

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Penulis dalam proses kerja magang di tempatkan pada posisi *Marketing Strategist* pada divisi Marketing Strategic & Event. Penulis bertanggung jawab terhadap 3 *subsidiaries* yang tergabung pada CTI Group, yaitu Defender Nusa Semesta (DNS), Q2 Technologies (Q2), XDC Indonesia (XDC). DNS adalah perusahaan yang berfokus pada layanan keamanan siber. Mereka memberikan solusi untuk perusahaan atau pengguna layanan mereka dalam meningkatkan keamanan website, data dan server yang dimiliki. Q2 adalah perusahaan yang memiliki keahlian dalam sistem *Anti Money Laundry* (AML). Solusi yang ditawarkan diharapkan dapat membantu perusahaan yang menggunakan layanan tersebut dapat terhindar dari pencucian uang dan dapat memenuhi kepatuhan international. XDC adalah perusahaan yang bergerak pada infrastruktur dan hardware. Mereka menyediakan banyak produk, mulai dari server, fiber optik, UPS, CCTV, Router, dan masih banyak lagi.

Dalam menjalankan kerja magang, penulis melakukan koordinasi dengan Jeani selaku Manager Tim A dan berperan sebagai supervisor selama menjalankan kerja magang. Penulis juga berkoordinasi dengan Suryaningrum selaku *Team Leader A2* dan Ericca Raisah selaku *Marketing Strategist* yang bertugas sebagai PIC yang menilai, mengawasi dan berkoordinasi mengenai pekerjaan yang dikerjakan oleh *Marketing Strategist Intern*. Setiap hari, penulis mengirimkan laporan harian kepada Manager untuk melakukan *update* harian atas pekerjaan yang sedang dikerjakan. Sebagai *Marketing Strategist Intern* untuk melakukan post di media sosial, mulai dari pembuatan brief untuk design, shooting hingga pembuatan caption, release artikel, email marketing, dan melakukan pembaharuan pada konten yang ada pada *website subsidiaries*.

### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama menjalani proses kerja magang yang berlangsung dari tanggal 3 Februari 2025, penulis mendapatkan berbagai jenis pekerjaan yang berada pada koordinasi tim Marketing CTI Group. Dalam proses magang, penulis biasanya juga dilibatkan dalam *meeting* yang diadakan oleh tim internal maupun bersama *subsidiaries* baik secara tatap muka maupun secara daring. Penulis ditugaskan untuk merangkum pembahasan yang dilakukan pada *meeting* yang dilakukan dan melakukan *update* atas kegiatan yang sudah dilakukan.

Sebagai Marketing Strategist Intern, penulis bertanggung jawab untuk membantu perusahaan menjaankan kegiatan marketing. Marketing Strategist banyak melakukan kolaborasi dengan divisi lain dalam menjalankan kegiatan marketing, misalnya dengan tim *design*, tim *content* dan tim *web dev*

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut ini adalah tugas yang dilaksanakan dan menjadi tanggung jawab penulis dalam menjalankan kerja magang:

<b>Social Media</b>	Melakukan eksekusi untuk kegiatan pada sosial media. Mulai dari <i>planning</i> , riset, pembuatan <i>brief</i> , pembuatan <i>caption</i> dan <i>post</i> .
<b>Email Marketing</b>	Membuat <i>brief</i> email marketing sesuai dengan permintaan yang diberikan oleh <i>subsidiaries</i>
<b>SEO Article</b>	Malakukan riset mengenai topik yang ingin dibahas kemudian membuat <i>brief</i> SEO tersebut
<b>Website Rework</b>	Melakukan perencanaan untuk memperbaharui tampilan website dari <i>subsidiaries</i> yang meminta untuk melakukan pembaharuan

Tabel 3. 1 Tugas Utama Marketing Strategi

Penulis hanya menjalankan tugas tersebut jika ada permintaan yang diinginkan oleh *subsidiaries*. Berikut ini adalah lini masa (*timeline*) aktifitas marketing yang dilakukan untuk masing-masing *subsidiaries*:

XDC Indonesia (XDC)					
Kegiatan	Feb	Maret	Apr	Mei	Jun
Social Media					
Email Marketing					
SEO Article					
Website Rework					

Tabel 3. 2 Lini Masa Aktifitas Marketing XDC

Defender Nusa Semesta (DNS)					
Kegiatan	Feb	Maret	Apr	Mei	Jun
Social Media					
Email Marketing	Tidak ada kegiatan Email Marketing				
SEO Article					
Website Rework					

Tabel 3. 3 Lini Masa Aktifitas Marketing DNS

Q2 Technologies (Q2)					
Kegiatan	Feb	Maret	Apr	Mei	Jun
Social Media					
Email Marketing					
SEO Article					
Website Rework					

Tabel 3. 4 Lini Masa Aktifitas Marketing Q2

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam menjalankan tugas sebagai *Marketing Strategist Intern*, penulis menjalankan beberapa tanggung jawab seperti yang tertera pada Tabel 3.1. Penulis menjalankan tugas dan tanggung jawabnya dalam melakukan kegiatan marketing dengan mengimplementasikan teori dan konsep yang sudah dipelajari selama masa kuliah. Seorang *Marketing Strategist* banyak melakukan kolaborasi bersama Tim C dan Tim Tech dalam menjalankan aktivitas *marketing* untuk *subsidiaries*.

*Marketing Strategist* berperan sangat penting dan bertanggung jawab dalam menyiapkan dan menyusun brief untuk sosial media, *email marketing*, dan artikel. Hal ini dikarenakan seorang *Marketing Strategist* memerlukan bantuan tim lain untuk menjalankan setiap kegiatan *marketing*nya sehingga membuat *brief* yang jelas adalah hal yang penting dan selalu dilakukan oleh seorang *Marketing*

*Strategist*. Menurut Pieter Andrian, Melitina Tecolalu, dan Rusman Latief, brief adalah dokumen singkat yang bertujuan untuk menguraikan tujuan, sasaran, pesan, dan informasi penting (Andrian et al., 2024). Brief yang disiapkan berisi *target audience* dari kampanye yang dilakukan, *unique selling point* (USP) dari produk atau solusi yang dibahas. Terdapat perbedaan brief antara brief untuk sosial media dengan brief untuk *email marketing* dan SEO dikarenakan setelah *brief* sudah mendapatkan persetujuan dari *subsidiaries*, *brief* tersebut dilanjutkan ke Tim Design sedangkan *brief* lainnya akan dilanjutkan pengerjaannya oleh Tim Content. Penjelasan lebih lanjut mengenai tugas yang dijalankan penulis sebagai berikut:

#### **A. Social Media Content Management/Production**

Penulis bertanggung jawab atas konten yang berada pada sosial media Instagram *subsidiaries*. Setiap *subsidiaries* memiliki target posting per bulan yang berbeda-beda dan setiap *subsidiaries* memiliki tujuan atau *goals* yang berbeda. Setiap *subsidiaries* memiliki *content pillar* nya tersendiri. *Content pillar* adalah kategori utama yang menjadi dasar dari strategi konten media sosial yang akan dilakukan (Light, 2025). Dengan adanya *content pillar* dapat membantu dalam menentukan topik yang relevan untuk dibahas pada konten yang nantinya dipublikasikan ke media sosial. Dengan adanya *content pillar*, pesan dan isi dari konten yang diunggah memiliki pesan yang konsisten dan relevan dengan keunggulan masing-masing *subsidiaries*.

