



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

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

### **Copyright and reuse:**

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

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis bertempat di Next Digital Indonesia sebagai *online public relations* yang ditempatkan di divisi *social media*. Pekerjaan yang diberikan oleh Next Digital Indonesia sesuai dengan apa yang dipelajari penulis saat mengikuti kelas *online public relations* dan terkait dengan aktivitas *public relations* yang disesuaikan dengan keinginan klien. Namun juga terdapat perbedaan seperti penggunaan aplikasi yang dilakukan oleh Next Digital Indonesia. Segala jenis pekerjaan yang dilakukan penulis, ditentukan oleh Monica Sales selaku mentor dalam praktik kerja magang. Jenis pekerjaan setiap minggunya berbeda-beda yang disesuaikan dengan *brief* dari klien.

Koordinasi pekerjaan yang dilakukan oleh Next Digital Indonesia disesuaikan dengan keinginan klien, karena dalam perusahaan terdapat tiga jenis bidang yang berbeda yaitu SEO, SEM, dan SMM. Penanganan klien umumnya dilakukan oleh empat hingga enam orang yang terdiri dari Account Executive, Creative design, Content Writer, Social Media Specialist, SEO/SEM Specialist, dan IT Programmer dengan pembagian tugas sesuai dengan *job desk* masing-masing. Hal ini menjadikan pekerjaan yang dikerjakan sangat teratur dan rapih.

Dalam pelaksanaan praktiknya, penulis menempati divisi sosial media, namun pekerjaan yang dilakukan tetap disesuaikan dengan aktivitas *online public relations* dan selama praktik magang penulis tidak ditempatkan di satu tim saja dalam artian netral, sehingga pekerjaan yang dikerjakan didapatkan dari beban pekerjaan yang didapatkan oleh klien. Adapun perusahaan atau organisasi yang fokus ditangani penulis selama praktik kerja magang di Next Digital Indonesia, sebagai berikut:

1. Asus
2. Melandas
3. Saint Monica Jakarta School
4. SCI Indonesia

### 3.2 Tugas yang Dilaksanakan

Pekerjaan yang diberikan dalam praktik kerja magang beragam, namun sebagian besar semuanya meliputi kegiatan *online public relations*. Pekerjaan yang dilakukan membutuhkan kerja sama dalam tim, karena dalam menangani sebuah klien diperlukan tim yang bekerja sama dengan baik, meliputi proses *picing*, pembuatan materi yang diinginkan klien seperti konten untuk sosial media / artikel untuk *search engine optimization* dan *social media management*.

Berikut, table pekerjaan yang dilakukan selama praktik kerja magang berdasarkan penanganan klien di Next Digital Indonesia.

Tabel 3.1 Laporan Realisasi Kerja Magang

Minggu ke	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Penulis
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Research</i> mengenai klien Next Digital Indonesia</li> <li>- Membuat konten <i>social media</i> untuk BBQ, Melandas, Sprei Saputra, SCI</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> melalui aplikasi Hootsuite</li> <li>- Mencari aplikasi untuk men-<i>schedule posting</i> konten di Instagram</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten melalui aplikasi lattergram</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mencari aplikasi untuk men-<i>schedule posting</i> konten di instagram</li> <li>- Membuat konten <i>social media</i> untuk SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> melalui aplikasi Hootsuite</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> melalui aplikasi lattergram</li> <li>- Membuat <i>list</i> konten untuk HKCSL</li> <li>- <i>Social media maintance</i> SCI di Instagram</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten <i>social media</i> untuk Sprei Saputra, Melandas, dan M-150</li> <li>- Membuat artikel untuk SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> <li>- Membuat akun aplikasi Hootsuite untuk HKCSL</li> </ul>

