

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penerapan praktik kerja magang yang dilaksanakan di PT Mutuagung Lestari Tbk berlangsung selama 4 (empat) bulan yang dimulai dari bulan Februari dan berakhir di bulan Juni. Selama proses magang, posisi yang ditempatkan adalah sebagai *marketing intern* yang diawasi langsung oleh *Head of Marketing Communication* yaitu Wita Adelina. Selain diawasi oleh Ibu Wita, praktik kerja magang juga diawasi oleh *Communication Manager* yaitu Irfan Ahmad. Dalam melaksanakan tugasnya, *Communication Manager* membawahi 2 bagian, yaitu *social media specialist* dan *marketing intern*. *Social media specialist* berisikan satu orang anggota yaitu Yuliana Irnadianis. Sedangkan *marketing intern* berisikan satu orang anggota yaitu Steviana Hermanto.

Posisi *Marketing Intern* memiliki tanggung jawab untuk membantu memasarkan MUTU International agar dapat semakin dikenal oleh masyarakat dengan membuat berbagai konten media sosial yang berisi mengenai Informasi terkait layanan yang diberikan oleh perusahaan maupun konten hiburan dan interaktif yang dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat kepada konten yang diproduksi oleh MUTU International melalui media sosialnya. MUTU International memiliki konten yang harus diunggah sebanyak 3 hingga 4 kali dalam satu minggu. Hari untuk mengunggah konten diprioritaskan pada hari Selasa, Kamis, dan Minggu. Namun, hal ini dapat berganti apabila terdapat konten prioritas yang harus diunggah seperti hari peringatan ataupun kegiatan yang dilaksanakan perusahaan. Walaupun demikian, *marketing intern* juga memiliki tugas untuk melakukan komunikasi secara langsung melalui *website* maupun media sosial kepada calon konsumen yang membutuhkan layanan dari MUTU International.



Gambar 3.1 Alur Delegasi Tugas

Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Berdasarkan Gambar 3.1 dapat diketahui bahwa alur delegasi tugas dari *Head of Marketing Communication* yang memiliki tanggung jawab untuk memberikan perintah dan masukan dalam membuat sebuah konten dan bertugas untuk mengambil keputusan. Setelah *head of marketing* memberikan perintah kepada *communication manager* terkait apa yang seharusnya dilakukan maka *communication manager* memiliki tanggung jawab untuk memberikan tugas tersebut kepada *social media specialist* dan *marketing intern*. *Social media specialist* memiliki tanggung jawab untuk melakukan tinjauan terhadap media sosial perusahaan dan membuat laporan mengenai kinerja media sosial menggunakan *tools*. Sehingga, berbagai konten yang terdapat di media sosial dibuat langsung oleh penulis sebagai *marketing intern*.

Penulis memiliki tanggung jawab dalam membuat konten media sosial yang diawasi secara langsung oleh *communication manager*. Setelah konten yang dibuat sudah selesai, maka penulis memperlihatkan pekerjaannya kepada *communication manager* untuk dilakukan *review*. Apabila *communication manager* telah setuju dengan konten yang dibuat, maka *communication manager* secara langsung meminta persetujuan kepada *head of marketing communication* terkait kelayakan pengunggahan konten. Namun, apabila *communication manager* masih melihat kekurangan dalam konten, maka konten diberikan kembali kepada penulis sebagai *marketing intern* agar dapat memperbaiki pekerjaannya. Setelah itu, penulis memperlihatkan kembali kepada *communication manager* untuk meminta masukan dan persetujuan *head of marketing communication* terkait pengunggahan pekerjaan yang telah dibuat oleh penulis.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Marketing Intern memiliki tugas dan tanggung jawab untuk merancang konten yang akan dibuat selama satu bulan dengan membuat *content planning* yang berisi konten informatif, konten hiburan, dan konten interaktif agar dapat meningkatkan *engagement* perusahaan dan meningkatkan penjualan perusahaan. Setelah merancang konten yang telah dibuat dan telah disetujui oleh berbagai pihak dalam divisi pemasaran, *marketing intern* memiliki tanggung jawab untuk membuat dan mengimplementasikan ide konten yang telah diberikan. Selain itu, *marketing intern* juga memiliki tugas untuk melakukan komunikasi secara langsung dengan menjawab berbagai pertanyaan yang ada di *website* maupun media sosial perusahaan. Terkadang, sebagai *marketing intern* juga diminta untuk membantu menyelesaikan berbagai tugas seperti pembuatan brosur atau banner yang dibutuhkan perusahaan maupun memberikan masukan terhadap konten yang telah dibuat oleh tim divisi pemasaran.

