

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

PT. Tritan Utama menawarkan program magang bagi mahasiswa yang ingin memperoleh pengalaman secara langsung dalam memahami dan menerapkan bagaimana teori yang dipelajari di kelas dapat diterapkan secara langsung dalam lingkungan kerja. Dalam melaksanakan program magang ini pekerja magang diberi kesempatan untuk dapat melakukan magang di PT. Tritan Utama. Di dalam kerja magang ini pekerja magang diberi kesempatan untuk membantu di divisi *Digital Marketing*. *Digital Marketing* sendiri merupakan penggabungan antara pendekatan pemasaran tradisional menggunakan teknologi digital untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan interaktif, serta memperkuat hubungan antara perusahaan dengan konsumen di era digital.

Di Dalam divisi *Digital Marketing* memiliki peran seperti mengelola, mengembangkan strategi komunikasi dan pemasaran secara digital. Tugas kerja magang tidak hanya menguntungkan bagi perusahaan, tetapi juga membantu setiap pekerja magang dalam meningkatkan keterampilan komunikasi, strategi komunikasi, dan desain. Dalam melakukan pekerjaan magang, setiap pekerja magang mendapatkan bimbingan dari supervisor yang membantu dalam melakukan evaluasi proyek magang, memberikan arahan secara teknis maupun non teknis, serta memastikan kelancaran pelaksanaan tugas magang.

Dalam program kerja magang, Supervisor dalam program magang ini adalah Rafah Jire, yang bertanggung jawab dalam mengawasi pekerja magang. Pekerja magang memiliki peran yang cukup penting dalam mendukung strategi komunikasi perusahaan dan meningkatkan awareness produk bagi perusahaan. Diantaranya yaitu meliputi pembuatan konten media sosial, mendesain postingan sosial media, serta mengikuti diskusi mengenai strategi pemasaran produk. Selain itu, pekerja magang juga ikut terlibat dalam pembuatan strategi pemasaran untuk membantu meningkatkan penjualan. Seperti membuat promosi tentang bundling

Di dalam divisi *Digital Marketing*, Pekerja magang juga memiliki tanggung jawab untuk membangun dan menunjukkan citra yang positif bagi perusahaan di mata publik. Citra positif sangat penting bagi perusahaan karena hal ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen dan pemangku kepentingan lainnya terhadap identitas serta kredibilitas perusahaan. Dengan citra yang baik, perusahaan akan lebih mudah mengelola krisis komunikasi, menjaga kepercayaan publik, serta memperoleh dukungan dari berbagai pihak eksternal seperti pelanggan, mitra bisnis, dan media (Agung, 2024). Oleh karena itu didalam divisi *Digital Marketing* setiap konten dan strategi yang dikembangkan harus dipastikan kembali bahwa pesan yang disampaikan itu selaras dengan tujuan pemasaran dan perusahaan.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Saat berlangsungnya proses kerja magang selama delapan puluh dua hari kerja magang. Berbagai pekerjaan muladi dari perencanaan konten, stratgei penjualan secara online, iklan melalui media sosial, sampai tahap eksekusi yang melibatkan berbagai pihak.

Selama menjalani proses magang di PT, Tritam Utama pada divisi *Digital Marketing*, pekerja magang berperan aktif dalam melakukan pengembangan ide kreatif seperti, mencari ide untuk *daily content*, ide pemasaran melalui sosial media, promosi melalui sosial media, dan membuat promosi untuk mencari distributor. kerja magang ini memberikan pekerja magang pengalaman dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses komunikasi didalam dunia digital, khususnya dalam konteks pemasaran berbasis media sosial. Melalui keterlibatan dalam kegiatan operasional *Digital Marketing*, pekerja magang belajar bagaimana sebuah brand mengelola interaksi dengan audiens, membangun kepercayaan, serta meperluas jangkauan pasar secara digital. Hal ini juga sangat relevan dengan materi yang pekerja magang pelajari di mata kuliah *social media & marketing*, yang menekankan pentingnya strategi pemasaran strategi digital dalam menjalin hubungan dua arah dengan konsumen. Sma seperti yang dijelaskan oleh Chaffey &

Chadwick (2019), strategi pemasaran digital tidak hanya sekedar menyampaikan pesan, tetapi juga melibatkan perusahaan dalam memantau, merespons, dan memfasilitasi partisipasi aktif pelanggan melalui berbagai platform online, guna memperkuat citra dan membangun loyalitas terhadap merek.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Sebuah perusahaan memerlukan ide-ide penjualan yang inovatif, baik secara langsung maupun digital, guna mencapai target penjualan yang telah ditetapkan dengan cara yang efektif dan kreatif. Di era digital seperti saat ini, pemasaran digital menjadi sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan secara signifikan. Digital Marketing merupakan salah satu strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi dan media digital untuk menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien.

