

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Dalam pelaksanaan proses kerja magang, penulis memiliki kedudukan sebagai *Brand and Culture Intern* yang mana kedudukan utama berada dalam tim *specialist*, khususnya di bawah divisi *content*. Tugas utama *Brand and Culture Intern* meliputi pembuatan dan pengelolaan konten kreatif untuk memperkuat *branding* dan budaya perusahaan melalui media sosial terutama TikTok dan Instagram. Penulis bertanggung jawab untuk mengembangkan ide konten, melakukan riset tren, berkolaborasi dengan tim lain, serata menghasilkan konten yang menarik dan relevan. Selain itu penulis juga berperan dalam proses *editing* konten dan memastikan setiap hasil kerja memenuhi standar kualitas.



Gambar 3.1 Alur Kerja Pembuatan Konten Internal

Sebagai *Brand and Culture Intern* alur kerja magang yang dijalani melibatkan proses koordinasi yang terstruktur, mulai dari strategis hingga eksekusi teknis. Alur kerja dimulai dengan arahan dari *Senior Advisor, ASEAN* sebagai pemimpin utama yang menetapkan strategi komunikasi dan arahan konten yang ingin disampaikan. Arahan ini diteruskan kepada *Creative KOL Communications, Senior Manager*, yang bertanggungjawab untuk memecah strategi menjadi inisiatif yang lebih terperinci dan dapat dijalankan. Selanjutnya, tugas-tugas tersebut diberikan kepada *Social Media Manager*, yang mengatur prioritas pekerjaan dan mengalokasikan tugas spesifik kepada *Brand and Culture Intern*.

Dalam pelaksanaannya, penulis memulai dengan pengembangan ide konten sesuai dengan arahan yang diberikan. Proses ini melibatkan *content banding*, yaitu pencarian referensi kreatif dari platform lain untuk memastikan ide konten memiliki

daya tarik dan sesuai dengan tren sedang berkembang. Setelah berbagai referensi terkumpul, penulis menyusun konsep ide tersebut dalam bentuk Excel, yang menjelaskan konsep dari konten tersebut, serta menyertakan referensi ide agar terdapat gambaran kasar terhadap aspek visual, narasi, dan tujuan dari konten. Konsep ini kemudian diserahkan kepada *Creative KOL Communications, Senior Manager* untuk melalui tahap persetujuan awal. Setelah ide tersebut mendapatkan persetujuan, penulis melanjutkan ke tahap eksekusi pembuatan

Selama tahap produksi, penulis bertanggung jawab untuk mengambil konten video atau foto sesuai dengan konsep yang telah disetujui. Setelah proses produksi selesai, penulis melanjutkan ke tahap *editing* konten, di mana elemen-elemen visual seperti warna, transisi, dan narasi disempurnakan untuk memastikan kualitas konten yang profesional. Pada kedua tahap produksi tersebut, penulis didampingi secara langsung oleh *Social Media Manager* untuk memaksimalkan hasil kerja.

Konten yang telah selesai diedit dikirimkan kepada *Creative KOL Communications, Senior Manager*, untuk melalui tahap persetujuan. Setelah melalui tahap persetujuan tersebut maka konten tersebut diteruskan kepada *Senior Advisor* untuk menjalani tahap persetujuan terakhir. Setelah mendapat lampu hijau dari *Senior Advisor* maka konten siap untuk diunggah ke platform media sosial Vero oleh penulis.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam praktik kerja magang yang telah dilakukan selama lebih dari 100 hari kerja mulai dari bulan Juli hingga Desember 2024 di PT. Vero Public Relations sebagai *Brand and Culture Intern*. Kerja magang yang dilakukan dipimpin langsung oleh *Social Media Manager* yang bertanggung jawab terhadap seluruh operasional yang ada dalam divisi *Content Vero Indonesia*. Tugas dan tanggung jawab yang dilakukan selama proses kerja magang yaitu membuat konten media sosial bagi klien dan khususnya bagi akun media sosial Vero Indonesia sendiri. Dimulai dari

pengamatan tren, membuat ide konten, membuat konten kalender, hingga eksekusi pembuatan konten dan proses pengunggahan konten pada akun media sosial.

