

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Proses dan praktik kerja magang berlangsung selama 4 bulan (3 Februari 2025 - 5 Juni 2025). Penulis memiliki tanggung jawab untuk melakukan kegiatan kerja magang sebagai *Digital and Social Media Intern* yang berada di bawah divisi marketing yang dikelola langsung oleh Manager *General Marketing* sekaligus merangkap sebagai supervisor *Digital and Social Media* yang bernama Ginanjar Nandawiguna pada perusahaan yang bergerak dalam bidang hukum. Divisi Digital and Social Media terdiri dari 3 orang termasuk penulis. Aktivitas kerja magang berlangsung selama 5 hari dengan sistem *Work From Office* (WFO) yang berlokasi di Kantor Legalist Indonesia (Ruko Aniva Grande Blok G1 No 9, Gading Serpong, Kec. Tangerang, Kabupaten Tangerang, Banten 15334). Aktivitas kerja magang dilaksanakan dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB.

Selama proses kerja magang, dilakukan sesi briefing dan meeting kecil antara tim departemen kreatif untuk mengetahui *job desc* yang akan dilaksanakan selama proses kerja magang berlangsung. Setelah itu diberikan product knowledge dan jasa yang dijual oleh perusahaan untuk mengaitkannya dengan tugas yang akan dikerjakan selama kerja magang. Ada beberapa *job desc* yang diberikan dalam pelaksanaan magang di bidang *Digital & Social Media*, yaitu sebagai *talent (shooting)*, *copywriter*, dan *editing* untuk konten-konten yang akan dibuat di media sosial khususnya Instagram.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas kerja magang yang dilakukan oleh seorang *Digital & Social Media* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

<i>Shooting</i>	Pada saat <i>shooting</i> , penulis berperan sebagai <i>talent</i> yang perlu memahami isi dan tujuan konten, membangun koneksi dengan audiens, menjaga konsistensi dan profesionalitas Perusahaan Legalist Indonesia, dan mampu adaptif dalam proses produksi konten.
<i>Copywriting</i>	Menerjemahkan bahasa hukum menjadi pesan yang sederhana, menyusun <i>copy</i> untuk berbagai platform, menjaga identitas perusahaan yang profesional namun tetap santai, dan berkoordinasi dengan tim lain.
<i>Editing</i>	Editor sebagai juru rasa dan legalist Indonesia adalah sumber konten hukum. Keduanya meracik bahan mentah berupa informasi hukum, lalu mencampurnya dengan visual, musik, dan tempo yang pas, lalu menyajikannya dalam bentuk video yang bikin orang nonton sampai habis hingga paham. Dikemas secara profesional namun tetap santai.

Tabel 3.2.1 Tugas Utama *Digital & Social Media*

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

No.	Pekerjaan	Minggu ke-															
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1.	Shooting																
2.	Copywriting																
3.	Editing																

Tabel 3.2.1 Jadwal Uraian Pekerjaan

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama 4 bulan dilakukan berbagai jenis pekerjaan mulai dari proses *shooting* hingga *editing* yang melibatkan banyak pihak. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang public speaking, penulisan yang baik, benar dan *engaging*, dan *editing skill*. Ketiga pekerjaan ini pasti akan dilakukan setiap minggu, dari minggu pertama hingga minggu ke-16. Biasanya, Legalist Indonesia akan melakukan *shooting* sebanyak 4 konten video dan 2 konten foto setiap

minggunya untuk di *upload* di Instagram Legalist. Serta membuat *copywriting* hingga *editing* di minggu yang sama.

Selama menjalani magang di Divisi Digital and Social Media Legalist Indonesia, penulis terlibat dalam kegiatan shooting, copywriting, dan editing yang dilakukan secara rutin setiap minggu. Ketiga aktivitas tersebut dapat dikaitkan secara langsung dengan kerangka kerja SOSTAC (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control) yang dikembangkan oleh Paul R. Smith dan telah diperbarui dalam lima tahun terakhir untuk menjawab tantangan era pemasaran digital modern.