Menurut Philip Kotler, Digital Marketing adalah proses untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan melalui internet dan media digital, dengan fokus utama pada pemenuhan kebutuhan pelanggan melalui pemanfaatan teknologi digital. Hal ini mencakup berbagai aktivitas, seperti pemasaran melalui media sosial, email marketing, website, SEO, content marketing, hingga iklan berbayar di platform digital.

Selain itu, dalam praktik bisnisnya, banyak perusahaan juga menerapkan model **Business-to-Business (B2B)** untuk menjalin kerja sama antarorganisasi. B2B adalah tindakan organisasi yang menawarkan tenaga kerja dan produk kepada pembeli profesional yang memenuhi syarat untuk mengevaluasi penawaran yang kompetitif. Model ini menekankan pentingnya kualitas dan hubungan jangka panjang antar organisasi (Agustini, 2020). Dalam konteks ini, strategi digital marketing juga dapat diadaptasi untuk memperkuat komunikasi, promosi, dan kolaborasi dengan mitra bisnis secara digital.

Tugas	Uraian Tanggung Jawab
Melakukan <i>brainstorming</i> dan menyiapkan briefing ide konten	Menyiapkan ide-ide konten dan membuat briefing ide konten yang sudah di tentukan
Melakukan pengelolaan dan proses edit konten	dalam menyiapkan konten, pekerja magang terlibat dalam proses editing konten dan proses syuting
Melakukan review dan mengevaluasi konten yang telah diposting	Setiap akhir bulan atau 2 bulan sekali untuk melihat dan melakukan perbaikan konten untuk konten yang lebih baik kedepanya
Membuat ide promosi untuk sales secara online maupun offline	Membuat ide promosi untuk memudahkan para sales menjual produk secara online maupun offline
Menjadi talent dalam konten	Membantu proses pembuatan konten dengan menjadi talent pada konten yang dibuat
Terlibat proses administrasi	Pekerjaan administrasi yang dilakukan meliputi pemberian stempel dokumen dan pengarsipan dokumen.
Membuat company profile singkat untuk PT. Tritan Utama	Menyiapkan materi untuk pembuatan company profuie Perusahaan meliputi design dan isi dair company profile tersebut.
Membuat design package untuk ION	Mempersiapkan design package untuk brand ION meliputi pemilihan warna dan gambar design.

Tabel 3.2.1 Tugas Pekerja Magang

Melalui tugas-tugas yang pekerja magang lakukan sebagai *Digital Marketing*, terdapat aktivitas *timeline* tugas praktik kerja magang sebagai berikut.

PEKERJAAN	FEBRUARI					MARET					APRIL					MEI				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Melakukan <i>brainstorming</i> dan menyiapkan briefing ide konten	█	█	█			█	█	█			█	█	█			█	█	█		
Melakukan pengelolaan dan proses edit konten			█					█					█						█	
Melakukan review dan mengevaluasi konten yang telah diposting				█					█						█					█
Membuat ide promosi untuk sales secara online maupun offline	█					█					█					█				
Menjadi talent dalam konten			█					█					█						█	
Terlibat proses administrasi									█						█					█
Membuat company profile singkat																█	█	█	█	█

konten pengenalan produk, promosi, atau pencarian distributor. Brief ini berisi garis besar ide, pesan inti, serta bentuk visual yang akan digunakan, sehingga proses produksi konten menjadi lebih terarah, efisien, dan sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan. Dalam pembuatan konten, jenis konten yang ditampilkan juga mencakup konten B2B (Business-to-Business), yang secara khusus ditargetkan kepada pemilik bisnis seperti distributor, rumah makan, restoran, hingga pelaku usaha di industri makanan dan minuman. Konten-konten ini disusun untuk memperkenalkan produk ION sebagai solusi alat makan sekali pakai yang praktis dan berkualitas, sekaligus membangun citra profesional perusahaan dalam menjalin kemitraan bisnis jangka panjang.