4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat konten <i>social media</i> untuk Melandas</li> <li>- Membuat artikel untuk SEO Wishing Baby</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> HKCSL melalui aplikasi Hootsuite</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat artikel untuk SEO Wishing Baby</li> <li>- Me-<i>research</i> forum untuk SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> Melandas melalui aplikasi Hootsuite dan Lattergram</li> </ul>
6	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat artikel untuk SEO Wishing Baby</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> BBQ dan HKCSL melalui aplikasi Hootsuite</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> Melandas melalui aplikasi Latergram</li> <li>- <i>Update</i> Pinterest Melandas terkait Event Exhibitions</li> <li>- <i>Social media maintance</i> Asus di Facebook</li> </ul>
7	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> Melandas melalui aplikasi Lattergram</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> HKCSL, BBQ, dan SCI melalui aplikasi Hootsuite</li> <li>- <i>Social media maintance</i> Asus di Facebook</li> <li>- SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> </ul>
8	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> Melandas melalui Instagram</li> <li>- <i>Social media maintance</i> Asus di Facebook</li> <li>- SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> </ul>
9	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Social media maintance</i> Asus di Facebook</li> <li>- <i>Social media maintance</i> Melandas di Facebook terkait <i>event photo contest</i></li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> Melandas melalui Instagram</li> <li>- SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> </ul>
10	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Social media maintance</i> Asus di Facebook</li> <li>- SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> Melandas di Instagram</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> M-150, SCI, Melandas, HKCSL melalui aplikasi Hootsuite</li> <li>- Membuat artikel untuk SEO Wishing Baby</li> <li>- Membuat <i>progress report</i> untuk Sekolah Saint Monica Jakarta</li> </ul>
11	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Social media maintance</i> Asus di Facebook</li> <li>- SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> Melandas di Instagram</li> </ul>

12	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Social media maintance</i> Asus di Facebook</li> <li>- SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> Melandas di Instagram</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> HKCSL melalui aplikasi Hootsuite</li> <li>- Membuat <i>progress report</i> untuk Sekolah Saint Monica Jakarta</li> </ul>
13	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Social media maintance</i> Asus di Facebook</li> <li>- SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> Melandas di Instagram</li> <li>- Mem-<i>posting</i> konten <i>social media</i> M-150, Melandas, SCI, HKCSL, dan BBQ melalui aplikasi Hootsuite</li> <li>- Membuat <i>report</i> SEO Sekolah Saint Monica Jakarta</li> </ul>

Selain tabel diatas, penulis juga menjabarkan tabel *timeline* berdasarkan klien yang fokus ditangani penulis selama menjalani kegiatan magang di Next Digital Indonesia, sebagai berikut.

Tabel 3.2 *Timeline* Aktivitas Magang Berdasarkan Klien

Asus													
Aktivitas	Minggu ke -												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<i>Social Media Maintaining</i>													

Melandas													
Aktivitas	Minggu ke -												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Membuat Konten													
<i>Posting</i> Konten													
<i>Social Media Maintaining</i>													

Saint Monica Jakarta													
Aktivitas	Minggu ke -												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Membuat artikel SEO													
Research Forum untuk SEO													
SEO													
Membuat <i>report</i> harian													
Membuat <i>report</i> SEO													

SCI													
Aktivitas	Minggu ke -												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Membuat Konten													
Posting Konten													

### 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Pada pelaksanaan kerja magang, penulis melakukan pekerjaan terkait *online public relations* mulai dari pembuatan konten *social media*, *posting* konten *social media*, *social media maintaining*, hingga *search engine optimization*.

*Social media* adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan, serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Dengan *social media* kita dapat melakukan berbagai aktivitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. (Danis Puntoadi, 2011: 1)

Alasan mengapa sosial media sangat efektif daripada marketing biasanya adalah karena perannya yang melakukan komunikasi dua arah (Lon Safko, 2012: 5). Penggunaan sosial media biasanya menggunakan beberapa jenis yaitu: *social networking*, *photo sharing*, *audio*, *video*, *microblogging*, *livecasting*, dan lain-lain. (Lon Safko, 2012 :9). Namun

social media yang digunakan dalam praktik kerja magang di Next Digital Indonesia adalah Facebook, Twitter, dan Instagram. Berikut adalah uraian pekerjaan berdasarkan klien yang ditangani oleh penulis.