Dari berbagai tugas yang telah diuraikan, tugas utama yang dilakukan oleh *marketing intern* ialah membuat konten media sosial agar dapat meningkatkan *engagement* dan penjualan perusahaan dengan menggunakan *soft selling*. *Soft selling* sendiri merupakan sebuah teknik penjualan dengan melakukan pendekatan secara halus dengan tujuan membuat calon konsumen merasa nyaman dan dapat mengetahui mengenai layanan yang diberikan oleh perusahaan terlebih dahulu. Meskipun tugas utama *marketing intern* ialah membuat konten media sosial, namun uraian tugas yang lain pun masih cenderung berkaitan dengan tugas *marketing intern* seperti melakukan komunikasi mengenai layanan perusahaan yang dibutuhkan konsumen hingga berbagai tugas tambahan seperti membuat desain brosur ataupun desain lain yang dibutuhkan oleh perusahaan.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Penulis sebagai *marketing intern* memiliki tugas utama untuk membuat konten media sosial agar dapat meningkatkan *engagement* dan penjualan perusahaan dengan menggunakan *soft selling* seperti konten edukatif yang diakhiri dengan kontak *marketing* PT Mutuagung Lestari Tbk. Dalam pembuatan

kontennya, penulis menggunakan alat bantu untuk membuat desain dengan menggunakan *software* atau aplikasi Canva. Selain membuat desain, penulis juga membuat konten dalam bentuk video hiburan yang mengandung nilai-nilai PT Mutuagung Lestari Tbk. Selain membuat konten dalam bentuk desain visual dan video, penulis juga ditugaskan untuk menyertakan *caption* pada setiap konten yang ingin diunggah.

Disamping dari tanggung jawab utama yang dimiliki oleh penulis dalam melaksanakan tugasnya untuk membuat konten media sosial, penulis juga memiliki tugas untuk menjawab kebutuhan dan pertanyaan dari calon klien yang terdapat di *website* dan media sosial. Setelah menjawab dan mengetahui kebutuhan klien, penulis ditugaskan untuk mengirimkan formulir yang dapat di isi oleh klien sesuai dengan kebutuhan mereka. Setelah penulis mendapatkan formulir yang telah di isi oleh klien, penulis meneruskan formulir tersebut kepada bagian dari Direktorat Operasional sesuai dengan kebutuhan klien.

Dalam pembuatan konten sehari-hari, tentunya penulis harus melakukan *brainstorming* dengan *Communication Manager* dan *Social Media Specialist* untuk membahas mengenai konten yang ingin diunggah pada bulan berikutnya yang berupa tabel dengan menggunakan bantuan dari aplikasi *Spreadsheet* untuk membuat *content planning*. Sehingga penulis dan tim dapat mengetahui terlebih dahulu konten apa yang dapat disajikan kepada pengikut media sosial yang sesuai dengan aturan perusahaan dan mengoreksi apabila terdapat kekurangan dari konten yang sudah diunggah sebelumnya.

Penulis juga memiliki tugas untuk mendokumentasikan berbagai acara yang diselenggarakan oleh perusahaan seperti acara Halal bi Halal, acara resmi kantor, dan lain sebagainya. Penulis juga diminta untuk mengikuti berbagai pameran sebagai tim dokumentasi dan membantu tim *sales* dalam memasarkan layanan yang diberikan oleh perusahaan.

