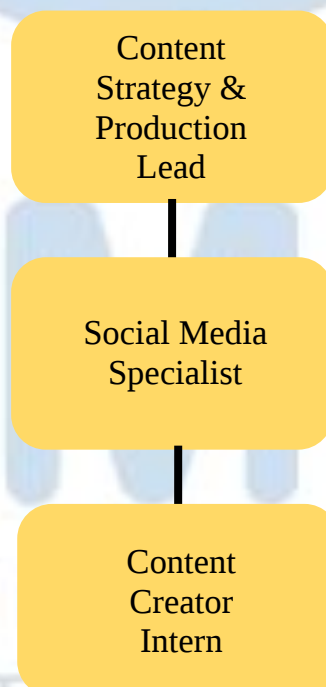


BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama masa program magang di PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors, penulis bergabung dalam tim kreatif yang berfokus pada *Content Strategy & Production Lead*. Penulis yang ditempatkan sebagai *Content Creator Intern* memiliki peran untuk menjalankan dan mengeksekusi strategi pemasaran digital melalui platform media sosial yang sudah dikurasi oleh PT Mitra Belanja Gemilang. Penulis bekerja secara langsung dibawah section *Content Strategy & Production Lead* selaku supervisor utama penulis, yang lalu dipecahkan ke bagian yang lebih terspesifikasi di section *Social Media Specialist* selaku supervisor atau PIC penulis. Berikut adalah gambaran dari alur kerja penulis sebagai *Content Creator Intern*.



Gambar 3.1 Alur Koordinasi Tugas
Sumber Dokumen Pribadi (2025)

Penulis akan merancang sebuah konsep berbentuk script beserta gambaran besar konten yang akan dibuat– yang lalu diberikan kepada section Lead untuk mendapatkan baik persetujuan maupun masukan terkait. Setelah konsep yang dibuat telah disetujui Lead, penulis akan terus melanjutkan di tahap persiapan dan *shooting* sesuai dengan konsep dan script konten– rekaman tersebut akan dijahit lalu dikirimkan untuk approval dari Lead sebelum diteruskan kepada tim editor untuk diedit lebih lanjut. Produk yang akan di highlight pada konten ditentukan seluruhnya oleh bagian Lead.

Pada bulan pertama program magang di PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors, penulis hanya ditugaskan untuk memproduksi konten dari tahap *scripting*, *shooting* dan *editing*– namun semakin berjalannya waktu, penulis diberikan tugas *copywriting* sekaligus mengelola akun media sosial Lumecolors di Tiktok dan Instagram. Proses *copywriting* penulis pun melalui alur yang serupa, dimana penulis akan merangkai draft *copywriting* untuk *caption* dan *headline* per konten yang akan dipublikasikan di platform media sosial Lumecolors– draft tersebut akan diberikan kepada section *Social Media Specialist* untuk approval maupun revisi yang diperlukan sebelum dipublikasikan.

Penulis juga diberikan tanggung jawab atas publikasi konten pada platform media sosial Lumecolors dengan memastikan bahwa konten diunggah sesuai dengan arahan *Social Media Specialist* dalam jangka waktu yang sudah ditentukan. Secara keseluruhan, komunikasi antara penulis dan tim konten dilakukan di platform digital, Telegram.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama total 640 jam kerja sebagai *Content Creator Intern*, penulis telah diberikan beberapa tugas yang berkontribusi langsung dalam strategi pemasaran perusahaan. Berikut adalah tugas-tugas yang sudah diberikan dan dilakukan oleh penulis selama program magang:

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Terdapat berbagai jenis aktivitas dalam *Marketing Communication*, salah satunya adalah *Social Media Marketing*– yang merupakan salah satu strategi pemasaran paling efektif dan fleksibel terutama dalam era digital. Aktivitas untuk menjalankan strategi *Social Media Marketing* pun bervariasi, salah satunya berupa *Content creation* yang biasanya berfokus dalam produksi video berdurasi singkat (30-60 detik) yang akan dipublikasikan di platform media sosial.

Selama masa program magang berlangsung, penulis ditanggung jawabkan dengan peran sebagai *content creator intern*. Tugas utama penulis selama program magang di PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors adalah untuk melaksanakan proses *content creation* dari tahap *scripting*, *shooting* hingga *editing*– dimana video draft yang sudah dibuat akan melalui proses persetujuan dari Lead sebelum diberikan kepada tim editor untuk di edit lebih lanjut. Selain itu, penulis juga ditugaskan di bagian copywriting, terutama untuk *caption* dan *headline* video konten yang akan dipublikasikan ke platform media sosial, yaitu Tiktok dan Instagram Lumecolors.

