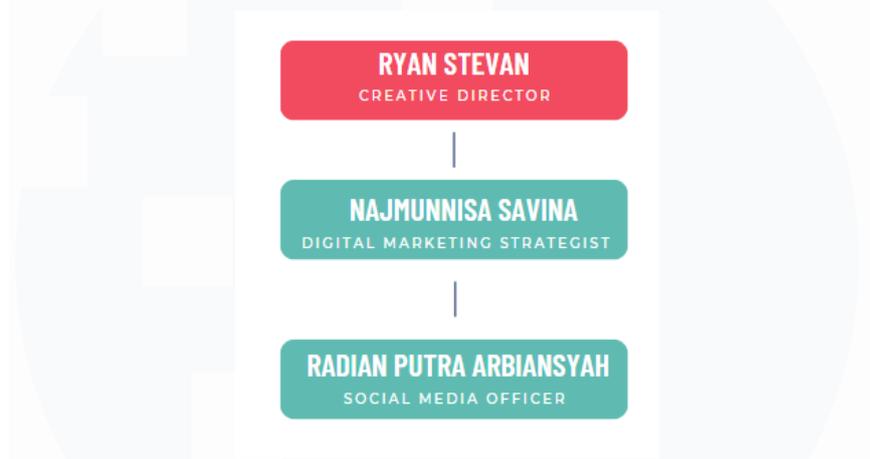


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Struktur Divisi PT Meta Karya Kreativindo

Pada program magang di PT Meta Karya Kreativindo, mahasiswa magang berperan dalam mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan oleh tim pemasaran digital, khususnya dalam pengelolaan media sosial klien. Bapak Ryan Stevan, sebagai Creative dan Project Director, bertanggung jawab untuk mengarahkan proyek-proyek kreatif serta memastikan strategi pemasaran berjalan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Beliau memegang peranan utama dalam merancang dan memimpin berbagai proyek besar yang melibatkan klien.

Di bawahnya, terdapat Ibu Najmunnisa Savina, sebagai Digital Marketing Strategist, yang bertugas sebagai person in charge (PIC) untuk pengelolaan harian dan komunikasi langsung dengan klien. Ibu Najmunnisa berperan dalam merancang strategi pemasaran digital serta memastikan semua kegiatan yang dilakukan dapat mencapai tujuan yang diinginkan klien.

Sementara itu, Social Media Officer memiliki tanggung jawab utama dalam pengelolaan media sosial klien, termasuk mengelola akun Instagram klien, baik untuk aktif maupun pasif, serta membuat editorial plan untuk pengelolaan konten. Selain itu, Social Media Officer juga terlibat dalam shooting konten, membuat

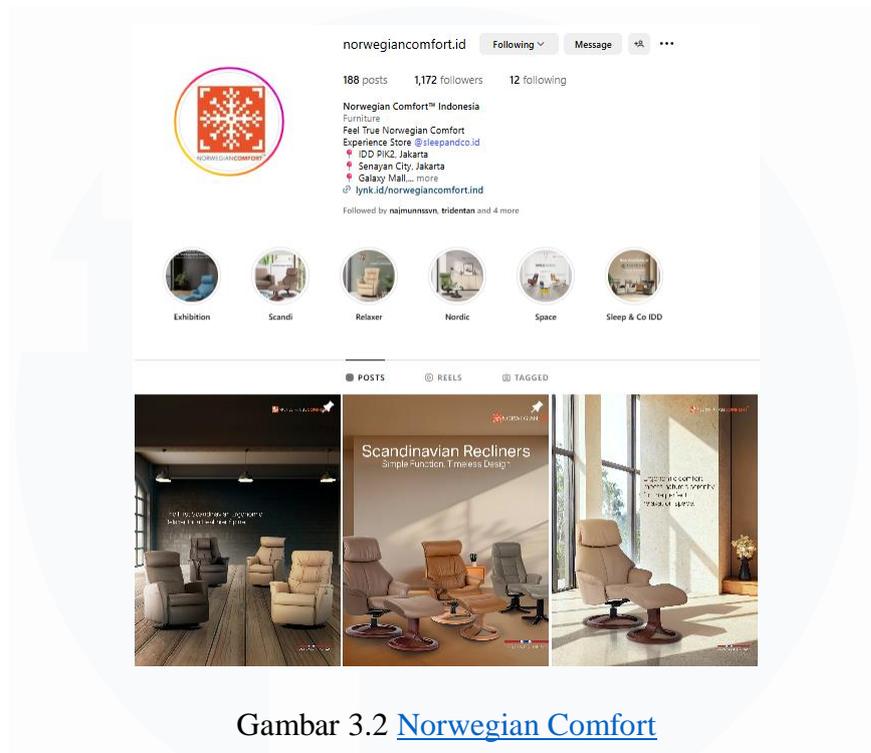
laporan bulanan terkait performa media sosial klien, serta menjadwalkan konten sesuai dengan editorial plan yang telah disusun. Tugas lainnya meliputi sesi shooting dengan klien, mengadakan pertemuan mingguan dengan klien, membuat inquiry report, mencari Key Opinion Leaders (KOL), dan melakukan pitching kepada calon klien baru.