No	Tugas	Feb			Maret				April			Mei				1
		1	2	3	1	2	3	4	1	3	4	1	2	3	4	1
1	Membuat Konten (Ide, Desain, dan Publikasi)															
2	Menangani Klien															
3	Membuat <i>Content Planning</i>															
4	Melakukan Dokumentasi															
5	Mengikuti Pameran															

Tabel 3.1 *Timeline* Uraian Tugas

Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Pada Tabel 3.1 terlampir *timeline* uraian tugas penulis sebagai *marketing intern* di PT Mutuagung Lestari Tbk. Tugas utama yang dilakukan oleh penulis ialah membuat konten yang diawali dengan tahap pencarian ide konten, desain konten, hingga publikasi ke media sosial. Tugas membuat konten selalu dilakukan oleh penulis setiap minggunya, baik itu konten interaktif, konten informatif, dan konten dalam bentuk video. Setelah itu, terdapat tugas yang memiliki frekuensi paling banyak kedua ialah menangani klien. Menangani klien yang dimaksud dalam tugas kerja magang penulis ialah menjawab pertanyaan, memenuhi kebutuhan, dan memberikan formulir pengisian kepada klien yang bertanya melalui *website* dan media sosial. Kemudian terdapat tugas membuat *content planning* yang dilakukan setiap minggu terakhir dalam setiap bulannya agar penulis dan tim dapat menentukan konten yang ingin diunggah selama satu bulan ke depan.

Selain ketiga tugas rutin yang dilakukan penulis setiap minggunya, terdapat tugas yang dilakukan oleh penulis pada periode tertentu saja yaitu melakukan dokumentasi dan mengikuti pameran. Melakukan dokumentasi ialah tugas yang dilakukan oleh penulis dan tim ketika terdapat acara yang cukup besar dan membutuhkan pengambilan momen, seperti contohnya dokumentasi acara halal bi halal dan acara buka bersama. Dan terdapat tugas yang memiliki frekuensi waktu paling sedikit yaitu mengikuti pameran. Penulis memiliki tugas untuk terlibat dalam pameran yang diikuti oleh PT Mutuagung Lestari Tbk. Dalam pameran tersebut,

penulis memiliki tugas untuk membuat dokumentasi pameran sehingga dapat diunggah melalui media sosial dan menjaga *booth* pameran untuk menjawab kebutuhan calon klien yang hadir dalam pameran tersebut.