### 3.3.1 Asus

Asustek Computer Inc. biasa disebut ASUS adalah sebuah perusahaan dari Taiwan yang berbasis teknologi informasi, memproduksi komponen-komponen komputer seperti notebook, motherboard, peripheral, tablet, server, dan juga smartphone. Berikut adalah penjelasan hal yang dilakukan penulis selama menangani klien ASUS:

#### 3.3.1.1 *Social Media Maintaining*

Asus merupakan salah satu klien dari Next Digital Indonesia yang menggunakan jasa *Social Media Marketing* untuk menaikkan brand dalam dunia *digital*. Dimana seperti yang kita ketahui bahwa *Social Media Marketing* merupakan salah satu *tools* paling efektif menggunakan *social media* yang *low-cost*, menggunakan *platform* untuk mendapat keunggulan kompetitif, membentuk kekuatan untuk mempengaruhi orang lain dimana setiap orang dengan pendapat dapat mempengaruhi perubahan besar, menggunakan konten *social media* untuk menaikkan brand, memiliki ikatan dengan *customers* dan membentuk bisnis serta memahami cara untuk mengukur media sosial sebagai upaya pemasaran. (Lorrie Thomas, 2011:99)

Dalam menangani klien ini, penulis melakukan *social media maintaining*. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan salah satu *social media* yaitu facebook (*fan page*) sebagai salah satu sarana untuk memonitor *likers fan page*, komentar di *fan page*, dan pesan yang masuk setiap

harinya di *fan page* klien. Dalam pengerjaannya penulis melakukan beberapa pekerjaan seperti, menanggapi komentar-komentar terkait dengan *brand* klien, informasi yang disampaikan dalam *social media* tersebut, serta keluhan dari pengguna produk. Penulis menanggapi komentar, pesan, dan keluhan sesuai dengan ketentuan yang telah diberikan oleh klien.

*Social media maintaining* ini dilakukan agar terjalinnya hubungan baik antara pihak pengguna produk dengan perusahaan klien. Selain itu dalam kegiatan ini juga memberikan informasi yang bermanfaat bagi para pengguna produk atau bukan pengguna produk klien.

### **3.3.2 Melandas Indonesia**

Melandas Indonesia merupakan perusahaan berbasis furniture yang berdiri pada tahun 1982 di Singapura, dan pada tahun 1999 masuk ke pasar Indonesia. Memiliki beberapa produk furniture unggulan seperti, Nicoletti, Ciacci, Cattelan, Melandas, Duomo, dan La-Z-Boy. Berikut adalah penjelasan hal yang dilakukan penulis selama menangani klien Melandas Indonesia:

#### **3.3.4.1 Membuat Konten *Social Media***

Konten adalah raja karena memiliki kekuatan untuk mendidik, menginformasikan, menghubungkan, dan meningkatkan kredibilitas, visibilitas, dan selabilitas. (Lorrie Thomas, 2011: 53). Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa konten *social media* sangat penting digunakan perusahaan untuk membangun hubungan atau interaksi antara perusahaan dan publik.



Salah satu perusahaan yang menjadikan konten *social media* sebagai *tools* untuk menjembatani perusahaan dengan publiknya adalah Melandas. Perusahaan *furniture* yang cukup besar di Indonesia.

Penulisan konten *social media* tidak terlepas dari ketentuan yang ada, dimana dalam membuat konten harus memiliki tujuan atau *objective*, relevan dengan kebutuhan *target audience* dan harus disampaikan secara konsisten, serta konten tersebut dapat mengedukasi *target audience*. (Meyerson, 2010: 56).

Dalam menangani Melandas, penulis membuat konten yang sudah disesuaikan dengan *target audience*, ketentuan penggunaan bahasa, dan pembahasan seperti apa yang diinginkan klien untuk ditampilkan di *social media*. Konten yang dibuat bertujuan untuk memberikan informasi bermanfaat dan juga sebagai media publikasi. Konten biasanya terkait dengan produk Melandas, tips mengenai *furniture*, serta mengajak para *target audience* berinteraksi dengan konten tanya jawab.