Dalam menjalankan peran dan tugas penulis sebagai *content creator intern*, telah disediakan *content planner* yang merekap video konten yang akan dibuat per bulannya. *Content planner* ini menjadi panduan baik bagi Lead, Social Media Specialist dan penulis untuk mengetahui produk apa yang di highlight, kode unik untuk video konten, tahap dimana video tersebut berada, content pillar, caption, headline, goals hingga PIC dari video konten tersebut. *Content planner* ini pun juga dibagi menjadi dua Google Sheets berbeda untuk produk Lume dan Lumecolors.

produk dan kualitasnya. Selain itu, penulis juga sempat diberikan tanggung jawab untuk menjadi salah satu *hand model* untuk material promosi produk terbaru Lumecolors, yaitu Cushion Foundation-nya dengan arahan dari tim editor, tim desain grafis, dan tim konten.

Berikut adalah *timeline* kerja yang sudah dilakukan penulis dalam bentuk tabel selama program magang di PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors berlangsung.

No.	Jenis Pekerjaan	Bulan															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Content Production (Scripting, Shooting, Editing)																
2.	Copywriting																
3.	Social Media Management																
4.	Product Tester																

Tabel 3.1 *Timeline* Kerja Magang
Sumber Dokumen Pribadi (2025)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

A. Content Production

Dalam era digital ini, hampir semua strategi pemasaran telah berpindah ke platform yang berbau digital– salah satunya adalah *Social Media Marketing*. Menurut Haryono (2023), *Social Media Marketing* adalah proses yang mendorong individu untuk melakukan pemasaran situs, *website*, produk atau layanan mereka melalui saluran pemasaran *online* (Haryono, 2023). Selama masa program magang penulis di PT

Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors sebagai *content creator intern*, penulis ditugaskan untuk memproduksi video berdurasi singkat untuk platform media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Peningkatan penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan Tiktok pun mempengaruhi tipe promosi yang didorong— dimana video berdurasi singkat lebih diprioritaskan oleh algoritma media sosial, dan menjangkau lebih banyak audiens.

Berikut adalah uraian lebih lengkap mengenai masing-masing tahap dalam *content production* di Lumecolors:

1. Scripting

Tahap ini merangkap berbagai jenis proses lainnya yang berakhir dengan konsep yang matang seperti; *brainstorming* dan riset. Penulis diberikan *product knowledge* yang meliputi semua produk Lume dan Lumecolors— *product knowledge* tersebut akan menjadi basis bagi penulis untuk mencari ide atau konsep yang menarik.

Disini penulis menerapkan prinsip AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dalam proses pembuatan script— model komunikasi yang menunjukkan tahap-tahap psikologis konsumen biasanya untuk membeli sesuatu (Kotler & Keller, Marketing Management, 2016). Prinsip ini dibagi menjadi 4 tahap; pertama, menarik perhatian audiens (*attention*) seperti menaruh *hook* di awal konten. Kedua, membangun rasa ketertarikan (*interest*) dengan menyajikan produk sebagai solusi dari *pain point* audiens. Ketiga adalah mengubah rasa ketertarikan menjadi keinginan (*desire*), misalnya dengan menunjukkan perbandingan sebelum dan sesudah pemakaian produk. Terakhir, mendorong audiens untuk melakukan tindakan pembelian— biasanya dengan *Call-to-Action* atau CTA (*action*).

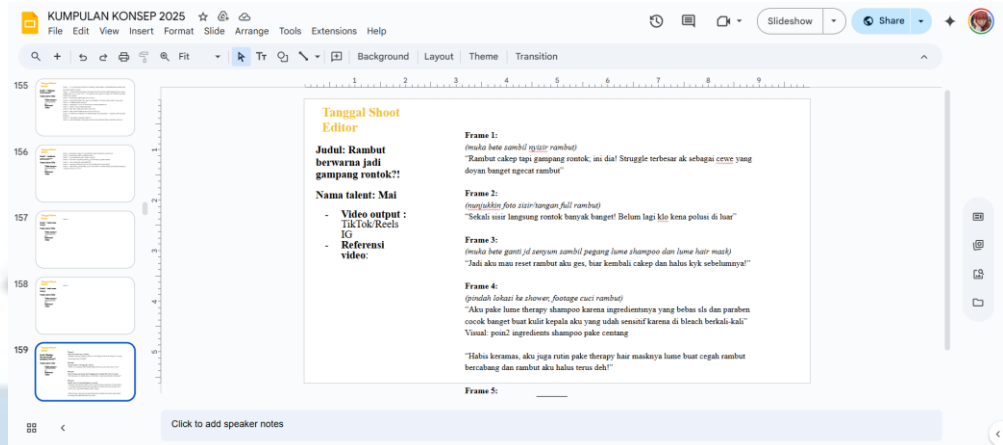
Salah satu contohnya adalah ketika penulis sedang membuat *script* untuk produk foundation Lumecolors. Pertama, penulis akan mencari *pain point* atau keluhan dari audiens yang biasanya menggunakan *foundation* seperti, base makeup yang gampang oksidasi sehingga