*Content pillar* untuk XDC Indonesia lebih berfokus pada *post* mengenai produk-produk yang mereka sediakan yang berhubungan dengan infrastruktur. DNS walaupun bergerak pada industri keamanan siber, tetapi *post* pada Instagram DNS lebih fokus pada *corporate branding* dan *open hiring*. Untuk konten yang di posting pada sosial media Q2 fokus pada topik mengenai *Anti Money Laundry* (AML).

Untuk langkah pertama yang dilakukan dalam pembuatan sosial media adalah melakukan *content planning*. *Content Planning* menurut Aditya Wardhana dalam buku *Social Media Marketing Strategy* adalah

proses strategis dalam pemasaran media sosial yang bertujuan untuk menciptakan konten yang relevan, konsisten, dan menarik bagi audiens. Proses ini melibatkan penentuan tujuan, pemetaan audiens, penyusunan kalender konten, produksi dan distribusi konten, serta evaluasi dan optimasi.

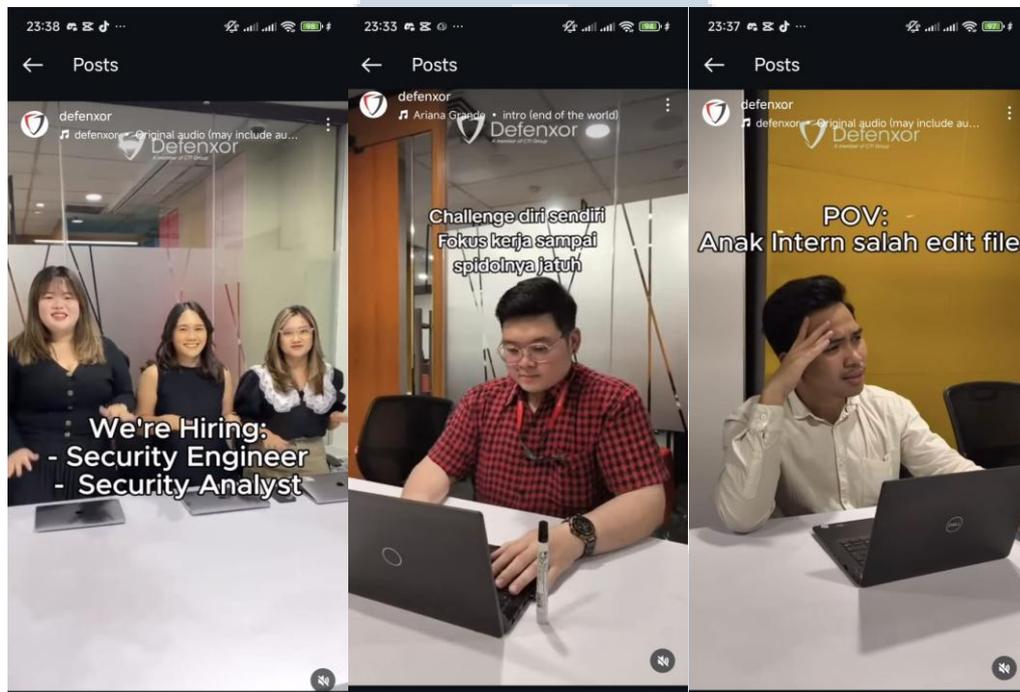
Saat pembuatan *brief* untuk DNS, penulis perlu untuk mengetahui tren apa yang sedang banyak diminati di sosial media saat ini. Hal ini bertujuan agar konten yang dipublikasikan pada sosial media nantinya lebih mudah menarik perhatian khalayak. Konten yang perlu disiapkan adalah 8 jenis konten berupa *reels* dan referensi *reels* dibuat perinciannya dalam format Google Sheets untuk mempermudah melakukan pengecekan oleh *subsidiaries*. Penulis melampirkan link referensi, jumlah *talent* yang diperlukan dan detail penjelasan apa yang ingin disampaikan melalui konten tersebut.

DEFENXOR Social Media								
No	Content Format	Content References	Employee Needed	Marketing Strategist	Content	Caption	Posting Date	Deadline Konfirmasi
3	Reels	<a href="https://www.tiktok.com/@defenxor">https://www.tiktok.com/@defenxor</a>	7		Wine Hiking			
					Buka box, dalam box ada tulisan untuk apakan join Defensor			
4	Reels	<a href="https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2">https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2</a>	3		Hiking			
					zoom karyawan lagi kerja Bentah itu lagi lagi keseruan di Defensor Ditanyu dengan text "join our team"			
5	Reels	<a href="https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2">https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2</a>	1		Office Culture			
					Lagi siap siap untuk fokus kerja tapi di fb temannya ada topik "ah itu ga sih" jadi nya gagal fokus			
6	Reels	<a href="https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2">https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2</a>	2		Office Culture			
					Karyawan baru beres-beres (Phone, Charger, dan Tumbler), mau pulang tapi gajadi karena atasan belum pulang			
7	Reels	<a href="https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2">https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2</a>	2		Office Culture			
					"Scene 1" 2 Karyawan lagi lelu "Scene 2" Terkasih dengan suara di MeHong dan langsung semangat kerja			
8	Reels	<a href="https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2">https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2</a>	4		Office Culture			
					3 karyawan ingin makan siang tetapi harus menunggu yang menyelesaikan kerjanya terlebih dahulu			
9	Reels	<a href="https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2">https://www.tiktok.com/@296wrtf5q2</a>	1		Office Culture			
					Lagi males kerja tapi harus ingat kerja untuk siapa			

Gambar 3. 1 Editorial Plan DNS  
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