Dalam setiap konten, harus diertakan gambar yang sesuai dengan konten agar relevan dan menarik. Dalam proses pembuatan penulis membuat konten *social media* untuk tiga sampai tujuh hari, yang satu harinya terdapat tiga konten untuk ditayangkan sesuai jadwal yang telah ada.

#### 3.3.4.2 Posting Konten Social Media

Next Digital Indonesia menggunakan sebuah aplikasi untuk mem-*posting* konten setiap harinya, aplikasi tersebut dapat mem-*posting* konten sesuai dengan jadwal

yang telah ditentukan secara otomatis. Dalam pengerjaannya konten di *posting* setiap dua minggu sekali melalui aplikasi, dimana konten tersebut dapat dijadwalkan penayangannya sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Aplikasi yang digunakan perusahaan dalam mem-*posting* konten adalah Hootsuite dan Latergram.

Hootsuite merupakan sebuah aplikasi yang tidak berbayar untuk mem-*posting* konten yang dapat dijadwalkan, perusahaan menggunakan aplikasi ini untuk mem-*posting* konten di dua *social media*, yaitu Facebook dan Twitter, dimana keduanya mem-*posting* konten yang sama secara bersamaan. Latergram sendiri merupakan aplikasi serupa seperti Hootsuite namun hanya dapat digunakan untuk *social media* Instagram.

Pemostingan konten hanya dapat dilakukan jika konten tersebut sudah melalui tahap *Quality Control* (QC), pengeditan gambar konten, dan klien sudah meng-*approve* konten yang diberikan oleh pihak perusahaan, dalam hal ini bagian *Account Executive* (AE) yang berhubungan dengan klien untuk mengkoordinasikan konten yang telah siap untuk di *posting*.

#### 3.3.4.3 *Social Media Maintaining*

*Social media maintaining* yang dilakukan oleh penulis adalah memantau perkembangan *likers fan page* Facebook, dan *followers* Instagram dan Twitter. Mencatat berapa banyak jumlah *likers* atau *followers* baik yang bertambah maupun berkurang.

Selain itu penulis juga memantau perkembangan *contest* yang diselenggarakan oleh klien di *social media*, *contest* tersebut merupakan *photo contest* dimana setiap peserta yang ikut harus menyertakan foto terbaiknya dengan produk klien. Dalam kegiatan ini, penulis memantau berapa banyak orang yang mengikuti *contest* dan mencari tahu apakah yang mengikuti *contest* tersebut sudah mengikuti syarat dan ketentuan yang telah diinformasikan, jika belum sesuai maka penulis akan menginformasikan kepada orang tersebut melalui *social media*.

### **3.3.3 Saint Monica Jakarta School**

Saint Monica Jakarta School merupakan sebuah sekolah *National Plus* di Jakarta Utara yang berlandaskan pendidikan katolik, memiliki jenjang pendidikan dari *Preschool* hingga SMA. Pada awal tahun 2014, sekolah ini terlibat kasus pelecehan *sexual* yang melibatkan guru sekolah dan murid TK, maka dari itu saint monica ingin menurunkan pemberitaan negatif di *media online* dengan menggunakan jasa SEO. Berikut adalah penjelasan hal yang dilakukan penulis selama menangani klien Saint Monica Jakarta School:

#### **3.3.5.1 Membuat Artikel untuk *Search Engine Optimization* (SEO)**

Hal yang terlebih dahulu dilakukan penulis sebelum melakukan SEO adalah membuat artikel untuk SEO. Artikel tersebut disesuaikan dengan permintaan klien, mulai dari tema, penggunaan bahasa, dan berapa banyak kata yang dibutuhkan dalam setiap artikel.