membuat hasil makeup tidak memuaskan. *Pain point* tersebut akan menjadi *hook* yang akan menarik perhatian audiens untuk terus menonton video. Lalu penulis akan memfokuskan satu atau dua manfaat dari *foundation* Lumecolors yang berhubungan dengan *pain point* sebelumnya untuk membangun rasa ketertarikan dalam audiens, misalnya kemampuan *foundation* Lumecolors yang bisa tahan hingga 16 jam.

Selanjutnya, penulis akan menampilkan performa dari *foundation* Lumecolors untuk lebih menekankan manfaat yang sudah disebut sebelumnya— misalnya dengan menunjukkan hasil makeup setelah dipakai seharian di bawah terik matahari dengan menggunakan *foundation* Lumecolors untuk mengubah rasa ketertarikan audiens sebelumnya menjadi keinginan untuk membeli. Terakhir, penulis akan membuat sebuah CTA untuk mendorong audiens untuk melakukan pembelian. Bentuk CTA ini pun beragam dari mengajak audiens untuk membeli produk atau dengan menyajikan harga spesial ataupun diskon.

Penulis dapat melakukan proses ini tanpa kesulitan karena adanya pembekalan dari mata kuliah Art, Copywriting & Creative Strategy yang dihadiri oleh penulis pada semester 3 sebelumnya— dimana penulis telah mempelajari dan mempraktikkan cara menulis *script* promosi yang menarik.

Untuk melancarkan proses persetujuan *scripting* selama masa program magang di PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors, telah disediakan *Google Presentation* dengan template konsep dari judul, nama talent, video *output*, referensi video hingga isi *script*. Fungsi dari *Google Presentation* ini adalah sebagai patokan— dimana link yang mengarahkan ke halaman *script* akan dilampirkan ke *content planner* untuk mengetahui isi dari sebuah kode konten.



Gambar 3.3 Slides Kumpulan Konsep Sumber Dokumen Perusahaan (2025)

Untuk bulan pertama program magang di PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors, proses persetujuan script dilakukan dengan melampirkan link Google Presentation dengan keterangan halaman berapa *script* berada di *group chat* tim konten di platform digital, Telegram. Namun untuk efisiensi dan kemudahan bagi tim tim konten, *script* akan dikirimkan langsung ke *group chat* Telegram tersebut dimana salah satu dari tim konten akan mengecek hasil *script* dan memberikan revisi atau persetujuan– memberikan izin untuk melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu, *shooting*.

2. Shooting

Pada tahap ini, penulis akan mulai mempersiapkan barang-barang dan fasilitas yang diperlukan– dari *tripod*, *handphone*, *microphone*, *makeup*, produk yang akan dipromosikan dan barang lainnya yang relevan dengan konsep atau *script* yang sudah disiapkan. Selama program magang di PT Mitra Belanja Gemilang, penulis diarahkan untuk menggunakan *handphone* dari kantor karena *handphone* pribadi penulis tidak memiliki kualitas kamera yang dibutuhkan.

Penulis dan rekan magang lainnya telah disediakan tempat khusus untuk tahap *shooting*– namun dengan kuantitas rekan magang saat program magang berlangsung, penulis dibebaskan untuk melakukan proses *shooting* di berbagai tempat lainnya seperti ruang *meeting*

ataupun *inner court*.



Gambar 3.4 Ruang Studio dan Ruang Live
Sumber Dokumen Perusahaan (2025)

Pada awal program magang berlangsung, penulis dibebaskan untuk memilih tipe konten apa yang ingin dibuat, baik itu berbicara langsung ke kamera atau dengan *voiceover*. Namun seiring waktu, tim konten, *digital advertiser manager* dan CEO menunjukkan preferensi untuk video dengan gaya *storytelling* atau bercerita langsung ke kamera—membuat mayoritas konten yang dibuat penulis lebih condong ke arah *storytelling*. Selain itu, penggunaan *visual hook* pada konten pun mulai diprioritaskan seiring bulan terakhir program magang.