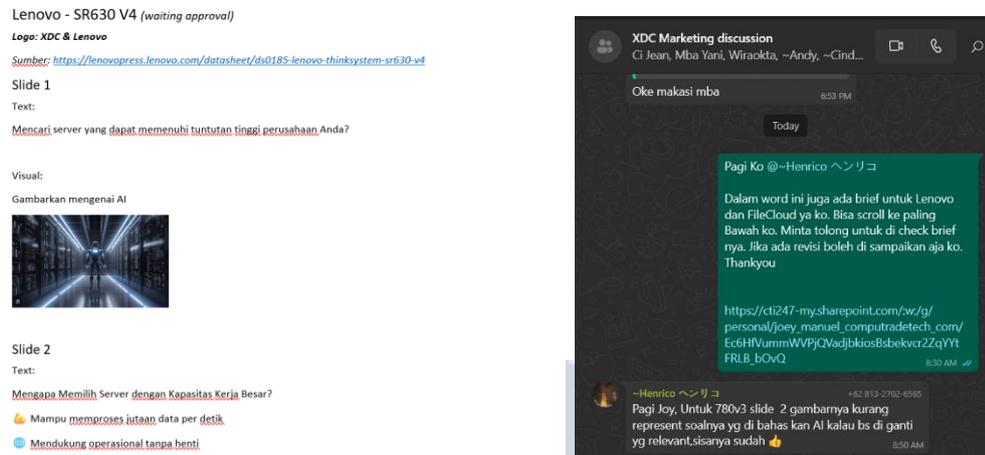
Setelah *Editorial Plan* (EP) tersebut telah di *approve* oleh *subsidiaries* melalui grup koordinasi yang ada pada WhatsApp, *subsidiaries* akan mengirimkan jadwal untuk melakukan jadwal *take* konten dalam waktu 1 hari kerja. Penulis melakukan *editing video* pada konten dan pembuatan *caption* untuk konten tersebut. Hasil *edit* dan *caption* dilakukan pengecekan oleh Team Leader (TL) terlebih dahulu sebelum konten tersebut dipublikasikan. Konten tersebut di unggah oleh TL ke Instagram *subsidiaries*.



Gambar 3. 2 Konten DNS

Sumber: Instagram @defenxor

Konten sosial media untuk XDC dan Q2 berbeda dengan yang dilakukan pada DNS dikarenakan *subsidiaries* XDC dan Q2 berfokus pada produk dan solusi yang mereka sediakan. Langkah yang dilakukan setelah melakukan *content planning* adalah melakukan riset mengenai produk atau solusi yang ingin dibahas pada postingan. Setelah *brief* sudah disiapkan, penulis berkoordinasi dengan PIC yang bertanggung jawab dengan produk atau solusi yang perlu untuk di *approve* sebelum dilanjutkan ke proses design.



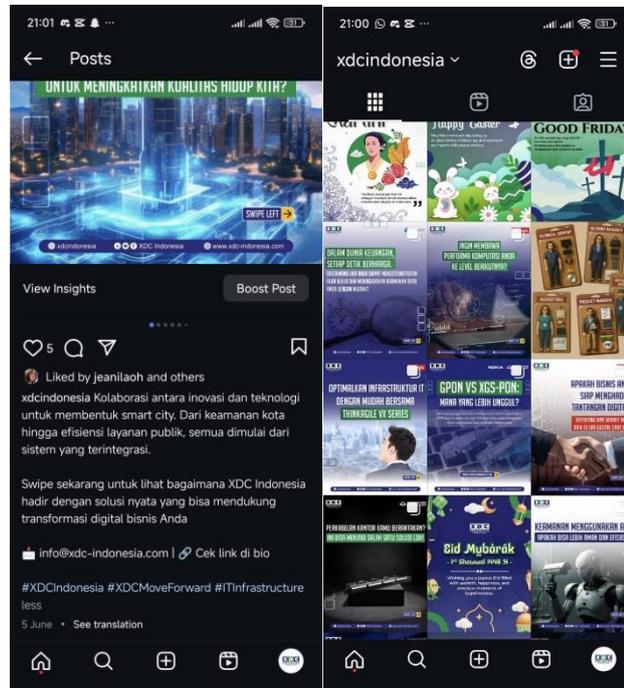
Gambar 3. 3 Brif XDC

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Jika terdapat revisi yang ingin dilakukan oleh *subsidiaries*, penulis segera melakukan perubahan sesuai dengan permintaan dan melakukan *approval* kembali sebelum *brief* tersebut dilanjutkan ke tahap berikutnya. Penulis hanya boleh melakukan *request* kepada Tim Design untuk dibuatkan visual dari *brief* yang sudah siap untuk dijadikan konten setelah *brief* tersebut disetujui oleh *subsidiaries* untuk mengurai revisi design yang terjadi kedepannya. *Request* tersebut dilakukan menggunakan sistem yang sudah disiapkan oleh CTI Group untuk mempermudah koordinasi antar divisi. Sistem tersebut bisa diakses melalui *Marketing Central Directory* atau yang bisa disebut MCD.

Setelah hasil design sudah diberikan oleh Tim Design, penulis mengirimkan hasil design terlebih dahulu sebelum diunggah ke media sosial. Jika terdapat revisi yang ingin diubah oleh *subsidiaries*, penulis menyampaikan revisi atau perubahan yang diinginkan oleh *subsidiaries* kepada Tim Design melalui email. Konten yang sudah di *approve*, di publikasikan ke Instagram sesuai dengan *post* yang sudah disiapkan saat

melakukan *content planning*. Penulis juga bertanggung jawab atas caption yang akan digunakan.



Gambar 3. 4 Hasil Post XDC Indonesia  
Sumber: Instagram @xdcindonesia

## B. Email Marketing

Email marketing adalah salah satu strategi *direct marketing* yang dilakukan. Menurut buku "Membangun Bisnis Online dengan E-mail Marketing", *email marketing* didefinisikan bukan sekadar sebagai alat untuk mengirimkan promosi secara massal (Helianthusfrie, 2019). Kemudian dijelaskan juga dalam buku tersebut mengapa email marketing adalah sarana yang efektif:

- Efektivitas Biaya: Biayanya relatif lebih murah dibandingkan dengan strategi pemasaran lainnya.
- Tingkat Konversi Tinggi: Kemampuan untuk menghasilkan penjualan dari setiap email yang dikirimkan (conversion rate) sangat mengesankan.

- Membangun Hubungan: Memungkinkan pebisnis untuk berkomunikasi secara lebih personal dan langsung dengan audiens mereka.

Dengan kelebihan dari Email Marketing, setiap *subsidiaries* melakukan email marketing saat mereka biasanya mempunyai penawaran/diskon yang bisa ditawarkan ataupun *event* yang mereka selenggarakan untuk dapat mengundang banyak industri. Setiap *subsidiaries* memiliki target marketnya tersendiri, sehingga harus dilakukan penyesuaian target market pada setiap kampanye yang akan dijalankan. Target market yang dilakukan dari menentukan industri yang disasarkan, kemudian dilanjutkan dengan *level/jabatan* serta divisi dari individu yang akan sebar email tersebut. *Brief email marketing* sudah disediakan *template* yang bisa di unduh oleh seluruh tim marketing.