Dalam memproduksi sebuah konten, terdapat beberapa tahapan yang harus dilalui secara terstruktur agar hasil yang dihasilkan maksimal dan sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan. Proses dimulai dari pembuatan brief konten, yaitu perumusan ide dan konsep awal yang mencakup tujuan konten, pesan yang ingin disampaikan, serta format visual yang akan digunakan. Setelah brief disusun, tahap selanjutnya adalah proses pengambilan konten atau take konten, di mana gambar atau video direkam sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Setelah materi terkumpul, konten masuk ke tahap editing, yaitu proses penyuntingan visual yang meliputi pemotongan video, penyesuaian warna, penambahan elemen grafis, serta penyusunan narasi yang sesuai dengan karakter platform. Tahap akhir adalah proses publikasi atau posting konten, yang dilakukan berdasarkan jadwal yang telah ditentukan dalam content planner. Dengan mengikuti tahapan ini secara runtut, konten yang dihasilkan akan lebih terarah, efektif, dan mampu mendukung strategi pemasaran digital perusahaan

Content Pilar	Channel	Content Guideline	Skrip	Visual	Caption	Upload
Promotion	Video Tiktok	<p>Key Idea : Dicari distributor baru</p> <p>Key Message : memberikan informasi mengenai pencarian distributor baru dengan benefit yang diterima</p> <p>CTA : mengajak audiens yang dituju untuk menjadi distributor Tritan Utama</p>	<p>- Dicari Distributor Baru</p> <p>- alat makan sekali pakai</p> <p>-pengiriman nsluruh indonesia</p> <p>- dapatkan penawaran spesial</p>	dimana saja, dengan pencahayaan yang terang	<p>Merapat yang mau cuan bersama Tritan Utama 🍷</p> <p>Keuntungan menjadi distributor Tritan Utama :</p> <ul style="list-style-type: none"> ✅ Harga kompetitif ✅ Ketersediaan barang ✅ Pengiriman seluruh Indonesia <p>Berminat? Hubungi WA 0896-0222-5546. Gunakan kode <u>LUARJAWA</u> untuk mendapatkan harga spesial 🍷</p>	10 Februari 2025

Gambar 3.2.2 Contoh Content Briefing

Dalam pembuatan konten media sosial, sangat penting untuk mengategorikan jenis konten yang akan dibuat agar selaras dengan tujuan komunikasi perusahaan. Oleh karena itu, dikenal istilah *content pillar* atau pilar konten. *Content pillar* merupakan elemen dasar dalam strategi media sosial yang membantu dalam pengelompokan jenis konten berdasarkan fungsinya (Dinda, 2023). Umumnya, terdapat empat pilar utama dalam strategi media sosial, yaitu komunikasi, kolaborasi, edukasi, dan hiburan. Keempat pilar ini berperan penting dalam membangun *brand awareness*, meningkatkan *engagement* audiens, serta menjaga konsistensi pesan yang disampaikan melalui media sosial perusahaan. Dengan adanya pembagian ini, perencanaan dan produksi konten menjadi lebih terarah dan efektif.

2. Pengelolaan dan proses editing konten

Dalam proses ini, *brief* konten yang sudah disusun sebelumnya akan dieksekusi melalui tahap pengambilan gambar (*take konten*), baik berupa foto maupun video sesuai dengan konsep yang telah dirancang. Setelah proses pengambilan konten selesai, tahapan selanjutnya adalah proses editing. Pada tahap ini, terdapat beberapa aspek penting yang harus diperhatikan, seperti kualitas visual, resolusi gambar atau video, kesesuaian

warna dengan brand identity perusahaan, penambahan elemen grafis pendukung, serta sinkronisasi antara visual dan narasi (*caption* atau *voice-over*). Proses editing juga mempertimbangkan platform tujuan, misalnya rasio video untuk Instagram Reels atau TikTok, agar hasil akhir terlihat optimal. Tujuan dari proses editing ini adalah untuk menghasilkan konten yang menarik, profesional, dan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan perusahaan kepada audiens. Setelah konten selesai melalui proses editing dan dinyatakan siap tayang, pekerja magang sebagai pekerja magang diberikan kepercayaan dan kebebasan untuk mengunggah (*upload*) konten tersebut langsung ke platform media sosial perusahaan, tanpa perlu melalui persetujuan ulang, selama konten tersebut telah sesuai dengan *brief* awal dan identitas brand yang telah ditentukan.