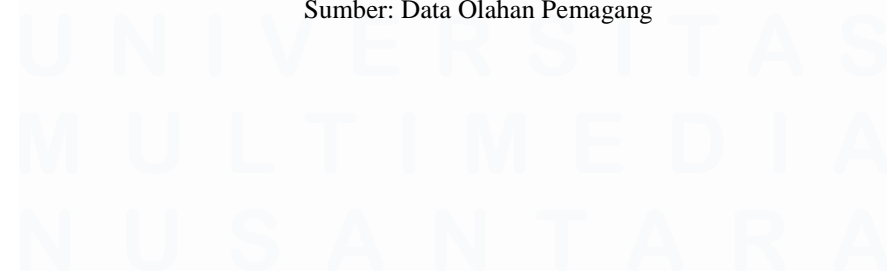
3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama berlangsungnya praktik kerja magang sebagai *Brand and Culture Intern* di Vero Indonesia, penulis memiliki tugas utama menjadi *content creator* untuk akun media sosial Vero Indonesia terutama pada platform TikTok . Setiap minggunya penulis harus membuat ide konten, kalender konten, riset tren, memproduksi konten, dan mengunggahnya pada akun media sosial TikTok @vero.indonesia.

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

Jobdesc	Jul				Aug				Sep				Oct				Nov				Dec		
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
<i>Content Ideation</i>																							
<i>Copywriting</i>																							
<i>Shooting Content</i>																							
<i>Video Editing</i>																							
<i>Posting Content</i>																							
<i>Evluation</i>																							

Sumber: Data Olahan Pemangang



Tabel 3.2 Tugas Utama *Brand and Culture Intern*

Pre-Production	
<i>Content Ideation</i>	<i>Brainstorming</i> dan mengumpulkan ide konten dan kalender konten untuk akun media sosial Vero Indonesia.
<i>Copywriting</i>	Melakukan <i>copywriting caption</i> sebagai salah satu cara memperjelas pesan yang ingin disampaikan pada konten.
Production	
<i>Shooting Content</i>	Mengambil video dan foto menggunakan perangkat keras seperti kamera mau pun <i>smart phone</i> menyesuaikan dengan kebutuhan konten.
<i>Video Edting</i>	Mengedit video menggunakan perangkat lunak <i>editing</i> , untuk menabahkan efek <i>visual</i> , musik, <i>voice over</i> , dan teks.
Post-Production	
<i>Posting Content</i>	Mengunggah konten serta <i>caption</i> yang telah melalui tahap <i>approval</i> ke akun media sosial Vero Indonesia.
<i>Monitoring</i>	Memantau respons audiens terhadap konten dan menanggapi dengan baik dan benar.
<i>Evaluation</i>	Memberikan hasil performa media sosial secara berkala, termasuk <i>key learnings</i> yang didapatkan.

Sumber: Data Olahan Pemegang

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama menjalani kerja magang sebagai *Brand and Culture Intern* di PT Vero Public Relations, tugas utama yang dilakukan adalah melaksanakan strategi aktivasi merek melalui pengelolaan konten dan kampanye digital. Proses pembuatan konten ini dapat dipahami melalui konsep *production process*, yang terbagi pada tahap utama yaitu *pre-production*, *production*, dan *post-production*. Proses produksi dalam komunikasi merujuk pada tahapan pembuatan pesan atau konten yang akan disampaikan kepada audiens. Proses ini melibatkan serangkaian langkah sistematis untuk memastikan pesan yang dihasilkan efektif dan sesuai dengan tujuan komunikasi (Berger et al., 2021)

Ketiga tahapan ini menjadi landasan yang sangat penting dalam menghasilkan sebuah konten yang berkualitas untuk kebutuhan media sosial Vero Indonesia.

Fokus dari pekerjaan ini adalah merancang dan mengimplementasikan strategi konten yang relevan untuk membangun kesadaran merek dan memperkuat citra profesional Vero sebagai agensi komunikasi.