Social Media Officer membantu Digital Marketing Strategist dengan mengimplementasikan dan menjalankan strategi pemasaran digital yang telah disusun. Tugas utama Social Media Officer termasuk mengelola dan mengoptimalkan platform media sosial klien, membuat konten yang sesuai dengan strategi pemasaran, serta memantau kinerja akun media sosial. Mereka juga berkoordinasi untuk memastikan bahwa setiap aktivitas media sosial mendukung tujuan pemasaran yang lebih besar, seperti meningkatkan brand awareness dan engagement audiens.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani masa magang di PT Meta Karya Kreativindo, penulis dipercaya untuk menangani beberapa klien dengan karakteristik dan kebutuhan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, tugas dan tanggung jawab yang dijalankan pun bervariasi sesuai dengan jenis usaha dan strategi pemasaran masing-masing klien. Pada bagian ini, penulis akan menguraikan secara rinci tugas-tugas yang dilakukan berdasarkan klien yang menjadi tanggung jawab penulis, sehingga dapat memberikan gambaran jelas mengenai kontribusi serta pengalaman praktis yang diperoleh selama magang.

3.2.1 Klien Brand Norwegian Comfort



Gambar 3.2 [Norwegian Comfort](#)

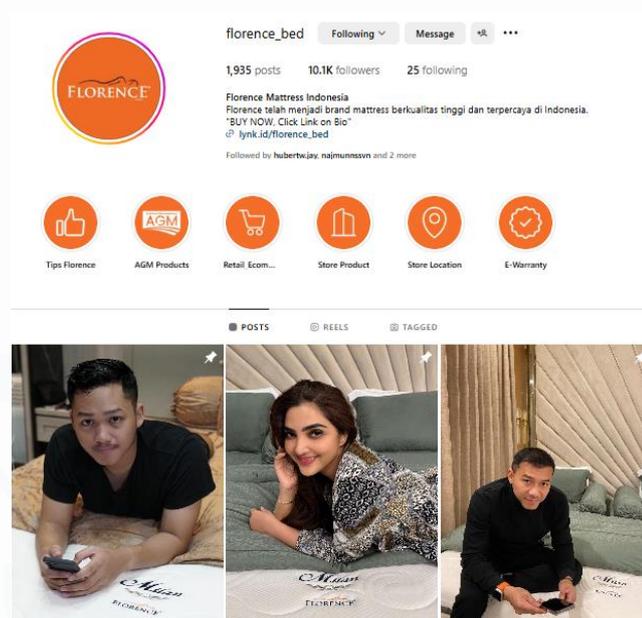
Norwegian Comfort adalah brand furnitur asal Sykkylven, Norwegia, yang terkenal dengan desain ergonomis dan kualitas tinggi, bagian dari grup Ekornes AS. Brand ini fokus pada kenyamanan dan dukungan ergonomis bagi penggunanya dengan perpaduan antara teknologi modern dan keahlian tradisional. Seluruh produk dirancang dan diuji oleh tim pengembangan produk di Norwegia serta diproduksi di pabrik-pabrik terintegrasi di Lithuania, Vietnam, dan Thailand.

Selama menangani akun media sosial Norwegian Comfort, penulis bertanggung jawab untuk membuat editorial plan yang mencakup 12 konten per bulan, terdiri dari 4 konten motion dan 8 konten statis. Jenis konten yang dibuat meliputi edukasi, engagement, ucapan selamat, dan promosi produk. Penulis juga mengelola aktivitas aktif dan pasif akun Instagram klien, dimana aktif berarti membuat Instagram Story setiap hari serta membalas komentar dan pesan dari audiens, sedangkan pasif meliputi melakukan repost konten yang sudah ada ke Instagram Story untuk meningkatkan jangkauan.

Penulis juga membuat laporan bulanan (monthly report) berupa evaluasi kinerja akun dengan mengukur engagement seperti likes, komentar, impresi, serta menyusun laporan dalam format presentasi yang mencakup top postingan setiap bulannya. Untuk konten visual, penulis turut terlibat dalam shooting session satu kali per bulan yang biasanya dilakukan di lokasi strategis seperti Mall Indonesia Design District PIK 2 dan Mall Senayan City. Sesi shooting ini bertujuan untuk meng-highlight produk maupun membuat konten yang bersifat entertain atau engagement dengan talent yang mendukung.

Selanjutnya, penulis bertugas melakukan scheduling konten, menjadwalkan postingan biasanya pada jam 5 sore karena waktu tersebut dianggap memiliki traffic engagement yang lebih baik. Tidak kalah penting, penulis rutin mengikuti pertemuan mingguan (weekly meeting) secara online dengan klien untuk membahas evaluasi performa konten, menentukan tema konten yang akan dibuat, serta mendapatkan persetujuan atas visual konten yang direncanakan sebelum diposting.

3.2.2 Klien Brand Florence Mattress Indonesia



Gambar 3.2.1 [Florence Mattress Indonesia](#)

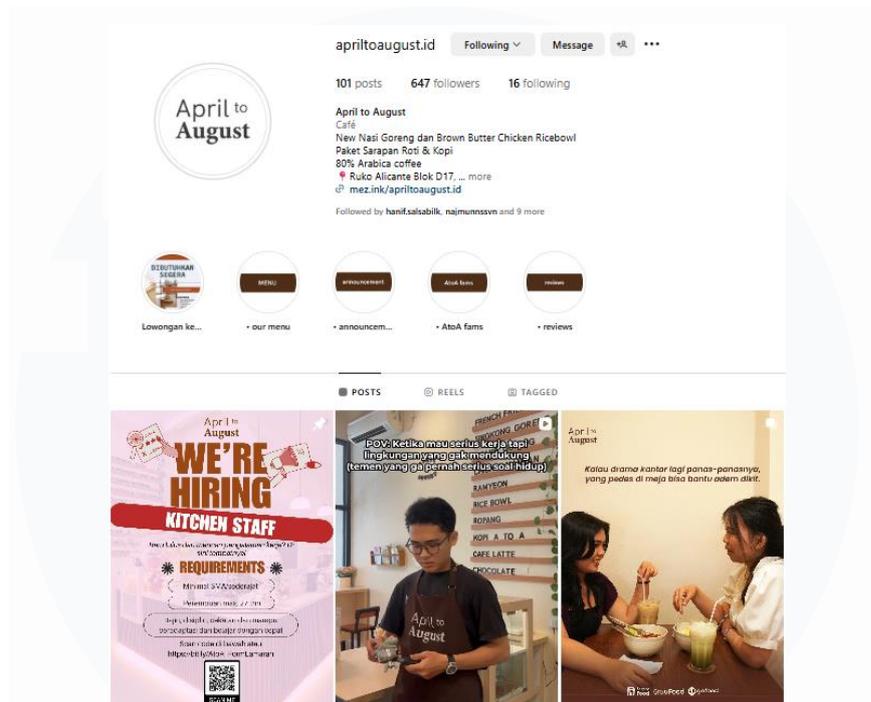
Florence Mattress Indonesia adalah brand matras yang telah menjadi pilihan utama keluarga Indonesia selama lebih dari 30 tahun. Dengan slogan "Smart Choice for a Happy Family," Florence berkomitmen menghadirkan matras berkualitas yang didukung teknologi dan inovasi terbaik untuk memberikan kenyamanan dan sistem topangan optimal demi tidur yang lebih berkualitas.

Dalam menangani akun media sosial Florence, penulis bertanggung jawab menyusun editorial plan, yaitu rencana konten bulanan dengan membuat 12 konten setiap bulan, terdiri dari 4 konten motion (konten bergerak seperti video atau animasi) dan 8 konten statis. Jenis konten yang dibuat meliputi edukasi, brand awareness (peningkatan kesadaran merek), ucapan selamat, produk, dan engagement (interaksi dengan audiens). Aktivitas pengelolaan akun Instagram klien meliputi kegiatan aktif dan pasif, dimana aktif berarti membuat Instagram Story setiap hari serta membalas komentar dan pesan dari audiens, sedangkan pasif berupa repost konten yang sudah ada ke Instagram Story untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi.

Penulis juga menyusun laporan bulanan (monthly report) berupa evaluasi performa akun dengan mengukur engagement seperti jumlah likes, komentar, impresi (jumlah tayangan konten), dan menyajikan laporan dalam format presentasi yang mencakup top postingan setiap bulan. Selain itu, penulis bertugas melakukan scheduling konten, yaitu menjadwalkan postingan biasanya pada pukul 5 sore yang dianggap waktu dengan traffic engagement terbaik.

Setiap minggu, penulis mengikuti pertemuan mingguan (weekly meeting) secara online dengan klien untuk membahas evaluasi konten, menentukan tema yang akan dibuat, serta mendapatkan persetujuan visual konten sebelum diposting. Selain Instagram, penulis juga mengelola akun TikTok brand Florence dengan melakukan mirroring konten, yaitu memposting ulang konten Instagram ke platform TikTok untuk memperluas jangkauan audiens dan meningkatkan engagement di media sosial lain.

3.2.3 Klien April To August Cafe



Gambar 3.2.2 [April to August Cafe](#)

April to August adalah sebuah kafe yang berlokasi di Ruko Alicante, Gading Serpong, yang menyajikan kopi berkualitas, menyediakan tempat nongkrong nyaman, serta menawarkan beberapa hidangan makanan rumahan. Kafe ini mengusung konsep yang mengutamakan suasana santai dan kehangatan, sehingga menjadi tempat favorit untuk berkumpul bersama teman dan keluarga.

Dalam pengelolaan akun media sosial April to August, penulis bertanggung jawab membuat editorial plan, yaitu rencana konten bulanan yang berisi 8 konten, terdiri dari 4 konten motion (konten bergerak seperti video atau animasi) dan 4 konten statis (gambar atau poster). Jenis konten yang dibuat meliputi branding, produk, dan engagement (konten yang bertujuan meningkatkan interaksi dengan audiens) untuk memperkuat citra kafe serta menarik perhatian audiens. Penulis aktif mengelola akun Instagram klien dengan membuat Instagram Story setiap hari dan membalas komentar serta pesan dari audiens melalui direct message (pesan langsung) maupun komentar pada postingan. Selain itu, penulis juga melakukan

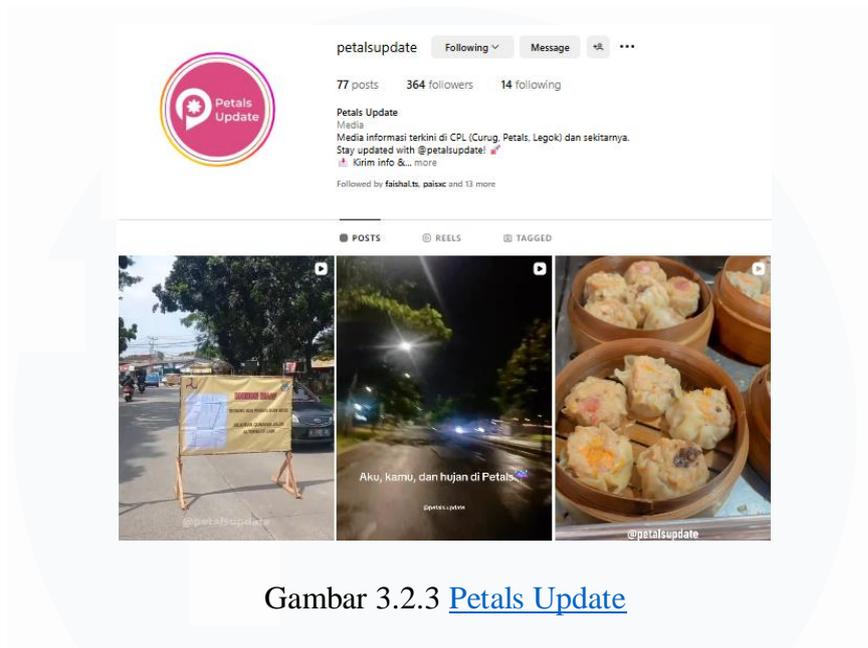
aktivitas pasif berupa repost konten yang sudah ada ke dalam Instagram Story untuk meningkatkan jangkauan dan interaksi.

Penulis membuat laporan bulanan (monthly report) yang berisi evaluasi hasil engagement, seperti jumlah likes, komentar, dan impresi (jumlah tayangan konten), yang disusun dalam bentuk laporan presentasi serta menampilkan top postingan setiap bulan. Untuk menjaga konsistensi, penulis menjadwalkan posting konten pada waktu yang strategis, biasanya pukul 5 sore, yang diketahui memiliki traffic engagement terbaik.

Setiap minggu, penulis mengikuti pertemuan mingguan (weekly meeting) secara online bersama klien untuk mengevaluasi hasil konten, menentukan tema yang akan dibuat, dan mendapatkan persetujuan atas visual konten sebelum dipublikasikan. Penulis juga mengelola akun TikTok brand dengan melakukan mirroring, yaitu memposting ulang konten dari Instagram ke TikTok untuk memperluas jangkauan audiens di platform lain.

Selain itu, penulis terlibat dalam shooting session yang dilakukan langsung di lokasi kafe sebanyak 1 hingga 2 kali per bulan. Sesi ini bertujuan untuk menghasilkan konten visual yang menarik dan autentik, yang dapat meningkatkan daya tarik promosi media sosial April to August.

3.2.4 Klien Petals Update



Gambar 3.2.3 [Petals Update](#)

Petals Update adalah akun media yang menyediakan informasi terkini di wilayah CPL (Curug, Petals, Legok) dan sekitarnya. Media ini berfungsi sebagai sumber berita dan update lokal yang relevan untuk masyarakat di area tersebut, dengan fokus pada penyampaian informasi yang cepat dan akurat melalui platform digital seperti Instagram dan TikTok.

Dalam pengelolaan akun media sosial Petals Update, penulis bertanggung jawab menyusun editorial plan (rencana konten bulanan) dengan membuat 12 konten per bulan, yang terdiri dari 10 konten motion (konten bergerak berupa video pendek atau animasi) dan 2 konten statis. Jenis konten yang dibuat mencakup branding, edukasi, engagement, dan informasi terkini. Namun, karena karakter media informasi yang dinamis, penulis juga harus menyesuaikan dengan permintaan klien untuk memposting konten tambahan secara real-time (langsung dan cepat) jika ada informasi penting atau berita yang sedang terjadi, sehingga konten dalam editorial plan bersifat dasar dan dapat berubah sesuai kebutuhan.

Penulis mengelola aktivitas aktif dan pasif pada akun Instagram klien, dimana aktif berarti membuat Instagram Story setiap hari serta membalas komentar dan pesan dari audiens melalui direct message (pesan langsung) dan kolom komentar.

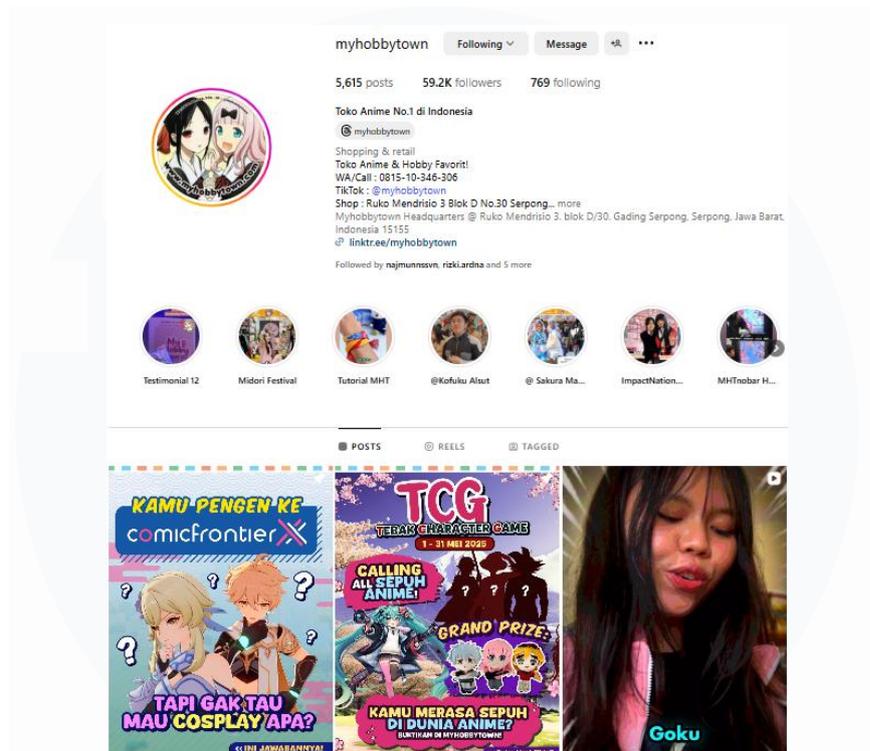
Sedangkan aktivitas pasif mencakup repost konten yang sudah dibuat ke Instagram Story untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi.

Penulis juga membuat laporan bulanan (monthly report) berupa evaluasi performa akun yang mencakup metrik engagement seperti likes, komentar, dan impresi (jumlah tayangan konten). Laporan ini disusun dalam bentuk presentasi lengkap dengan analisis top postingan setiap bulannya. Konten dijadwalkan dengan melakukan scheduling posting (penjadwalan posting), biasanya pada pukul 5 sore, waktu yang dianggap paling optimal untuk meningkatkan traffic dan engagement.

Setiap minggu, penulis mengikuti pertemuan mingguan (weekly meeting) secara online dengan klien untuk membahas evaluasi konten yang telah diposting, menentukan tema konten yang akan dibuat, serta mendapatkan persetujuan atas visual konten yang akan dipublikasikan. Selain Instagram, penulis juga mengelola akun TikTok brand dengan menerapkan sistem mirroring, yakni memposting ulang konten Instagram ke TikTok untuk memperluas jangkauan audiens.

Selain itu, penulis turut serta dalam shooting session yang dilakukan langsung di lokasi media, sebanyak satu kali per bulan. Sesi ini bertujuan untuk menghasilkan konten video atau foto yang mendukung informasi yang disajikan, sehingga konten yang dipublikasikan lebih menarik dan autentik bagi audiens.

3.2.5 Klien My Hobby Town



Gambar 3.2.4 [My Hobby Town](#)

My Hobby Town adalah toko yang menjual berbagai merchandise, fashion, cosplay, dan poster bertema budaya Jepang dan anime. Toko ini menjadi destinasi favorit bagi penggemar pop culture Jepang yang mencari produk unik dan berkualitas. Dalam pengelolaan akun media sosial My Hobby Town, penulis bertanggung jawab menyusun editorial plan, yaitu rencana konten bulanan yang mencakup tema, jenis konten, dan jadwal posting. Total konten yang direncanakan sebanyak 16 konten per bulan, terdiri dari 12 konten motion (berformat video) dan 4 konten statis (gambar atau foto). Jenis konten mencakup brand awareness (mengenalkan identitas brand), edukasi, interaksi dengan audiens (engagement), serta informasi produk terbaru.

Selain membuat konten, penulis juga aktif menjalankan Instagram Story setiap hari, membalas DM dan komentar dari audiens, serta melakukan repost untuk memperluas jangkauan konten. Penulis juga menyusun monthly report, yaitu laporan bulanan yang berisi evaluasi performa akun seperti jumlah likes, komentar,

impresi, dan daftar konten dengan performa terbaik. Untuk menjangkau audiens secara optimal, konten dijadwalkan tayang pukul 17.00 yang merupakan waktu dengan traffic tinggi.

Secara rutin, penulis mengikuti weekly meeting atau pertemuan mingguan bersama klien secara online. Dalam meeting ini, tim dan klien membahas hasil konten minggu sebelumnya, menentukan tema baru untuk minggu berikutnya, serta mengevaluasi dan menyetujui desain visual sebelum dipublikasikan. Penulis juga mengelola akun TikTok My Hobby Town dengan menerapkan strategi mirroring, yaitu memposting ulang konten dari Instagram ke TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Selain kegiatan digital, penulis turut terlibat dalam sesi shooting langsung di toko satu kali dalam sebulan. Tujuannya adalah menghasilkan konten foto dan video yang autentik dan menarik, sehingga dapat memperkuat branding My Hobby Town di media sosial.

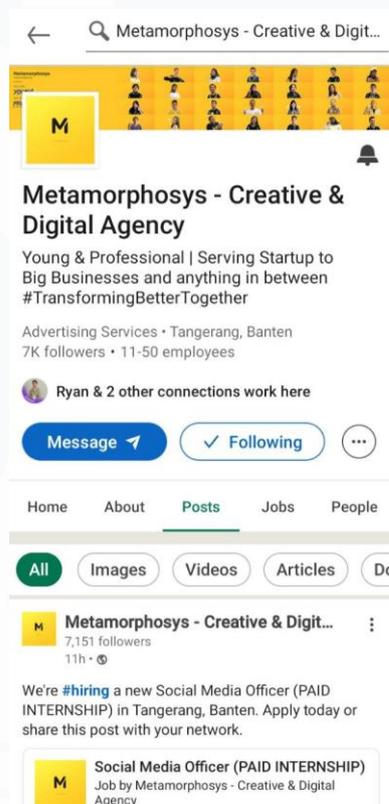
3.2.6 Pengelolaan Akun Tiktok Metamorphosys



Gambar 3.2.5 [Tiktok Metamorphosys](#)

Akun TikTok Metamorphosys merupakan platform resmi perusahaan tempat penulis magang yang berfokus pada creative marketing dan digital branding. Akun ini dimanfaatkan untuk membangun brand awareness, yaitu meningkatkan kesadaran dan pengenalan masyarakat terhadap identitas dan nilai perusahaan. Dalam pengelolaannya, penulis bertanggung jawab membuat editorial plan, yaitu rencana konten bulanan yang disusun berdasarkan tema, jenis konten, dan jadwal tayang. Setiap bulannya, penulis merancang dan memproduksi 4 konten motion, yaitu konten video singkat yang bersifat dinamis, seperti edukasi seputar digital marketing, branding perusahaan, tren industri kreatif, dan konten yang bertujuan menjalin interaksi dengan audiens (engagement). Untuk mendukung kualitas konten, penulis juga melakukan sesi shooting sebanyak 4 kali per bulan di studio kantor Metamorphosys, agar hasil video terlihat lebih profesional dan menarik bagi audiens TikTok.

3.2.7 Pengelolaan LinkedIn Metamorphosys



Gambar 3.2.6 [LinkedIn Metamorphosys](#)

Akun LinkedIn Metamorphosys merupakan platform profesional yang digunakan perusahaan untuk membangun citra korporat, berbagi informasi industri, serta menjalin hubungan dengan komunitas bisnis dan profesional di bidang creative marketing dan digital branding.

Dalam pengelolaan akun LinkedIn ini, penulis bertanggung jawab menyusun editorial plan yang mencakup 4 konten statis setiap bulan. Jenis konten yang dibuat meliputi profil dan pencapaian brand, edukasi terkait pemasaran digital, engagement dengan audiens profesional, serta berita dan perkembangan terbaru di industri kreatif dan digital marketing. Konten yang dihasilkan bertujuan untuk memperkuat reputasi Metamorphosys sebagai perusahaan yang inovatif dan berkompeten di bidangnya serta membangun jaringan profesional yang luas.

3.2.8 Membuat Inquiry Report

Selain mengelola konten dan interaksi media sosial, penulis juga bertugas membuat inquiry report sebagai bagian dari monitoring komunikasi antara brand dan audiens. Laporan ini disusun dalam bentuk sheet Excel yang berisi catatan pesan langsung (DM) dan komentar yang masuk ke akun Instagram klien. Setiap pertanyaan, keluhan, atau respons dari audiens dicatat secara detail, termasuk tindak lanjut atau jawaban yang telah diberikan oleh tim. Inquiry report ini sangat membantu tim Metamorphosys dalam mengevaluasi pola pertanyaan yang sering muncul, memahami kebutuhan audiens, serta meningkatkan kualitas pelayanan dan komunikasi di media sosial secara lebih sistematis dan terstruktur.

3.2.9 Mencari Key Opinion Leader (KOL)

Selain mengelola konten dan interaksi media sosial, penulis juga diberi tanggung jawab untuk membantu proses pencarian dan seleksi Key Opinion Leader (KOL) yang potensial untuk diajak berkolaborasi dalam pembuatan konten brand klien Metamorphosys. KOL adalah individu yang memiliki pengaruh di media sosial dan dipercaya oleh audiens dalam niche tertentu, seperti lifestyle, kuliner, parenting, atau fashion. Mereka sering dijadikan perpanjangan tangan brand untuk menyampaikan pesan promosi secara lebih personal dan relatable. Tugas penulis

meliputi riset terhadap KOL yang sesuai dengan karakter dan target audiens masing-masing klien, melakukan pendekatan awal melalui DM atau email, serta menjalin komunikasi untuk membangun kerja sama yang efektif. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kredibilitas dan jangkauan kampanye pemasaran melalui kolaborasi dengan KOL yang relevan dan memiliki engagement yang baik di platform seperti Instagram dan TikTok.

3.2.10 Pitching New Client

Penulis juga berperan aktif dalam proses pitching klien baru di Metamorphosys, yaitu kegiatan presentasi strategi awal kepada calon klien dengan tujuan menarik kerja sama. Dalam proses ini, penulis turut menyusun proposal yang berisi analisis mendalam mengenai brand calon klien, termasuk analisis kompetitor, evaluasi aktivitas media sosial yang sudah dijalankan, serta rekomendasi strategi konten dan inovasi kreatif yang bisa diterapkan untuk meningkatkan performa digital mereka. Setelah proposal selesai, penulis juga terlibat dalam presentasi langsung bersama tim kepada calon klien, baik secara tatap muka maupun online, untuk menjelaskan rencana kerja dan nilai yang bisa ditawarkan Metamorphosys. Beberapa brand yang pernah penulis bantu dalam proses pitching antara lain Nutrijell (akun Instagram @nutrijell_id), MilikiRumah (@milikirumah_com), serta Universitas Multimedia Nusantara (akun @pmb.umn, @magister.umn, dan @umnonlinelearning).

3.2.11 Menjadi Talent



Gambar 3.2.7 [Talent Brand Metamorphosys](#)



Gambar 3.2.8 [Talent Brand Stressless](#)

Selain menjalankan tugas operasional dalam mengelola media sosial dan membuat konten untuk klien yang menjadi tanggung jawab langsung, penulis juga beberapa kali berkesempatan menjadi talent dalam pembuatan konten untuk brand lain yang ditangani oleh Metamorphosys. Dalam peran ini, penulis terlibat sebagai model atau pengisi konten video dan foto, baik untuk kebutuhan campaign, konten hiburan, maupun promosi produk. Pengalaman ini memberikan pemahaman baru kepada penulis, tidak hanya dari sisi pengelolaan dan produksi konten, tetapi juga dari sisi visual dan penyampaian pesan melalui ekspresi dan gestur di depan kamera. Hal ini memperluas wawasan penulis mengenai proses kreatif secara menyeluruh, mulai dari perencanaan hingga eksekusi konten yang ditujukan untuk membangun komunikasi yang efektif dengan audiens.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses magang, penulis menghadapi beberapa kendala yang cukup menantang. Salah satu kesulitan utama adalah mencari ide konten yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan klien. Sebagai contoh, penulis pernah membuat rencana konten selama sebulan yang akhirnya ditolak oleh klien karena tema atau konten tersebut sudah tidak lagi tren atau tidak sesuai dengan brand yang mereka representasikan. Hal ini mengajarkan penulis untuk lebih fleksibel dalam menyesuaikan ide konten dengan perkembangan tren dan karakter brand klien.

Selain itu, penulis juga menghadapi tantangan dalam hal copywriting, dimana setiap klien memiliki cara komunikasi yang berbeda. Setiap brand memiliki ciri khas tersendiri dalam membuat konten, mulai dari tone of voice hingga hal-hal kecil seperti font tulisan yang digunakan. Menjaga konsistensi dalam copywriting sesuai dengan identitas brand klien merupakan tantangan tersendiri, yang membutuhkan perhatian ekstra agar konten tetap sesuai dengan ekspektasi klien.

Kesulitan lainnya adalah dalam interaksi dengan audiens, terutama terkait dengan product knowledge dari masing-masing brand klien. Untuk dapat menjawab pertanyaan audiens secara tepat, penulis sering kali harus berinteraksi terlebih

dahulu dengan klien untuk memastikan informasi produk yang benar. Proses ini terkadang memakan waktu lebih lama daripada yang diharapkan, karena membutuhkan klarifikasi dan pemahaman yang mendalam terhadap produk klien.

Terakhir, penulis juga merasa kesulitan dalam memberikan inovasi baru kepada klien. Minimnya pengalaman di dunia kerja menghambat penulis dalam mengembangkan ide-ide segar yang dapat diimplementasikan dalam strategi pemasaran klien. Meskipun demikian, kendala-kendala ini memberikan pengalaman berharga yang mendorong penulis untuk terus belajar dan beradaptasi dalam menghadapi tantangan dunia kerja.

