadap regulasi tersebut. Hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan unik, yang tetap menarik perhatian tanpa melanggar aturan yang berlaku.

b. Solusi bagi Perusahaan

Perusahaan dapat menerapkan beberapa solusi seperti memperkenalkan sistem persetujuan yang lebih efisien, seperti menggunakan alat kolaborasi digital yang memungkinkan atasan untuk memberikan umpan balik secara real-time. Kedua, menetapkan jadwal atau tenggat waktu yang jelas bagi atasan untuk memberikan persetujuan, sehingga setiap proyek dan konten memiliki batas waktu yang tegas untuk ditinjau. Ketiga, memberdayakan tim marketing dengan wewenang lebih besar untuk mengambil keputusan operasional terkait konten yang tidak memerlukan persetujuan strategis. Dengan demikian, konten yang bersifat rutin dapat langsung diposting tanpa menunggu persetujuan yang memakan waktu. Keempat, melakukan pelatihan bagi tim marketing dan atasan mengenai manajemen waktu dan prioritas agar proses persetujuan menjadi lebih cepat dan efisien. Solusi-solusi ini diharapkan dapat mempercepat alur kerja dan memastikan bahwa konten dapat diunggah tepat waktu, sehingga meningkatkan efektivitas strategi pemasaran digital Rivero Murni.

c. Solusi bagi Universitas

Dalam menghadapi tantangan yang terkait dengan kurangnya praktik langsung dari universitas, penting bagi mahasiswa magang untuk aktif mencari pengalaman

praktis di luar lingkungan akademis. Ini bisa melibatkan partisipasi dalam proyek-proyek ekstrakurikuler, magang, atau kerja paruh waktu yang relevan dengan bidang studi.. Selain itu, pembinaan dan dukungan dari perusahaan serta universitas juga dapat membantu mahasiswa magang untuk mengatasi kesulitan ini dan berkembang dalam lingkungan kerja yang sesungguhnya.

