

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Adapun waktu dan prosedur pelaksanaan kerja yang dijalankan oleh penulis selama mengikuti program magang di Lembaga Alam Tropika Indonesia (LATIN) dijelaskan sebagai berikut.

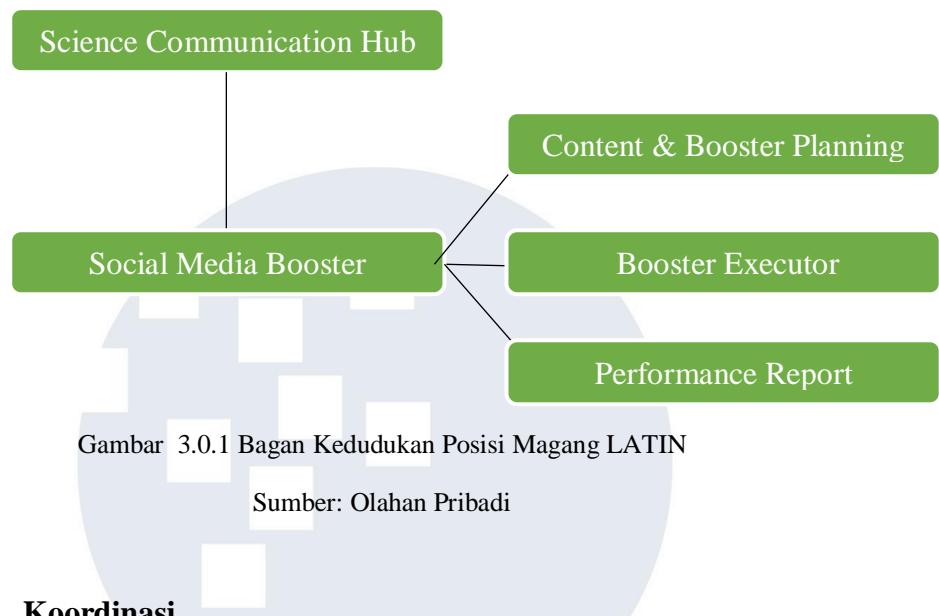
3.1.1 Kedudukan

Sebagai pemagang, penulis menempati posisi pada divisi *Science Communication Hub* di Lembaga Alam Tropika Indonesia (LATIN). Pada divisi ini, penulis berperan sebagai *Social Media Booster*, yaitu posisi yang berfokus pada peningkatan jangkauan dan interaksi konten melalui perencanaan strategi distribusi dan penguatan konten di media sosial.

Dalam struktur kerja divisi, penulis memiliki kedudukan sebagai *Content and Boost Planner*, yaitu perancang awal dalam proses perencanaan konten. Tugas utama pada posisi ini adalah menentukan konten mana yang memiliki potensi tinggi untuk *di-boost*, menyusun prioritas distribusi, serta mengatur jadwal publikasi sesuai kebutuhan program dan momentum komunikasi LATIN. Peran ini menjadi bagian penting dalam memastikan bahwa pesan, dokumentasi lapangan, dan program-program sosial forestri dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan berdampak.

Dalam menjalankan tugasnya, penulis berkoordinasi langsung dengan supervisor divisi *Science Communication Hub*, serta bekerja sama dengan tim lain yang terkait dalam proses produksi konten seperti *Community Hub*, Tim Konten Kreatif. Koordinasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konten yang dipilih untuk *di-boost* relevan dengan agenda organisasi, mencerminkan aktivitas terbaru, dan mendukung tujuan komunikasi LATIN

secara keseluruhan. Selain itu, penulis juga melakukan diskusi rutin untuk mengevaluasi performa konten dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan.



3.1.2 Koordinasi

Dalam menjalankan tugasnya, penulis berkoordinasi langsung dengan supervisor divisi *Science Communication Hub*, serta bekerja sama dengan tim lain yaitu Konten Kreatif untuk melihat *Content Planning* yang sudah dibuat terkait dalam proses perencanaan *Booster* konten. Koordinasi ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konten yang dipilih untuk *boost* relevan dengan tujuan konten. Selain itu, penulis juga melakukan diskusi rutin untuk mengevaluasi performa konten dan menyesuaikan strategi sesuai kebutuhan.



Gambar 3.0.2 Bagan Alur Koordinasi

A. *Briefing*

Tahap pertama adalah *briefing*, yaitu sesi pengarahan yang diberikan oleh supervisor untuk menjelaskan kebutuhan konten, tujuan komunikasi, serta agenda organisasi yang harus diperkuat melalui media sosial. Pada tahap ini, penulis menerima informasi dasar yang menjadi acuan dalam menyusun rencana boosting.