Saat *subsidiaries* meminta untuk dibuatkan *email marketing campaign*, yang dilakukan pertama kali oleh penulis adalah mencari informasi lebih dalam mengenai barang atau jasa yang dijadikan topik. Penulis mengumpulkan data seperti USP, fitur dan benefit yang ditawarkan. Hasil dari riset tersebut dipindahkan kedalam *brief* yang sudah disediakan. Target market pada setiap *subsidiaries* sudah ditentukan, sehingga jika terjadi perubahan target market akan disampaikan oleh *subsidiaries* kepada tim marketing.

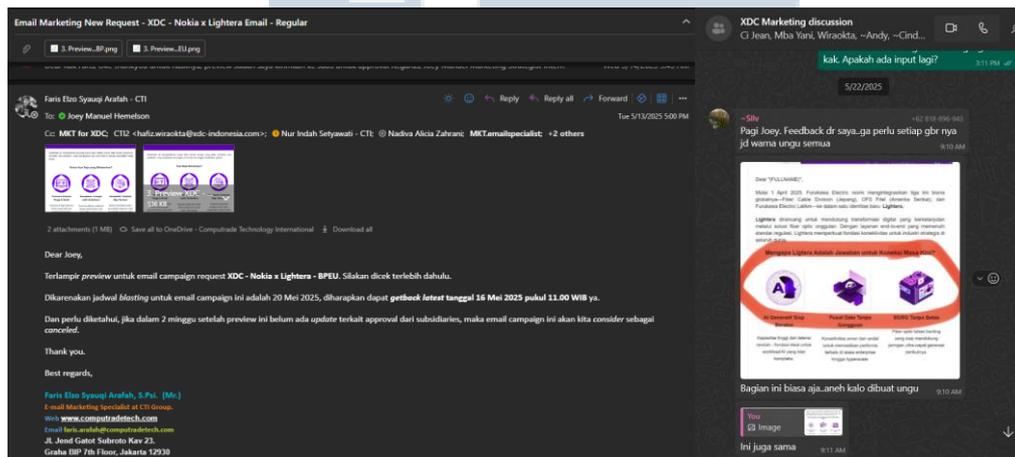
Email Blasting Request Brief for BP	
SLD-JDC Requester Name: Joey Manuel	
<b>Campaign Name</b> Logram's Data OK+	<b>Target Industry</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Advertising</li> <li><input type="checkbox"/> Banking</li> <li><input type="checkbox"/> Construction</li> <li><input type="checkbox"/> E-Commerce</li> <li><input type="checkbox"/> Education</li> <li><input type="checkbox"/> IT</li> <li><input type="checkbox"/> Farm &amp; Fishery</li> <li><input type="checkbox"/> Firm &amp; Lawyer</li> <li><input type="checkbox"/> Government Health</li> <li><input type="checkbox"/> Government &amp; Public Sector</li> <li><input type="checkbox"/> Health</li> <li><input type="checkbox"/> Hospitality</li> <li><input type="checkbox"/> Information Technology</li> <li><input type="checkbox"/> Manufacture</li> <li><input type="checkbox"/> Media</li> <li><input type="checkbox"/> Multiple Industry</li> <li><input type="checkbox"/> Non-Government Organization</li> <li><input type="checkbox"/> Oil &amp; Mining</li> <li><input type="checkbox"/> Other</li> <li><input type="checkbox"/> Outsourcing</li> <li><input type="checkbox"/> Real Estate</li> <li><input type="checkbox"/> Property</li> <li><input type="checkbox"/> Retail &amp; Distribution</li> <li><input type="checkbox"/> Telecommunication</li> <li><input type="checkbox"/> Transportation &amp; Logistic</li> </ul>
<b>Level Name</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> All</li> <li><input type="checkbox"/> Director</li> <li><input type="checkbox"/> General Manager</li> <li><input type="checkbox"/> Manager</li> <li><input type="checkbox"/> President Director/CEO/COO/CIO</li> <li><input type="checkbox"/> Staff</li> <li><input type="checkbox"/> Supervisor/Team Leader</li> <li><input type="checkbox"/> Unknown</li> </ul>	<b>Division</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Call Center</li> <li><input type="checkbox"/> Developer/DBA/ System Analyst</li> <li><input type="checkbox"/> Finance</li> <li><input type="checkbox"/> HR</li> <li><input type="checkbox"/> IT/MS</li> <li><input type="checkbox"/> Logistic/Purchasing</li> <li><input type="checkbox"/> Management Operational</li> <li><input type="checkbox"/> Media</li> <li><input type="checkbox"/> Presses</li> <li><input type="checkbox"/> Sales/Front Liner</li> <li><input type="checkbox"/> System Engineer</li> <li><input type="checkbox"/> Unknown</li> <li><input type="checkbox"/> User/Others</li> <li><input type="checkbox"/> All</li> </ul>
<b>Language</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> English</li> <li><input type="checkbox"/> Indonesia</li> </ul>	<b>Objective</b> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Awareness</li> </ul>
<b>Seller Name</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Andy Almarja</li> </ul>	<b>Email Sender</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>mailto:andy@logram.com</li> </ul>
<b>Email Reply To</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>mailto:andy@logram.com</li> </ul>	<b>Product/Solution promote</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Logram's Data OK+</li> </ul>
<b>Product/Solution USP (Unique Selling Point)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Convertible Rack-Tower Design</li> <li>- Can be used as a tower or 19" rack-mount UPS, offering flexible installation options.</li> <li>- On-Line Double Conversion Technology</li> <li>- Ensures uninterrupted, high-quality power supply with superior protection.</li> <li>- High Efficiency up to 94%</li> <li>- Reduces energy consumption while providing reliable backup power.</li> <li>- Scalability with Additional Battery Cabinets</li> <li>- Extend backup time with optional battery cabinets and chargers for critical applications.</li> <li>- Automatic and Manual Bypass</li> <li>- Ensures continuous power supply during maintenance or failure situations.</li> </ul>
<b>Product/Solution Benefits</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reliable Power Protection</li> <li>- On-line double conversion technology protects sensitive equipment from power fluctuations and failures.</li> <li>- Flexible installation</li> <li>- Convertible design allows installation in either tower or rack mode, making it ideal for data centers, industrial, and IT environments.</li> <li>- Scalable Backup Time</li> <li>- Additional battery cabinets increase autonomy based on business needs.</li> </ul>

Gambar 3. 5 Brief Email Marketing

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Setelah *brief* sudah siap, penulis langsung mengirimkan *brief* tersebut kepada *subsidiaries* terlebih dahulu untuk dilakukan pemeriksaan kembali. Jika *brief* tersebut sudah disetujui oleh *subsidiaries*, maka penulis harus segera melakukan *request* kepada Tim Content melalui MCD. *Service Level Agreement* (SLA) dalam pembuatan 1 konten adalah 9 hari dari hari dilakukanya *request*.