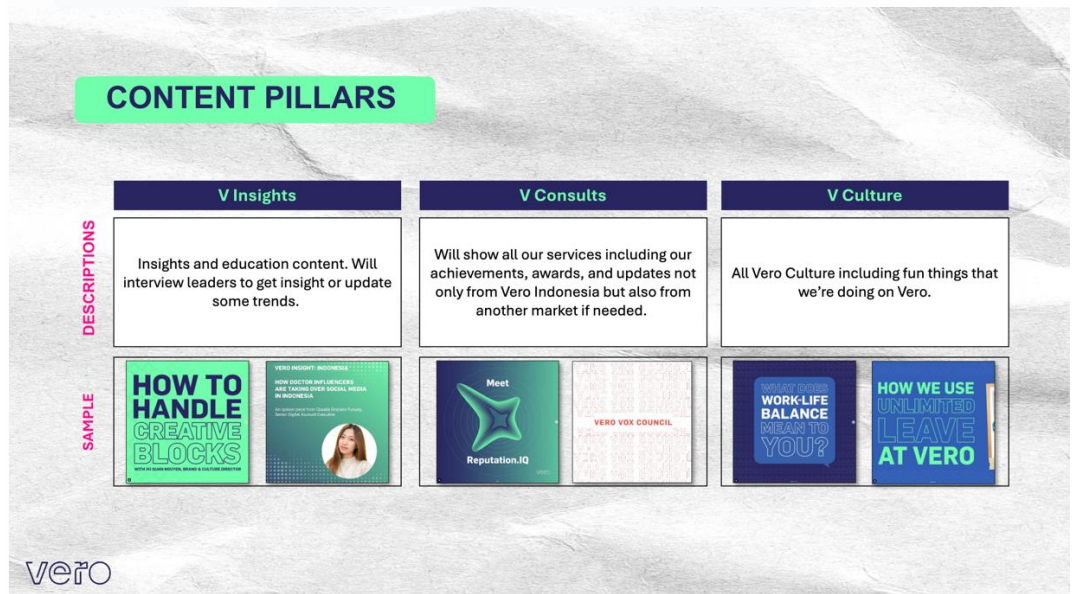
3.2.2.1 Pre-Production

Pre-production merupakan tahap awal yang berfokus pada persiapan sebelum proses produksi dimulai sebagai proses persiapan dengan perencanaan matang untuk mempersiapkan hal yang diperlukan (Sapinatunajah & Hermansyah, 2022). Pada tahap ini, tugas utama yang dilakukan oleh penulis adalah melakukan *brainstorming* ide-ide kreatif bersama dengan tim untuk menghasilkan konten yang tidak hanya menarik, namun juga relevan dengan perusahaan. *Senior Advisor* Vero Indonesia menggarisbawahi bahwa media sosok perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai sarana memasarkan nama Vero, namun juga sebagai platform edukasi yang meyakinkan informasi bagi para profesional dibidang komunikasi dan jurnalisme. Oleh karena itu , penulis menyusun strategi berbasis *content pillars*, yang berfungsi sebagai struktur utama keseluruhan strategi konten.

Untuk menentukan *content pillars* tersebut utamanya perlu dipahami apa yang ingin dicapai dengan konten. Kedua adalah memahami audiens yang dimiliki. Berangkat dari tujuan tersebut maka dihasilkan 3 pilar utama untuk media sosial Vero Indonesia yakni *V Insights*, *V Consults*, dan *V Culture*. Berikut penjelasan dibalik pilar-pilar tersebut:

1. *V Insights*: Berfokus pada konten edukasi dan wawasan profesional. Melalui wawancara dengan para ahli di industri, baik dari internal Vero maupun dari pihak luar seperti klien. *V Insights* menghadirkan pembauran mengenai tren terkini, strategi komunikasi, atau pengetahuan yang bermanfaat bagi audiens. Konten ini bertujuan untuk memberikan nilai tambah pada audiens dengan berbagi informasi.

2. *V Consults*: Pilar kedua bertujuan untuk berbagi layanan Vero, pencapaian, penghargaan, dan pembaruan terkini dari Vero Indonesia. Konten ini menunjukkan keunggulan dan profesionalisme Vero sebagai agensi komunikasi, sehingga dapat membangun kepercayaan audiens terhadap layanan yang ditawarkan.
3. *V Culture*: Pilar ini menyoroti budaya kerja di Vero, termasuk aktivitas-aktivitas seru yang dilakukan oleh tim. Konten ini dirancang untuk menunjukkan sisi humanis Perusahaan, memperlihatkan kekompakan tim, serta menciptakan hubungan yang lebih personal dengan audiens. Hal ini juga bertujuan untuk menarik talenta baru dengan memberikan Gambaran positif mengenai suasana kerja di Vero.