3. Review dan Evaluasi Konten

Konten yang telah dipublikasikan melalui media sosial akan melalui proses *review* guna menilai performa dan efektivitasnya. Tujuan dari tahap ini adalah untuk melihat perkembangan konten, sejauh mana konten tersebut berhasil menjangkau audiens, serta mengukur tingkat interaksi seperti jumlah likes, komentar, *reach*, dan *engagement rate*. Melalui evaluasi ini, tim dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari setiap konten, sehingga menjadi acuan untuk menyusun strategi yang lebih baik ke depannya. Hasil evaluasi ini juga digunakan untuk memberikan rekomendasi dalam pembuatan konten selanjutnya agar lebih relevan, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan target audiens.

Proses review dilakukan secara berkala agar performa akun media sosial perusahaan dapat terus meningkat dan sejalan dengan tujuan komunikasi digital yang telah ditetapkan. Konten yang telah dipublikasikan melalui media sosial akan melalui proses review untuk menilai performa dan efektivitasnya. Evaluasi ini dilakukan dalam bentuk rapat singkat setiap minggu bersama tim, guna membahas perkembangan performa konten yang telah diposting. Indikator evaluasi yang digunakan saat ini masih

bersifat sederhana, yaitu berdasarkan jumlah views dari setiap konten yang diunggah. Target performa konten yang ditetapkan adalah minimal mencapai 200 views per unggahan. Proses ini bertujuan untuk menilai apakah konten telah menarik perhatian audiens serta menjadi dasar dalam memperbaiki dan mengembangkan konten berikutnya agar lebih efektif dan sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan.



Gambar 3.2.2 insight konten



Gambar 3.2.2 insight konten

4. Membuat Ide Promosi untuk Penjualan Secara Online maupun Offline

Melalui kerja magang ini, pekerja magang juga diberikan kesempatan untuk terlibat dalam diskusi dan pengembangan ide promosi guna meningkatkan penjualan, baik secara online melalui media sosial maupun secara offline melalui strategi langsung ke distributor atau toko. Ide promosi yang dikembangkan mencakup pembuatan bundling produk, diskon khusus untuk pembelian dalam jumlah besar, hingga program loyalitas berupa poin yang dapat ditukar dengan hadiah menarik. Selain itu, pekerja magang juga membantu merancang materi visual promosi seperti desain poster digital dan caption promosi yang menarik untuk dipublikasikan di Instagram dan TikTok. Dengan terlibat langsung dalam proses ini, pekerja magang memperoleh pemahaman mengenai bagaimana strategi promosi harus disesuaikan dengan target pasar dan platform yang digunakan, serta pentingnya kreativitas dalam menarik minat pelanggan dan calon distributor. Dengan terlibat secara langsung dalam proses ini, pekerja magang memperoleh pemahaman mengenai mengenai bagaian strategi prmosi yang harus di sesuaikan dengan taget pasar dan prlatform yang digunakan. Ide-ide promosi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk memperluas jangkauan pasar dan membangun hubungan jangka panjang dengan para pelanggan maupun mitra usaha.

ION CUAN PARAH
Mudah dapatnya, banyak hadiahnya!

Kaih 1 poin setiap belanja Rp750.000 untuk semua produk ION! Berlaku kecipatan

Poin	Jenis Hadiah
1	Kaca ION
3	Tumbler Stainless 3L
7	Kipas Angin Duduk
10	Kompor 2 Tungku
20	Smart Watch
35	Air Fryer
50	Smart Phone Android
75	Kulkas 2 Pintu
100	Smart TV
150	Tablet
200	Sepeda Listrik

Periode pengumpulan poin s.d 31 Desember 2025

Syarat & Ketentuan:
• Jika ada pembelian min. Rp 750.000 (setelah diskon)
• Poin dapat didapatkan setelah melunasai tagihan (maks. H+7 jatuh tempo)
• Pembelian hadiah maks. H+14 setelah pelunasan tagihan
• Setiap jenis hadiah maks. 1 kali penukaran
• Harga dapat berubah sewaktu-waktu

PRICE LIST ALL ITEM DISCOUNT 50% (KHUSUS TENANT EVENT)

SUMPT ION PREMIUM 1.500 PAKSNI Rp 760.000	Rp 350.000
TUSUK GIGI ION PREMIUM 2.000 PCS Rp 800.000	Rp 400.000
CUTLERY SET KATU PREMIUM 1.000 PCS Rp 1.200.000	Rp 600.000
CUTLERY SET PLASTIK PREMIUM 1.000 PCS Rp 700.000	Rp 350.000
SEDIOTAN ION PREMIUM 1.000 KCS Rp 750.000	Rp 375.000