Setelah Tim Content sudah mengirimkan hasil dari pengerjaannya, penulis segera mengirimkan hasil tampilan *email marketing* tersebut kepada *subsidiaries* untuk dilakukan pengecekan hasil akhir sebelum *email* tersebut di sebarkan kepada target yang sudah dituju.



Gambar 3. 6 Approval Preview Email

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Dua minggu setelah email sudah disebar, Tim Content berkewajiban untuk mengirimkan hasil dan evaluasi dari *campaign* yang dilakukan. Evaluasi tersebut menampilkan persentase email dibuka, persentase audience melakukan klik pada email tersebut dan Tim Content juga akan memberikan saran untuk email marketing berikutnya, misalnya dengan melakukan perubahan judul email yang lebih menarik ketertarikan dan lain sebagainya.

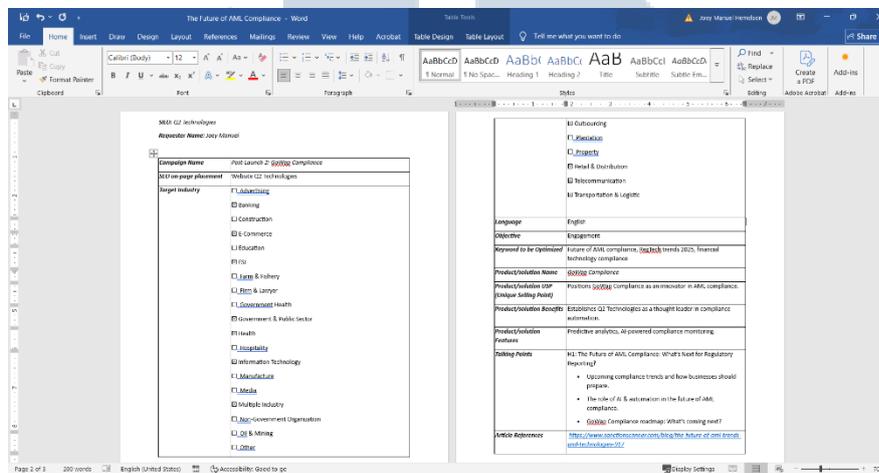
### C. SEO Artikel

*Search Engine Optimization* (SEO) adalah kumpulan teknik yang digunakan untuk meningkatkan posisi dan visibilitas halaman web dalam hasil pencarian organik (Patankar & Sarkar, 2024). SEO terbagi menjadi *On-Page SEO* dan *Off-Page SEO*. Menurut Patankar dan Sarkar pada buku yang mereka terbitkan pada 2024 dengan judul “Futuristic Trends in Management”, *on-page SEO* adalah proses memilih kata kunci yang harus disertakan dalam konten tertulis untuk membantu mendorong traffic ke website. Sedangkan *off-page SEO* adalah strategi SEO yang diterapkan di luar website misalnya dengan melakukan aktivitas eksternal seperti infographic submission, business listing (mencakup Nama, Alamat, dan informasi Kontak).

Penulis membuat brief SEO Artikel disaat ada permintaan dari *subsidiaries* untuk mempersiapkan konten untuk *website* Perusahaan. Dalam pembuatan *brief*, penulis harus menganalisa beberapa poin penting agar hasil dari artikel tersebut bisa lebih maksimal. Hal yang perlu dilakukan Analisa antar lain kata kunci, USP, fitur, benefit dan poin yang ingin dibahas pada artikel tersebut. Dalam upaya mendapatkan kata kunci yang sesuai, diperlukan bantuan dari Tim Content. Penulis melakukan *request* untuk melakukan meeting dan diskusi dalam upaya membahas dan menentukan kata kunci yang sesuai untuk topik SEO yang ingin dibahas. Pembuatan *brief* di CTI Group sudah memiliki *template* dalam pembuatannya sehingga penulis hanya perlu untuk melengkapi bagian yang perlu diisi pada *template* tersebut.

Terdapat perbedaan topik yang dibahas pada ke-3 *subsidiaries* yang di pegang oleh penulis. Hal ini disesuaikan dengan fokus, kebutuhan dan barang atau jasa yang ditawarkan oleh masing-masing *subsidiaries*. XDC Indonesia berfokus pada bidang infrastruktur, sehingga SEO yang dilakukan adalah pembahasan mengenai perkembangan teknologi infrastruktur dan sekaligus untuk menunjukkan fitur unggulan dari produk

yang mereka miliki. Defenxor (DNS) berfokus pada bidang keamanan siber, topik yang dibahas melalui SEO adalah pengetahuan tentang ancaman serangan siber dan *insight* tambahan kepada pembaca mengenai bidang keamanan siber sehingga dapat terhindar dari serangan siber yang semakin berkembang juga. Topik untuk Q2 adalah pembahasan mengenai Anti Money Laundry (AML), pembahasannya meliputi modus-modus pencucian uang dan membahas standar kepatuhan.