B. *Planning Collab Account*

Setelah mendapatkan arahan, penulis mulai menyusun perencanaan konten sebagai *Content and Boost Planner*. Tugas penulis pada tahap ini adalah memilih konten yang memiliki potensi tinggi untuk di-*boost*, menentukan platform yang relevan, mengatur strategi kolaborasi akun jika diperlukan, serta menyusun jadwal publikasi. Tahap ini merupakan inti pekerjaan penulis dalam memastikan konten yang dipromosikan relevan dan berdampak.

C. *Supervisor Approval*

Rencana yang telah disusun kemudian diserahkan kepada supervisor untuk ditinjau. Pada tahap ini, supervisor mengevaluasi kesesuaian rencana dengan kebutuhan divisi, memastikan konten sesuai dengan standar organisasi, dan memberikan persetujuan atau revisi. Tidak ada proses boosting yang dilakukan tanpa persetujuan pada tahap ini.

D. *Boost Executor*

Setelah rencana disetujui, penulis atau tim pelaksana melanjutkan ke tahap eksekusi *boosting*. Di tahap ini, konten dipromosikan sesuai pengaturan yang sudah ditetapkan, seperti durasi boosting, segmentasi audiens, dan besar anggaran yang digunakan.

E. *Performance Analyst*

Setelah *boosting* berjalan atau selesai, penulis melakukan evaluasi performa sebagai bagian dari tanggung jawab pelaporan. Penulis mengumpulkan data berupa jangkauan konten, angka interaksi, pertumbuhan audiens, serta efektivitas strategi yang diterapkan. Laporan ini disusun secara ringkas dan informatif.

F. Supervisor Review

Laporan performa yang telah dibuat kemudian disampaikan kembali kepada supervisor. Pada tahap ini, supervisor memberikan umpan balik terkait hasil boosting, efektivitas strategi, serta perbaikan yang perlu dilakukan untuk peningkatan konten berikutnya. Siklus ini menjadi dasar bagi rencana boosting selanjutnya.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tabel 3.1 Timeline Pekerjaan yang Dilakukan

No	Kegiatan	SEP	OKT	NOV	DEC
1	<i>Boost Planning</i>	✓	✓	✓	✓
2	<i>Take Content</i>			✓	✓
3	<i>Copywriting</i>		✓	✓	✓
4	<i>Media Partner Collab</i>			✓	✓
5	<i>Booster Social Media (Dark Post)</i>			✓	✓

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Berdasarkan rangkaian pekerjaan yang telah penulis jalani selama program magang, berikut disajikan penjelasan lebih rinci mengenai tugas-tugas yang dilaksanakan selama praktik kerja magang.

Tabel 3.2 Tabel Uraian Kerja

Jenis Pekerjaan	Uraian
<i>Boost Planning</i>	Meliputi proses memilih konten yang dianggap paling potensial untuk dipromosikan, menyusun jadwal distribusi, mengamati pola tren media sosial, Media Social yang akan digunakan untuk <i>Boost</i> konten serta menyesuaikan target audiens dan arah kampanye. Tahap perencanaan ini dilakukan oleh tim content & boost planner

	sebelum masuk ke proses eksekusi.
<i>Content Collection</i>	Mendukung tim dalam pengumpulan aset visual seperti foto, video, atau bahan dokumentasi lainnya yang diperlukan untuk keperluan <i>dark post</i> , kampanye, maupun kolaborasi konten.
<i>Copywriting</i>	Menyusun teks pendukung seperti caption, kalimat ajakan (Call To Action), dan pesan kolaborasi agar konten lebih komunikatif, menarik, serta efektif saat dipromosikan.
<i>Media Partner Collab</i>	Melaksanakan kerja sama dengan akun mitra seperti komunitas kampus, NGO, aktivis lingkungan, ataupun institusi akademis. Termasuk membuat daftar calon partner, merancang pesan untuk komunikasi awal, serta mengatur jadwal publikasi konten kolaboratif. Yang telah di rencanakan oleh <i>Booster Planning</i>
<i>Boost Ads Execution</i>	Menjalankan proses boosting berdasarkan rencana yang telah ditetapkan, mencakup pengaturan anggaran, durasi iklan, segmentasi audiens, serta pemantauan performa selama iklan berlangsung. Pada tahap ini, <i>boost executor</i> bertanggung jawab memastikan proses berjalan tanpa kendala.
<i>Reporting</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Laporan awal oleh <i>boost executor</i> berupa data performa dasar seperti jangkauan, interaksi, dan penyimpanan konten. • Laporan lengkap oleh <i>performance</i>

	<p><i>reporter</i> berisi analisis mendalam mengenai perbandingan performa sebelum dan sesudah <i>boosting</i> serta evaluasi efektivitas strategi.</p>
--	---

3.3.1 Proses Pelaksanaan

Praktik Social Media Booster yang dijalankan dalam kegiatan magang yang dilakukan di LATIN dapat dipahami sebagai rangkaian proses komunikasi strategis yang saling berkaitan, mulai dari analisis situasi, perumusan pesan, hingga distribusi dan penguatan jangkauan konten. Tahapan-tahapan tersebut tidak berdiri sebagai pekerjaan teknis yang terpisah, melainkan membentuk alur pengambilan keputusan komunikasi yang menentukan bagaimana isu sosial forestri, lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat disampaikan kepada publik melalui media sosial.