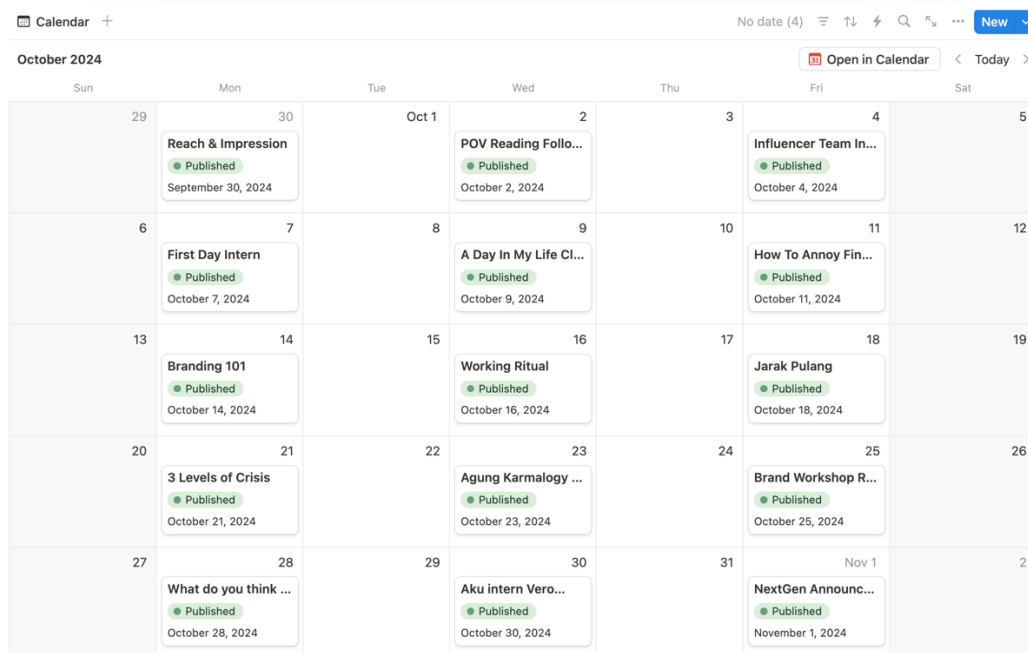
Gambar 3.2 Pilar Konten Vero Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

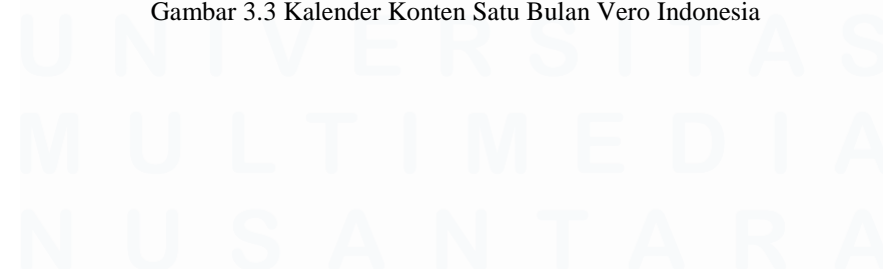
Melalui *content pillars* ini maka walau konten yang dihasilkan bervariasi namun akan tetap memiliki pesan yang konsisten dan terstruktur sehingga membangun identitas merek yang kuat. Menurut Kotler dan Keller, memiliki identitas merek yang jelas dan konsisten sangat penting untuk menciptakan kepercayaan dan loyalitas si antara konsumen (Kotler & Keller, 2016). Tak

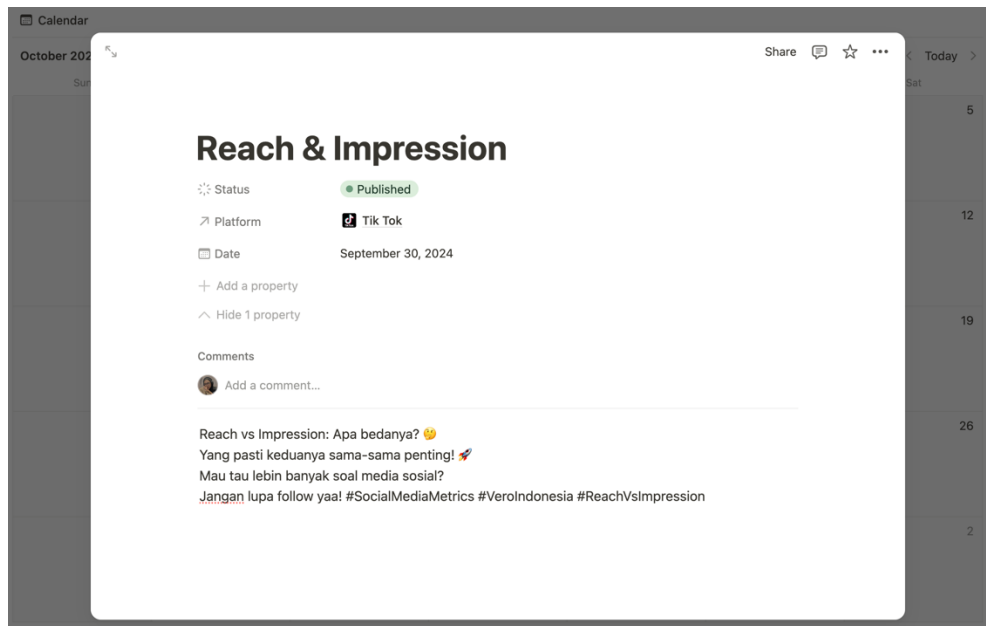
hanya itu namun *content pillars* ini akan mempermudah proses *brainstorming* kedepannya karena semua anggota tim telah memiliki acuan yang sama.