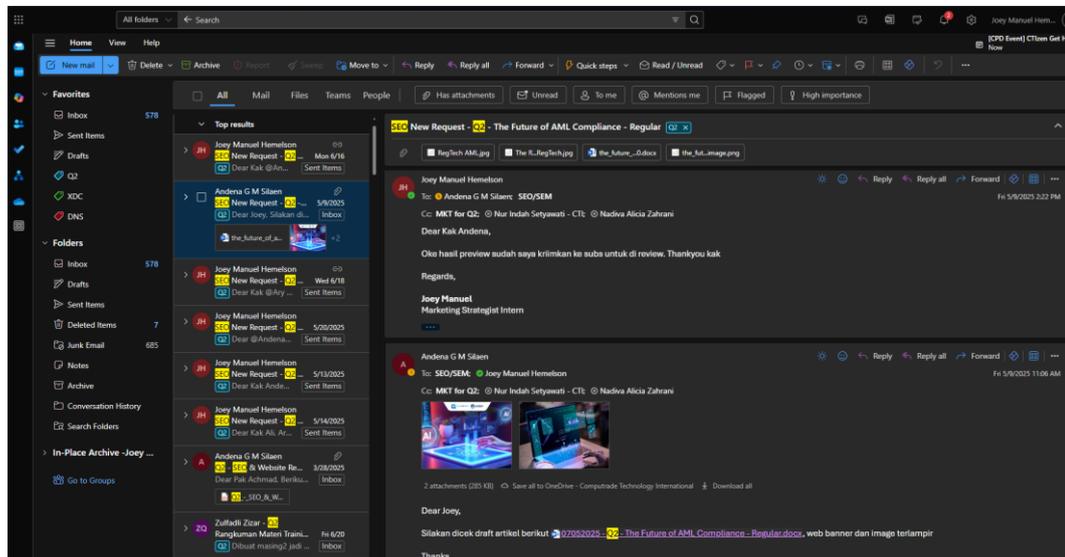
Gambar 3. 7 Brief SEO Article

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

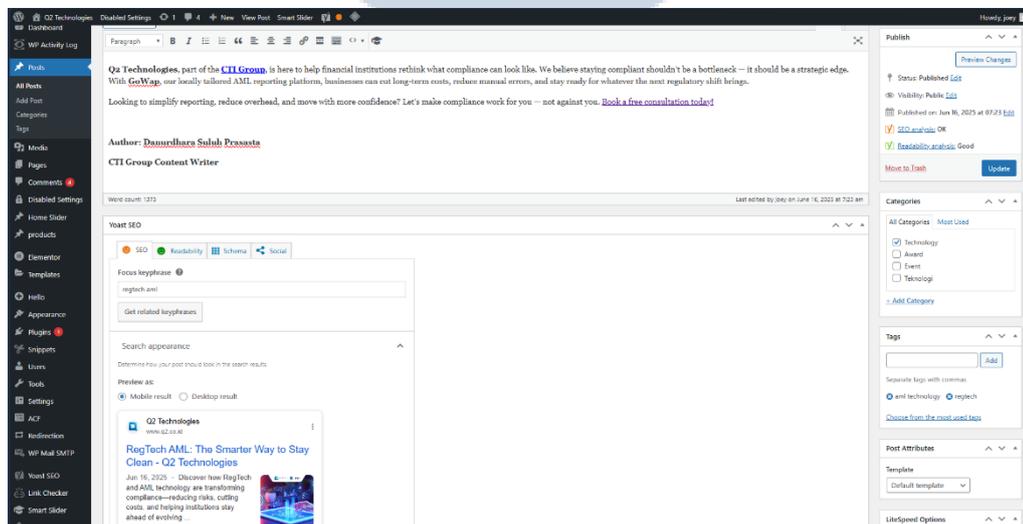
Sama seperti brief yang lainnya, jika *brief* sudah disiapkan oleh penulis, hasil tersebut dilakukan pengecekan kembali oleh PIC *subsidiaries* yang melakukan request tersebut. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir adanya revisi setelah konten sudah selesai diproduksi. Langkah selanjutnya setelah *brief* sudah di setujui oleh *subsidiaries*, pemegang segera melakukan *request* kepada Tim SEM SEO melalui MCD. SLA dalam pengerjaan 1 konten SEO Artikel adalah 7-8 hari kerja.

Hasil konten dikirimkan via email, konten yang dikirimkan ada 2 yaitu preview konten dan juga gambar untuk banner dan juga untuk kebutuhan konten. Setelah hasil sudah diterima, penulis mengirimkan hasil tersebut untuk di cek kembali oleh *subsidiaries* sebelum di *publish* ke

website melalui WordPress. Penulis diberikan akses untuk dapat masuk pada *page* admin hanya untuk melakukan post artikel ke dalam website.



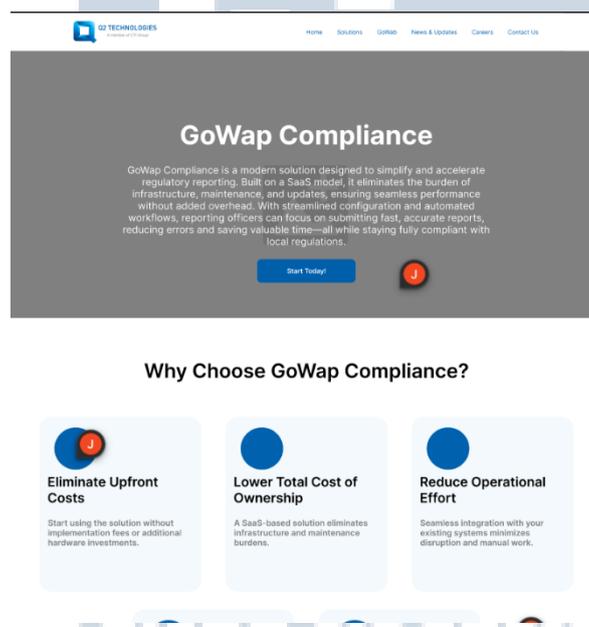
Gambar 3. 8 Hasil Preview SEO  
Sumber: Olahan Pribadi (2025)



Gambar 3. 9 Wordpress Artikel  
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

## D. Website Rework

Dalam digital marketing, *website* memiliki peran yang sangat penting karena dapat menjadi fondasi utama perusahaan di dunia *online*. Menurut buku “Digital Marketing : Teori, Implementasi dan Masa Depan Digital Marketing” yang diterbitkan pada tahun 2024, kehadiran *website* akan sangat berfungsi sebagai pusat informasi dan *branding*. Dengan adanya *website* dapat memungkinkan perusahaan untuk memberikan informasi yang lebih jelas mengenai barang atau jasa yang disediakan oleh perusahaan. Design pada *website* sangat berpengaruh pada pengalaman pengguna dalam mengakses web (Hasna et al., 2024). Maka dari itu CTI Group melakukan *website rework* atau pembaharuan *website* cukup rutin untuk setiap *subsidiaries*.