Tema-tema yang diangkat untuk artikel adalah seputar kegiatan sekolah saint monica yang bertujuan sebagai media publikasi yang positif. Biasanya dalam satu

artikel terdapat 200-300 suku kata, sehingga artikel terlihat singkat, jelas, dan padat.

Dalam pembuatan konten penulis harus menulis konten SEO sesuai dengan banyaknya kata dan *keyword* yang ditentukan, kata *keyword* tersebut harus berada di judul dan setiap paragraf dalam konten. Pengulangan kata sangat penting dalam konten, karena semakin banyaknya kata *keyword* yang diulang maka akan semakin mudah proses SEO.

#### 3.3.5.2 *Research* Forum untuk SEO

SEO yang dilakukan menggunakan forum, maka dari itu penulis mencari tahu forum-forum yang sesuai dengan keinginan klien untuk melakukan SEO. Dalam proses *research* forum penulis mencari forum-forum yang terkait dengan anak-anak atau sekolah.

Penulis menemukan beberapa forum yang dilihat memiliki kredibilitas serta rating yang tinggi dalam google, dimana hal tersebut penting untuk menaikkan artikel yang dibuat agar bisa mencapai halaman pertama dalam *searching* google. Forum yang digunakan penulis untuk melakukan SEO Sekolah Saint Monica Jakarta adalah Kaskus, Kompasiana, Republika, dan Kita dan Buah Hati. Sedangkan tools untuk SEO lainnya, penulis menggunakan Wordpress, Blogspot dan Tumblr.

#### 3.3.5.3 *Search Engine Optimization*

Lebih dari 90% populasi *online* menggunakan *search engine* untuk mencari produk, jasa, dan informasi, menurut iProspect, perusahaan *search engine*. (Lorrie

Thomas, 2011: 137). Saint monica jakarta *school* merupakan sekolah *national plus* yang cukup besar di Jakarta. Pada tahun 2014 sekolah ini mendapat sebuah masalah terkait kasus *seks* yang melibatkan guru dan murid TK saint monica, begitu banyaknya pemberitaan negatif terkait sekolah tersebut. Maka dari itu klien mempercayakan Next Digital Indonesia untuk menurunkan pemberitaan negatif di *search engine* google dan mengantinya dengan pemberitaan positif dari artikel yang telah dibuat.

Penulis melakukan SEO untuk Sekolah Saint Monica setiap hari kerja, yang jadwal *posting*-nya sudah ditentukan. Biasanya *posting* artikel SEO ke dalam forum-forum dilakukan satu sampai tiga kali setiap harinya. Semakin banyaknya *posting*, maka semakin cepat pemberitaan negatif menurun.

#### 3.3.5.4 Membuat Report SEO

Penulis juga membuat laporan harian SEO yang akan dipertanggung jawabkan kepada CEO Next Digital Indonesia melalui email. Setelah seluruh artikel di *posting*, penulis membuat laporan SEO secara keseluruhan, berdasarkan *keyword* google, dan per akun Sekolah Saint Monica Jakarta.

### 3.3.4 SCI

SCI Indonesia merupakan perusahaan yang didirikan pada tahun 90-an. SCI Kabinet Industri telah mengembangkan sinergi *fine-tuned* dan sukses mengembangkan solusi dapur yang inovatif, dengan mengedepankan peralatan dapur bergaya *hi-tech* dan fungsional. Berikut

adalah penjelasan hal yang dilakukan penulis selama menangani klien SCI Indonesia:

### 3.3.6.1 Membuat Konten Social Media

Terdapat sebelas aturan yang harus dipikirkan terlebih dahulu dalam merancang *update* konten agar menarik perhatian, antara lain (Meyerson, 2010 : 56):

1. Pembuatan konten harus memiliki tujuan atau *objective*
2. Pembuatan konten harus membantu dan mengedukasi *target audience*
3. Pembuatan konten harus relevan dengan kebutuhan *target audience* dan harus disampaikan secara konsisten.
4. Pembuatan konten harus engaging atau mengikat perhatian *target audience*
5. Pembuatan konten harus memberi ruang interaksi atau dialog
6. Pembuatan konten dengan bahasa yang digunakan oleh *customers*
7. Pembuatan konten harus mengetahui secara spesifik dimana *target audience* kita hadir secara *online*
8. Pembuatan konten harus dieksekusi dengan baik dan tepat sasaran.
9. Pembuatan konten memerlukan beberapa kali pengalaman atau uji coba.
10. Pembuatan konten mempunyai fokus untuk menciptakan "*Hot Triggers*" atau *action* apa yang diharapkan untuk dilakukan oleh *target audience*.
11. Pembuatan konten harus memiliki potensi untuk dicari secara optimal oleh *target audience*.

Salah satu perusahaan yang menjadikan konten *social media* sebagai *tools* untuk menjembatani perusahaan

dengan publiknya adalah SCI Indonesia. Perusahaan *kitchen set cabinet* yang cukup besar di Indonesia.

Dalam menangani SCI Indonesia, penulis membuat konten yang sudah disesuaikan dengan *target audience*, ketentuan penggunaan bahasa, dan pembahasan seperti apa yang diinginkan klien untuk ditampilkan di *social media*. Konten yang dibuat bertujuan untuk memberikan informasi bermanfaat dan juga sebagai media publikasi. Konten yang dibuat biasanya terkait dengan produk-produk SCI Indonesia, dan tips seputar peralatan rumah, *do it yourself* (DIY), serta penataan rumah.

Dalam setiap konten, harus disertakan gambar yang sesuai dengan konten agar relevan dan menarik. Dalam proses pembuatan penulis membuat konten *social media* untuk tiga sampai tujuh hari, yang satu harinya terdapat empat konten untuk ditayangkan sesuai jadwal yang telah ada.

#### 3.3.6.2 Posting Konten

Dalam mem-*posting* konten, *social media* yang digunakan SCI Indonesia adalah Facebook dan Instagram, dengan menggunakan aplikasi Hootsuite dan Latergram. Dimana konten yang di *posting* untuk kedua *social media* tersebut sama.

*Posting* konten biasanya dilakukan dua minggu sekali, atau sesuai dengan permintaan klien. *Posting* yang dilakukan harus sesuai dengan jadwal yang diberikan, jadwal tersebut sebelumnya telah di *research* terlebih dahulu untuk melihat keefektifannya, dan seberapa banyak

*target audience* yang melihat, menanggapi, *me-like*, serta *mem-posting* ulang terkait konten yang di *posting*.

Pemostingan konten hanya dapat dilakukan jika konten tersebut sudah melalui tahap *Quality Control* (QC), pengeditan gambar konten, dan klien sudah meng-*approve* konten yang diberikan oleh pihak perusahaan, dalam hal ini bagian *Account Executive* (AE) yang berhubungan dengan klien untuk mengkoordinasikan konten yang telah siap untuk di *posting*.



UMN



### **3.4 Kendala yang Ditemukan**

Dalam melaksanakan proses kerja magang ini ada pun kendala yg penulis alami, seperti:

1. Keterbatasan waktu atau posting konten yang kadang terlalu dekat dengan deadline. Hal tersebut terjadi karena beberapa hal diantaranya, proses desain gambar konten yang memakan waktu lama, lambatnya respon klien dalam memberikan tanggapan terkait konten dan revisi konten.
2. Kurangnya komunikasi antara klien dan tim pengelola, disebabkan karena bagian yang menangani klien kurang komunikatif yang menyebabkan koordinasi tidak berjalan dengan baik.

### **3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan**

Solusi atas kendala yang ditemukan dalam melakukan praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Lebih mempercepat proses pengumpulan gambar agar tim design dapat melakukan pekerjaan dengan tepat waktu, dan membangun hubungan baik dengan klien agar dapat meminimalisir lambatnya respon.
2. Melakukan komunikasi yang baik antara tim pengelola dan klien agar dapat meminimalisir ketidaksesuaian dalam pembuatan konten.