3.2.2 Uraian Kerja Magang

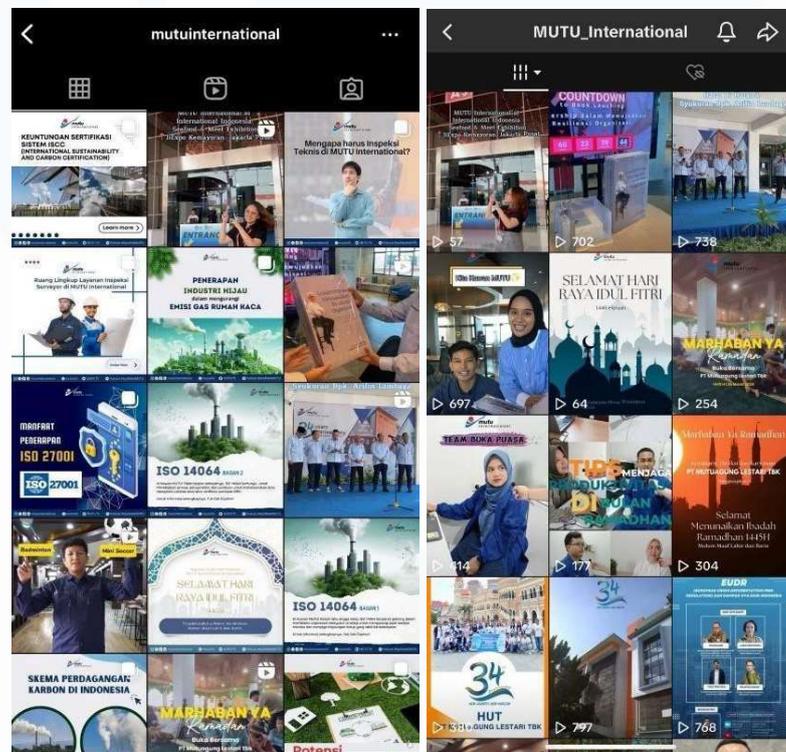
Sebagai *marketing intern* di PT Mutuagung Lestari Tbk, penulis mendapat tugas untuk menghasilkan sebuah konten informatif dan interaktif dalam bentuk foto maupun video untuk meningkatkan interaksi dengan pengikut media sosial perusahaan. Hal ini sesuai dengan yang diajarkan pada jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Mata kuliah yang dapat diimplementasikan pada pekerjaan ini adalah *Social Media and Mobile Marketing, Critical and Creative Thinking, Introduction to Marketing Communication, Personal and Relationship Selling* dan *Public Speaking and Presentation Skill*. Namun, realitanya banyak improvisasi yang harus dilakukan oleh penulis karena teori yang diajarkan hanya membahas secara umum saja. Sedangkan pada realitanya membutuhkan penanganan yang lebih dalam. Seperti contohnya, pada mata kuliah *Social Media and Mobile Marketing* penulis tidak diajarkan bagaimana cara untuk berbicara di depan kamera sebagai seorang *content creator*, namun hal tersebut dapat dipelajari saat melakukan pekerjaan ini. Berikut merupakan uraian dari tugas serta tanggung jawab penulis sebagai *marketing intern*:

A. Membuat Konten

Penulis memulai magang dengan penelitian mengenai berbagai teori komunikasi, antara lain teori penerimaan informasi, teori komunikasi massa, dan teori efek media. Hal ini memungkinkan saya untuk memahami dasar-dasar komunikasi yang kemudian saya terapkan dalam praktik kerja magang. Penulis terlibat secara langsung dalam proses pembuatan konten digital, mulai dari tahap perencanaan hingga tahap produksi akhir. Penulis juga melakukan diskusi dengan tim media sosial untuk mengembangkan ide konten yang selaras dengan target audiens dan tujuan pemasaran (Scott, D. M, 2015). Kegiatan ini juga sesuai dengan mata kuliah yang telah diampuh

oleh penulis yaitu *Social Media and Mobile Marketing* yang mempelajari mengenai pembuatan konten *marketing* yang dilakukan melalui dunia digital seperti media sosial.

Dalam memenuhi tugas dan tanggung jawabnya, penulis memiliki tugas utama untuk membuat sebuah konten yang sesuai dengan ketentuan perusahaan. Berbagai konten yang telah dibuat oleh penulis dan telah mendapatkan persetujuan dari *Head of Marketing Communication* dapat segera diunggah melalui media sosial perusahaan. Khususnya Instagram dan TikTok.



Gambar 3.2 Konten media sosial buatan penulis yang telah diunggah
Sumber: Data olahan Penulis (2024)

Pada Gambar 3.2, dapat dilihat bahwa konten yang terdapat pada media sosial PT Mutuagung Lestari Tbk. Unggahan tersebut merupakan hasil karya yang dilakukan oleh penulis yang telah mendapatkan masukan serta persetujuan dari Ibu Wita selaku *Head of Marketing Communication*. Dalam pembuatan konten tersebut, penulis menggunakan tema yang sudah

ditentukan oleh aturan perusahaan. Pada penugasan ini, penulis menggunakan teori yang terdapat pada mata kuliah *Social Media and Mobile Marketing* yang mempelajari mengenai tujuan penggunaan media sosial disertai dengan praktik untuk membuat sebuah konten dalam media sosial.