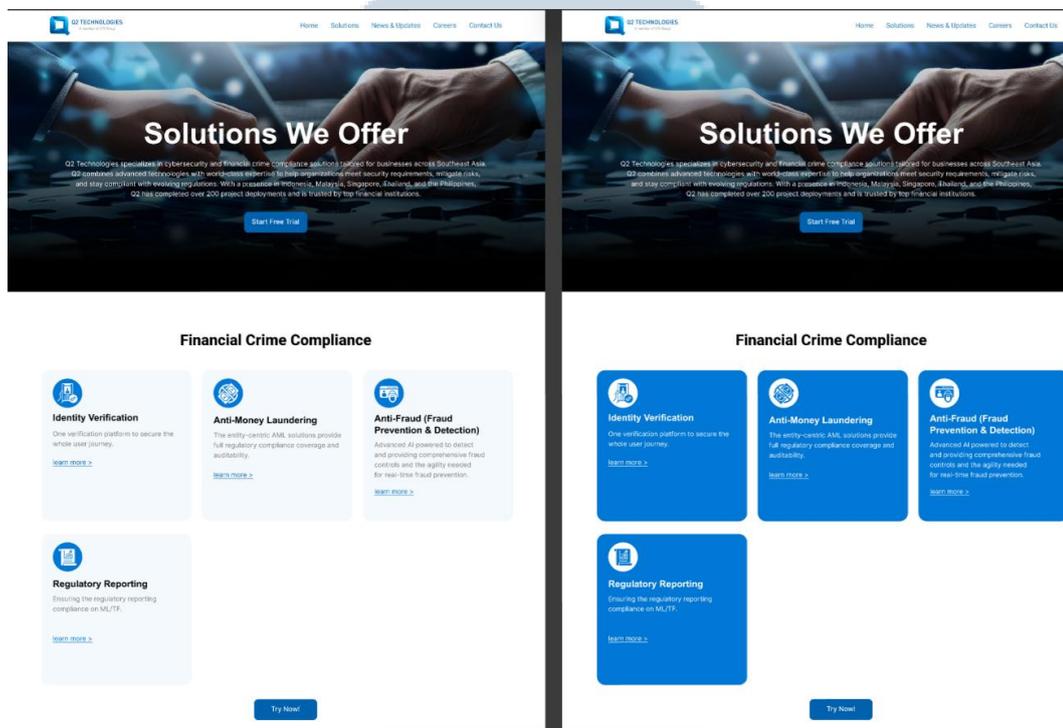
Gambar 3. 10 Design Mockup Website

Sumber: Olehan Pribadi (2025)

Saat *subsidiaries* ingin melakukan perubahan pada tampilan *website*, penulis mencari beberapa referensi tampilan *web* melalui internet yang referensi tersebut dijadikan gambaran dasar dari *web* yang implementasikan. Langkah pertama yang dilakukan adalah pembuatan *mock up* oleh penulis. Dalam menjalankan tugas tersebut, pemegang menggunakan aplikasi Figma untuk pembuatan *mock up*. Fungsi dari

pembuatan *mock up* adalah untuk memberikan gambaran dasar terhadap susunan dan peletakan *icon* dan lain-lain.

Jika *mock up* tersebut sudah mendapatkan persetujuan oleh *subsidiaries*, maka penulis segera melakukan *request* melalui MCD kepada Tim Design untuk dibuatkan tampilan web yang lebih baik dan disertai gambar-gambar dan *icon* yang ada pada website tersebut. Tim Design mengirimkan hasil design yang dilakukan melalui Figma.

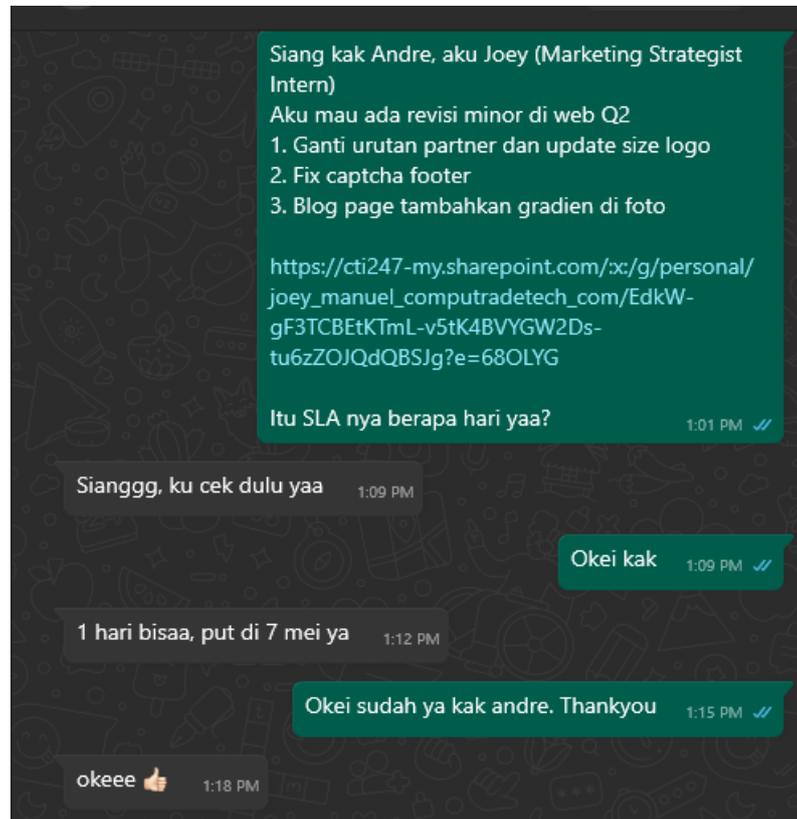


Gambar 3. 11 Design Web Preview

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Seerti yang sudah dilakukan sebelumnya, penulis selalu meminta konfirmasi dan persetujuan terlebih dahulu kepada *subsidiaries* sebelum hasil tampilan tersebut di implementasikan langsung pada *website*. Setelah sudah mendapatkan persetujuan dari *subsidiaries*, penulis segera menghubungi salah satu Tim Web Dev melalui WhatsApp. Tujuannya adalah untuk mengirimkan gambaran bobot kerja yang akan mereka karjakan agar Tim Web Dev dapat menentukan SLA untuk pengerjaan

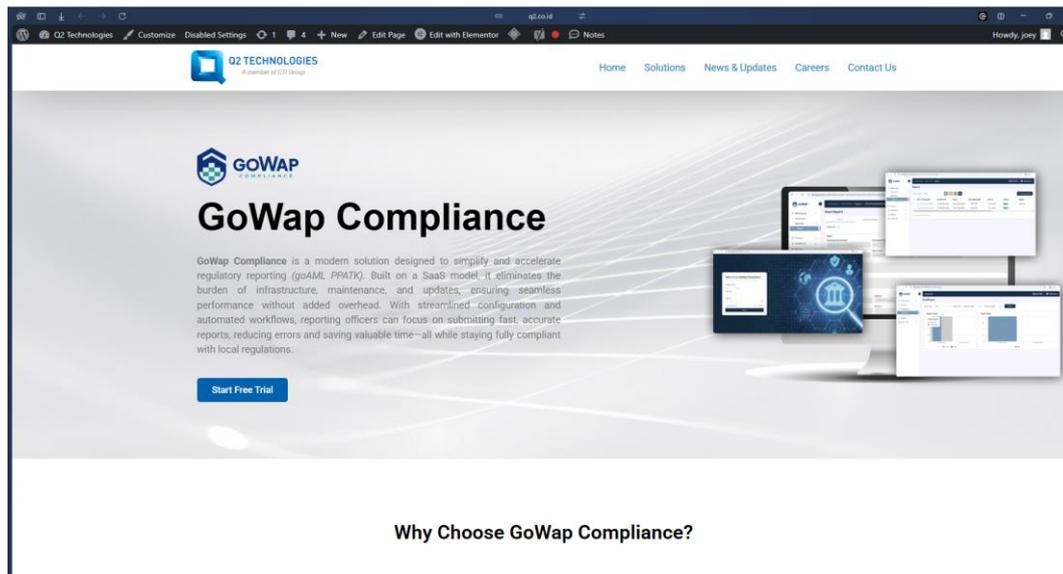
*website* tersebut. Setelah berdiskusi dan mendapatkan SLA yang jelas, penulis kembali melakukan *request* melalui MCD dan *request* tersebut akan ditujukan kepada Tim Web Dev untuk dilakukan pengerjaan.