Kendala-kendala yang dialami selama magang secara langsung berkaitan dengan tujuan-tujuan yang ingin dicapai oleh penulis. Kesulitan dalam mencari ide konten yang sesuai dengan kebutuhan klien menegaskan pentingnya mempelajari teknik pengelolaan media sosial yang efektif serta memahami proses kreatif dalam pembuatan konten dan kampanye pemasaran yang relevan. Tantangan dalam menjaga konsistensi copywriting menunjukkan kebutuhan untuk mengembangkan kemampuan komunikasi dan hubungan kerja dengan klien serta tim internal perusahaan agar dapat menghasilkan konten yang sesuai dengan karakteristik dan strategi branding masing-masing klien.

Kesulitan dalam berinteraksi dengan audiens karena keterbatasan product knowledge memperkuat tujuan untuk mendapatkan wawasan mendalam mengenai berbagai jenis bisnis dan strategi branding yang dijalankan klien Metamorphosys. Selain itu, kendala dalam memberikan inovasi baru menegaskan pentingnya membangun dasar keterampilan dan pengetahuan yang kuat sebagai bekal dalam meniti karier di bidang marketing dan industri kreatif. Dengan demikian, setiap kendala yang dihadapi menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran yang mendukung pencapaian tujuan magang secara menyeluruh.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang ditemukan selama proses magang, penulis menerapkan beberapa solusi yang membantu mempermudah dan mempercepat pekerjaan serta meningkatkan kualitas hasil yang diberikan. Dalam mencari ide konten yang sesuai dengan kebutuhan klien, penulis mulai lebih sering melakukan riset tren terkini melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Youtube. Selain itu, penulis berdiskusi lebih intens dengan tim dan klien untuk memastikan ide konten yang disusun tetap relevan dan sesuai dengan brand identity klien, sambil tetap fleksibel dan cepat beradaptasi dengan perubahan tren.

Dalam hal copywriting, penulis mengatasi kesulitan dalam menjaga konsistensi brand voice dengan mempelajari brand guidelines setiap klien secara mendalam. Hal ini mencakup tone of voice, gaya bahasa, dan elemen visual yang harus dipertahankan dalam setiap konten. Penulis juga lebih sering berkolaborasi dengan tim kreatif untuk memastikan setiap konten yang diproduksi sesuai dengan gaya komunikasi dan pesan yang ingin disampaikan klien kepada audiens.

Terkait dengan interaksi dengan audiens dan product knowledge, penulis mulai lebih sering berkomunikasi dengan klien untuk mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan mendalam tentang produk yang mereka tawarkan. Penulis juga mempelajari website klien dan aktif mengikuti setiap pertemuan mingguan (weekly meeting) yang membahas perkembangan dan strategi brand. Dengan cara ini, penulis dapat membuat catatan rinci tentang produk dan layanan klien, sehingga dapat memberikan jawaban yang lebih cepat dan tepat kepada audiens, mengurangi waktu yang dibutuhkan untuk berinteraksi, serta memastikan respons yang diberikan sesuai dengan harapan klien.

Untuk menghadapi kendala dalam memberikan inovasi baru, penulis berusaha memanfaatkan pengalaman yang ada dengan lebih fokus pada pemahaman kebutuhan klien dan tren pasar saat ini. Penulis juga aktif berdiskusi dengan supervisor dan tim untuk mendapatkan masukan dan arahan yang membantu dalam

mengembangkan ide-ide yang sesuai dan praktis untuk kampanye pemasaran yang dijalankan.

Solusi-solusi yang diterapkan penulis selama magang juga selaras dengan tujuan-tujuan yang ingin dicapai. Misalnya, dengan rutin melakukan riset tren terkini dan berdiskusi intensif bersama tim dan klien dalam menyusun ide konten, penulis berhasil mempelajari teknik pengelolaan media sosial yang efektif untuk membangun dan meningkatkan brand awareness klien. Upaya mempelajari brand guidelines dan berkolaborasi dengan tim kreatif dalam menjaga konsistensi copywriting mendukung pemahaman proses kreatif dalam pembuatan konten dan kampanye pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan klien.

Komunikasi yang lebih sering dengan klien serta pemahaman mendalam melalui website dan weekly meeting memperkuat kemampuan komunikasi dan hubungan kerja dengan klien serta tim internal perusahaan. Selain itu, aktivitas tersebut memberikan wawasan yang lebih luas mengenai karakteristik dan strategi branding dari berbagai jenis bisnis yang menjadi klien Metamorphosys. Terakhir, dengan fokus pada pemahaman kebutuhan klien dan tren pasar serta diskusi bersama supervisor dan tim dalam mengembangkan ide-ide inovatif, penulis turut membangun dasar keterampilan dan pengetahuan yang kuat sebagai bekal untuk meniti karier di bidang marketing dan industri kreatif. Dengan demikian, solusi yang dijalankan tidak hanya mengatasi kendala, tetapi juga mendukung pencapaian tujuan magang secara menyeluruh.