Setelah menentukan *content pillars* selanjutnya pada tahap *brainstorming* penulis akan membuat kalender konten mingguan. Setiap minggu akan dibuatkan 3 konten yang diunggah setiap hari Senin, Rabu, dan Jumat. Kalender ini menjadi panduan kerja yang mencakup tema, narasi utama, jadwal unggahan, hingga referensi konten. Untuk mempermudah tahap-tahap berikutnya, digunakan aplikasi Notion sebagai alat bantu utama dalam mengelola dan mencatat semua ide konten. Sama dengan yang dikatakan oleh Kotler bahwa Notion memungkinkan kolaborasi tim yang lebih baik dengan fitur pembagian tugas dan pembaruan progres secara *real time* (Kotler & Keller, 2021).



Gambar 3.3 Kalender Konten Satu Bulan Vero Indonesia





Gambar 3.4 Kalender Per Konten

Pada tahap ini, penulis bertugas untuk memuat kalender konten yang berisi perancangan unggahan secara terstruktur. Kalender konten ini mencakup tema, jadwal, serta menjelaskan narasi utama dari konten tersebut. Tidak hanya itu, namun dikarenakan beberapa konten membutuhkan kolaborasi dengan tim lain, maka penulis juga harus menentukan jadwal produksi konten yang menyesuaikan dengan tim lain. Terakhir pada tahap ini, penulis juga bertugas melakukan *copywriting* untuk *caption* media sosial yang bertujuan memperjelas pesan utama yang disampaikan melalui konten. *Copywriting* yang dilakukan harus mampu menarik perhatian audiens dan tetap sesuai dengan *tone of voice* yang telah ditentukan.

3.2.2.2 Production

Tahap produksi merupakan realisasi dari rencana kerja yang dilakukan pada tahap sebelumnya (Sapinatunajah & Hermansyah, 2022). Pada tahap ini, fokus utama adalah mewujudkan konsep yang telah dirancang dalam bentuk audiovisual yang menarik dan sesuai dengan aspek teknis dan kreatif, mulai dari pengambilan gambar hingga tahap penyempurnaan konten.

Pada tahap ini, penulis bertanggung jawab dalam pengambilan video atau foto menggunakan perangkat keras seperti kamera maupun *smartphone*, menyesuaikan dengan kebutuhan visual. Pengambilan visual dilakukan dengan memperhatikan estetika seperti pencahayaan, komposisi gambar, hingga sudut pengambilan gambar yang mampu memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Sebagai contoh, untuk pengambilan konten V *Culture* yang mengedepankan budaya perusahaan penulis lebih sering menggunakan konsep *fun content* yang mana sering menggunakan tren yang kerap beredar di media sosial. Agar konten ini terasa lebih relevan dan organik, penulis lebih memilih menggunakan *smartphone*. Berbeda saat pembuatan konten V *Insights* yang memiliki suasana yang lebih serius, penulis akan menggunakan kamera DJI untuk menghasilkan konten dengan kesan yang lebih profesional

Berikutnya penulis akan masuk ke tahap *editing* konten, yang merupakan proses konten kreatif untuk mengintegrasikan elemen-elemen pendukung visual dan audio. Untuk menyelesaikan tugasnya, penulis menggunakan perangkat lunak *editing* yakni Capcut, Canva, dan TikTok tergantung dengan kebutuhan teknis setiap konten. Pada tahap ini, elemen seperti efek visual, musik latar, *voice over*, teks, dan *caption* ditambahkan untuk memperkuat daya tarik konten. Pada tahap ini, penulis juga berupaya menggunakan elemen-elemen desain yang sesuai dengan identitas merek Vero, seperti penggunaan warna yang mencerminkan *brand personality* Vero.

Proses *editing* ini memerlukan perhatian yang sangat besar terhadap detail. Untuk itu penulis harus memastikan bahwa setiap klip yang digunakan memiliki kualitas gambar yang baik, transisi yang halus, dan tidak ada gangguan teknis yang dapat mengurangi profesionalisme hasil akhir. Sebagai bagian dari tugas ini, penulis harus memahami tren visual terkini yang sedang populer di platform media sosial, seperti penggunaan efek *velocity*, *freeze frame*, dan masih banyak lagi untuk memastikan bahwa konten tetap relevan dan menarik. Tentunya hasil akhir video tidak hanya menarik secara visual namun juga mampu menyampaikan pesan yang sesuai dengan strategi komunikasi yang telah

dirancang. Tahap ini membutuhkan kemampuan teknis, kepekaan terhadap detail, dan kreativitas.