Gambar 3. 12 Diskusi SLA WebDev

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

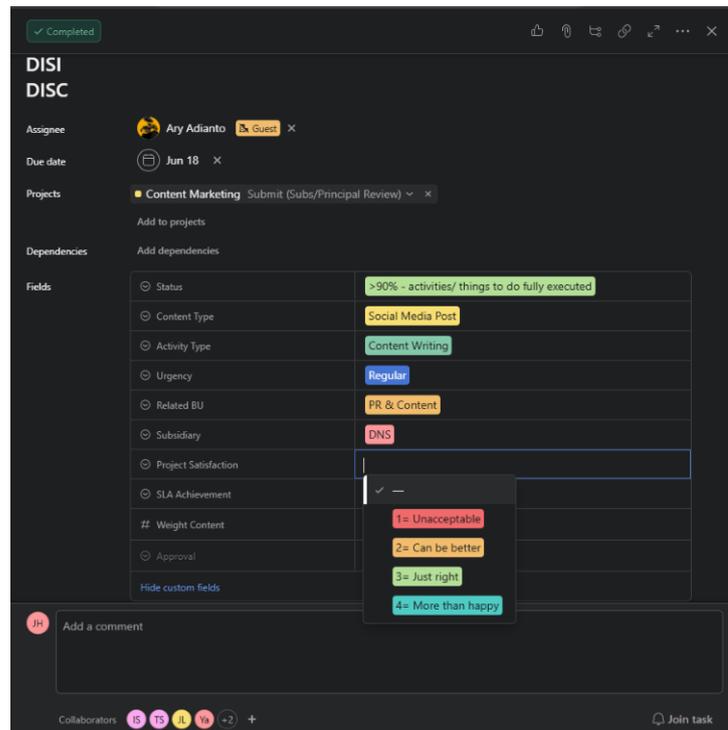
Setelah hasil web sudah selesai di *coding* oleh Tim Web Dev, tampilan *website* tidak langsung di tampilkan kepada tampilan utama karena hasil tersebut harus dilakukan pengecekan kembali. Jika terdapat beberapa revisi, penulis merincikan revisi tersebut dalam Excel dan melampirkan *screenshot* bagian yang perlu dilakukan perubahan dan *file* excel tersebut akan dikirimkan kepada Tim Web Dev melalui *email*.



Gambar 3. 13 Hasil Website Rework

Sumber: q2.co.id

Saat penulis melakukan *request* melalui MCD, penulis memiliki kewajiban untuk memberikan penilaian atau memberikan *Project Satisfaction* kepada Tim yang membantu pengerjaan tersebut. Penilaian tersebut bersifat wajib saat seseorang melakukan atau meminta Tim lain untuk menjalankan suatu tugas. Nilai yang diberikan menggunakan skala 1-4, semakin tinggi angka menunjukkan semakin puas dengan hasil yang diberikan dan hasil dikirimkan secara tepat waktu. Untuk dapat memberikan penilaian, penulis harus mengakses Asana. Asana digunakan oleh CTI Group menjadi alat bantu untuk melihat *update* setiap proyek atau seluruh kegiatan marketing yang dijalankan.



Gambar 3. 14 Submit Asana Project Satisfaction

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

### 3.2.3 Kendala Utama

Selama menjalankan praktik kerja magang sebagai *Marketing Strategist Intern* di CTI Group, penulis mengalami beberapa kendala:

1. Kendala manajemen waktu menjadi masalah yang dirasakan saat memasuki bulan pertama magang. Penulis memiliki banyak proyek yang harus berjalan beriringan dikarenakan memiliki tanggung jawab kepada 3 *subsidiaries* sekaligus. Tempo kerja marketing CTI Group cukup cepat sehingga penulis cukup merasa kesulitan saat pertama kali melakukan kerja magang.
2. Kendala lainnya yang dirasakan adalah banyaknya *tools* yang digunakan dan *tools* tersebut sangat asing bagi penulis. Misalnya dalam menggunakan sistem Marketing Central Directory, cara dan SOP untuk melakukan *request* ke setiap tim berbeda-beda

3. Kendala terakhir yang cukup sering dialami oleh penulis adalah sering lupa mengenai *task* yang akan dan sudah dikerjakan. Dikarenakan banyaknya pekerjaan yang masuk setiap hari, penulis kesulitan untuk mengingat detail pekerjaan yang sudah dilakukan dan yang belum dilakukan

#### 3.2.4 Solusi

Dalam menghadapi kendala yang dialami, penulis melakukan beberapa hal untuk mengatasi permasalahan yang ada dengan cara berikut:

1. Dalam mengatur manajemen waktu, penulis akan membuat *list* pekerjaan yang harus dikerjakan. Pekerjaan tersebut diurut berdasarkan tingkat urgensi dan *deadline* terdekat hingga yang masih lama *deadline* nya. Hal ini akan memudahkan penulis untuk membuat susunan pekerjaan. Penulis juga perlahan untuk mempercepat tempo kerjanya agar pekerjaan yang diberikan dapat selesai dengan tepat waktu.
2. Untuk mengatasi ketidaktahuan penulis dalam menggunakan *tools* yang ada, penulis akan selalu bertanya kepada *staff* yang berada di sebelahnya. Penulis juga biasanya akan menanyakan langsung kepada Erica Raisah selaku *Marketing Strategist* dan mencatat dalam *notepad* untuk poin-poin penting yang disampaikan agar kedepannya sudah bisa menggunakannya dengan baik. Seiring berjalannya waktu, penulis beradaptasi dengan *tools* yang digunakan
3. Untuk meminimalisir lupa terhadap suatu *task*, penulis melakukan cara yang mirip seperti poin No.1. Penulis akan membuat *list* pekerjaan yang sudah dilakukan dan yang belum dilakukan. Jika pekerjaan yang dilaksanakan ada di *email*, penulis akan mencantumkan judul *email* tersebut agar jika ingin melakukan pengecekan akan lebih mudah karena penulis sudah tahu *email* mana yang harus dituju. Hal ini terbukti cukup efektif untuk membantu penulis mengurangi adanya pekerjaan yang tertinggal untuk dikerjakan.