Tahap Situation tercermin dari analisis awal terhadap kebutuhan audiens, khususnya pelaku UMKM yang masih awam terhadap hukum. Objectives ditetapkan dalam bentuk target mingguan seperti peningkatan engagement dan brand awareness. Strategy difokuskan pada pendekatan komunikasi yang santai namun edukatif, agar konten hukum dapat diterima secara luas oleh audiens muda. Taktik diterapkan melalui aktivitas teknis seperti shooting dilakukan untuk menyampaikan pesan secara visual, copywriting untuk mengubah istilah hukum menjadi narasi yang sederhana, dan editing untuk menyajikan video yang menarik dan sesuai tren media sosial. Tahap Action dilaksanakan secara terstruktur melalui pembagian tugas mingguan dan pemanfaatan tools digital seperti Meta Business Suite. Sementara itu, Control dilakukan melalui evaluasi performa konten berdasarkan insight seperti *reach*, *like*, dan *comment*, yang menjadi dasar pengambilan keputusan konten berikutnya.

Dengan demikian, seluruh proses magang tidak hanya bersifat operasional, tetapi juga mencerminkan penerapan strategi pemasaran digital yang sistematis, sesuai dengan teori SOSTAC versi terbaru yang menekankan peran konten berbasis data, kecepatan adaptasi, dan evaluasi berkelanjutan.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

A. Shooting



Pada saat shooting, penulis berperan sebagai talent. Sebelum proses shooting dimulai, penulis wajib mempelajari script atau garis besar materi yang akan disampaikan. Karena Legalist Indonesia bergerak di bidang layanan hukum digital, maka penting bagi penulis untuk memahami konteks hukum yang dibahas, apakah itu mengenai pendirian PT, pendaftaran merek, perjanjian kerja, atau legalitas bisnis online. Penulis harus bisa menyampaikan informasi tersebut dengan bahasa yang sederhana namun tetap akurat di media sosial.

Misalnya, mengubah istilah “akta pendirian” menjadi “surat resmi untuk memulai bisnis secara legal” agar lebih mudah dipahami masyarakat umum yang belum begitu mengerti tentang legalitas. Sebagai talent, hook konten, ekspresi, intonasi suara, dan cara penulis berbicara akan sangat menentukan audiens mau menerima atau mengabaikan pesan hukum yang ingin disampaikan. Penulis harus tampil percaya diri dan *friendly* pada saat shooting. Untuk mencapai tujuan ini, penulis sering melakukan latihan dengan melatih secara terus menerus berbicara dengan tim kreatif untuk memastikan bahwa cara penulis menyampaikan informasi sudah sesuai dengan tone yang

diinginkan oleh style Legalist, yaitu profesional, edukatif, namun tetap santai. Setiap kali tampil dalam konten, penulis juga membawa identitas Legalist Indonesia.

Maka dari itu, perlu menjaga citra profesionalisme dan kredibilitas merek. Itu termasuk berpakaian rapi sesuai pedoman visual, menggunakan diksi yang sesuai dengan nilai brand, serta menjaga etika di depan maupun di balik kamera. Karena di lapangan sering terjadi perubahan script secara mendadak, melakukan retake karena teknis, atau bahkan harus improvisasi saat materi terasa kurang engaging, dalam situasi ini penulis harus cepat beradaptasi dan tetap menjaga energi positif sepanjang proses shooting agar hasil akhir konten tetap maksimal. Proses shooting juga dilakukan dengan menggunakan kamera HP (Iphone 13) milik salah satu tim kreatif dari Legalist Indonesia. Semua proses pengambilan video dilakukan menggunakan Iphone tersebut yang sudah diatur kualitas kamera videonya.

