

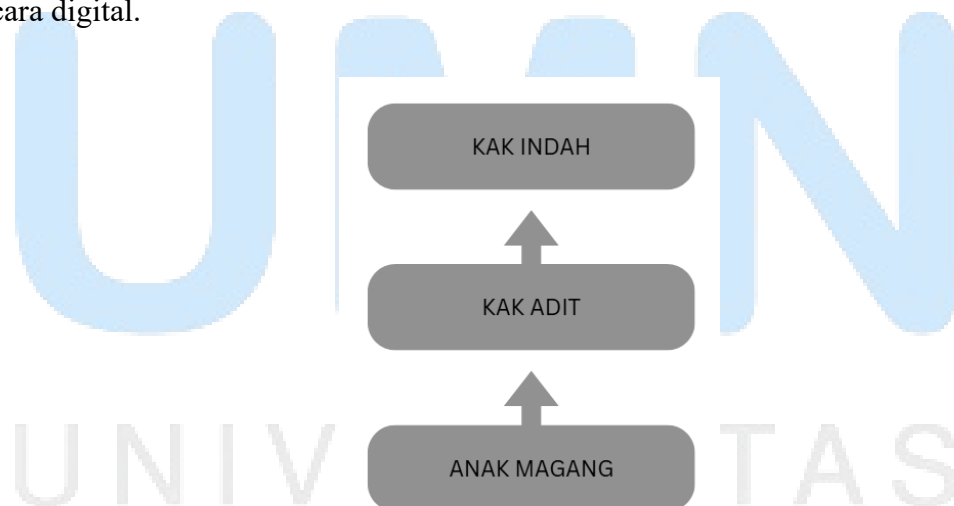
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama magang penulis ditempatkan di divisi *Digital Marketing* yang memiliki tanggung jawab utama dalam merancang, memproduksi, dan mengelola berbagai jenis konten yang akan dipublikasikan di platform digital perusahaan. Adapun tugas-tugas dalam divisi *digital marketing* mencakup pembuatan konten artikel yang informatif dan relevan sesuai dengan kebutuhan target audiens, serta melakukan proses input artikel tersebut ke dalam sistem website perusahaan dengan memperhatikan struktur dan tata letak yang optimal.

Selain itu, penulis juga bertanggung jawab dalam penerapan strategi SEO (*Search Engine Optimization*) secara menyeluruh, seperti melakukan riset kata kunci (*keyword research*), menyisipkan keyword secara strategis di dalam artikel, mengatur *meta description*, optimasi *heading*, serta memastikan kecepatan dan responsivitas halaman website agar sesuai dengan standar SEO yang berlaku. Seluruh aktivitas bertujuan untuk meningkatkan visibilitas *website* di mesin pencari, memperkuat ranking SEO, serta menarik lebih banyak trafik yang dapat mendukung pencapaian target bisnis perusahaan secara digital.



Alur koordinasi selama menjalani program *internship* pada PT. Biis Corp yaitu seperti pada gambar diatas, penulis selaku anak magang bersama dengan teman-teman magang lain yang berasal dari kampus yang berbeda, melakukan koordinasi kepada kak adit, kemudian kak adit melakukan koordinasi kepada kak indah terkait *approval* tugas.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penulis melakukan kegiatan praktik kerja magang di PT. BIIS Griya Nadhi dalam rentan waktu 5 bulan dimulai dari 27 Desember hingga 27 Mei 2025, dalam pelaksanaannya penulis dipercayai beberapa tugas dan terlibat di berbagai aktivitas di PT. BIIS Griya Nadhi, berikut merupakan tugas dan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama praktik magang di PT. BIIS Griya Nadhi :

Tabel 3. 1 Tugas Utama Penulis

NO	Ruang Lingkup Kerja	Tujuan	Kordinasi	Bagian Pekerjaan
1	Merancang dan membuat konten planning	Menyusun rancangan konten untuk platform digital dan website yang akan dibuat untuk 1 bulan kedepan bersama tim magang digital marketing sehingga mengetahui konten-konten yang akan dikerjakan.	Kak Adit & Kak Indah	Digital Marketing
2	Membuat Konten Platform Digital	Meningkatkan <i>Brand Awarness</i> perusahaan melalui media digital, menarik perhatian calon pelanggan, serta meningkatkan <i>engagement</i> dengan <i>followers</i>	Kak Adit & Kak Indah	Digital Marketing