B. Menangani Klien

Sebagai *marketing intern*, penulis memiliki tugas untuk menangani klien yang bertanya melalui *website* dan media sosial PT Mutuagung Lestari Tbk. Pada *website* dan media sosial, banyak klien yang bertanya mengenai layanan dan produk dari PT Mutuagung Lestari Tbk. Hal tersebut mengharuskan penulis untuk mengetahui layanan dan produk yang tersedia di PT Mutuagung Lestari Tbk. Ketika mendapatkan pertanyaan, penulis diharuskan untuk menggali kebutuhan calon klien. Setelah penulis mengetahui kebutuhan klien, penulis diharuskan untuk memberikan formulir aplikasi yang sesuai dengan kebutuhan calon klien.

No.	Tanggal Chat	Perusahaan	Layanan	Kategori	User	Email	Telepon / HP	Keterangan	Status
29	Thursday, March 28, 2024	PT Peta Papiindo Jayatama	SERTIFIKASI FSSC 22000	Bertifikasi	Siti Mangestu	sitemangestu@gmail.com	8129047913	Sudah dikirimkan app form dan data pendukung via melalui website	VIII
30	Wednesday, April 17, 2024	KPIA	SERTIFIKASI FSSC 22000	Bertifikasi	Bapak Imgi	imgin_atm99@yahoo.com	08129090775	Sudah dikirimkan app form dan data pendukung via melalui website	VIII
31	Monday, April 22, 2024	PT ANUSERAH SAMUDERA MADANINDO	SERTIFIKASI SMK 3	Sertifikasi	Bapak Hermawan	hermawan@pt-ann.co.id	081331058198	Sudah dikirimkan app form via Email. App form telah ditandatangani oleh Mba Eka. Sudah diberikan penawaran harga	VIII
32	Monday, April 22, 2024	BITCO	SERTIFIKASI ISCC	Bertifikasi	Shawn Dimplo	s1hoo21@gmail.com	92765097	Sudah dikirimkan app form via Email. App form telah ditirvi ke Mba Kiki	VIII
33	Monday, April 22, 2024	Omni Berbang	SERTIFIKASI ISCC	Bertifikasi	Muhammad Musabata	muhammad.muhabata@omniberbang.com	9957194630	Sudah dikirimkan app form via Email	VIII
34	Tuesday, April 23, 2024	PT WIDOWY ALAM LESTARI	SERTIFIKASI HACCP	Bertifikasi	Falisha Ardian	fehshardian@gmail.com	08878679186	Sudah dikirimkan app form, dan telah di upload di link ke Mba Fatma	VIII
36	Tuesday, April 23, 2024	TOA Corporation	SERTIFIKASI VALIDASI GRK	Bertifikasi	Ibham Rizki		081796425181	Formulir dikirimkan melalui email, sudah diberikan kontak Mba Patricia	VIII
37	Monday, April 29, 2024	PT Merapi Tam Instrument	UJ KALIBERASI	Testing	Muhammad Kamal Muhtod	muhamkama@gmail.com	081210064100	Sudah di kirim app form melalui website, sudah di isi dan sudah di kirim ke Bu Diana	VIII
38	Tuesday, April 30, 2024		PENGULJAN	Testing	Rina		085899991213	Sudah di kirim app form melalui wa	VIII
39	Tuesday, April 30, 2024	Krama Yutha Ratu Motor	KALIBERASI	Testing	Mita Cahyani Putri	mitacahyand24@gmail.com	085885563096	Sudah mengo kirim kalibrasi, dan sudah di lakukan ke mitra erin namun belum diberikan foto dan lampiran	VIII
40	Thursday, May 2, 2024		KALIBERASI	Testing	Fransiska Limbong	fransiskalimbong@gmail.com	08121267481	Sudah mengo kirim kalibrasi, dan sudah di lakukan ke mitra erin	VIII
41	Thursday, May 2, 2024		Uji Integritas	Testing	The Setyanan		08134032002	Sudah mengo app form, dan telah diteruskan ke Mba Rizka Hani	VIII
42	Friday, May 3, 2024	Trans Retail Indonesia	UJI AIR	Testing	Akunda Onelwin	akundaone@transretail.co.id	082169916277	Sudah mengo app form, dan telah di lakukan ke Mba Rizka Hani	VIII
43	Monday, May 6, 2024	PT PUTRA LINGGA KHATULISTIWA	SERTIFIKASI ISCC	Bertifikasi	JUMANI	jd_juni3@yahoo.com	08215728280	Sudah mengo app form, dan telah diteruskan ke Mba Kiki. Sudah diberikan penawaran harga	VIII
44	Tuesday, May 7, 2024			Testing				Sudah di kirimkan app form melalui website, sudah baik dan diteruskan ke bu dian dan pak	VIII