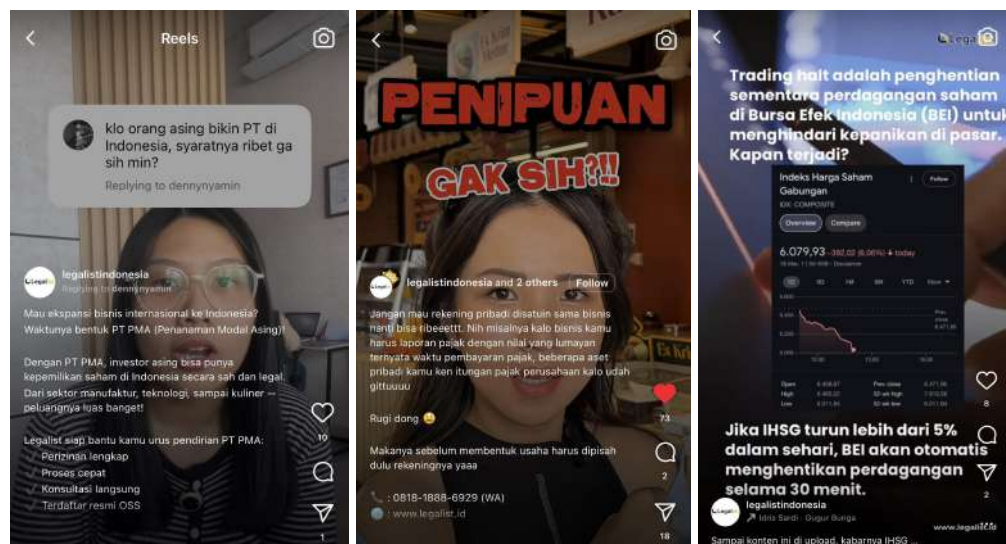
Kegiatan shooting yang dilakukan penulis selama magang di Legalist Indonesia tidak hanya berfungsi sebagai produksi konten visual, tetapi juga merupakan bagian dari strategi komunikasi digital yang selaras dengan teori SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) oleh Paul R. Smith.

Pada tahap *Situation*, penulis memahami bahwa target audiens Legalist adalah pelaku UMKM dan masyarakat umum yang belum familiar dengan istilah hukum. Hal ini menjadi dasar dalam menyusun pendekatan komunikasi yang sederhana dan mudah dipahami. Tahap *Objectives* ditetapkan untuk menyampaikan informasi hukum secara menarik dan meningkatkan engagement di media sosial. Untuk mencapainya, *Strategy* yang digunakan adalah penyampaian pesan secara profesional namun santai, dengan gaya bahasa yang ringan agar konten terasa lebih dekat dengan audiens. *Tactics* diwujudkan melalui teknik penyampaian yang *engaging*, latihan intensif bersama tim kreatif, dan penggunaan perangkat sederhana seperti kamera iPhone 13. Penulis juga menjaga penampilan dan ekspresi agar sesuai dengan

citra brand. Pada tahap *Action*, *shooting* dilakukan rutin setiap minggu, dengan adaptasi cepat terhadap perubahan naskah dan situasi teknis. Sementara itu, Control dilakukan melalui evaluasi performa konten berdasarkan data keterlibatan audiens seperti *likes*, *saves*, dan *comments*.

Secara keseluruhan, proses *shooting* mencerminkan implementasi nyata dari teori SOSTAC, di mana setiap tahap dijalankan secara terstruktur untuk mendukung keberhasilan strategi pemasaran digital Legalist Indonesia.

B. Copywriting



Sebagai seorang *copywriter*, tugas penulis bukan hanya sekadar menulis teks yang menarik, melainkan perlu mengkomunikasikan dunia hukum yang rumit dan formal dengan cara yang mudah dipahami oleh masyarakat umum, terutama bagi pelaku UMKM dan *startup* yang menjadi target utama layanan kami. Hukum sering dianggap rumit, kaku, dan eksklusif, padahal pada dasarnya, hukum berada di seluruh aspek kehidupan, terutama dalam bisnis. Tugas penulis yaitu mengubah istilah-istilah teknis seperti “pendirian badan hukum”, “kontrak kerja sama”, atau “perlindungan kekayaan intelektual” menjadi narasi yang *relatable* dan mudah dipahami di telinga audiens.

Contohnya, “Anda perlu mengurus legalitas badan usaha sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku,”. Maka penulis akan menulis, “Biar usahamu aman secara hukum, nggak cuma jalan aja, yuk mulai urus legalitasnya sekarang!”. Dengan pendekatan ini, penulis bisa menciptakan koneksi emosional yang lebih melekat pada audiens. Sebagai *copywriter* juga perlu menjaga karakteristik dan gaya komunikasi perusahaan, terutama hook yang akan menentukan konten tersebut akan dinikmati audiens sampai akhir atau tidak. Di era digital sekarang ini, penulis yang bekerja sebagai *copywriter* sangat terbantu karena adanya AI, penggunaan AI di website maupun aplikasi bisa menjadi alat yang sangat berguna karena mempercepat proses *brainstorming*, penulisan naskah sehingga meningkatkan efisiensi waktu dan tenaga dan memaksimalkan optimalisasi *copywriting*.

Dalam peran sebagai *copywriter* di Legalist Indonesia, penulis tidak hanya bertugas menulis teks yang menarik, tetapi juga bertanggung jawab menyederhanakan istilah hukum yang formal dan teknis menjadi pesan yang mudah dipahami oleh masyarakat umum, khususnya pelaku UMKM dan startup. Dalam praktiknya, aktivitas ini mencerminkan proses komunikasi digital yang strategis dan selaras dengan kerangka kerja SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) yang dikembangkan oleh Paul R. Smith, serta diperkuat dengan pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) yang kini semakin relevan dalam industri kreatif.

Pada tahap *Situation*, penulis memahami bahwa hukum kerap dianggap rumit dan eksklusif oleh target audiens Legalist. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi perlu disesuaikan agar terasa relevan dan dekat dengan keseharian audiens. Hal ini menjadi landasan dalam menyusun gaya komunikasi yang lebih ringan dan membumi. *Objectives* dari kegiatan *copywriting* adalah menyampaikan edukasi hukum secara menarik, meningkatkan *engagement*, dan memperkuat citra Legalist sebagai layanan hukum yang profesional namun mudah diakses. Untuk mencapai tujuan ini, *Strategy* yang diterapkan adalah membangun koneksi emosional dengan audiens melalui narasi yang

relatable dan tidak terlalu teknis. Contohnya, kalimat “Anda perlu mengurus legalitas badan usaha sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku,” diubah menjadi, “Biar usahamu aman secara hukum, nggak cuma jalan aja, yuk mulai urus legalitasnya sekarang!”

Pada tahap *Tactics*, penulis menjaga karakter komunikasi perusahaan dan memastikan setiap kalimat yang ditulis sesuai dengan identitas brand yang edukatif, santai, namun tetap kredibel. Di sinilah peran teknologi AI sangat membantu. *Tools* berbasis AI digunakan untuk mempercepat proses *brainstorming* ide, membuat variasi copy yang efektif, dan menyarankan gaya bahasa yang lebih engaging. Hal ini meningkatkan efisiensi kerja dan memperkaya alternatif pendekatan penulisan. *Action* dilakukan secara rutin dalam bentuk pembuatan caption, naskah video pendek, hingga copy carousel yang diunggah setiap minggu. AI juga dimanfaatkan dalam proses tersebut, seperti mengembangkan draft awal, mengecek konsistensi gaya bahasa, atau menghasilkan keyword yang sesuai dengan audiens target. Tahap *Control* dijalankan dengan mengevaluasi performa konten melalui insight media sosial seperti *like*, *save*, *comment*, dan *reach*. Data ini menjadi bahan pertimbangan untuk mengukur efektivitas copy dan memperbaikinya di konten berikutnya. Bahkan, beberapa tools AI juga dapat menganalisis performa dan memberikan rekomendasi peningkatan secara otomatis.

Dengan demikian, peran penulis sebagai *copywriter* tidak hanya terbatas pada kreativitas, tetapi juga melibatkan penerapan strategi komunikasi digital yang terencana melalui pendekatan SOSTAC. Didukung dengan pemanfaatan AI, proses kerja menjadi lebih efisien, responsif terhadap data, dan relevan dengan kebutuhan komunikasi digital modern.

C. Editing



Masih banyak masyarakat di luar sana yang terus berpikir bahwa hukum itu rumit, kaku, dan bahkan mengerikan di tengah gempuran informasi digital. Legalist Indonesia hadir sebagai perusahaan legalitas dengan menyajikan konten hukum yang akurat dengan cara yang ringan, akrab, dan menyenangkan. Salah satu faktor yang berkontribusi pada keberhasilan ini adalah peran editor yang memiliki kemampuan teknis untuk mengemas konten video maupun foto yang fun dan akrab namun tetap ada maknanya. Aplikasi yang digunakan Legalist untuk mengedit yaitu Cap Cut Pro dan Canva Pro. Aplikasi tersebut sangat membantu proses pengeditan karena sudah cukup modern dan *update* untuk beberapa *tools* yang diperlukan. Proses pengeditan juga dilakukan menggunakan HP Iphone 13 yang sudah cukup canggih untuk kualitas yang dihasilkan dari editannya.

Editor bukan hanya sekadar "potong sambung video", namun tugasnya adalah mengolah materi hukum, yang seringkali sulit dibuat menjadi video yang informatif dan menarik. Mulai dengan *motion graphic* yang sederhana, tambahkan *meme* yang sesuai, hingga harus bisa membuat transisi yang menarik. Semua disusun dengan cara yang nyaman sehingga penonton dapat mempelajari hukum tanpa merasa seperti sedang di kelas. Legalist Indonesia

bekerja sama dengan *brand ambassador*, seorang *food vlogger* yang cukup dikenal dengan nama Cella Rakus (@cellarakus).

Sehingga, editor harus bisa menyesuaikan nada visual dan alur cerita agar tetap konsisten. Setiap video memiliki alur bahkan ketika membuat video edukasi hukum. Editor dapat memotong bagian-bagian yang tidak perlu, menambahkan teks penjelasan, mempercepat bagian tertentu, atau memberi jeda pada saat yang tepat agar konten tidak bertele-tele dan audiens bisa paham mengenai pesan dari video tersebut. Editor juga perlu melakukan *brainstorming* dan berkolaborasi dengan tim lainnya agar hasil akhir tidak hanya bagus secara teknis, tapi juga kuat secara pesan. Karena video yang bagus tidak selalu viral. Sehingga, editor harus tetap mengikuti tren dari TikTok dan Instagram Reels. Dalam proses editing, format kotak, *caption auto*, dan hook dalam 3 detik pertama dipertimbangkan. Namun, isi harus sesuai dengan tujuan Legalist Indonesia yaitu memberikan literasi hukum yang berkualitas.

Dalam era digital yang dipenuhi informasi cepat dan pendekatan visual yang dominan, peran editor di Legalist Indonesia memegang peranan penting dalam menyampaikan pesan hukum secara efektif. Editor tidak hanya bertugas menyambung potongan video, melainkan juga menyusun narasi visual yang mampu mengubah materi hukum yang kaku menjadi konten yang ringan, menarik, dan tetap bermakna. Pendekatan ini selaras dengan kerangka kerja SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) yang dikembangkan oleh Paul R. Smith, terutama dalam konteks pemasaran digital berbasis konten.

Tahap pertama, *Situation*, menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang memandang hukum sebagai hal yang rumit dan menakutkan. Legalist hadir menjawab masalah ini dengan menghadirkan konten yang akurat namun dikemas secara ringan dan menyenangkan. Editor berperan penting untuk memahami kondisi ini dan menyusun bentuk penyajian yang dapat diterima

dengan nyaman oleh target audiens, yaitu pelaku UMKM dan masyarakat digital muda.

Pada tahap *Objectives*, tujuan yang ingin dicapai melalui konten visual adalah meningkatkan literasi hukum di kalangan publik melalui media sosial. Video yang dibuat tidak hanya harus menarik, tetapi juga harus edukatif, mudah dipahami, dan konsisten dengan nilai-nilai Legalist. *Strategy* yang digunakan adalah menghadirkan konten hukum dalam format storytelling visual yang engaging, memadukan edukasi dan hiburan (*edutainment*). Penggunaan brand ambassador seperti Cella Rakus (@cellarakus) menambah sentuhan personal dan akrab, yang memperkuat daya tarik konten. Editor harus mampu menjaga alur narasi visual agar tetap selaras dengan karakter brand dan gaya komunikasinya.

Pada tahap *Tactics*, editor menggunakan aplikasi modern seperti CapCut Pro dan Canva Pro, serta perangkat iPhone 13 untuk menghasilkan kualitas visual yang optimal. Dalam setiap video, editor menerapkan prinsip storytelling seperti membuat hook yang kuat dalam 3 detik pertama, menambahkan teks otomatis, membuat transisi yang mulus, serta menyesuaikan tempo agar tidak membosankan. Format konten pun disesuaikan untuk Instagram Reels dan TikTok, seperti aspek visual 9:16, motion ringan, hingga penggunaan meme yang relevan agar konten terasa lebih hidup. Action dilakukan melalui kolaborasi rutin antar tim editor, copywriter, hingga talent untuk brainstorming konsep, menyesuaikan gaya visual, serta melakukan proses editing setiap minggunya. Setiap konten yang diproduksi melewati proses revisi, diskusi, dan penyesuaian hingga mencapai kualitas yang sesuai dengan standar Legalist Indonesia.

Tahap terakhir, *Control* dilakukan dengan mengevaluasi performa konten berdasarkan metrik sosial media seperti *retention rate*, *likes*, *share*, dan *save*. Hasil evaluasi ini menjadi dasar untuk memperbaiki tempo visual, memperkuat *call to action*, atau menyesuaikan durasi konten agar lebih efektif di kemudian hari. Selain itu, editor juga terus mengikuti tren platform seperti

TikTok dan Instagram untuk menjaga relevansi konten di mata audiens. Dengan menerapkan prinsip-prinsip dalam teori SOSTAC, editor di Legalist Indonesia tidak hanya menjadi pelaksana teknis, tetapi juga bagian dari strategi komunikasi digital yang utuh mengubah hukum menjadi sesuatu yang tidak lagi menakutkan, tetapi informatif, akrab, dan menyenangkan untuk dipelajari.

3.2.3 Benefit Magang di Legalist Indonesia

Magang di Legalist Indonesia memberikan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis, tidak hanya dalam pengembangan keterampilan profesional, tetapi juga dalam memperluas pemahaman mengenai praktik hukum yang terintegrasi dengan komunikasi digital. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang layanan hukum legalitas usaha dengan pendekatan berbasis media sosial, Legalist Indonesia menawarkan lingkungan kerja yang dinamis, edukatif, dan relevan dengan tantangan dunia kerja saat ini.

Salah satu manfaat utama yang penulis rasakan adalah **peningkatan pemahaman praktis mengenai hukum bisnis**. Selama magang, penulis terlibat dalam berbagai diskusi dan produksi konten yang membahas topik-topik penting seperti pendirian badan hukum, kontrak kerja sama, pendaftaran merek, hingga perlindungan kekayaan intelektual. Pengalaman ini memperluas wawasan penulis dalam mengaplikasikan konsep hukum ke dalam konteks nyata dan aplikatif, khususnya bagi pelaku UMKM dan startup.

Di sisi lain, melalui tugas sebagai *content creator* di Divisi *Digital and Social Media*, penulis juga memperoleh **keterampilan menyampaikan informasi hukum secara ringan dan komunikatif**. Ini menjadi tantangan tersendiri karena hukum dikenal sebagai bidang yang kaku dan kompleks. Penulis dilatih untuk menyederhanakan istilah hukum menjadi narasi yang mudah dipahami dan tetap akurat, serta menyusun copywriting yang menarik perhatian audiens media sosial.

Benefit lainnya adalah **kemampuan bekerja lintas tim dan kolaborasi multidisiplin**. Selama magang, penulis bekerja sama dengan tim hukum, tim kreatif, dan tim media sosial dalam menyusun strategi konten, melakukan proses shooting, hingga editing video. Proses ini mengajarkan pentingnya komunikasi yang efektif dan koordinasi yang baik untuk menghasilkan konten yang informatif dan tetap sesuai dengan identitas brand Legalist.

Legalist Indonesia juga memperkenalkan penulis pada penggunaan berbagai **tools digital profesional**, seperti Meta Business Suite, Cap Cut Pro, Canva Pro, dan Notion. Penguasaan terhadap tools tersebut memperkuat kesiapan penulis dalam menghadapi dunia kerja digital yang menuntut efisiensi dan kreativitas dalam waktu bersamaan. Selain itu, magang ini turut mengasah **soft skill** penting seperti *public speaking*, *storytelling*, *time management*, dan berpikir kritis. Penulis sering dilibatkan sebagai talent dalam konten video edukasi hukum, yang menuntut kepercayaan diri, ekspresi yang komunikatif, serta kemampuan mengontrol pesan secara tepat di depan kamera.

Secara keseluruhan, pengalaman magang di Legalist Indonesia memberikan kombinasi antara pengetahuan hukum, keterampilan komunikasi digital, dan pembelajaran kerja kolaboratif yang komprehensif. Semua manfaat ini menjadi bekal penting bagi penulis dalam pengembangan karier ke depan, baik di bidang hukum, media, maupun industri kreatif digital.

3.2.4 Kendala Utama

Dalam praktik magang sebagai Legalist Indonesia dalam *Digital & Social Media*, terdapat beberapa kendala selama menjalani proses magang di Divisi *Digital and Social Media* Legalist Indonesia, penulis turut mengamati beberapa kendala operasional yang terjadi, baik dalam lingkup divisi tempat penulis bekerja maupun secara umum di perusahaan. Legalist Indonesia sebagai penyedia layanan hukum digital menghadapi tantangan tersendiri dalam menjaga efisiensi operasional dan konsistensi kualitas layanan. Dari sudut divisi *Digital and Social*

Media, kendala utama terletak pada sinkronisasi antara konten kreatif dan informasi hukum. Tim kreatif perlu menyampaikan pesan hukum secara ringan dan menarik, namun tetap akurat. Proses ini membutuhkan koordinasi intensif dengan tim hukum agar tidak terjadi kesalahan dalam penyampaian informasi kepada publik. Selain itu, proses produksi konten juga sering menghadapi keterbatasan waktu dan alat, termasuk retake mendadak, perubahan naskah, dan keterbatasan perangkat editing.

Secara operasional keseluruhan, Legalist Indonesia menghadapi tantangan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan regulasi hukum yang cepat, seperti pembaruan dalam sistem OSS atau perizinan berbasis risiko. Tim harus terus memperbarui prosedur kerja agar sesuai dengan aturan terbaru. Rendahnya literasi hukum dari klien juga menjadi hambatan, karena banyak pelaku UMKM belum memahami pentingnya legalitas usaha, sehingga proses layanan kerap tertunda akibat dokumen yang tidak lengkap atau miskomunikasi. Di sisi teknis, perusahaan sangat bergantung pada sistem digital pemerintah. Belakangan ini, salah satu kendala yang cukup menghambat adalah gangguan pada sistem Coretax Direktorat Jenderal Pajak (DJP). Sistem ini digunakan untuk pembuatan dan aktivasi NPWP, yang menjadi syarat penting dalam pendirian badan usaha. Ketika sistem Coretax mengalami error atau *downtime*, proses legalitas menjadi tertunda dan memengaruhi kepuasan klien.

Kendala-kendala tersebut menunjukkan bahwa operasional di bidang hukum legalitas memerlukan koordinasi antartim yang baik, kemampuan adaptasi terhadap regulasi, serta kesiapan menghadapi gangguan eksternal. Penanganan kendala ini menjadi bagian penting dari upaya menjaga profesionalisme dan kepercayaan klien terhadap Legalist Indonesia sebagai layanan hukum digital yang andal.

Salah satu kendala utama di divisi adalah kurangnya sinkronisasi antara tim hukum dan tim kreatif, khususnya dalam menyampaikan informasi hukum yang ringan namun tetap akurat. Jika dikaitkan dengan teori SOSTAC, kendala ini berkaitan dengan bagian *Tactics*, yaitu penerapan strategi secara teknis. Ketidaktepatan dalam pelaksanaan taktik dapat mengurangi efektivitas

komunikasi. Secara lebih luas, perusahaan juga terdampak oleh gangguan sistem Coretax DJP, yang memperlambat proses aktivasi NPWP klien. Hal ini menunjukkan tantangan dalam aspek *Control* dalam SOSTAC, yaitu kendali atas hasil dan kemampuan beradaptasi terhadap gangguan eksternal. Melalui kerangka SOSTAC, dapat dipahami bahwa keberhasilan operasional bukan hanya soal strategi, tetapi juga tentang bagaimana taktik dijalankan dan bagaimana perusahaan mengontrol hasil dalam situasi yang dinamis.

3.2.5 Solusi

Solusi atas kendala yang ditemukan selama proses kerja magang di Legalist Indonesia, sebagai berikut:

- Untuk mengatasi kurangnya sinkronisasi antara tim hukum dan tim kreatif, perusahaan dapat menerapkan sistem briefing terstruktur secara rutin sebelum produksi konten. Setiap naskah atau ide visual perlu melalui proses validasi oleh tim hukum agar informasi tetap akurat. Selain itu, pembentukan dokumen panduan komunikasi brand (*brand tone guideline*) khusus untuk konten hukum akan membantu semua tim bekerja dalam satu arah.
- Menghadapi gangguan sistem eksternal seperti Coretax DJP, Legalist perlu menyiapkan prosedur darurat (*contingency plan*), seperti pemberitahuan resmi kepada klien terkait keterlambatan teknis dan estimasi waktu layanan. Komunikasi proaktif ini menjaga kepercayaan klien dan mengurangi eskalasi komplain. Legalist juga dapat menyusun sistem antrean internal agar pengelolaan dokumen tetap berjalan saat sistem kembali aktif.
- Untuk meningkatkan literasi hukum klien, Legalist dapat memperbanyak konten edukasi dasar seputar pentingnya legalitas usaha melalui media sosial. Format sederhana seperti carousel, video pendek, atau *live session*

Q&A bisa mempercepat pemahaman klien terhadap dokumen dan prosedur yang diperlukan.

- Agar dapat menghadapi beban kerja yang meningkat, perusahaan dapat mulai mengembangkan sistem manajemen proyek digital, seperti penggunaan Trello, Notion, atau platform CRM. Hal ini akan membantu pembagian tugas lebih efisien, menghindari penumpukan pekerjaan, dan mempercepat koordinasi antar tim.