Tipe konten yang biasanya diproduksi oleh penulis adalah konten promosi atau review yang condong lebih *hard-selling* dan berfokus pada menyajikan produk sebagai solusi dengan menjelaskan manfaat-manfaat pada produk. Namun terdapat tipe konten lainnya yang ditugaskan oleh Lead dan *social media specialist*—seperti *employee generated content* (EGC), *trending videos*, video lainnya (skit dan drama) dan konten yang lebih *time-sensitive* untuk promosi ‘hari belanja *online* nasional’ atau harbolnas yang biasanya dilakukan pada

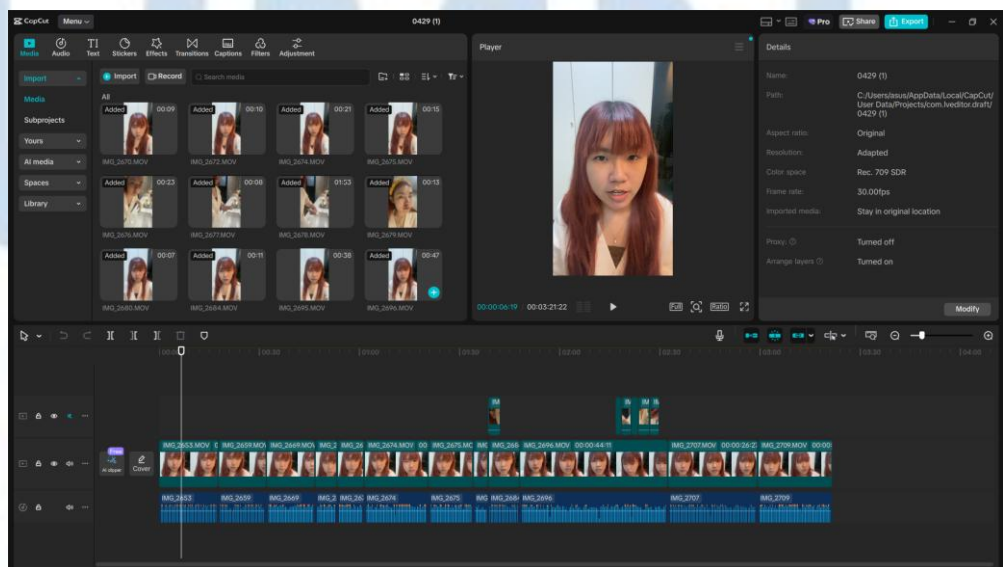
tanggal kembar.

Selama tahap ini, penulis tidak selalu bekerja sendiri—ada waktunya penulis bekerja sama dengan sesama rekan magang baik untuk menjadi talent dalam video ataupun *director* yang mengarahkan tahap shooting untuk beberapa tipe konten tertentu yang memerlukan lebih banyak tenaga kerja. Setelah proses *shooting* selesai, penulis akan lanjut ke tahap selanjutnya yaitu *editing*.

3. Editing

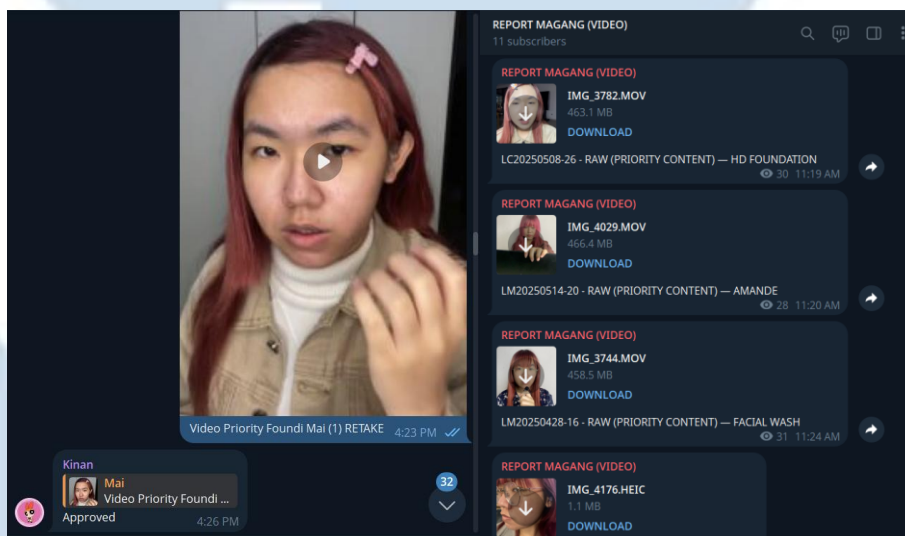
Bulan pertama program magang berlangsung, penulis dan rekan magang lainnya diarahkan untuk melakukan proses *editing* secara mandiri dengan aplikasi *editing* bernama Capcut dengan fasilitas akun pro dari kantor. Disini, penulis diberikan kebebasan untuk mengedit sesuai dengan konsep atau *script* yang sudah dibuat sebelumnya, dengan ketentuan yaitu tetap mengikuti SOP perusahaan PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors.