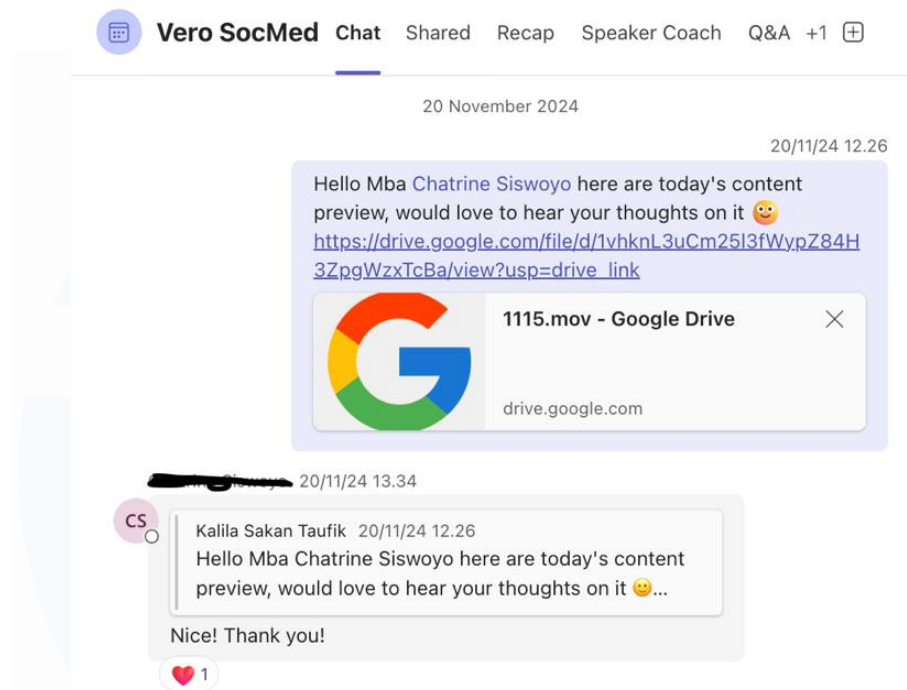


Gambar 3.5 Proses *Editing* Konten

Tentunya, proses ini tidak hanya berhenti pada satu kali *editing*. Setelah hasil draft pertama selesai, konten dikirimkan kepada tim untuk ditinjau ulang, terutama oleh *Creative KOL Communications, Senior Manager*. *Feedback* yang diberikan pada tahap ini sering kali mencakup aspek-aspek kecil seperti revisi tipografi, penyesuaian warna, atau pergantian klip tertentu yang dianggap kurang sesuai dengan tipe konten. Proses ini menjadi sangat penting untuk menjaga standar kualitas yang tinggi, serta untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan melalui konten dapat dipahami dengan jelas oleh audiens.



Gambar 3.6 Tahap Pengajuan Draft Konten



Gambar 3.7 Tahap Pengajuan Draft Konten

Dalam tahap produksi ini, kolaborasi antar anggota tim sangat penting. Sebagai contoh, pada tahap *editing* pertama sering kali penulis melewatkan beberapa kesalahan tipografi walau sudah meninjau video berulang kali. Namun dengan bantuan tinjauan ulang oleh tim yang baru pertama kali melihat video, mereka bisa bantu memetakan perbaikan-perbaikan yang perlu dilakukan. Selain itu, komunikasi yang efektif dengan anggota tim lainnya membantu memastikan bahwa seluruh proses berjalan sesuai dengan tenggat waktu yang telah ditentukan.

Dengan pendekatan yang sistematis dan kolaboratif, tahap produksi tidak hanya menghasilkan konten yang menarik secara visual, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan komunikasi Vero. Proses ini memberikan pembelajaran berharga bagi penulis dalam mengelola proyek kreatif, memahami pentingnya detail dalam produksi konten, dan berbagai adaptasi dengan tren media sosial untuk menciptakan hasil yang relevan dan efektif.

3.2.2.3 Post-Production

Langkah terakhir dalam siklus produksi konten ini adalah tahap *post-production*. Tahap ini merupakan proses penyuntingan dan penyempurnaan konten yang telah diproduksi (Berger et al., 2021) Pada tugas ini, penulis bertanggung jawab untuk mengunggah konten yang telah selesai diproduksi ke platform media sosial serta melakukan evaluasi. Proses unggahan hanya akan dilakukan setelah konten melalui berkali-kali tahap persetujuan, terutama *Senior Advisor* untuk memastikan bahwa kualitas dan kesesuaian konten dengan strategi komunikasi. Proses ini mencakup finalisasi elemen visual dan teks sehingga setiap bagian konten telah sesuai dengan *guideline* dan *brief* yang telah ditentukan.