Salah satu keterbatasan yang ditemui dalam proses pelaksanaan Social Media Booster di LATIN berkaitan dengan pola komunikasi internal yang belum sepenuhnya berjalan secara dua arah antara supervisor dan anggota divisi magang. Dalam beberapa tahapan pengerjaan konten, arahan dan umpan balik lebih banyak bersifat satu arah, sehingga ruang diskusi untuk pendalaman konteks, klarifikasi kebutuhan konten, dan evaluasi strategi belum optimal. Kondisi ini berdampak pada proses perencanaan dan penyesuaian konten booster yang terkadang memerlukan waktu lebih lama, serta membatasi kesempatan untuk mengembangkan strategi komunikasi secara lebih kolaboratif. Keterbatasan komunikasi ini menjadi catatan penting dalam refleksi praktik magang, karena efektivitas tahapan kerja sangat dipengaruhi oleh kualitas koordinasi dan pertukaran informasi di dalam tim.

Dalam menjalankan peran sebagai *Social Media Booster*, penulis bertugas pada tahap *Booster Planning*, yaitu proses perencanaan strategis untuk menentukan konten yang perlu diperkuat jangkauannya melalui fitur boosting. Tahap ini menjadi bagian awal yang penting karena menentukan efektivitas penyebaran pesan dan performa konten di media sosial LATIN.

Sebagai *Booster Planner*, penulis melakukan pemantauan rutin terhadap berbagai media sosial yang relevan dengan isu-isu yang diangkat oleh LATIN, seperti sosial forestri, pemberdayaan masyarakat, ekowisata, lingkungan, dan agroforestri dan juga tren media social yang bias dikaitkan dengan LATIN (untuk kebutuhan konten *dark post*). Pemantauan ini bertujuan untuk mengidentifikasi konten yang memiliki potensi tinggi dalam meningkatkan *engagement*, seperti *likes*, *shares*, *comments*, *saves*, maupun *reach*. Selain itu, penulis juga mengamati tren yang sedang berkembang di platform digital untuk melihat konten mana yang selaras dengan kebutuhan audiens dan dapat memberikan dampak lebih besar ketika dilakukan *boosting*.

Dalam buku *Principles of Strategic Communication*, (Holtzhausen, 2021) menjelaskan bahwa perencanaan komunikasi strategis terdiri dari alur utama seperti analisis situasi, penetapan tujuan, penentuan strategi, pemilihan taktik, pelaksanaan, dan evaluasi.

3.3.1.1 Briefing (Situation Analysis & Environmental Scanning)

Pada tahap *briefing*, penulis mengikuti sesi pengarahan bersama supervisor yaitu Mas Taufik, Ka Ica dan tim Social Media Booster untuk memahami kebutuhan komunikasi LATIN serta arah strategi konten yang akan dikembangkan. Tahap ini sekaligus menjadi proses *Situation Analysis & Environmental Scanning*, yaitu langkah awal dalam perencanaan komunikasi strategis yang berfokus pada analisis kondisi internal dan pemantauan lingkungan eksternal. Dalam praktiknya, penulis melakukan analisis situasi dengan meninjau

program-program LATIN yang sedang berjalan, menentukan aktivitas lapangan yang perlu disebarluaskan kepada publik, dan mengidentifikasi pesan inti yang ingin disampaikan.



Gambar 3.3 Briefing Tim Booster dan Supervisor

3.3.1.2 Observasi Lapangan (*Research & Insight Gathering*)

Pada tahap observasi lapangan, penulis menjalankan proses yang sejalan dengan konsep *Research & Insight Gathering* dalam perencanaan komunikasi strategis. Sebagaimana dijelaskan (Holtzhausen, 2021), riset menjadi dasar penting untuk memahami konteks, perilaku audiens, serta pesan seperti apa yang paling efektif disampaikan.



Gambar 3.4 Observasi Lapangan

Penulis terlibat langsung dalam observasi di Hutan Damar Kampung Sukagalih, yaitu lokasi yang menjadi pusat ekosistem masyarakat dan salah satu daya tarik utama dalam program Sosial Forestri. Di sana, penulis mendokumentasikan berbagai jenis tanaman herbal melalui foto dan footage sebagai aset visual untuk konten LATIN. Proses ini sekaligus mendukung pelaksanaan Program Kerja Lapangan pembuatan Buku Katalog Herbal “Lestari Herbal Urang Desa”



Gambar 3.5 Foto Daun Rendeu

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis 2025

Dalam praktik magang di LATIN, observasi lapangan dilakukan untuk merekam aktivitas masyarakat, melihat langsung dinamika program, serta mengumpulkan dokumentasi visual yang autentik untuk kebutuhan konten. Dari kegiatan ini, penulis memperoleh berbagai insight mengenai cara kerja masyarakat, nilai-nilai lokal, hingga situasi di lapangan yang relevan untuk dijadikan materi komunikasi konten media social LATIN. Informasi dan temuan tersebut kemudian digunakan untuk menentukan sudut pandang atau *angle* konten yang akan diproduksi. Dengan demikian, observasi lapangan berfungsi sebagai riset primer yang memberikan pemahaman nyata dan mendalam guna menyusun strategi konten yang lebih tepat sasaran.

3.3.1.3 Pembuatan Konten (Message Strategy & Tactics development)

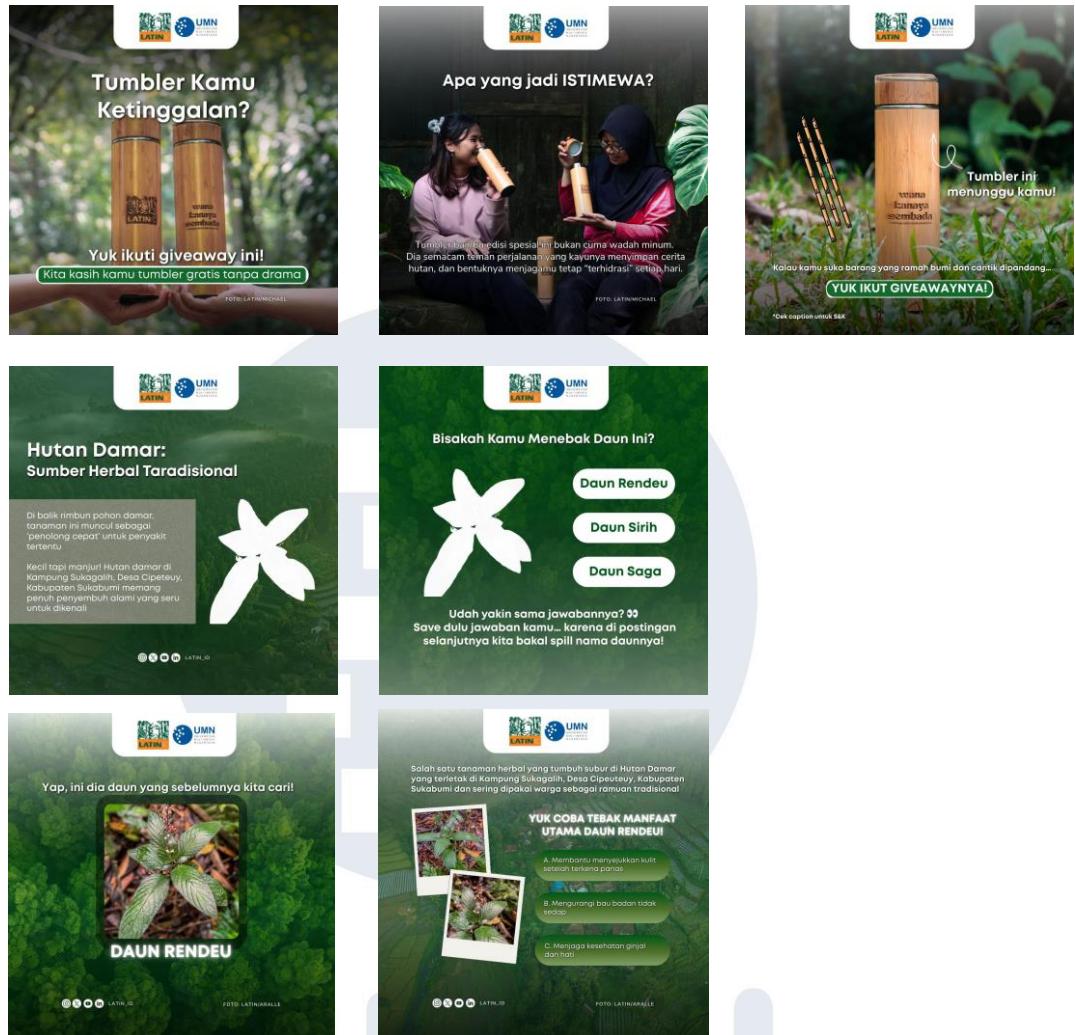
Pada tahap pembuatan konten, penulis menjalankan proses yang berkaitan dengan *Message Strategy & Tactics Development* dalam *Strategic Communication Planning*. Dalam proses pembuatan konten giveaway, penulis mulai dengan menyusun konsep yang relevan dengan tren yang sedang ramai dibicarakan di media sosial. Salah satu tren yang menjadi perhatian adalah fenomena viral “tumbler ketinggalan di KAI”, yang banyak menarik minat publik karena sifatnya yang ringan, relatable, dan mudah menarik interaksi.



Gambar 3.6 Tren Viral Tumbler

Tren ini kemudian diadaptasi menjadi bentuk ajakan pada postingan pertama giveaway, yaitu dengan menampilkan hadiah utama berupa tumbler bambu. Ide penyusunan konten ini disampaikan kepada supervisor dalam sesi *briefing*, dan setelah melalui proses diskusi serta penyesuaian, konsep tersebut mendapatkan persetujuan karena dinilai sesuai dengan tujuan peningkatan engagement dan tetap sejalan dengan nilai yang diusung LATIN. Penggunaan tumbler bambu bukan hanya mengikuti tren, tetapi juga mendukung kampanye lingkungan yang menjadi fokus LATIN yakni mendorong penggunaan produk ramah lingkungan dan mengurangi limbah plastik. Dengan menggabungkan tren viral, pesan keberlanjutan, dan bentuk konten yang menarik, konten giveaway ini menjadi salah satu strategi taktis untuk memperluas jangkauan audiens sekaligus menyampaikan nilai-nilai LATIN secara kreatif.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.7 Postingan Giveaway

Sumber : Olahan Tim Social Media Booster

Meskipun konten *giveaway* dirancang untuk meningkatkan interaksi dan jangkauan akun LATIN, konsep yang dikembangkan tetap diselaraskan dengan fokus utama organisasi, yaitu sosial forestri dan pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan. Karena itu, konten *giveaway* tidak berdiri sendiri sebagai hiburan, tetapi tetap dihubungkan dengan tema lingkungan, khususnya kekayaan tanaman herbal di Hutan Damar Kampung Sukagalih. Setelah postingan pertama memperkenalkan hadiah berupa tumbler bambu sebagai simbol produk ramah lingkungan, konten lanjutan

disusun untuk mengedukasi audiens mengenai potensi tanaman herbal lokal.

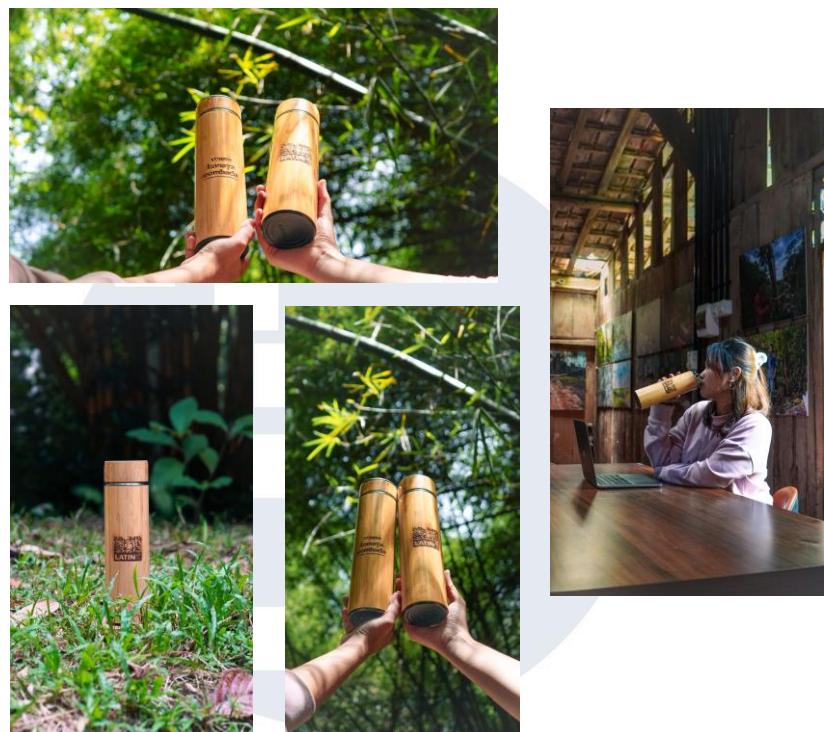


Gambar 3.8 Proses Pengambilan Footage Konten Booster

Melalui visual Hutan Damar dan pertanyaan interaktif seputar manfaat daun Rendeu, konten ini tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memperkenalkan kekayaan hayati yang menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat Sukagalih. Dengan pendekatan ini, konten giveaway tetap membawa pesan edukatif dan relevan dengan program Sosial Forestri LATIN, sehingga tujuan meningkatkan engagement dapat tercapai tanpa meninggalkan nilai inti organisasi.

Selain digunakan untuk kebutuhan konten giveaway, proses pengambilan footage juga dilakukan untuk menghasilkan aset visual yang akan digunakan sebagai materi konten produk LATIN dalam strategi boosting media sosial. Dokumentasi berupa foto, video, dan detail visual lingkungan Hutan Damar serta tanaman herbal di sekitarnya menjadi bahan penting untuk memperkuat narasi edukasi dan promosi yang dijalankan oleh LATIN. Aset-aset visual ini kemudian diolah menjadi konten yang informatif dan menarik, sehingga dapat meningkatkan daya tarik publik sekaligus mendukung strategi peningkatan engagement melalui social media booster. Dengan visual yang kuat dan relevan, konten yang diproduksi tidak hanya berfungsi sebagai materi promosi, tetapi

juga sebagai media edukasi yang memperkenalkan nilai sosial forestri kepada audiens secara lebih luas dan efektif.



Gambar 3.9 Pengambilan Footage untuk aset

3.3.1.4 Menyusun Daftar Akun Kolaborasi (*Stakeholder Mapping & Strategy Selection*)

Pada tahap penyusunan daftar akun kolaborasi, penulis menjalankan proses yang berkaitan dengan *Stakeholder Mapping & Strategy Selection* dalam Strategic Communication. Dalam teori komunikasi strategis, pemetaan stakeholder menjadi langkah penting untuk menentukan kelompok audiens yang perlu dijangkau agar pesan dapat tersampaikan secara lebih efektif. Sebagaimana dijelaskan dalam bab mengenai stakeholders dan perencanaan strategis, audiens perlu dikelompokkan, diprioritaskan, dan dipilih berdasarkan relevansi dan potensi dukungannya. Dalam praktik

magang di LATIN, kegiatan ini termasuk dalam jobdesc penulis sebagai *Content & Booster Planner*, yaitu mengidentifikasi media dan akun yang dapat membantu memperluas jangkauan konten. Penulis menyusun daftar kanal yang relevan seperti WhatsApp Group internal dan eksternal, serta akun-akun Instagram yang memiliki keterkaitan dengan isu lingkungan, komunitas kampus, NGO, dan edukator hutan.

Gambar 3.10 Planning Booster

Selain menentukan calon partner, penulis juga menyiapkan *approach message* untuk menghubungi akun tersebut serta menyusun jadwal kolaborasi agar publikasi konten berjalan sesuai momentum. Proses ini menjadi langkah strategis dalam memperbesar jangkauan pesan LATIN, sekaligus memastikan bahwa konten mengenai sosial forestri dan kegiatan lapangan dapat diterima oleh audiens yang tepat dan lebih luas.

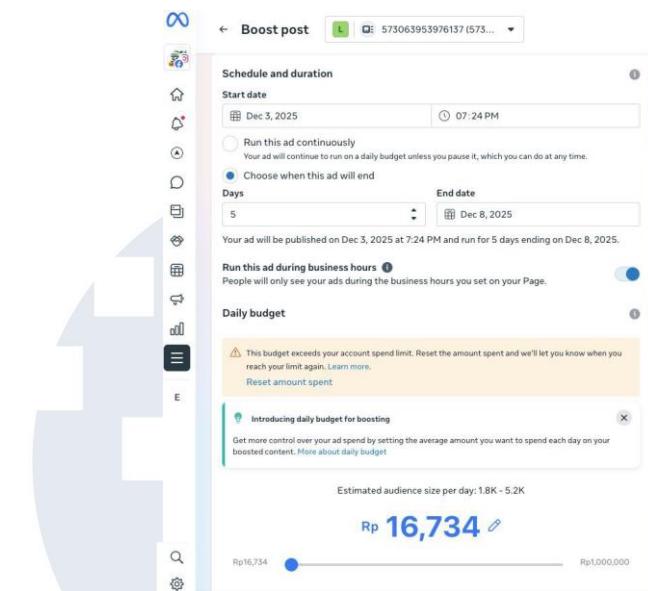
Daftar akun media sosial yang penulis susun merupakan bagian dari proses *stakeholder mapping* untuk menentukan pihak-pihak yang relevan dalam mendukung penyebaran konten LATIN, khususnya pada momentum Hari Hutan dan kampanye interaktif seperti giveaway kuis manfaat daun Rendeu. Akun-akun Instagram yang dipilih meliputi organisasi lingkungan, komunitas aktivis hutan, hingga lembaga edukasi seperti Yayasan Kehati, WALHI, Greenpeace Indonesia, Lindungi Hutan, *Teen Go Green*, PINUS,

hingga Remarks Asia. Seluruh akun tersebut dipilih karena memiliki kedekatan dengan isu kehutanan, konservasi, dan edukasi publik, sehingga berpotensi memperkuat jangkauan konten yang dipromosikan. Selain itu, WhatsApp Group yang berisi jaringan internal dan mitra LATIN juga dimasukkan dalam daftar sebagai kanal distribusi tambahan. Penyusunan daftar ini merupakan bagian dari jobdesc penulis sebagai *Content & Booster Planner* untuk memastikan bahwa konten baik yang bersifat informatif maupun interaktif dapat tersampaikan kepada audiens yang tepat dan mendukung tujuan engagement LATIN.

3.3.1.5 *Planning Ads & Budgeting (Objective Setting, Strategy & Tactics)*

Pada tahap *Planning Ads & Budgeting*, penulis menjalankan proses yang berkaitan dengan *Objective Setting, Strategy & Tactics* dalam *Strategic Communication Planning*. Tahap ini menjadi dasar dalam menentukan arah kampanye, mulai dari menetapkan tujuan utama seperti peningkatan *awareness*, *engagement*, atau jangkauan audiens. Dalam proses perencanaan iklan, penulis menyusun strategi distribusi dengan memilih konten mana yang layak dipromosikan, menentukan target audiens yang relevan, serta memperhitungkan durasi promosi agar hasilnya optimal. Selain itu, penulis juga mengatur alokasi sumber daya berupa anggaran iklan dan waktu pelaksanaan boosting. Seluruh proses ini merupakan implementasi langsung dari konsep *strategic resource allocation* yang dijelaskan dalam bab mengenai *Campaign Budgeting*, di mana keputusan terkait anggaran dan strategi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga harus mempertimbangkan tujuan komunikasi organisasi. Dengan demikian, Ads Planning menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa boosting yang dijalankan oleh Booster

Executor dapat memberikan dampak maksimal dan mendukung efektivitas komunikasi LATIN di media sosial.



Gambar 3.11 Perencanaan *Budgeting Ads*

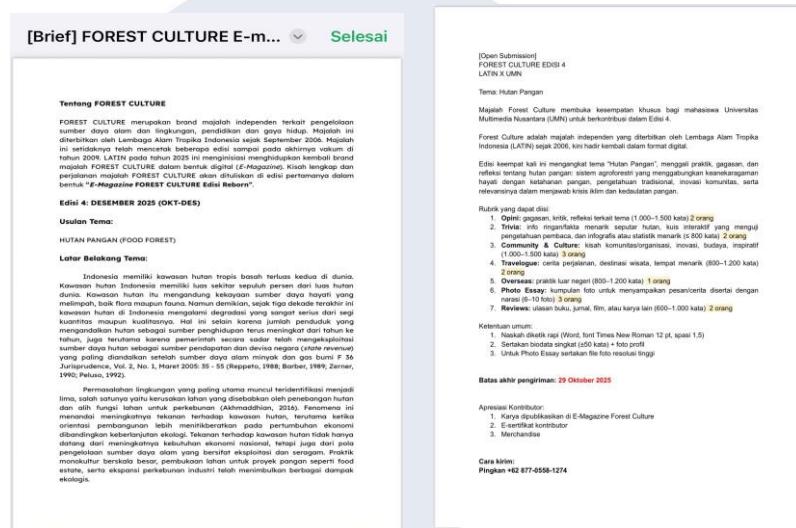


3.3.1.6 Tugas Tambahan

Selain menjalankan peran utama sebagai Social Media Booster, penulis juga mendapatkan tugas tambahan dari LATIN, yaitu berkontribusi dalam proses revitalisasi majalah FOREST CULTURE, sebuah e-magazine internal LATIN yang kembali dihidupkan pada tahun 2025 setelah vakum sejak 2009. Majalah ini merupakan media edukasi dan kampanye lingkungan yang membahas isu kehutanan, gaya hidup, dan pengelolaan sumber daya alam secara berkelanjutan. Pada edisi ke-4 dengan tema “Food Forest (Hutan Pangan)”, penulis diminta untuk menyusun sebuah esai yang mendukung konten utama majalah, khususnya mengenai peran hutan sebagai penyedia pangan, obat-obatan, serta ruang hidup bagi masyarakat desa. Tema ini merespons berbagai permasalahan serius yang disorot dalam dokumen editorial, termasuk degradasi hutan, alih fungsi lahan, ancaman perubahan iklim, dan menurunnya akses masyarakat terhadap sumber-sumber hayati yang sebelumnya menjadi bagian penting dari kehidupan mereka.