Tahap ini biasanya bisa memakan waktu hingga 1-2 jam tergantung kompleksitas atau durasi dari footage yang sudah diambil pada tahap *shooting*— proses *editing* penulis biasanya berlangsung dengan penulis menjahit *footage*, menambahkan *closed caption*, transisi, *sound effects* dan *voice overs* jika dibutuhkan.



Gambar 3.5 Contoh Proses *Editing*
Sumber Dokumen Pribadi (2025)

Setelah video diproses dan diedit, video tersebut akan dikirimkan ke group chat Telegram tim konten untuk melalui proses *approval* sekali lagi. Dalam proses persetujuan ini, Lead bisa saja memberikan persetujuan, revisi kecil hingga arahan untuk mengambil ulang videonya secara keseluruhan– namun setelah video telah disetujui oleh Lead, video tersebut akan dikirimkan ulang ke channel Telegram spesifik untuk *report* video bagi anak magang yang ada di PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors dengan keterangan kode konten dan produk yang dipromosikan. Tugas utama dari *channel* tersebut adalah untuk mengumpulkan semua video yang siap untuk diberikan dan di edit lebih lanjut oleh tim editor.



Gambar 3.6 Contoh Proses *Approval* dan *Report Video*
Sumber Dokumen Pribadi (2025)

Namun pada bulan kedua program magang, tim konten memutuskan bahwa tim konten dan anak magang yang ada di Lumecolors untuk tidak melalui proses *editing* seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya– melainkan tim konten dan anak magang hanya ditugaskan untuk menjahit rekaman yang sudah diambil menjadi satu video ‘raw’

sebelum melalui proses persetujuan dan dikirimkan ke *channel report* untuk di edit sepenuhnya oleh tim editor.

B. Copywriting

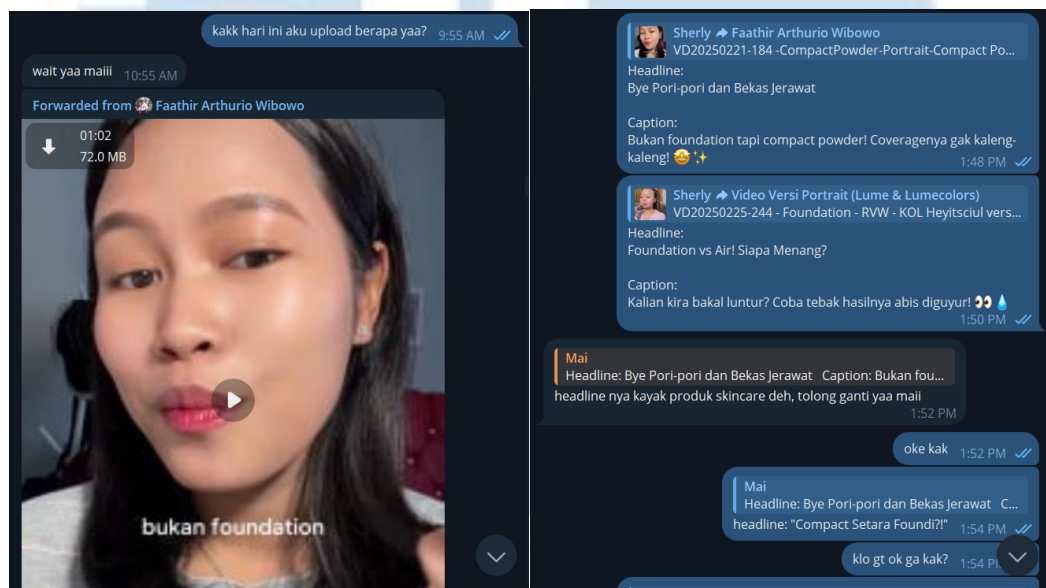
Menurut Widya Ariyadi (Ariyadi, 2020), *copywriting* adalah sebuah hasil tulisan persuasif dari pemikiran kreatif yang bertujuan untuk menarik perhatian pasar– hasil dari *copywriting* pun dapat bervariasi dari menarik perhatian (*attention*), menimbulkan ketertarikan (*interest*), keinginan (*desire*), menciptakan keyakinan (*conviction*) atau bahkan mendorong sebuah tindakan (*action*). Seiring berkembangnya jaman, periklanan dan kegiatan promosi lainnya pun sudah mulai berpindah ke ranah digital– dengan penggunaan media sosial yang semakin meningkat, membuat promosi melalui media sosial lebih efisien dan juga efektif.