3	Membuat konten artikel yang informatif dan relevan	Memberikan edukasi dan informasi bagi target audiens, meningkatkan kredibilitas perusahaan sebagai <i>Software Developer</i> , menjaga <i>website</i> perusahaan tetap <i>update</i> dan aktif	Kak Adit & Kak Indah	Digital Marketing
---	--	--	----------------------	-------------------

4	Melakukan revisi dari pembuatan konten	Melakukan revisi dari konten yang telah diajukan ke <i>supervisor</i> , untuk platform digital dan website agar sesuai dengan kebutuhan perusahaan.	Kak Adit & Kak Indah	Digital Marketing
5	Melakukan proses input artikel tersebut ke dalam sistem website perusahaan	Menyediakan konten artikel secara terstruktur dan mudah diakses oleh pelanggan, mendukung strategi konten dengan menyajikan konten artikel langsung ke <i>website</i> perusahaan	Kak Adit & Kak Indah	Digital Marketing

6.	Menerapkan strategi SEO (<i>Search Engine Optimization</i>) secara menyeluruh	Meningkatkan peringkat website di hasil pencarian google, dan memudahkan target menemukan informasi terkait perusahaan.	Kak Adit & Kak Indah	Digital Marketing
7.	Menyusun <i>handbook product knowledge</i> untuk dipaparkan pada client.	Memberikan informasi yang komprehensif dan Terstandarisasi mengenai produk atau layanan perusahaan, dan membantu klien memahami manfaat dan nilai dari produk yang ditawarkan, sehingga meningkatkan peluang konversi penjualan.	Kak Adit & Kak Indah	Digital Marketing

Selama melakukan praktik kerja magang di perusahaan PT.BIIS CORP penulis dipaparkan dan diarahkan untuk mengenali dan memahami produk-produk dari PT.BIIS CORP yang disosialisasikan melalui *Zoom Meeting* dimana juga menjadi tugas dan kewajiban *Digital Marketing* dalam memahami dan mengenali produk-produk perusahaan yang akan di pasarkan, selain itu penulis juga ditugaskan untuk merancang kampanye iklan digital untuk menarik lebih banyak *traffic* dan *leads*, membantu mengoptimalkan SEO di *Website* perusahaan untuk meningkatkan peringkat di mesin pencari.

Tidak hanya itu penulis juga ditugaskan untuk mengelola konten posting rutin di sosial media (Instagram, Linkedin, Facebook), membuat analisis dan laporan terkait performa *Website*, media sosial, dan kampanye iklan. Membantu dalam pembuatan konten kreatif yang menarik dan relevan, serta berkolaborasi dengan tim internal untuk menyusun strategi *digital marketing* yang efektif.



3.2.1 Merancang dan membuat konten *planning*

Rancangan Konten Februari
File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help

Menu
100%
\$ % .0_ 123
Default
+
B I
A

A1
Rancangan Konten Bulan Februari

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Rancangan Konten Bulan Februari												
2	Table1												
3	Artikel atau Konten	PIC	Konten	timeline	Upload								
4	Keunggulan CMMS Dibandingkan Sistem Manual untuk Maintenance	Dipta	☒	2 Februari 2025	3 Februari 2025								
5	Peran Software HRIS dalam Mengelola Karyawan Secara Efektif	Fakhri	☒	4 Februari 2025	5 Februari 2025								
6	Ucapan hari saraswati	Fakhri	☒	7 Februari 2025	8 Februari 2025								
7	Cara Memilih Aplikasi HRIS dengan Fitur Absensi Otomatis	Gusade	☐	8 Februari 2025	9 Februari 2025								
8	Tips Memilih Jasa Pembuatan Software Custom Terpercaya	Dipta	☐	9 Februari 2025	10 Februari 2025								
9	Ucapan Pagerwesi	Fakhri	☒	11 Februari 2025	12 Februari 2025								
10			☐	14 Februari 2025	15 Februari 2025								
11	Pengertian ERP : Penjelasan lengkap dan manfaatnya untuk perusahaan	Dipta	☐	15 Februari 2025	16 Februari 2025								
12			☐	16 Februari 2025	17 Februari 2025								
13	Jasa Pembuatan ERP Surabaya: Solusi Lengkap untuk Perusahaan Anda	Fakhri	☐	18 Februari 2025	19 Februari 2025								
14			☐	21 Februari 2025	22 Februari 2025								
15	Optimalkan Produksi dengan Software Dashboard Produksi Modern	Gusade	☐	22 Februari 2025	23 Februari 2025								
16			☐	23 Februari 2025	24 Februari 2025								
17			☐	25 Februari 2025	26 Februari 2025								
18	Ucapan selamat menunaikan ibadah puasa	Fakhri	☐	27 Februari 2025	28 Februari 2025								

Senin

Selasa

Rabu

Kamis

Jumat

Sabtu

Minggu

Konten akan diupload 4 kali dalam seminggu sesuai dengan tabel diatas.

Gambar 3. 1 Konten Planning Bulan Februari

(Sumber : Data pribadi penulis: 2025)

Selama masa magang, penulis bertanggung jawab dalam merancang dan menyusun konten *planning* yang menjadi dasar dalam pelaksanaan strategi media digital perusahaan. Kegiatan ini meliputi identifikasi tema, tujuan, target audiens, serta pemilihan waktu publikasi yang tepat untuk meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dan tujuan. Dalam proses ini, *penulis* juga melakukan riset terhadap *trend* konten terkini, momen-momen penting dalam satu bulan, serta data *engagement* sebelumnya guna memaksimalkan performa konten. Konten *planning* disusun dalam bentuk kalender editorial yang terstruktur, biasanya dalam format mingguan atau bulanan. Setiap item konten mencakup jenis platform, format konten (seperti foto, video, atau artikel), topik utama, dan waktu publikasi. *Penulis* juga berkolaborasi dengan tim desain dan pemasaran untuk memastikan setiap rencana konten selaras dengan kampanye yang sedang berjalan., dalam setiap pembuatan konten penulis juga selalu dibimbing oleh *supervisor*. Melalui tugas ini, *penulis* mengasah kemampuan dalam berpikir strategis, memahami perilaku audiens digital, serta mengelola waktu dan prioritas secara profesional.

3.2.2 Membuat Konten Platform Digital

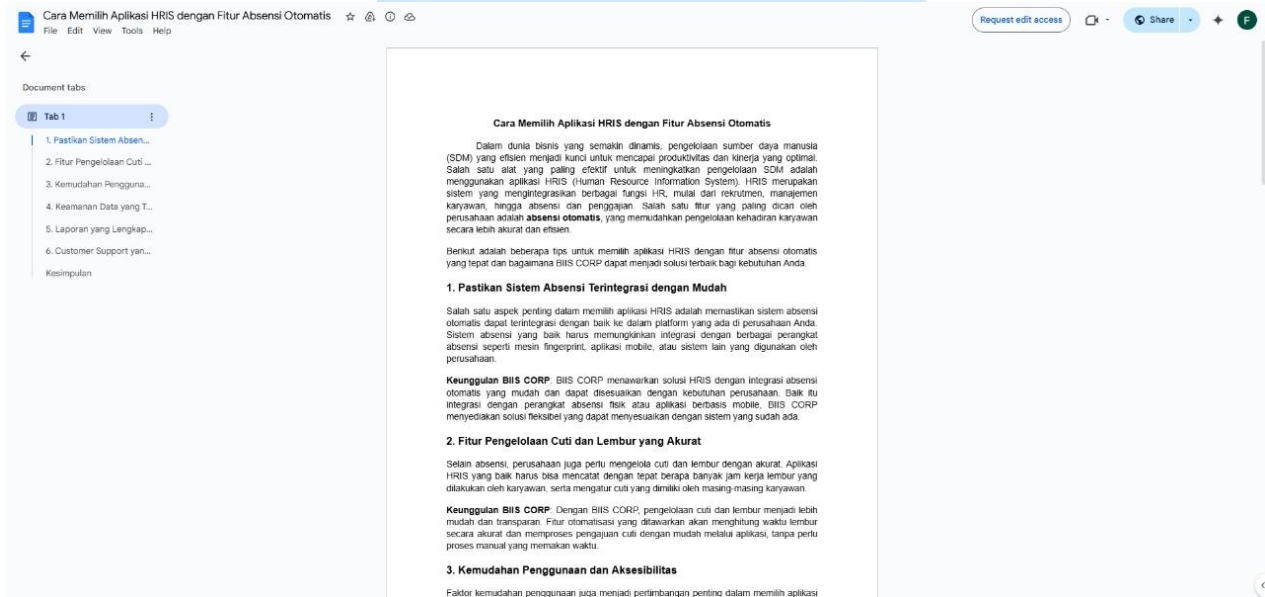


Gambar 3. 2 Konten Platform Digital

(Sumber : Data pribadi penulis: 2025)

Setelah konten *planning* ditetapkan, *penulis* juga bertugas untuk memproduksi konten sesuai rencana tersebut. Konten yang dibuat disesuaikan dengan karakteristik masing-masing platform digital, seperti Instagram, TikTok, Facebook, maupun website resmi perusahaan. Proses ini mencakup penulisan caption, pembuatan visual grafis menggunakan aplikasi desain seperti Canva atau Adobe Express. Dalam pembuatan konten, *penulis* berfokus pada penyampaian informasi yang menarik, padat, dan sesuai dengan identitas merek perusahaan. *Penulis* juga memperhatikan aspek visual agar konten dapat menarik perhatian audiens dalam waktu singkat. Di beberapa kesempatan, *penulis* turut mengelola penjadwalan unggahan menggunakan tools seperti *Meta Business Suite* atau *Buffer*. Dari proses ini, *penulis* memperoleh pengalaman mengenai produksi konten digital yang efektif serta pentingnya konsistensi dalam membangun branding secara daring.

3.2.3 Membuat Konten Artikel yang Informatif dan Relevan

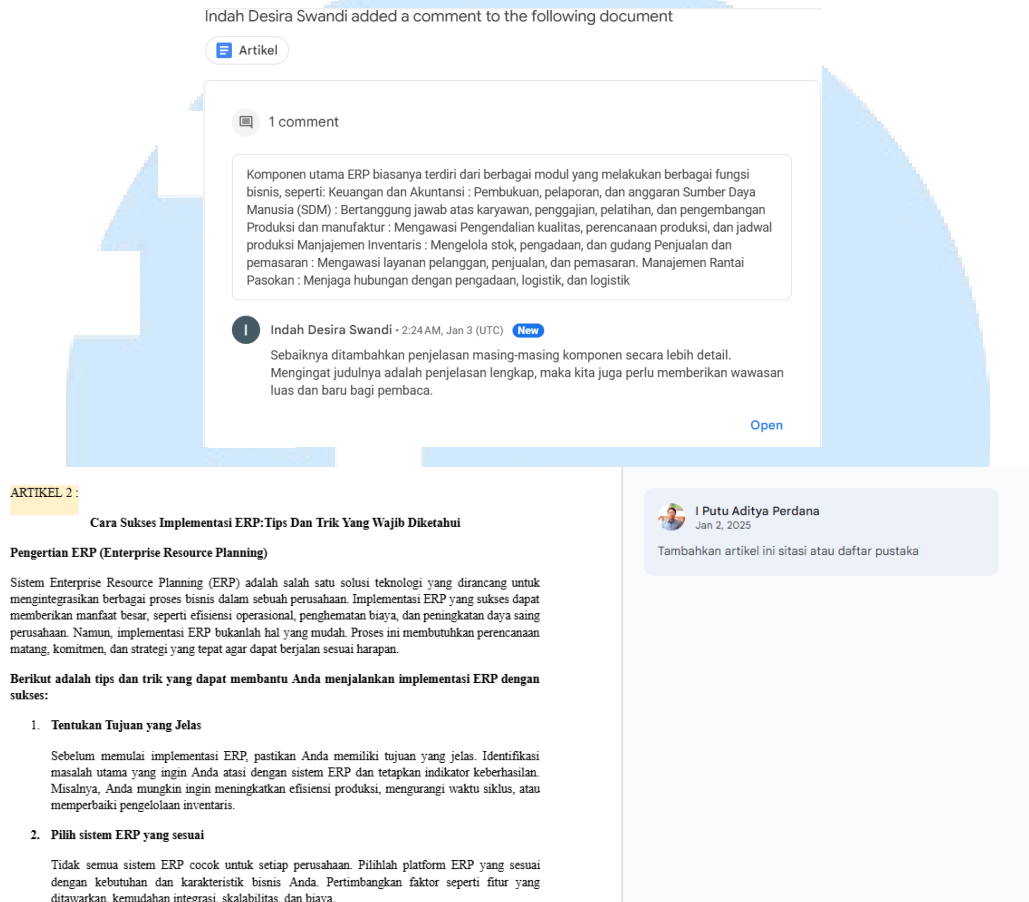


Gambar 3. 3 Konten Artikel BIISCORP

(Sumber : Data pribadi penulis: 2025)

Selain membuat konten visual dan interaktif, *penulis* juga memproduksi konten dalam bentuk artikel yang bertujuan memberikan informasi yang bermanfaat dan mendalam kepada audiens. Artikel yang *penulis* tulis disesuaikan dengan bidang dan visi perusahaan, serta disesuaikan dengan kebutuhan pembaca yang telah ditentukan sebelumnya. Materi artikel mencakup topik-topik edukatif, wawasan industri, hingga tips praktis yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dalam proses penulisannya, *penulis* melakukan riset terlebih dahulu untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, terbaru, dan dapat dipercaya. Selain itu, *penulis* juga belajar menyesuaikan gaya bahasa penulisan agar mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Artikel yang telah selesai biasanya melalui proses *proofreading* dan *layout* sebelum dipublikasikan ke website atau dibagikan melalui platform lain. Kegiatan ini membantu *penulis* meningkatkan kemampuan menulis konten yang tidak hanya menarik secara naratif, tetapi juga memberikan nilai tambah kepada pembaca.

3.2.4 Melakukan Revisi dari Pembentukan Konten

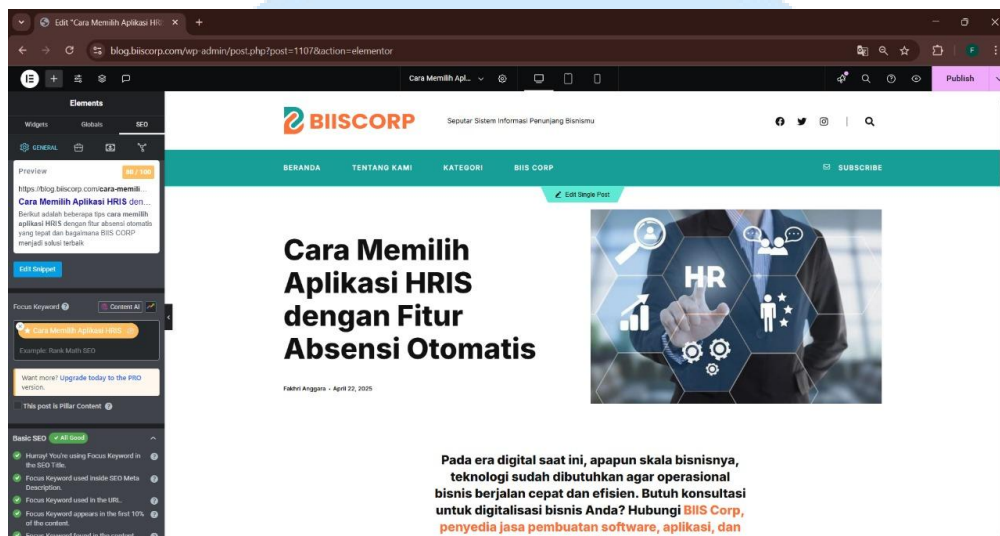


Gambar 3. 4 Revisi Konten Artikel

(Sumber : Data pribadi penulis: 2025)

Revisi merupakan bagian penting dalam proses pembuatan konten digital. Penulis terlibat secara aktif dalam melakukan revisi terhadap konten-konten yang telah dibuat, baik dari sisi visual, narasi, maupun teknis. Proses revisi ini biasanya dilakukan berdasarkan masukan dari supervisor, manajer konten, atau hasil evaluasi performa konten sebelumnya. Tujuannya adalah untuk menyempurnakan konten agar sesuai dengan standar kualitas perusahaan dan kebutuhan audiens. Dalam kegiatan revisi, penulis belajar untuk bersikap terbuka terhadap kritik, memahami pentingnya detail, serta menjaga kualitas penyampaian pesan. Beberapa revisi umum yang penulis lakukan antara lain penggantian visual agar lebih menarik, perbaikan struktur kalimat agar lebih persuasif, hingga penyesuaian tone agar sesuai dengan branding. Kegiatan ini melatih penulis untuk berpikir kritis, bekerja secara kolaboratif, serta menjaga profesionalitas dalam setiap tahap produksi konten. Proses revisi juga menjadi ruang pembelajaran berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas karya secara keseluruhan.

3.2.5 Melakukan Proses *Input* Artikel ke Dalam *Website* Perusahaan



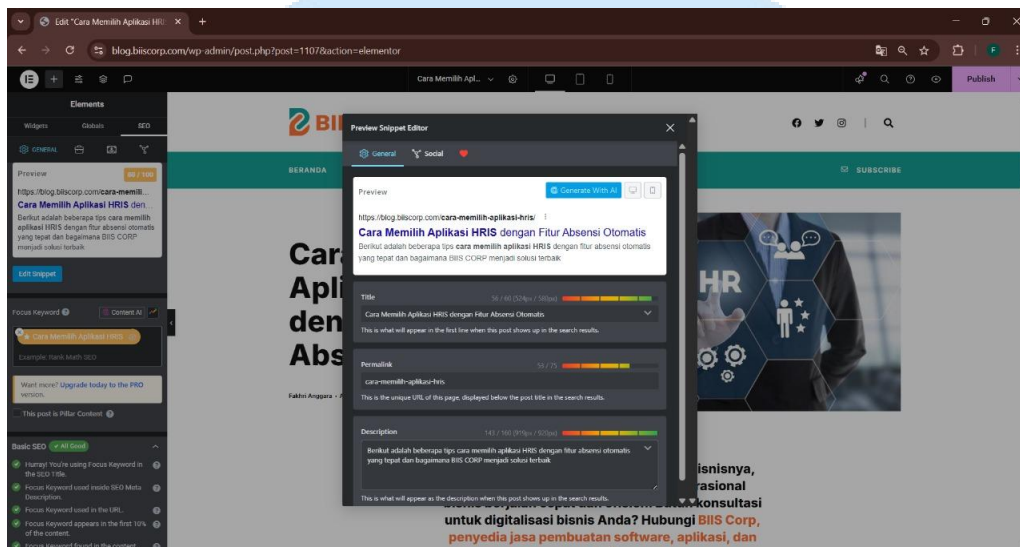
Gambar 3. 5 Input Artikel di Website

(Sumber : Data pribadi penulis: 2025)

Selain menulis artikel, penulis juga bertugas untuk melakukan proses input dan pengelolaan artikel ke dalam website perusahaan. Kegiatan ini meliputi penggunaan Content Management System (CMS) seperti WordPress untuk mengunggah artikel, melengkapi metadata, menambahkan gambar pendukung, serta memastikan format dan struktur artikel mudah dibaca dan responsif di berbagai perangkat. Sebelum diunggah, penulis memastikan bahwa setiap artikel telah melalui proses revisi dan telah disetujui oleh *supervisor*.

Penulis juga mempelajari bagaimana menempatkan elemen-elemen penting seperti heading, subheading, internal link, dan tombol call-to-action untuk meningkatkan keterlibatan pembaca. Dalam proses ini, penulis tidak hanya menjalankan tugas teknis, tetapi juga memahami bagaimana artikel yang ditayangkan menjadi representasi profesional perusahaan di mata publik. Tugas ini mengajarkan penulis pentingnya detail teknis dalam menunjang pengalaman pengguna (user experience) serta pentingnya konsistensi visual dan gaya bahasa pada sebuah situs profesional.

3.2.6 menerapkan strategi SEO

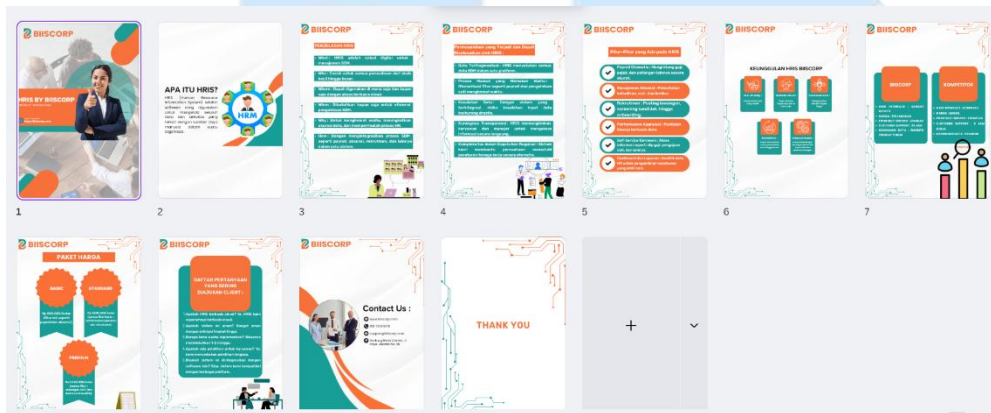


Gambar 3. 6 Input SEO

(Sumber : Data pribadi penulis: 2025)

Salah satu pengalaman berharga selama magang adalah mempelajari dan menerapkan strategi *Search Engine Optimization* (SEO) untuk meningkatkan visibilitas artikel di mesin pencari seperti Google. Dalam pelaksanaannya, penulis bertugas melakukan riset kata kunci menggunakan tools seperti Google Keyword Planner atau Ubersuggest untuk menentukan istilah-istilah yang banyak dicari dan relevan dengan topik artikel. Penulis juga menerapkan teknik penulisan SEO on-page seperti penggunaan keyword dalam judul, meta description, URL, dan pengoptimalan gambar. Penerapan SEO ini tidak hanya sekedar mengikuti algoritma, tetapi juga menjaga kualitas konten agar tetap natural, informatif, dan tidak berlebihan dalam penggunaan kata kunci. Penulis juga memperhatikan struktur artikel, keterhubungan antar paragraf, serta kecepatan loading halaman agar memenuhi standar SEO terkini. Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh pemahaman menyeluruh tentang bagaimana konten yang berkualitas tinggi dapat bersinergi dengan teknik SEO untuk menjangkau audiens lebih luas dan meningkatkan traffic organik website perusahaan secara berkelanjutan.

3.2.7 Menyusun Handbook Product Knowledge untuk Dipaparkan kepada Client



Gambar 3. 7 Penyusunan Product Knowledge

(Sumber : Data pribadi penulis: 2025)

Tugas lainnya adalah menyusun *handbook product knowledge*, yaitu dokumen panduan yang menjelaskan secara detail informasi mengenai produk atau layanan perusahaan untuk digunakan oleh tim pemasaran maupun disampaikan langsung kepada calon klien. Dalam penyusunannya, penulis melakukan pengumpulan data dari tim produk, observasi langsung, dan wawancara singkat dengan staf internal guna memahami secara utuh keunggulan, spesifikasi, manfaat, serta perbedaan produk dibandingkan kompetitor. Handbook ini disusun secara sistematis, mencakup bagian pengenalan produk, keunggulan utama, cara penggunaan, FAQ (*frequently asked questions*), dan skema penawaran harga. Selain itu, penulis juga merancang tampilan visual handbook agar terlihat profesional dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan. Dalam proses ini, penulis belajar tentang pentingnya komunikasi produk yang jelas, logis, dan menarik. Handbook yang penulis susun kemudian digunakan oleh tim untuk presentasi kepada klien dan calon mitra, menjadikannya salah satu alat bantu komunikasi yang strategis dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas perusahaan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melakukan praktik kerja magang di PT. BIIS Corp penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pelajaran baru, penulis juga memerlukan adaptasi terkait beberapa hal yang dianggap penulis menjadi kendala selama penulis melakukan praktik kerja magang di PT. BIIS Griya Nadhi, kendala tersebut ialah sebagai berikut :

1. Pengetahuan mengenai produk dan jasa yang ditawarkan oleh pihak perusahaan PT.BIIS CORP

Pada awal masa magang kendala utama yang dihadapi penulis ialah keterbatasan pemahaman terhadap produk dan jasa yang di tawarkan oleh perusahaan, hal ini cukup memengaruhi proses kerja penulis, terutama ketika penulis ditugaskan untuk membuat konten pemasaran dan menyusun *Handbook Product Knowledge*. Karna penulis merasa belum familiar dengan detail teknis maupun manfaat produk, prosesn penulisan konten menjadi kurang optimal dan membutuhkan waktu tambahan untuk penulis melakukan riset. Kurangnya pemahaman ini juga berpotensi menimbulkan ketidaktepatan dalam penyampaian informasi pada calon klien, sehingga penulis merasa memerlukan bimbingan lebih lanjut.

2. Pengalaman Baru dalam Penggunaan SEO di Website secara Langsung

Salah satu tugas dalam praktik kerja magang adalah menerapkan strategi SEO (*Search Engine Optimization*) untuk artikel di website perusahaan. Namun, karena sebelumnya penulis belum memiliki pengalaman praktis dalam mengelola SEO secara langsung, proses ini menjadi cukup menantang. Terdapat kendala dalam memahami istilah teknis seperti *keyword placement*, *meta description*, *slug*, *internal link*, hingga pemanfaatan tools seperti *Google Search Console* atau *Yoast SEO*. Selain itu, dibutuhkan waktu untuk mempelajari cara kerja algoritma mesin pencari agar konten yang diunggah dapat muncul di peringkat atas hasil pencarian Google. Hal ini menjadi proses belajar sekaligus tantangan bagi penulis yang membutuhkan adaptasi cepat dan konsultasi .

3. Proses *Approval* yang Tertunda

Kendala lainnya adalah proses approval (persetujuan) terhadap konten atau pekerjaan yang telah selesai dikerjakan sering mengalami penundaan. Misalnya, artikel atau desain konten yang telah penulis siapkan tidak langsung mendapatkan umpan balik atau persetujuan dari atasan atau pihak yang bertanggung jawab. Hal ini berdampak pada tertundanya proses publikasi dan menghambat kelanjutan pekerjaan yang lain. Penundaan approval juga membuat alur kerja menjadi kurang efisien dan memerlukan pengelolaan waktu yang lebih fleksibel agar tidak berdampak pada target mingguan atau bulanan yang telah direncanakan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala yang telah ditemukan oleh penulis dalam praktik kerja magang di PT. Griya Nadhi, penulis menyadari bahwa diperlukan solusi-solusi yang dapat menjawab seluruh permasalahan dan kendala yang ditemukan, berikut merupakan solusi yang dapat menyelesaikan kendala yang ditemui penulis :

1. Untuk mengatasi kesulitan dalam memahami dan mengenali produk-produk yang ditawarkan BIIS CORP, penulis berinisiatif untuk mempelajirannya jauh lebih dalam, tidak hanya itu penulis juga merasa perlu untuk bertanya, berdiskusi, dan membicarakan langsung dengan *supervisor*, untuk menambah pemahaman terkait produk-produk dan jasa dari BIIS CORP penulis juga merasa perlu untuk mendapatkan penjelasan secara terperinci dan detail dari programmer yang ada di Solo dan Surabaya dengan melakukan *Zoom Meeting* dengan menerapkan solusi tersebut, penulis secara bertahap akan menguasai seluruh jasa dan produk dari BIIS CORP, sehingga meminimalisir kesalahan dalam pekerjaan.
2. Penulis yang baru saja mendapatkan pengalaman dalam penggunaan SEO di website secara langsung, menemukan banyak tantangan dan merasa memerlukan bimbingan dari *Supervisor* mengenai detail lengkap tata cara penggunaannya, serta pengawasan secara langsung oleh *Supervisor* saat

melakukan praktik kerja, diharapkan dengan ini penulis dapat memahami dan dapat melakukan pekerjaan secara maksimal.

3. Kendala selanjutnya ialah proses *approval* yang seringkali tertunda, sehingga cukup menghambat beberapa pekerjaan lain penulis, untuk itu penulis merasa perlu mengkomunikasikan kendala ini pada *Supervisor* beserta urgensinya secara proaktif, dan *follow-up* secara teratur dan profesional sebagai solusi.