Penulis mengelola jadwal unggahan dengan mengacu pada kalender konten yang telah disusun di tahap sebelumnya. Dalam pengaturan waktu unggahan, penulis memastikan untuk memilih jam-jam *prime time*, yaitu waktu di mana audiens paling aktif di media sosial, seperti pada waktu istirahat siang yakni 12.00 – 13.00 atau pada pukul 19.00 – 21.00 di malam hari. Hal ini dilakukan berdasarkan *engagement* dari unggahan sebelumnya, sehingga strategi waktu unggahan dapat terus dioptimalkan. Di lain sisi, penulis juga menggunakan fitur *scheduled post* terutama untuk konten yang akan diunggah pada hari libur. Hal ini ditujukan agar konten tetap diunggah walau pada hari libur dan tidak melewati *prime time* yang telah ditentukan.



Gambar 3.8 Evaluasi Media Sosial Vero Indonesia

Selain proses pengunggahan, tanggung jawab penulis mencakup pembuatan laporan performa media sosial secara berkala. Laporan ini meliputi analisis metrik seperti jumlah *likes*, *comments*, *shares*, dan *reach* yang digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang telah dijalankan. Analisis tersebut digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang telah dijalankan. Penulis juga memanfaatkan fitur analisis platform, seperti TikTok studio untuk mendapatkan data yang lebih terperinci tentang demografi audiens, pola interaksi, dan performa konten.

Meski laporan ini tidak dilakukan setiap bulan, penulis memastikan untuk memberikan laporan saat terdapat perubahan signifikan, seperti peningkatan *engagement* atau performa konten tertentu yang melampaui ekspektasi. Sebagai contoh, jika ada konten yang *viral* atau menunjukkan tren yang tidak biasa, hal tersebut akan segera dilaporkan untuk dijadikan dasar pengembangan strategi konten berikutnya.

Selain itu, penulis juga bertanggung jawab melakukan *monitoring* pada komentar dan interaksi pada setiap unggahan. *Monitoring* ini mencakup analisis jenis komentar apakah bersifat positif, netral, atau negatif, serta mengidentifikasi pertanyaan yang sering diajukan oleh audiens. Hasil *monitoring* ini tidak hanya menjadi masukan untuk pembuatan konten berikutnya, tetapi juga menjadi dasar untuk meningkatkan *engagement* melalui tanggapan yang cepat dan relevan. Misalnya, jika audiens yang memberikan pertanyaan, penulis harus memberikan tanggapan yang sopan, informatif, dan sesuai dengan *brand voice*.

Tahap *post-production* ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis seperti pengunggahan konten, tetapi juga mencakup aspek strategis dalam mengelola hubungan dengan audiens. Dengan melakukan *monitoring*, analisis, dan evaluasi, maka akan mendukung terciptanya strategi komunikasi yang baik. Penulis juga memastikan bahwa interaksi dengan audiens tidak hanya berfungsi sebagai bentuk responsif, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang dapat meningkatkan loyalitas audiens terhadap merek.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses kerja magang terdapat beberapa kendala yang dihadapi, baik dari sisi teknis maupun non-teknis yang mempengaruhi kelancaran pengerjaan tugas. Berikut merupakan beberapa kendala yang ditemukan:

1. Salah satu kendala utama ditemukan pada gap pembelajaran mata kuliah *Social Media and Mobile Marketing Strategy*. Pada pembelajaran di kelas, teori yang diajarkan sering mengacu pada struktural yang mendalam, seperti penggunaan model SOSTAC yang mengajarkan langkah-langkah sistematis untuk merencanakan strategi pemasaran di media sosial, yang mana fokus yang diberikan adalah pada pentingnya riset. Sedangkan pada implementasinya penulis menemukan bahwa meskipun riset dan analisis adalah dua hal yang sangat penting, namun waktu dan sumber daya yang terbatas sering kali membuat tim lebih fokus pada penciptaan konten yang sesuai dengan tren terkini demi mengutamakan kelancaran produksi serta pemanfaatan momen yang sedang tren di media sosial.
2. Keterbatasan peralatan untuk produksi konten. Pada awalnya, semua proses *shooting* dilakukan menggunakan *smartphone* milik penulis. Hal ini menimbulkan masalah penyimpanan, karena kapasitas penyimpanan karena kapasitas penyimpanan cepat penuh selama perekaman. Akibatnya, proses *shooting* sering tertunda karena harus menghapus *file* untuk membuat ruang penyimpanan terlebih dahulu. Selain itu, tidak adanya peralatan tambah seperti kamera profesional atau alat pendukung lainnya dari kantor menyebabkan keterbatasan dalam meningkatkan kualitas produksi konten.
3. Dalam aspek non-teknis, kendala yang signifikan ditemukan pada proses koordinasi dengan anggota tim lain, terutama dalam pembuatan konten *V Insights*. Misalnya saat berkolaborasi dengan salah satu tim, sering kali menemui hambatan dalam meyakinkan anggota untuk berpartisipasi dalam pembuatan konten. Banyak dari mereka yang merasa kurang nyaman berada di depan kamera atau menolak *shooting* dengan alasan tertentu. Bahkan ketika mereka telah menyetujui untuk terlibat, penjadwalan sesi *shooting* menjadi tantangan besar karena jadwal kerja mereka yang padat. Padahal,

target minimal yang harus dicapai adalah menghasilkan satu konten *Insights* setiap minggunya.

4. Kendala terakhir adalah dalam proses persetujuan konten dengan pihak terkait, seperti *Senior Advisor*. Perbedaan prioritas dan waktu antar negara sering kali menyebabkan keterlambatan dalam proses revisi dan persetujuan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang muncul selama proses kerja magang, berikut merapakan beberapa solusi yang diimplementasikan:

1. Solusi yang diterapkan adalah dengan mengintegrasikan riset yang cepat dan praktis seperti dengan menggunakan *tools* seperti Google Trends. Tak hanya itu namun juga dengan mengutamakan fleksibilitas dan kolaborasi, memungkinkan perencanaan dan eksekusi konten dilakukan dengan cepat namun tetap berbasis data yang relevan. Dengan menyesuaikan proses riset yang dilakukan, tim dapat mengeksekusi konten sesuai dengan tren sambil memastikan bahwa analisis situasi dilakukan secara efisien. Evaluasi konten secara berkala juga penting untuk memastikan bahwa konten yang diproduksi tetap efektif dan relevan dengan audiens.
2. Untuk mengatasi kendala teknis yakni keterbatasan peralatan produksi, penulis mengajukan pembelian kamera profesional yaitu DJI Osmo Pocket 3 kepada *supervisor*. Proposal tersebut mendapatkan persetujuan dari supervisor dan kemudian diajukan kepada *Senior Advisor*. Setelah mendapat persetujuan dari *Senior Advisor*, akhirnya pun disetujui oleh CEO, sehingga kamera profesional tersebut dibeli untuk mendukung produksi konten di masa mendatang.

Sementara menunggu pengadaan kamera, untuk mengatasi penyimpanan pada *smartphone*, penulis menggunakan layanan penyimpanan *cloud* seperti Google Drive. Dengan ini, hasil rekaman dapat segera dipindahkan selepas *shooting* sehingga kapasitas penyimpanan para *smartphone* tetap terjaga. Selain itu langkah ini juga memungkinkan semua anggota tim untuk

mengakses *file* dengan mudah sehingga mendukung kolaborasi yang lebih efektif.

3. Untuk meningkatkan koordinasi dengan tim lain, langkah yang diambil adalah mengadakan diskusi atau *briefing* sebelum memulai pembuatan konten. Dalam diskusi ini, penulis berupaya meyakinkan anggota tim lainnya tentang pentingnya partisipasi mereka, dan menjelaskan manfaat yang akan diperoleh dari keterlibatan mereka. Untuk anggota tim yang kurang nyaman berada di depan kamera, alternatif lainnya adalah memberikan pilihan untuk dibantu dengan *voice-over* dan animasi. Selain itu penjadwalan lebih awal dan fleksibel dilakukan untuk menyesuaikan dengan kesibukan mereka, sekaligus memanfaatkan *tools* Microsoft Teams Calendar, serta memberikan *reminder* satu hari sebelum *shooting* untuk mempermudah penjadwalan bersama
4. Untuk mengatasi kendala dalam proses persetujuan konten dengan pihak terkait, langkah pertama yang menetapkan *timeline* sejak awal dengan mempertimbangkan perbedaan waktu antar negara. Selain itu revisi konten diupayakan seminimal mungkin dengan memberikan konsep yang sudah matang sejak awal. Terakhir, penulis memastikan untuk mengirim hasil konten sebelum pukul 16.00 WIB.