Penulis hanya mulai diarahkan sebagai *copywriter* pada bulan kedua dari program magang di PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors– dan penulis diarahkan dan dipantau langsung oleh *social media specialist*. Terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan sebelum memulai kegiatan *copywriting* seperti mengetahui jenis produk yang dijual, target pasar dari merek tersebut dan jenis atau gaya bahasa yang digunakan– dan hal ini direfleksikan dalam arahan yang telah diberikan oleh *social media specialist*.

Tentunya jenis produk bisa didapatkan dari *product knowledge* yang telah diberikan oleh Lead, membantu penulis dalam proses penulisan. Selain itu, *social media specialist* telah menjelaskan kepada penulis mengenai jenis, gaya bahasa yang harus digunakan– *casual*, semi-formal. Gaya dan jenis bahasa tersebut dipilih karena target pasar dari Lumecolors sendiri terdiri atas mayoritas ibu-ibu umur 30 tahun keatas.

Kegiatan *copywriting* di Lumecolors yang ditugaskan kepada penulis biasanya terdiri atas *caption* dan *headline* untuk post baik reels maupun video Tiktok. Proses dari *copywriting* di Lumecolors sendiri dimulai dari pemilihan video dari *social media specialist* yang lalu dikirimkan kepada penulis. Disini, penulis akan menonton video yang sudah dikirimkan untuk mendapatkan

pemahaman penuh atas topik yang dibawa dan produk apa yang sedang dibahas atau dipromosikan. Penulis lalu akan mulai merangkai kalimat yang akan membentuk *caption* dan *headline* per video sesuai dengan rekomendasi dan petunjuk dari *social media specialist*. Hasil *copywriting* penulis akan dikirimkan kembali kepada *social media specialist* untuk proses persetujuan dan revisi jika ada.



Gambar 3.7 Contoh Proses Penugasan & Approval Copywriting
Sumber Dokumen Pribadi (2025)

C. Social Media Management

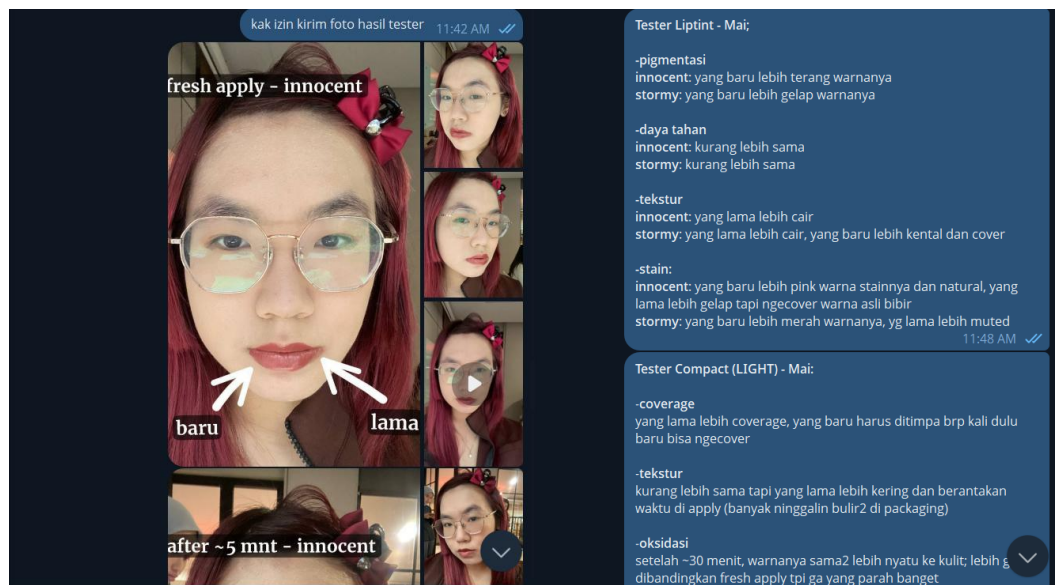
Selain dari *copywriting*, penulis juga diberikan tanggung jawab untuk mengelola akun media sosial Lumecolors terutama di platform media sosial Instagram dan Tiktok. Tanggung jawab penulis terdiri dari menjadwalkan publikasi konten di kedua platform media sosial Instagram dan Tiktok Lumecolors sesuai dengan arahan *social media specialist* dan memastikan *goals engagement* terpenuhi. Tugas ini dibantu dengan adanya fasilitas *handphone* kantor yang disediakan untuk memastikan kemudahan bagi penulis untuk mengelola akun media sosial Lumecolors.