CATATAN:
• PEMBELIAN HARGASIMAL 5 DISK/TEMAN
• KUOTA TERBATAS SELAMA PERSEORAHAN MASH ADA

Gambar 3.2.2 Hasil Ide Promosi

5. Menjadi Talent di dalam konten

Selama pekerja magang menjalani kerja magang di PT. Tritan Utama, pekerja magang juga diberi kesempatan untuk menjadi talent dalam beberapa konten yang diproduksi oleh divisi *Digital Marketing*. Peran ini memberikan pengalaman langsung dalam proses produksi, khususnya saat pengambilan video untuk konten promosi atau edukasi yang ditujukan kepada audiens di media sosial, seperti Instagram dan TikTok. Dengan menjadi talent, pekerja magang juga memahami dan belajar bagaimana cara menyampaikan pesan brand secara komunikatif dan menarik. Selain itu pengalaman ini juga menjadi bagian penting dalam memahami peran komunikasi yang baik dalam strategi pemasaran secara digital.



Gambar 3.2.2 Menjadi Talent

6. Terlibat dalam proses administrasi

Selama menjalani magang di PT. Tritan Utama, pekerja magang juga terlibat dalam proses administrasi perusahaan. Dalam kegiatan ini, pekerja magang diberi tugas untuk melakukan penyortiran dan penataan dokumen-dokumen penting, memberikan stempel pada dokumen yang telah diperiksa, serta menyerahkannya kepada bagian admin data untuk didata dan disimpan sesuai prosedur. Keterlibatan dalam proses ini memberikan

pekerja magang pemahaman mengenai pentingnya ketelitian, kerapian, dan sistem pengarsipan yang baik dalam mendukung kelancaran operasional perusahaan.

7. Pembuatan Company Profile Singkat

Selama masa kerja magang di PT. Tritan Utama, pekerja magang juga diberi kesempatan untuk membuat dan menyempurnakan company profile singkat sebagai media pengenalan perusahaan kepada calon distributor maupun mitra bisnis. Sebelumnya, company profile singkat ini sebenarnya sudah pernah dibuat oleh pihak perusahaan, namun masih perlu perbaikan dalam hal konten dan visual agar lebih sesuai dengan kebutuhan promosi digital saat ini. Oleh karena itu, pekerja magang membantu dalam memperbaiki dan menyempurnakan isi serta tampilan dari company profile tersebut. Company profile ini dirancang untuk memperkenalkan PT. Tritan Utama secara ringkas namun informatif, mencakup informasi penting seperti sejarah singkat perusahaan, jenis produk yang ditawarkan, keunggulan brand ION, serta data kontak yang bisa dihubungi. Dalam proses pembuatannya, pekerja magang memperhatikan kesesuaian elemen visual seperti penggunaan warna (colour palette) yang sesuai dengan identitas visual perusahaan, pemilihan jenis huruf (font) yang profesional dan mudah dibaca, pemilihan foto produk yang representatif, serta penulisan informasi yang jelas dan selaras dengan citra serta pesan brand Tritan Utama. Company profile singkat ini kemudian digunakan sebagai materi promosi digital yang dikirimkan kepada calon customer baru melalui media sosial atau email, dengan tujuan memperluas jaringan pemasaran perusahaan.



Gambar 3.2.2 Company Profile Singkat



Gambar 3.2.2 Company Profile Singkat



Gambar 3.2.2 Company Profile Singkat



Gambar 3.2.2 Company Profile Singkat



Gambar 3.2.2 Company Profile Singkat



Gambar 3.2.2 Company Profile Singkat



Gambar 3.2.2 Company Profile Singkat



Gambar 3.2.2 Company Profile Singkat



Gambar 3.2.2 Company Profile Singkat

8. Membuat *design package* untuk ION

Selama menjalani masa magang di PT. Tritan Utama, pekerja magang juga diberi kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses pembuatan desain kemasan (*design package*) untuk salah satu produk utama perusahaan, yaitu tusuk sate ION. Dalam merancang desain kemasan ini, pekerja magang memperhatikan berbagai elemen penting agar desain tidak hanya menarik

secara visual tetapi juga fungsional serta sesuai dengan identitas brand. Beberapa hal yang menjadi perhatian dalam proses desain meliputi penempatan gambar produk agar terlihat jelas dan menarik, pemilihan jenis font yang mudah dibaca namun tetap sesuai dengan karakter brand, peletakan logo ION yang strategis dan mencolok, serta pemilihan colour palette yang konsisten dengan warna identitas perusahaan. Selain itu, ukuran kemasan juga diperhitungkan secara tepat agar sesuai dengan dimensi produk serta mudah dalam proses produksi dan distribusi. Desain kemasan ini dibuat untuk memperkuat citra profesional produk ION di pasaran, serta memberikan kesan rapi, bersih, dan berkualitas di mata calon pelanggan dan mitra bisnis.



Gambar 3.2.2 design package Tusuk Sate

3.2.3 Kendala Utama

Selama menjalani masa kerja magang di divisi *Digital Marketing* di PT. Tritan Utama, terdapat beberapa kendala yang dihadapi dalam proses kerja magang. Berikut merupakan beberapa kendala yang dihadapi:

1. Kurangnya jadwal yang tersusun secara konsisten. Tidak adanya perencanaan waktu yang terstruktur menyebabkan proses kerja, mulai dari brainstorming, produksi, hingga publikasi konten, sering mengalami keterlambatan. Hal ini berpengaruh terhadap keberlangsungan kampanye dan performa konten di media sosial.
2. Kurangnya kerja sama antar divisi untuk menciptakan sebuah hasil konten dan strategi marketing yang baik. Kolaborasi antar divisi, seperti antara tim

produksi, desain, dan penjualan, masih kurang terkoordinasi dengan baik. Akibatnya, strategi pemasaran sering berjalan terpisah-pisah dan tidak memiliki pesan komunikasi yang selaras secara keseluruhan.

3. Pemanfaatan media sosial yang masih kurang optimal dan konten yang cenderung monoton Pengelolaan media sosial perusahaan masih terbatas pada jenis konten yang serupa dan kurang variatif, sehingga kurang menarik perhatian audiens secara luas. Selain itu, penggunaan fitur-fitur seperti iklan berbayar, reels, atau kolaborasi dengan pihak eksternal belum dimaksimalkan.
4. Selama menjalani kegiatan magang, salah satu kendala yang ditemui adalah bahwa Divisi Digital Marketing di PT Tritan Utama masih tergolong baru, sehingga belum seluruh anggota tim memahami secara menyeluruh konsep dan cara kerja digital marketing. Hal ini terlihat dari kurangnya pemahaman beberapa pihak terkait pentingnya strategi digital, khususnya dalam membangun brand awareness sebagai langkah awal untuk memperkenalkan dan memperkuat citra produk di mata konsumen. Bahkan, dalam beberapa kesempatan, arahan yang diberikan terkadang kurang terarah karena atasan atau pihak terkait belum memiliki pengalaman yang cukup dalam pengelolaan media digital secara strategis.

3.2.4 Solusi

Untuk mengatasi berbagai kendala dan masalah yang dihadapi selama proses magang di divisi marketing PT. Tritan Utama, berikut merupakan beberapa Solusi yang dapat pekerja magang usulkan dan dapat diterapkan:

1. Penyusunan jadwal kerja yang lebih terstruktur dan konsisten. Diperlukan penjadwalan kerja yang lebih tertata, baik dalam perencanaan konten maupun eksekusi harian, agar seluruh tim memiliki arah kerja yang jelas dan bisa meminimalisir keterlambatan maupun miskomunikasi dalam proses produksi konten.
2. Peningkatan kolaborasi antar divisi. Membangun koordinasi yang lebih baik dengan divisi lain melalui rapat lintas divisi secara berkala dapat

mendorong terciptanya strategi konten yang lebih baik, serta memperkuat hasil akhir dari komunikasi pemasaran yang dijalankan

3. Mengoptimalkan pemanfaatan media sosial. Pengembangan variasi konten yang lebih kreatif dan interaktif, serta pemanfaatan fitur-fitur media sosial (seperti Reels, Story, dan Meta Ads) perlu dioptimalkan untuk meningkatkan engagement dan menghindari kesan monoton.
4. peserta magang berinisiatif untuk membuat penjelasan singkat mengenai konsep digital marketing dan pentingnya brand awareness dalam bentuk presentasi internal sederhana atau dokumen panduan yang mudah dipahami. Dengan cara ini, pihak terkait dapat lebih mudah memahami alur kerja dan dampak dari strategi konten digital yang dijalankan. Selain itu, peserta magang juga menyusun contoh rencana konten (content plan) yang lebih terstruktur agar proses pembuatan dan publikasi konten menjadi lebih jelas dan terarah. Langkah ini diharapkan dapat membantu tim internal memahami proses digital marketing secara lebih praktis dan bertahap.