Gambar 3.3 *Spreadsheet* data klien *website* dan media sosial

Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Dapat dilihat pada Gambar 3.3 merupakan data acuan perusahaan terkait kebutuhan calon klien yang sudah dikirimkan formulir aplikasi oleh penulis. Dalam menangani klien, penulis mengimplementasikan pembelajaran dari mata kuliah *Introduction to Marketing Communication* yang berisi mengenai cara menciptakan hubungan dengan calon pembeli atau klien berdasarkan dengan strategi pemasaran (Weigold & Arens, 2018).

C. Membuat *Content Planning*

Tugas ketiga yang harus dikerjakan oleh penulis ialah membuat rencana konten setiap bulannya. Penulis dan tim membuat rencana konten bulanan di setiap akhir bulan sebelumnya. Contohnya, rencana konten selama bulan Mei sudah dibuat oleh penulis dan tim pada bulan April di minggu ke empat. Tujuan pembuatan rencana konten adalah supaya penulis dan tim dapat mengunggah konten sesuai dengan *timeline* dan isi lebih teratur dan sesuai dengan tema bulan tersebut. Terlampir adalah *content planning* pada bulan Maret 2024 yang telah dibuat oleh penulis dan tim.

Social Media Plan for Mutu										
Platform:	IG, FB, Twitter, LinkedIn, YT Short dan Tiktok									
Maret 2024										
konten artikel Pilar "LVV: Bursa Karbon, Carbon Credit, Konsultasi Carbon, ISO 14064"										
Date	Idea	Platform					Content Type	Source / References	Notes	
		IG	FB	Twitter	LinkedIn	YT Short	Tiktok			
Maret										
W2	14/3/2024	<ul style="list-style-type: none"> 1. Mendiskusikan proses sertifikasi ISCC dan menandatangani kontrak 2. Menengkapi formulir pendaftaran ISCC yang dapat ditemukan di situs web ISCC. 3. Menyediakan semua bukti, dokumen, dan data yang diperlukan serta akses ke lokasi yang relevan. 4. Mendukung auditor selama proses audit. 5. Menerima laporan audit dan daftar tindakan perbaikan, jika perlu 6. Menerapkan langkah-langkah perbaikan dalam waktu 40 hari (jika perlu). 7. Penerbitan sertifikat ISCC 					Feed		✓	
	15/3/2024	<ul style="list-style-type: none"> Tips Menjaga Produktivitas Kerja Selama Ramadhan Berikan tips atau panduan bagi karyawan dan audiens tentang cara menjaga produktivitas kerja selama berpuasa. Ini bisa mencakup manajemen waktu, pentingnya istirahat yang cukup, dan tips hidrasi. 					Story-Reels/ YT Short/Tiktok		✓	
	18/3/2024	Pengerian Istilah Kredit Karbon dll					Feed	https://www.iscc.co.id/news-det-ai/publication/penjelasan-istiah-kredit-karbon	Upload di Jam 9-10	✓
	20/3/2024	Team: Buka di Rumah X Buka di Luar					Story-Reels/ YT Short/Tiktok		Upload di Jam 15-18	✓

Gambar 3.4 *Spreadsheet Content Planning*

Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Pada Gambar 3.4, dapat dilihat rencana konten yang telah dibuat dengan menggunakan aplikasi Excel/Spreadsheet pada bulan Maret 2024. Penggunaan aplikasi Spreadsheet atau Excel dinilai lebih efektif dan efisien untuk digunakan dalam pembuatan rencana konten. Dalam membuat rencana konten, penulis menggunakan tema yang telah ditentukan oleh Ibu Wita selaku *Head of Marketing Communication*. Seperti contoh, pada bulan Maret media sosial PT Mutuagung Lestari Tbk diharuskan untuk membahas

mengenai *Carbon Trading* sehingga konten yang dibuat harus membahas mengenai tema tersebut.

Dalam pembuatan rencana konten, penulis mengimplementasikan pembelajaran pada mata kuliah *Critical and Creative Thinking* yang mempelajari mengenai cara untuk berfikir kreatif dan dapat memecahkan sebuah permasalahan dalam era digital. Dikarenakan, dalam membahas sebuah tema menjadi beberapa konten penulis dan tim membutuhkan pemikiran yang kritis agar pembaca dapat memahami tema tersebut melalui beberapa topik pembahasan.

D. Melakukan Dokumentasi

Tugas selanjutnya yang dilakukan penulis sebagai seorang *marketing intern* adalah melakukan dokumentasi setiap acara yang dilakukan oleh PT Mutuagung Lestari Tbk. Hal ini dilakukan karena tidak terdapat divisi dokumentasi khusus pada PT Mutuagung Lestari Tbk. Terlampir beberapa foto dokumentasi yang diambil oleh penulis.



Gambar 3.5 Kegiatan Dokumentasi Acara Perusahaan

Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Pada Gambar 3.5, dapat dilihat bahwa penulis dan tim sedang melakukan dokumentasi untuk acara Halal bi Halal yang diselenggarakan oleh PT Mutuagung Lestari Tbk dan pengambilan foto laboratorium pengujian untuk kebutuhan dokumentasi *company profile* PT Mutuagung

Lestari Tbk. Dalam pengambilan dokumentasi, penulis belajar secara otodidak dikarenakan penulis belum mengambil mata kuliah *Visual and Photographic Communication*. Oleh karena itu, penulis belajar secara langsung melalui praktik dan pelatihan dari atasan penulis.

E. Mengikuti Pameran

Tugas yang dilakukan oleh penulis sebagai *marketing intern* yang terakhir ialah mengikuti pameran. Dalam mengikuti pameran, penulis diharuskan untuk menjaga *booth* dan memberikan pelayanan atau solusi yang dibutuhkan oleh calon klien yang mengunjungi *booth* PT Mutuagung Lestari Tbk. Selain itu, penulis juga melakukan dokumentasi untuk kebutuhan pameran agar dapat diunggah ke dalam media sosial PT Mutuagung Lestari Tbk. Terlampir adalah foto dokumentasi pada saat penulis menghadiri pameran.



Gambar 3.6 Dokumentasi pameran

Sumber: Data Olahan Penulis (2024)

Pada Gambar 3.6, penulis mengikuti pameran yang diselenggarakan di Jakarta International Expo, Kemayoran, Jakarta Pusat dalam rangka berkontribusi pada acara International Indonesia Seafood & Meat Exhibition. Pada pameran tersebut, penulis aktif dalam melayani pengunjung seperti menjawab pertanyaan, menjelaskan produk, serta menawarkan layanan dari PT Mutuagung Lestari Tbk. Dalam mengikuti pameran, penulis mengimplementasikan pembelajaran pada mata kuliah

Personal and Relationship Selling yang mempelajari mengenai cara untuk menangani calon klien. Pada mata kuliah *personal and relationship selling*, penulis diajarkan mengenai Teori AIDA yang berisi mengenai cara untuk menarik calon klien dengan cara menyapa, menginformasikan serta menjelaskan layanan yang ditawarkan, dan menawarkan produk sesuai dengan kebutuhan calon pembeli (Chunawalla, S.A, 2011).

3.3 Kendala yang ditemukan

Pada praktik magang ini, penulis menjumpai beberapa kendala yang mengakibatkan hambatan pada saat melakukan pekerjaan sehari-hari. Kendala yang dijumpai dalam proses magang yang dilakukan oleh penulis sebagai *marketing intern* adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan *Talent* dalam Video

Selama melakukan proses magang, penulis memiliki tugas utama yaitu membuat konten. Dalam pembuatan konten, penulis seringkali memiliki kendala yaitu kesulitan dalam mencari *talent* yang dibutuhkan dalam pembuatan video. Banyak karyawan PT Mutuagung Lestari Tbk yang menghindari ketika diminta menjadi *talent* dalam pembuatan video dengan alasan malu atau takut karena tidak biasa untuk tampil di depan kamera. Namun untuk mengatasi hal tersebut, penulis mendapatkan solusi yang akan dijelaskan pada sub bab berikutnya.

2. Konsistensi Aset Konten

Pada saat proses kerja magang ini, penulis menemukan kendala dalam konsistensi aset konten yang dibuat. Dalam pembuatan konten, PT Mutuagung Lestari Tbk memiliki perbedaan dalam segi *font*, warna, *style*, dan lain sebagainya pada setiap kontennya. Hal ini dikarenakan tidak ada aturan dari perusahaan mengenai aset konten sehingga konten yang diunggah terlihat memiliki *style* yang berbeda. Namun untuk mengatasi hal tersebut, penulis mendapatkan solusi yang akan dijelaskan pada sub bab berikutnya.

3. Perubahan Algoritma Media Sosial

Dalam melakukan proses kerja magang, penulis memiliki kendala yaitu adanya perubahan algoritma dalam media sosial. Video *trending* dalam media sosial ditentukan oleh algoritma media sosial, dimana algoritma berfungsi sebagai suatu sistem rekomendasi untuk membuat atau menampilkan video sesuai dengan kesukaan setiap penonton atau *user* media sosialnya. Hal ini menentukan apakah video yang dibuat ditonton oleh banyak orang atau tidak. Namun untuk mengatasi hal tersebut, penulis mendapatkan solusi yang akan dijelaskan pada sub bab berikutnya.

3.4 Solusi atas Kendala yang ditemukan

Dalam setiap kendala yang ditemukan, terciptalah sebuah solusi yang dapat diberikan atas kendala yang dialami oleh penulis. Terdapat tiga kendala selama penulis melakukan kerja magang selama 680 jam kerja. Berikut adalah solusi untuk mengatasi kendala yang dialami:

1. Melibatkan *Talent* dari Mutuagung Talent Program (MANTAP)

Dalam mengatasi kendala keterbatasan *talent* dalam pembuatan video, penulis memiliki solusi yaitu melibatkan para calon auditor yang sedang menempuh pendidikan di PT Mutuagung Lestari Tbk. Hal ini dikarenakan para peserta MANTAP merupakan *fresh graduate* sehingga masih memiliki semangat muda dan keberanian untuk tampil di depan kamera.

2. Penetapan Standarisasi Aset Konten

Dalam mengatasi kendala aset konten yang tidak konsisten, penulis memiliki solusi dengan cara penetapan standarisasi aset konten yang akan dipublikasikan. Penetapan standarisasi aset konten ini berupa penentuan font yang digunakan (Roboto, Canva Sans, dan Monserrat), *colour palette* (sesuai tema konten setiap periode), dan berbagai elemen hiasan yang sederhana. Hal ini dilakukan agar konten yang diunggah oleh PT Mutuagung Lestari Tbk memiliki karakteristik atau *style* yang sama.

3. Melakukan Analisa Tren Konten

Dalam mengatasi kendala perubahan algoritma media sosial, penulis memiliki solusi dengan melakukan analisa terhadap konten yang sedang tren di media sosial. Dengan melakukan analisa tersebut, penulis dan tim dapat membuat konten yang sesuai dengan tren terbaru. Melalui cara tersebut, konten yang dihasilkan dapat mengikuti algoritma atau tren media sosial yang sedang berlangsung.