B. Product Tester

Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak di industri kosmetik dan perawatan tubuh, PT Mitra Belanja Gemilang memiliki sebuah tanggung jawab untuk memastikan kualitas yang terbaik untuk produknya baik itu sebelum maupun setelah produk dirilis dan diperjualkan. Oleh karena itu, PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors memiliki bagian tersendiri untuk *product development* untuk memastikan kualitas yang terbaik untuk semua produk Lume dan Lumecolors.

Disini, peran penulis adalah sebagai *product tester* untuk produk Lume dan Lumecolors selama masa *product development*. Proses ini biasanya dimulai dengan bagian *product development* menghubungi dan meminta tolong ke tim konten untuk meluangkan waktu sebagai *product tester* untuk produk spesifik. Selama masa program magang penulis di PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors, penulis telah berkontribusi sebagai *product tester* untuk beberapa produk Lume dan Lumecolors– baik yang sudah pernah diperjualkan dan ditarik untuk mengubah formula produk maupun produk baru yang belum dirilis.

Produk-produk tersebut terdiri dari; Lipstick, Cushion, Liptint, Serum, Moisturizer dan Sunscreen. Proses *testing* tersebut bervariasi sesuai dengan produknya dan biasanya didampingi oleh tim konten untuk memastikan proses tersebut berjalan dengan lancar. Tentunya semua bagian dari proses ini akan didokumentasikan sebagai data dan masukan bagi bagian *product development*. Serangkaian pertanyaan juga biasanya diberikan dari bagian *product development* bagi tim konten dan rekan magang untuk diisi sebagai review jujur atas produk yang sudah diuji– jawaban dari pertanyaan tersebut dikirim beserta foto dokumentasi saat pengujian produk.



Gambar 3.8 Contoh Product Testing & Review
Sumber Dokumen Pribadi (2025)

E. Tugas Tambahan

Selama masa program magang di PT Mitra Belanja Gemilang, penulis masuk sebagai *content creator intern* tanpa adanya informasi mengenai brand lainnya yang berada di bawah PT Mitra Belanja Gemilang. Penulis sempat diberikan beberapa tugas yang masih terhubung dengan pekerjaan penulis sebagai *content creator intern* tetapi tidak termasuk dalam brand Lumecolors, beberapa brand tersebut ialah sebagai berikut:

1. YukMa

YukMa adalah sebuah *brand* di bawah PT Mitra Belanja Gemilang yang menjual produk minuman suplemen herbal untuk meningkatkan *energy level* dan stamina pria. Saat penulis ditugaskan untuk membuat *copywriting* dan mengelola akun media sosial Lumecolors, penulis juga ditugaskan hal yang sama dengan *brand* YukMa. Berbeda dengan Lumecolors, mayoritas video konten untuk media sosial YukMa terdiri atas video-video eksternal atau video *Key Opinion Leader* (KOL).

Proses yang dilakukan serupa dengan beberapa pengecualian seperti perbedaan gaya dan bahasa yang digunakan dalam *copywriting* YukMa—ada beberapa kata-kata yang dilarang untuk digunakan dalam

copywriting caption dan *headline* untuk media sosial YukMa untuk memastikan profesionalisme terjaga untuk *brand* YukMa.

2. Frestilo

Frestilo adalah salah satu *brand* yang berada di bawah PT Mitra Belanja Gemilang yang berfokus pada produk minuman kolagen serbuk yang dipasarkan sebagai minuman kolagen yang enak, menyegarkan dan efektif dalam meningkatkan kandungan kolagen dalam tubuh. Penulis ditugaskan untuk membuat total 5 video dengan model *funnel marketing* sebagai panduan. *Funnel marketing* itu sendiri adalah sebuah model yang menggambarkan *customer journey* dari awal pelanggan mengenali brand hingga melakukan pembelian.

Selain itu, Frestio juga memiliki satu produk yang belum dirilis bernama Frestilo– sebuah set parfum berisi 4 buah parfum berukuran kecil yang terinspirasi dari parfum dan kisah cinta yang ikonik. Penulis juga ditugaskan untuk membuat video *review* untuk produk Frestilo– dimana video akan disimpan sebagai stok konten setelah produk secara resmi dirilis untuk di promosi dan diperjualbelikan.