penulis juga diminta untuk menyusun esai trivia untuk Forest Culture Magazine. Esai trivia merupakan bentuk tulisan ringan yang berfokus pada penyampaian fakta-fakta menarik dan informatif terkait tema majalah, dalam hal ini mengenai hutan pangan dan hubungan masyarakat dengan sumber daya alam. Dalam proses pengerjaannya, penulis terlebih dahulu mempelajari tema editorial yang diberikan, kemudian melakukan riset ringkas untuk mengumpulkan fakta-fakta kecil namun relevan dari literatur maupun hasil observasi lapangan di Kampung Sukagalih. Fakta tersebut kemudian dirangkai dalam bentuk narasi pendek dengan gaya bahasa yang komunikatif, mudah dipahami, dan tidak terlalu teknis agar sesuai dengan karakter majalah. Setiap trivia tetap diarahkan untuk mendukung pesan edukasi LATIN tentang

keberlanjutan dan sosial forestri, sehingga tulisan yang dihasilkan tidak hanya menarik secara informatif, tetapi juga selaras dengan nilai yang ingin disampaikan organisasi. Melalui tugas ini, penulis memperoleh pengalaman dalam menulis konten lingkungan yang populer, sekaligus memahami bagaimana informasi dapat dikemas secara kreatif untuk menjangkau audiens yang lebih luas.



Gambar 3.12 Brief Tugas Essay

Sumber: Grup Whatsapp LATIN dan Magang



3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani kegiatan magang di Lembaga Alam Tropika Indonesia (LATIN), ditemukan beberapa kendala yang bersifat teknis maupun non-teknis. Dari sisi teknis, kendala yang paling sering muncul adalah akses internet yang tidak stabil pada waktu-waktu tertentu, sehingga proses pengunggahan aset dan eksekusi konten menjadi terhambat. Kondisi ini membuat beberapa pekerjaan digital membutuhkan waktu lebih lama dari yang direncanakan. Sementara itu, kendala non-teknis berkaitan dengan alur *approval* yang harus melalui supervisor dan direktur, sehingga proses persetujuan atas perencanaan konten terkadang memerlukan waktu lebih panjang. Hal ini berdampak pada mundurnya rangkaian tahapan selanjutnya seperti *boosting* dan pelaporan performa konten.

Selain itu, komunikasi dua arah antara pihak LATIN dan mahasiswa magang belum selalu berlangsung secara optimal, sehingga beberapa informasi terkait arahan atau kebutuhan konten menjadi terlambat diterima. Minimnya pendampingan lapangan saat penulis melakukan observasi juga menjadi tantangan tersendiri, karena kesempatan untuk berdiskusi langsung mengenai konteks lapangan dan potensi pengembangan konten menjadi lebih terbatas. Meskipun demikian, seluruh kendala tersebut menjadi pengalaman berharga dalam memahami dinamika kerja dan mengembangkan kemampuan adaptasi selama proses magang berlangsung.

Penulis juga menemukan bahwa pembagian *jobdesc* antar pemagang belum dijelaskan secara rinci di awal, sehingga mahasiswa perlu menyesuaikan sendiri peran dan tanggung jawab masing-masing berdasarkan kebutuhan divisi dan arahan supervisor. Meskipun demikian, berbagai kendala ini memberikan pengalaman berharga bagi penulis untuk mengembangkan kemampuan adaptasi, komunikasi proaktif, dan inisiatif dalam lingkungan kerja nyata.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Sebagai upaya mengatasi berbagai kendala yang muncul selama pelaksanaan magang di LATIN, penulis menerapkan sejumlah langkah penyesuaian. Untuk kendala teknis seperti jaringan internet yang tidak stabil, penulis mengantisipasi dengan mencari waktu kerja alternatif ketika koneksi lebih stabil, serta menyiapkan cadangan koneksi pribadi agar proses unggah konten dan koordinasi dapat tetap berjalan. Terkait keterlambatan *approval* dari supervisor maupun direktur, penulis meningkatkan komunikasi proaktif dengan memberikan pengingat yang sopan, mempercepat penyusunan draft konten, dan menyediakan beberapa opsi konsep agar proses persetujuan dapat berjalan lebih efisien.

Dalam kondisi komunikasi dua arah yang belum optimal, penulis berinisiatif mengajukan pertanyaan secara aktif dan melakukan pengecekan ulang kepada supervisor untuk memastikan keselarasan arah kerja. Sementara itu, pada saat pendampingan lapangan terbatas, penulis memaksimalkan kesempatan observasi mandiri dengan mencatat detail di lapangan, meminta klarifikasi pasca kegiatan, dan berdiskusi dengan rekan pemagang lain untuk menyamakan pemahaman. Adapun untuk pembagian *jobdesc* yang belum sepenuhnya jelas, penulis berinisiatif mendefinisikan batas tugas bersama tim magang lain dan menyesuaikan peran berdasarkan kebutuhan divisi. Seluruh upaya ini membantu penulis tetap menjalankan tanggung jawab secara optimal sekaligus meningkatkan kemampuan adaptasi, komunikasi, dan manajemen waktu selama program magang berlangsung.