3. Falscara

Tidak jauh berbeda dengan Lumecolors, Falscara adalah sebuah *brand* di bawah PT Mitra Belanja Gemilang yang berfokus pada produk kosmetik– terutama bulu mata palsu beserta peralatan-peralatannya. Falscara dipasarkan sebagai produk bulu mata palsu yang inovatif karena fitur-fiturnya yang tidak ditemukan pada bulu mata palsu konvensional dengan hasil yang natural dan lentik seperti *treatment lash extension*. Untuk brand Falscara, penulis sempat diarahkan untuk melakukan dua tugas, yaitu; membuat video konten bergaya *review* dan membuat *copywriting caption* untuk 15 video Falscara.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama masa program magang di PT Mitra Belanja Gemilang atau Lumecolors, berikut adalah beberapa kendala yang ditemukan penulis:

1. Kurang mempelajari proses *social media marketing* secara keseluruhan

Selama masa program kerja magang di PT Mitra Belanja Gemilang, penulis menyadari bahwa penulis tidak dapat sepenuhnya mempelajari setiap proses dalam strategi *social media marketing* terutama pada proses evaluasi akhir. Sebagai *content creator intern*, penulis belum mendapatkan pembelajaran yang mendalam mengenai cara menganalisis metrik media social ataupun penggunaan alat-alat *social media listening tools*.

2. Proses kerja yang terlalu rumit

Salah satu hal yang tidak diantisipasi oleh penulis saat menjalankan program magang di PT Mitra Belanja Gemilang adalah proses kerja yang cukup rumit—dimana penulis ditekankan untuk mendokumentasikan setiap aktivitas penulis sehari-hari. Tentunya hal ini mempermudah bagi tim konten dan HRD untuk bisa memantau aktivitas dan efektivitas pekerjaan penulis, tetapi dengan Google Sheets yang sangatlah banyak membuat hal tersebut sulit bagi penulis untuk melakukan hal tersebut secara maksimal.

3. Kurangnya informasi krusial dari pihak perusahaan

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, penulis tidak mengantisipasi bahwa pekerjaan dan tugas penulis akan meluas hingga ke *brand-brand* lainnya yang berada di bawah PT Mitra Belanja Gemilang. Kendala ini dipersulit dengan tidak adanya informasi penting seperti *product knowledge* yang diberikan oleh supervisor. Salah satu contohnya ada di penugasan penulis untuk membuat *copywriting* untuk *brand* YukMa—salah satu tugas tersulit bagi penulis selama masa program magang. Kesulitan ini disebabkan karena penulis tidak dibobatkan dengan pemahaman

yang mendalam mengenai YukMa sebagai brand dan produk-produknya.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala yang ditemukan oleh penulis selama program magang di PT Mitra Belanja Gemilang, tentunya penulis berhasil menemukan solusi untuk memastikan kendala tidak menghalangi pekerjaan penulis. Berikut adalah solusi yang dilakukan oleh penulis atas kendala yang ditemukan:

1. Kurang mempelajari proses *social media marketing* secara keseluruhan

Untuk mengatasi kendala ini, penulis mengambil inisiatif untuk belajar secara otodidak melalui berbagai artikel untuk memperkuat pemahaman penulis mengenai penggunaan alat-alat analisis seperti *social media listening tools* dalam strategi *social media strategy*. Pemahaman penulis digabungkan dengan pengalaman praktis membantu penulis untuk dapat melihat gambaran yang lebih utuh mengenai *social media marketing* secara keseluruhan.

2. Proses kerja yang terlalu rumit

Penulis mengatasi kendala ini dengan menggunakan manajemen waktu secara maksimal, salah satunya dengan cara meluangkan waktu baik itu setelah istirahat ataupun mendekati jam pulang untuk mengisi dan mendokumentasikan aktivitas yang telah dilakukan oleh penulis di Google Sheet yang disediakan dan wajib untuk diisi oleh PT Mitra Belanja Gemilang.

3. Kurang informasi krusial dari pihak perusahaan

Walaupun ini adalah salah satu kendala tersulit bagi penulis—

kendala ini dapat diatasi dengan koordinasi bersama supervisor untuk menyediakan *product knowledge* atau informasi krusial mengenai brand yang akan ditangani sekaligus meminta komentar untuk apa saja yang bisa diperbaiki selanjutnya. Misalnya, selama penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat *copywriting* untuk brand YukMa—penulis akan meminta informasi seperti informasi produk, gaya dan bahasa yang biasanya digunakan dan masukan langsung dari supervisor.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA