

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

PT Lima Karya Design yang menaungi Lee Design & Associates bergerak di bidang packaging design, product branding, illustration, dan 3D mock up. Perusahaan Lee Design & Associates memiliki klien dari perusahaan yang memiliki brand terutama produk *consumer goods*. Dalam menjalankan perusahaan, tentunya dibutuhkan peran seorang digital marketing untuk mencari klien dan memperkenalkan perusahaan kepada audiensnya dengan memanfaatkan tools digital, baik media sosial maupun laman-lama digital lainnya. Praktikan diterima untuk melakukan kerja profesi sebagai bagian dari digital marketing, namun beberapa pekerjaan praktikan lebih diarahkan untuk tujuan kehumasan oleh atasan praktikan.

Bidang kerja yang selama 3 bulan dilakukan oleh praktikan merupakan kombinasi dari pekerjaan marketing dan public relations, mengingat kedua profesi ini memiliki persamaan tugas yang dilakukakan, namun berorientasi pada tujuan yang berbeda. Digital marketing berfokus pada mencari pertukaran yang menguntungkan, sehingga membuat pekerjaan praktikan bersinggungan dengan kegiatan PR dan Marketing.

Rincian kerja yang dilakukan oleh praktikan sebagai digital marketing di Lee Design & Associates antara lain mencari perusahaan potensial yang bisa menjadi klien dan membuat list potential clients yang berisi nama, produk, dan kontak email atau nomor telepon, melakukan riset konten untuk *owned media* yang terdiri dari Instagram, LinkedIn, Facebook, Tiktok, dan Google Business, melakukan riset dan perencanaan untuk public relations, membuat newsletter, membuat caption untuk The Dieline, serta mencari tema podcast dan membuat materi podcast. Pembagian tugas praktikan berdasarkan bidang kerja :

3.1.1. Digital Marketing

Digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan perantara media digital dengan strategi digital untuk menghasilkan komunikasi dengan audiene secara online (Chakti, 2019, p. 11). Digital marketing dapat melakukan kegiatannya melalui saluran media yang berbasis digital juga, seperti

website, blog, media sosial, interactive audio visual, interactive audio, dan digital ads (Chakti, 2019, p. 19-20). Penggunaan media berbasis online ini menjad keuntungan yang bisa dimanfaatkan oleh digital marketing untuk menjangkau market yang lebih luas tanpa dibatasi oleh waktu dan wilayah. Kegiatan digital marketing memiliki tujuan untuk mempromosikan barang ataupun jasa, membentuk preferensi konsumen terhadap barang atau jasa, sehingga nanti berdampak traffic penjualan (Prasetyowati, Martha & Indrawati, 2020, p. 11).

Dalam merumuskan strategi yang cocok untuk perusahaan melalui penerapan digital marketing, dapat dimulai dengan mengenali organisasi atau perusahaan sendiri, mengenali kompetitor, pelanggan, tujuan dari perusahaan, dan mengetahui indikator yang dapat mengukur keberhasilan dan kegagalan dari praktik perusahaan (Prasetyowati, Martha & Indrawati, 2020, p. 13-15). Pengukuran dapat ditentukan dari penentuan *Key Performance Indicators* (KPI) dari tiap praktik, sehingga dapat menjadi evaluasi bagi perusahaan agar lebih baik dalam menjalankan perusahaannya di masa yang akan datang.

Dalam penerapan praktik digital marketing disertai oleh beberapa kelebihan dan kekurangan yang dapat memengaruhi kinerja perusahaan. Kelebihan dari penerapan digital marketing yakni sumber informasi di masa sekarang, interaktif dengan jangkauan yang lebih luas, memudahkan konsumen mendapatkan informasi tentang barang atau jasa yang dijual oleh perusahaan, konten yang lebih beragam, dan akses kepada informasi selalu terbuka 24 jam (Chakti, 2019, p. 12-17). Sedangkan, kekurangan dari digital marketing antara lain dapat berasal dari masalah biaya, jaringan internet, dan cyber crime (Prasetyowati, Martha, & Indrawati, 2020, p. 19-21).

Digital marketing terdiri dari berbagai bentuk marketing secara digital misalnya seperti *email marketing*, *content marketing*, *viral marketing*, *affiliate marketing*, *digital ads*, *Search Engine Optimization* (SEO), dan lainnya. Bentuk-bentuk digital marketing dapat disesuaikan dengan target pasar dari perusahaan, agar saluran yang digunakan dalam melakukan digital marketing bisa sesuai dengan target pasar yang ingin dicapai. Mengingat perkembangan digital yang cepat, digital marketing bisa menjadi pilihan yang tepat untuk mengembangkan perusahaan dan meningkatkan penjualan.

3.1.2. Market Research

Market research atau riset pemasaran adalah kegiatan mengelompokkan dan menganalisis data dengan tujuan untuk mencapai target pasar. Target pasar dalam hal ini adalah kepada siapa jasa atau produk perusahaan tersebut dijual. Market research merupakan pekerjaan yang kerap dilakukan oleh para marketer, karena melalui riset pasar, perusahaan dapat mengetahui apa yang dibutuhkan target pasar. Riset pasar terbagi ke dalam 2 jenis riset yaitu riset primer dan riset sekunder (Arief, Pulungan, Warella, dkk. 2021).

Riset primer adalah riset yang membutuhkan data bersumber dari pelanggan langsung, di mana seseorang membutuhkan informasi dan masukan langsung dari mereka yang sudah pernah menggunakan jasa atau produk perusahaan (Arief, Pulungan, Warella, dkk. 2021, p. 52). Riset primer dapat dilakukan melalui metode *Focus Group Discussion* (FGD), survei, dan wawancara.

Sedangkan riset sekunder adalah riset yang berasal dari data yang dikeluarkan oleh pihak eksternal atau sumber luar (Arief, Pulungan, Warella, dkk. 2021, p. 52). Sumber data bisa berasal dari laporan perusahaan lain, artikel internet, dan sejenisnya. Dalam melakukan riset pasar, marketer harus memahami terlebih dahulu apa yang ingin dicapai melalui riset ini. Pelaksanaan riset pasar yang dilakukan oleh Lee Design & Associates bertujuan untuk menemukan klien yang memiliki kebutuhan untuk membuat ataupun meredesign packaging dari produknya.

Dalam melakukan kegiatan ini, digital marketing harus bisa melakukan *mini research* terkait pasar dari perusahaan saat ini. Di Lee Design & Associates, digital marketing melakukan kedua jenis riset tersebut yaitu riset primer dan riset sekunder. Riset primer dilakukan dengan memberikan form kepuasan kepada klien-klien yang sudah pernah bekerjasama dan mengadakan wawancara dengan klien, sehingga dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan ketika rapat akhir. Untuk pelaksanaan riset sekunder, digital marketing melakukannya dengan mencari data-data dari internet dan instansi yang pernah mengeluarkan data terkait industri design. Hasil riset sekunder dapat membantu dalam pembuatan strategi marketing untuk perusahaan. Kegiatan market research di Lee Design & Associates tidak terlalu sering dilakukan secara mendalam, namun dalam periode tertentu yang ditentukan oleh *direktur*.

3.1.3 Content Marketing

Content marketing adalah strategi pemasaran melalui penciptaan dan distribusi konten yang mampu menarik minat audiens untuk menjadi pelanggan suatu perusahaan. Menurut Kucuk & Krishnamhurty (dalam Limandono & Diah, 2017), *content marketing* dapat membangun hubungan dengan masyarakat melalui konten yang ditampilkan di media. Sedangkan menurut Neil Patel (2022), *content marketing* adalah strategi yang digunakan untuk membangun hubungan dengan target audiens yang relevan dengan visi misi perusahaan dan menyampaikannya secara konsisten. Content marketing merupakan persoalan yang cukup krusial dalam dunia bisnis, karena konten yang ditampilkan melalui media sosial dan internet dapat berdampak pada minat beli pelanggan, meningkatkan awareness pelanggan dan audiens yang lebih luas terkait jasa dan barang yang ditawarkan, serta dapat membangun reputasi perusahaan sebagai perusahaan yang kompeten di bidangnya. Bentuk-bentuk content marketing juga cukup beragam, antara lain podcast, social media, website, blog, infografis, dan paid ads.

Bentuk-bentuk *content marketing* dilakukan oleh Lee Design & Associate lebih banyak berfokus pada pengoptimalan unggahan konten di social media seperti Instagram dan pelaksanaan podcast yang belum lama ini menjadi salah satu kegiatan rutin yang dilakukan oleh perusahaan. Social media yang dimiliki oleh Lee Design & Associates yaitu Instagram, Facebook, LinkedIn, Youtube, dan Tiktok. Konten yang biasanya diproduksi untuk diunggah ke social media tersebut ditentukan oleh atasan, dengan saran dan rekomendasi yang diberikan oleh digital marketing. Kemudian, visual konten akan dibuat oleh desainer grafis yang bertugas untuk menyuntingnya.

Di Lee Design & Associates, media sosial yang lebih diutamakan adalah Instagram karena Instagram memiliki fitur-fitur yang lengkap untuk mengunggah berbagai macam jenis konten. Selain itu, Lee Design & Associates memiliki podcast yang membahas seputar design kemasan, industri design, hingga tips and trick untuk membuat design yang menarik perhatian pelanggan. Podcast dibawakan oleh digital marketing dengan durasi sepanjang 20 – 30 menit.

3.1.4 Direct Marketing

Menurut Ukaj & Prof (Yalanda, Sadeli, 2019), *direct marketing* adalah bentuk strategi pemasaran yang dilakukan untuk pengembangan perusahaan sekaligus membangun interaksi dengan konsumen secara langsung. Pelaksanaan *direct marketing* dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan respon atau feedback secara langsung dari audiens. *Direct marketing* membutuhkan penargetan terhadap audiens yang dapat berpotensi sebagai klien, atau dengan kata lain terjadi kegiatan promosi terhadap jasa atau barang yang dijual oleh perusahaan. *Direct marketing* terdiri dari dua jenis, yaitu *face to face selling* dan *online marketing* (Yalanda, Sadeli, 2019).

Menurut Blech (Yalanda, Sadeli, 2019), *face to face selling* adalah jenis *direct marketing* dengan cara demonstrasi atau promosi produk dan melayani audiens yang berpotensi menjadi klien secara langsung di tempat. *Face to face selling* biasanya dilakukan oleh perwakilan perusahaan yang menduduki posisi marketing atau sales. *Face to face selling* dilakukan dengan cara komunikasi dua arah, dengan tujuan untuk mendapatkan respon secara langsung dari calon pelanggan atau klien.

Sedangkan, menurut Blech (Dalam Yalanda dan Sadeli, 2019) *online marketing* adalah jenis *direct marketing* yang menggunakan media digital dan internet sebagai media promosi jasa atau barang yang dijual oleh perusahaan. Pelaksanaan *online marketing* harus menekankan pada target yang lebih spesifik karena market secara online lebih luas dan memiliki persaingan yang cukup ketat.

Adanya market yang mampu untuk dijangkau lebih luas dapat berdampak bagi peningkatan pelanggan potensial. *Online marketing* memiliki 3 indikator penilaian untuk menentukan seberapa efektif pelaksanaan *online marketing*, yaitu kepercayaan (informasi harus menyesuaikan dengan kenyataan yang terjadi dengan perusahaan), kemudahan (informasi dapat diakses dengan mudah oleh audiens), dan kualitas informasi yang berbobot dan sesuai dengan tujuan marketing perusahaan.

3.1.5 Riset Strategi Hubungan Masyarakat

Merumuskan strategi adalah hal yang cukup krusial bagi pelaksanaan kegiatan public relations. Strategi adalah rencana tindakan untuk mencapai maksud

atau tujuan tertentu. Strategi PR adalah perencanaan kegiatan yang dapat mendukung tujuan organisasi untuk membangun pemahaman publik akan perusahaan. Penyusunan strategi adalah langkah utama yang harus dilakukan sebelum melakukan program PR. Sehingga dalam proses penyusunan strategi ini, terdapat fase-fase yang harus dilewati agar dapat mewujudkan program PR yang berhasil (Smith, 2017).

Pertama, PR melakukan *formative research* yang terdiri dari analisis situasi, analisis organisasi, dan analisis publik. *Formative research* bertujuan untuk menentukan landasan kegiatan atau program yang hendak dilakukan. Pada fase ini, PR dapat mengetahui audiens dari perusahaan, bagaimana situasi yang terjadi yang relevan dengan bidang perusahaan, dan bagaimana kondisi organisasi apabila ditinjau secara keseluruhan. Fase kedua yaitu *strategy*, yang terdiri dari penentuan tujuan dan sasaran, merumuskan strategi aksi dan respon, serta mengembangkan strategi pesan efektif. Pada fase ini, PR mempertajam apa yang ingin diraih dari program atau kegiatan yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Fase ketiga adalah *tactics*, di mana terdapat penentuan taktik komunikasi dan pengimplementasian dari program atau kegiatan tersebut. Di fase inilah seluruh perencanaan diimplementasikan menjadi sebuah program atau kegiatan yang sesungguhnya, dengan melalui sarana komunikasi yang menyesuaikan dengan kebutuhannya. Fase keempat dan terakhir yaitu *evaluation research*, pada fase ini, terdapat penilaian dan evaluasi terhadap strategi yang telah dirumuskan. Evaluasi terdiri dari evaluasi formatif dan evaluasi sumatif. Evaluasi formatif adalah tahap evaluasi yang dilakukan pada periode waktu tertentu, sedangkan evaluasi sumatif adalah evaluasi yang bersifat keseluruhan pada akhir periode program.

Perancangan strategi PR yang dilakukan di Lee Design & Associates dapat dikatakan belum dilakukan secara menyeluruh, jadi masih terdapat fase-fase yang terlewatkan dalam merumuskan kegiatan untuk tujuan PR. Namun pada pelaksanaannya, terdapat persamaan langkah-langkah yang dilakukan dengan fase-fase dari strategi PR pada fase *formative research* dan fase *strategy*.

3.1.6 Penulisan Hubungan Masyarakat

Penulisan untuk tujuan kehumasan memiliki banyak jenis dan menyesuaikan dengan media-media apa saja yang akan digunakan. PR writing atau penulisan hubungan masyarakat artinya kegiatan memproduksi tulisan-tulisan yang

bertujuan untuk membangun citra yang baik dari perusahaan. Dalam kata lain, penulisan humas dapat digunakan untuk seluruh tujuan yang dapat membangun dan menjaga hubungan perusahaan dengan publiknya. Jenis-jenis PR writing antara lain *company profile*, brosur, *newsletter*, *press release*, advertorial, listicle article, poster, infografis, dan sebagainya (Newson, D. & Haynes, J, 2013).

PR Writing menjadi salah satu keterampilan yang perlu dimiliki oleh seorang PR. Tulisan menjadi salah satu alat komunikasi yang perlu dirancang dan dibuat sebaik mungkin, karena dalam tulisan, orang dapat menuangkan dan menggambarkan dirinya atau perusahaan yang diwakilinya dengan baik. Dalam pengimplementasiannya, PR writing dapat diasah seiring PR tersebut bekerja dan menangani banyak hal.

Implementasi dari PR Writing yang ada di Lee Design & Associates tidak termasuk ke dalam tugas utama dari divisi apapun, namun produksi media-media PR ini sering dilakukan oleh digital marketing namun untuk tujuan marketing tersebut. Namun perlahan, berdasarkan wawancara dengan pemilik dari Lee Design & Associates, mereka berencana untuk memproduksi media-media PR yang dapat membangun reputasi dan membentuk positioning perusahaan di mata publik, terutama di mata para klien dan *potential clients*. Salah satu produk media PR yang sudah dijalankan oleh Lee Design & Associates adalah poster dan newsletter untuk keperluan promosi event perusahaan yaitu webinar.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam melakukan tugas-tugas sebagai digital marketing, praktikan dibimbing oleh satu karyawan Lee Design & Associates yang menjadi mentor selama magang. Beliau bernama Nabila Martina Sofyan, atau praktikan biasa memanggil beliau dengan panggilan 'Ka Nabila'. Berikut ini adalah rincian tugas praktikan yang dilakukan selama melakukan kerja profesi di Lee Design & Associates yang terbagi ke dalam tugas utama dan tugas tambahan, antara lain :

3.2.1 Tugas Utama

1. Market Research

Sebagai seorang marketing, praktikan memiliki tugas utama untuk mencari klien dan memasukkannya ke dalam database klien berupa list yang berisi nama klien, produk, perusahaan, dan kontak. Tugas utama ini termasuk ke dalam riset pasar yang bersifat sekunder, karena praktikan diminta untuk meriset melalui data

dari pihak lain. Tugas ini memiliki tujuan untuk mencari dan memilah perusahaan yang bisa menjadi klien dari Lee Design & Associates, sehingga nantinya perusahaan tersebut akan masuk ke dalam *potential clients*. Potential clients yang dikumpulkan bisa berasal dari dalam negeri dan luar negeri. Potential clients termasuk ke dalam pengelompokan strategis pada jenis market. Market adalah sekelompok orang atau perusahaan yang memiliki segmentasi dan kriteria untuk mendukung program kerja marketing. Market terdiri dari orang-orang atau kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik. (Smith, 2017).

Di Lee Design & Associates, praktikan mendapatkan tugas untuk melakukan riset terkait potential clients dengan mencarinya melalui kata kunci yang diberikan atau melalui *exhibition*. Kata kunci untuk mencari klien akan diberikan oleh atasan secara langsung, misalnya praktikan pernah diminta untuk mengumpulkan perusahaan yang memproduksi makanan manis-manis atau disebut dengan *confectionery products*.

Alur pengerjaan yang dilakukan praktikan untuk melakukan tugas utama adalah sebagai berikut. Pertama, yang dilakukan oleh praktikan adalah melakukan riset terkait *confectionery products* di dalam negeri dan luar negeri. Praktikan meriset melalui internet dan mencarinya berulang kali menggunakan kata kunci - kata kunci yang valid. Misalnya ketika mencari *confectionery company* sudah tidak ada informasi pada kata kunci tersebut, maka praktikan akan mencarinya lagi menggunakan kata kunci yang berbeda, namun masih relevan dengan '*confectionery products*' dan '*confectionery company*'.

Pada pencarian terkait *confectionery company*, praktikan banyak mencarinya melalui *exhibition* yang diselenggarakan oleh Krista Media. Menurut pemilik dari Lee Design & Associates, Krista Media sering menyelenggarakan event berupa *exhibition* yang menarik minat para tenant dari bidang makanan dan minuman, serta alat dan keperluan produksi dari produk makanan dan minuman. Beberapa *exhibition* yang menjadi sumber riset klien antara lain *Surabaya Printing Expo*, *Bandung West Java Food and Beverage Expo*, *Eastfood Indonesia*, dan *Eastpack Indonesia*. Untuk cakupan *exhibition* dengan skala internasional, praktikan mencarinya melalui *exhibition* bernama *Food and Beverage Singapore Expo*.

Kemudian, kata kunci selanjutnya untuk mencari potential clients yang perlu praktikan kumpulkan adalah '*dairy and ice cream products*'. Sama dengan

ketika praktikan melakukan riset untuk *confectionery company*, namun pada kali ini praktikan diminta untuk mencari perusahaan dairy based asal Cina. Setelah berhasil mengumpulkan beberapa perusahaan beserta kontak perusahaan asal Cina, praktikan diminta untuk memperluas jangkauan klien yaitu ke lintas benua seperti ke Eropa, Australia, dan Amerika. Untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan-perusahaan dari luar negeri, praktikan mencarinya melalui exhibition seperti *International Food and Drink Event*, *Asia Dairy Expo*, *Ice Cream and Artisan Food Show*, dan *The International Vietfood & Beverage – Propack Exhibition*.

Setelah mendapatkan informasi tentang perusahaan dan produk yang dijual oleh perusahaan klien, praktikan mencari kontak yang bisa dijangkau oleh pihak Lee Design & Associates. Kontak yang perlu dicari ini bisa kontak email maupun nomor telepon, namun lebih diutamakan untuk mencari kontak email. Hal ini dikarenakan pengiriman dokumen akan jauh lebih sopan daripada melalui aplikasi chat, terlebih lagi perusahaan yang hendak dijangkau ini belum pernah berhubungan dengan Lee Design & Associates. Ketika sudah ditemukan kontakannya, praktikan akan memasukannya ke dalam dokumen berbentuk excel yang disebut dengan database.

Untuk mengerjakan *job desk* ini, praktikan diberikan waktu tiga hingga lima hari pengerjaan dengan ketentuan pencariannya adalah perusahaan harus memproduksi barang yang menggunakan *packaging*. Praktikan diminta untuk mencarinya dengan sebaik dan sebanyak mungkin. Apabila sudah dianggap cukup, maka database akan ditinjau oleh *digital marketing* utama. Kemudian yang bertugas untuk mengirimkan email dan company profile perusahaan kepada para *potential clients* adalah Ka Nabila. Pengiriman email yang berisi company profile ini termasuk ke dalam kegiatan email marketing. Jadi tugas dari praktikan cukup sampai pada pencarian informasi dan kontak dari potential clients.

Selama melakukan pengumpulan database terkait potential clients, praktikan berhasil mengumpulkan sebanyak lebih dari 500 potential clients beserta kontakannya. Jumlah ini sudah mencakup perusahaan dari luar negeri dan dalam negeri, serta tenant-tenant yang ikut serta dalam exhibiton. Sedangkan untuk jumlah klien yang dikirimkan email marketing dari hasil pengumpulan database oleh praktikan, praktikan tidak mendapatkan akses untuk mengetahuinya. Namun praktikan mendapatkan informasi bahwa tidak semua kontak yang dicari dikirimkan email marketing. Tetapi untuk ke depannya, bukan tidak mungkin

database yang dikumpulkan oleh praktikan akan digunakan kembali untuk keperluan email marketing.

2. Produksi Podcast

Pada saat praktikan mulai masuk sebagai pekerja magang di Lee Design & Associates, digital marketing di sini sedang dalam proses penyiapan podcast. Jadi kehadiran dari praktikan dapat membantu mengimplementasikan podcast ini. Pembuatan podcast tergolong ke dalam content marketing, dengan tujuan untuk membangun *positioning* perusahaan sebagai agensi desain yang mumpuni dan kompeten dalam bidangnya. Praktikan ditugaskan untuk mencari tema podcast yang berkaitan dengan dunia design, baik itu dalam lingkup packaging design maupun industri design.

Pada saat melaksanakan tugas ini, praktikan melakukan riset terlebih dahulu dan belajar mengenai langkah-langkah pembuatan podcast yang benar. Riset dilakukan untuk mengetahui jenis podcast apa yang biasa digunakan oleh design podcast, bagaimana materi podcast disampaikan, bagaimana atmosfer sebuah design podcast, siapa audiens yang akan mendengarkan podcast ini, siapa yang akan menjadi narasumber, dan durasi podcast.

Produksi podcast ini merupakan tugas yang cukup penting dan bermanfaat bagi perusahaan, karena praktikan memberikan andil yang cukup banyak mulai dari riset podcast, pencarian topik, membuat materi dan rundown podcast, dan pada proses syuting. Proyek podcast ini sebenarnya sudah lama ingin diwujudkan, namun Lee Design & Associates pada saat itu masih kekurangan orang untuk melakukannya. Akhirnya, ketika praktikan diterima menjadi pekerja magang di perusahaan tersebut, praktikan langsung diajak untuk melakukan proyek podcast ini.

Langkah-langkah dilakukan untuk melakukan tugas ini yaitu sebagai berikut :

1. Melakukan riset topik podcast

Riset ini bertujuan untuk mengetahui kriteria target audiens, tema podcast, dan pembawaan podcast yang baik seperti apa. Praktikan melakukan riset melalui internet, social media, dan platform streaming Spotify. Pertama kali, praktikan melakukan riset di Youtube dengan menonton beberapa tayangan podcast yang bertemakan design. Praktikan

banyak menonton dari tayangan podcast pada channel “The Futur”. Beranjak dari Youtube, praktikan mulai melakukan riset di Google dengan katakunci yang relevan dengan design podcast, seperti “*design podcast recommendation*”, “*design talkshow*”, “*design packaging podcast*”, dan sebagainya.

Apabila praktikan mencari di Google, biasanya akan muncul artikel-artikel yang mengarahkan ke website design yang memiliki podcast. Biasanya perusahaan design asal luar negeri sering membuat podcast dengan bahasan yang sama, sehingga hal ini dapat menjadi referensi sekaligus pembandingan antara podcast perusahaan tempat praktikan ataupun perusahaan tersebut. Selain itu, praktikan juga mencari informasi tentang situasi dan kondisi dalam industri desain di masa sekarang, tren desain, hingga sikap-sikap yang perlu dimiliki oleh seorang designer.

2. Merumuskan tujuan dan background topik podcast

Pada tahapan ini, praktikan menganalisis apa yang menjadi tujuan dan yang melatarbelakangi pengambilan topik tersebut. Contohnya pada topik mengenai kemasan berkelanjutan, di mana dilatarbelakangi oleh adanya gerakan *zero waste*, *eco-friendly*, dan sejenisnya, serta terjadinya perubahan iklim di dunia yang semakin parah. Podcast terkait ini bertujuan untuk menjadi memberikan edukasi dan pengaruh kemasan bagi lingkungan.

3. Membuat list topik dan membuat rundown podcast

Di tahap terakhir ini, praktikan menuliskan apa saja yang sudah ditemukan selama melakukan riset, serta apabila ada saran mengenai pelaksanaan podcast bisa ditulis juga. Praktikan juga harus menuliskan pertanyaan-pertanyaan untuk diajukan selama podcast dan mencantumkan referensi topik podcast. Setelah membuat list topik podcast, praktikan akan mendiskusikannya dengan direktur sebagai pengisi podcast. Apabila diterima dan boleh dilanjutkan membuat rundown, maka praktikan akan lanjut membuat tabel rundown podcast, contohnya seperti berikut.

Podcast #05

Podcast	Lee Design Podcast
Episode	05
Background topik	Pembicaraan tentang peran packaging dalam kontribusinya untuk lingkungan
Title	Sustainable Packaging For The Future
Date	
Music	Bumper opening
Type	Diskusi
Purpose	Untuk memberikan edukasi terkait kemasan berkelanjutan dan bagaimana kemasan itu bisa berpengaruh bagi lingkungan.

Content	<ol style="list-style-type: none">1. Kemasan berkelanjutan itu kemasan yang seperti apa?2. Bagaimana kriteria kemasan berkelanjutan?3. Apakah Bapak tau contoh kemasan berkelanjutan yang ada pada produk Indonesia?4. Apakah membuat kemasan yang berkelanjutan ini mengeluarkan lebih banyak biaya dari pembuatan kemasan biasanya?5. Untuk produk yang ingin menggunakan packaging berkelanjutan, bagaimana design untuk packagingnya? Apakah akan lebih meminimalisir visual kah?6. Kemasan kertas itu sebetulnya jauh lebih ramah lingkungan dari plastik dan sterofoam tapi kemasan kertas juga cepat rusak seperti jika terkena air cepat rapuh, cepat bolong, dan cepat robek juga, jadi gimana baiknya itu?7. Apakah ada tips untuk membuat kemasan berkelanjutan?
---------	---

Gambar 3. 1 Rundown podcast yang dibuat oleh Praktikan

(Sumber : Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022)

Pada saat proses syuting untuk *podcast*, praktikan selalu diikutsertakan sebagai juru kamera dan mendokumentasikan berjalannya podcast melalui Instagram Lee Design & Associates. Kamera yang digunakan untuk merekam seluruh podcast ini terdapat 2 kamera untuk pengambilan video dari angle yang berbeda-beda, yaitu pengambilan video secara *medium shot* dan *medium close up shot*. Selama syuting *podcast* ini, praktikan selalu stand by di balik kamera sembari mendokumentasikan podcast.

Sebelum pelaksanaan podcast, biasanya akan ada latihan sebagai pemanasan selama kurang lebih 10 menit. Lee Design Podcast memiliki durasi waktu selama 20 – 30 menit. Apabila pada proses syuting podcast melebihi dari durasi waktu, praktikan akan selalu memberikan tanda bahwa waktu telah lewat. Begitu pun dengan kendala-kendala lain yang berada di luar kendali manusia, misalnya kamera tiba-tiba mati, kebocoran suara, dan distraksi lainnya.

Selama melakukan kerja profesi di Lee Design & Associates, praktikan telah berkontribusi dalam 7 syuting podcast dengan topik yang dibuat oleh praktikan dan tema yang diusulkan oleh mentor. Ketujuh podcast ini menjadi pencapaian praktikan selama melakukan Kerja Profesi, karena podcast ini dapat terwujud dengan adanya kontribusi dari praktikan yang cukup banyak. Podcast ini dijadwalkan untuk tayang satu minggu sekali melalui channel Youtube Lee Design

& Associates, namun hingga saat ini, video syuting podcast masih dalam tahap penyuntingan sehingga belum dapat dilihat hasil akhirnya.



Gambar 3. 2 Unggahan Instagram tentang Lee Design Podcast

(Sumber : <https://www.instagram.com/p/Cf3Vsliv-km/>)

3.2.2 Tugas Tambahan

1. Direct Marketing

Pelaksanaan *direct marketing* di Lee Design & Associates termasuk sering dilakukan. Direct marketing yang dilakukan oleh digital marketing dilakukan dengan cara *face to face selling* dan *online marketing*. Untuk praktik *face to face selling*, dilakukan dengan menghadiri acara seperti pameran, pagelaran, seminar, dan sebagainya. Sedangkan untuk online marketing dilakukan dengan pendekatan secara online dengan pihak-pihak dari perusahaan klien potensial dan dengan menaikkan *ads* di media sosial.

Praktikan pernah diajak untuk melakukan direct marketing oleh mentor untuk menghadiri sebuah exhibition di bulan Agustus 2022. Exhibition tersebut bernama Indonesia LifeFest 2022 yang diselenggarakan pada tanggal 26 Agustus 2022 di Indonesia Convention Exhibiton (ICE) BSD. Praktikan dan mentor mengunjungi acara tersebut untuk melakukan promosi kepada tenant yang ada di sana untuk menggaet klien potensial. Sebelum melakukan direct marketing ini, ada kriteria tenant yang menjadi sasaran promosi di acara tersebut yaitu tenant yang menjual

produk berkemasan. Kriteria ini mengacu pada jasa yang dijual oleh Lee Design & Associates sebagai design agency yang berfokus pada design kemasan.

Selama menghadiri acara ini, praktikan dibimbing oleh mentor untuk melakukan promosi dengan para tenant. Beberapa *tenant* yang dihampiri oleh praktikan bersama mentor untuk melakukan promosi yaitu tenant yang menjual teh, kopi, es krim, dan makanan ringan yang menggunakan kemasan berdesain sebagai wadahnya. Pemilihan ini dilakukan di lokasi dengan melihat list tenant yang disediakan oleh penyelenggara.

Praktikan dan mentor saling membantu dalam melakukan promosi ini, misalnya ada yang bertugas untuk memperkenalkan dan menjelaskan tentang perusahaan, portfolio perusahaan, alur pengerjaan design, dan hal-hal penting tentang perusahaan. Kemudian ada juga bertugas untuk memberikan *company profile* yang telah disatukan dalam map kepada tenant tersebut. Dengan melakukan *face to face selling* ini, diharapkan bisa menarik calon klien untuk bekerja sama dengan perusahaan serta dapat meningkatkan pengetahuan tentang perusahaan.

2. Riset Konten *Owned Media*

Praktikan mendapatkan tugas untuk melakukan riset dan mencari rekomendasi konten yang dapat diunggah oleh Lee Design & Associates. Dalam melakukan riset ini, praktikan diminta untuk selalu mencarinya dari sumber yang berasal dari luar negeri. Riset konten ini terbagi untuk media sosial Instagram, Facebook, LinkedIn, Youtube, dan Tiktok. Jadi praktikan harus mencari terkait informasi dan referensi konten dari perusahaan dan akun-akun luar negeri, dengan memastikan akun dan perusahaan tersebut memiliki kredibilitas.

Pengerjaan tugas tambahan ini dapat dikaitkan dengan materi dari Hubungan Masyarakat Online, di mana pada materi membangun reputasi online dapat dibentuk melalui media sosial. Media sosial sebagai *owned media* milik perusahaan menjadi aset pertama yang perlu dioptimalkan kontennya, agar dapat mendukung bisnis perusahaan dan mampu menarik calon klien.

Tahapan pertama yang dilakukan oleh praktikan ketika melakukan riset konten yaitu praktikan mencari website design agency yang memiliki akun media sosial, dengan tujuan untuk mengetahui apa yang biasanya diunggah oleh design agency di media sosial mereka. Semua design agency yang berasal dari luar negeri memiliki setidaknya memiliki Instagram dan LinkedIn sebagai owned media milik mereka. Beberapa design agency yang ditemukan oleh praktikan antara lain Meta Design, Pearlfisher, Wolff Olins, Pentagram, QNY, Brand Opus, London, dan Design Bridge.

Tahap kedua yaitu praktikan akan melihat dari media sosial *agency-agency* tersebut dan memilah konten-konten mana yang bisa diadaptasi secara konsep oleh Lee Design & Associates. Di tahap ini, praktikan juga perlu memerhatikan bagaimana konten yang ada di media sosial perusahaan, apakah sudah ada konten sejenis atau belum, dan bagaimana pengemasan konten tersebut oleh perusahaan. Praktikan membuat list kekurangan dari media sosial LDA, kemudian dibandingkan dengan konten dari *agency-agency* tersebut. Setelah itu, praktikan menentukan konten seperti apa yang bisa diadaptasi oleh LDA berdasarkan konten *agency* lain.

Untuk mencari contoh-contoh konten TikTok, praktikan mendapatkan saran dari mentor dan direktur untuk mencarinya dari akun Instagram yang sering membuat konten video bisnis yaitu akun bernama @morejanda. Alasan pemilihan akun tersebut karena akun tersebut memiliki konten yang edukatif namun masih bersifat menghibur. Selain melihat referensi dari akun tersebut, praktikan juga mencari melalui Tiktok untuk konten-konten serupa. Praktikan diminta untuk tidak memprioritaskan konten untuk Tiktok, jadi ide-ide untuk konten owned media lebih banyak untuk Instagram dan LinkedIn.

Tahap terakhir adalah membuat list konten-konten setelah melakukan riset. Penulisan ide-ide ini harus disertai dengan referensi sumber dan referensi visualnya. Ide-ide mengenai konten dibuat secara brief dahulu dan didiskusikan dengan mentor. Pada saat ini, apabila mentor memberikan saran mengenai konten, praktikan akan menambahkannya ke dalam list. Ketika seluruh ide dan referensi

konten sudah dimasukkan, praktikan akan mengirimkannya kepada direktur dan menunggu *feedback* dari beliau. Kemudian, praktikan diminta untuk membuat *content calendar* untuk Instagram dengan mengikuti list konten yang sudah dibuat.

Praktikan lanjut membuat *content calendar* dengan format presentation, sehingga bisa lebih mudah dalam menunjukkan referensinya. Pembuatan *content calendar* ini dijadwalkan untuk bulan Juni 2022. Praktikan berkolaborasi dengan mentor dalam menyusun *content calendar* ini, dikarenakan mentor praktikan juga mendapatkan tugas yang sama.

Setelah seluruh tahapan selesai, praktikan diajak berdiskusi oleh direktur terkait hasil kerjanya dalam melakukan riset konten. Dalam diskusi ini, praktikan ditanyakan lebih detail mengenai rencana konten tersebut dan bagaimana nanti pengemasan kontennya, mengingat produksi konten akan dilakukan oleh *graphic designer* bukan dari praktikan. Jadi *direktur* meminta penjelasan lebih agar nanti beliau bisa memberikan brief konten kepada *graphic designer*.

3. Riset Strategi Hubungan Masyarakat

Tugas ini termasuk ke dalam tugas tambahan karena praktikan berada di bawah posisi digital marketing, namun direktur meminta praktikan untuk memanfaatkan pengetahuannya dalam bidang PR untuk membantu meningkatkan *awareness* dan membangun *positioning* perusahaan sebagai *design agency* yang kompeten dan berpengalaman dalam bidangnya. Dalam menjalankan tugas ini, praktikan mulai meriset melalui pembelajaran yang sudah diajarkan selama perkuliahan.

Penerapan dari materi perkuliahan pada tugas ini diambil melalui mata kuliah Strategi & Praktik Hubungan Masyarakat. Pembelajaran tentang fase-fase pembuatan strategi humas yang terdiri dari 4 fase yaitu *formative research*, *strategy*, *tactics*, dan *evaluative research*, dapat digunakan dalam menyelesaikan tugas ini sebagai tahap awal bagi perusahaan untuk memiliki praktik *public relations*.

Pertama yang dilakukan oleh praktikan adalah melakukan analisis SWOT terkait perusahaan untuk menemukan situasi seperti apa yang dihadapi oleh perusahaan. Praktikan melakukan analisis SWOT dengan melihat kondisi di internal dan eksternal perusahaan misalnya dari performa perusahaan, hasil design, komunikasi dengan klien, komunikasi internal, lingkungan kantor, dan sebagainya.

Setelah menentukan analisis SWOT, praktikan berdiskusi dengan direktur untuk menentukan kriteria publik apa yang ingin diraih dari adanya strategi PR ini sebagai bentuk dari analisis publik. Kemudian, direktur menyebutkan bahwa mereka lebih ingin menyoal para pengusaha, perintis pemula sebuah usaha, pemilik UMKM, dan mereka yang sedang berada dalam kegelisahan untuk mengembangkan usahanya.

Selanjutnya, praktikan menentukan objective dan positioning yang ingin dicapai dari praktik PR nantinya. Objective yang paling utama adalah untuk meningkatkan *awareness* masyarakat tentang Lee Design & Associates sebagai design agency, sehingga diharapkan akan memunculkan *acceptance* di mana akan dapat memperkuat interest bagi publik yang sesuai dengan kriteria awal. Dari sini, tentunya diharapkan dapat menghasilkan action dari publik untuk menggunakan jasa dari Lee Design & Associates, sehingga dapat berdampak pada peningkatan penjualan jasa. Praktikan menentukan bahwa praktik PR di perusahaan ini adalah untuk membangun *positioning* sebagai *design agency* yang profesional dan kompeten dalam bidangnya.

Merumuskan strategi untuk praktik PR ini akan mengacu dari hasil analisis tahap sebelumnya dan tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk meningkatkan awarenss. Strategi Praktikan memilih tiga praktik PR dengan pertimbangan praktik-praktik tersebut merupakan langkah awal bagi Lee Design & Associates dalam ranah kehumasan. Tiga praktik tersebut antara lain melakukan *media outreach*, membuat *press release*, dan membuat *newsletter*.

Untuk melakukan *media outreach* ini, praktikan mencari terlebih dahulu bagaimana praktik media relations yang dilakukan oleh

perusahaan sejenis. Praktikkan kemudian mencari artikel-artikel dengan tema design, packaging, bisnis design, dan industri design yang ditulis oleh jurnalis. Setelah itu, praktikkan mencari nama-nama jurnalis tersebut dan melihat daftar penulisannya terkait hal apa saja. Praktikkan juga melakukan pengecekan terhadap identitas jurnalis melalui media sosialnya. Setelah itu, praktikkan membuat list nama-nama jurnalis yang bisa dihubungi untuk menjalin relasi dengan harapan bahwa mereka bisa bekerjasama dengan Lee Design & Associates nantinya apabila ada hal atau acara yang bernilai berita dari perusahaan. Selain membuat list nama jurnalis, praktikkan juga membuat list email redaksi yang sewaktu-waktu bisa dihubungi untuk keperluan yang sama dengan jurnalis.

Selanjutnya, praktikkan juga melakukan perencanaan press release dan bagaimana pembuatannya. Press release berguna sebagai media komunikasi perusahaan kepada publiknya melalui sebuah dokumen resmi yang berisi kejadian atau berita dari perusahaan. Praktikkan merencanakan pembuatan press release untuk tujuan publikasi berita apabila Lee Design & Associates memiliki design yang sudah resmi masuk ke pasaran, maka hal ini perlu diberitakan.

Selain design yang resmi rilis, Lee Design & Associates juga bisa membuat press release untuk pengumuman kerjasama, acara, ataupun kehadiran dalam suatu acara. Praktikkan kemudian membuat contoh *press release* untuk Lee Design & Associates yang berkaitan dengan keikutsertaan LDA dalam acara anniversary Campina.

Terakhir, praktikkan menyarankan untuk pembuatan newsletter. Newsletter akan dibagikan melalui email pada orang-orang yang sudah melakukan subscribe pada website LDA. Newsletter merupakan dokumen yang bisa memberikan update tentang perusahaan kepada publiknya. Newsletter bisa membantu publik potensial untuk mengetahui bagaimana usaha yang dilakukan oleh LDA. Menurut Frank Jefkins (Dalam Majoo.co.id, 2022), newsletter adalah media informasi yang diberikan kepada pelanggan atau publik yang tidak memiliki waktu banyak untuk membaca berita panjang. Newsletter di

dunia serba digital dikirimkan melalui email kepada para subscriber, sehingga mereka bisa mengetahui informasi terbaru tentang perusahaan. Newsletter termasuk ke dalam pekerjaan email marketing, namun pada pelaksanaannya, praktikan hanya diminta untuk membuat tema newsletter dan membuat dummy version dari newsletter tersebut.

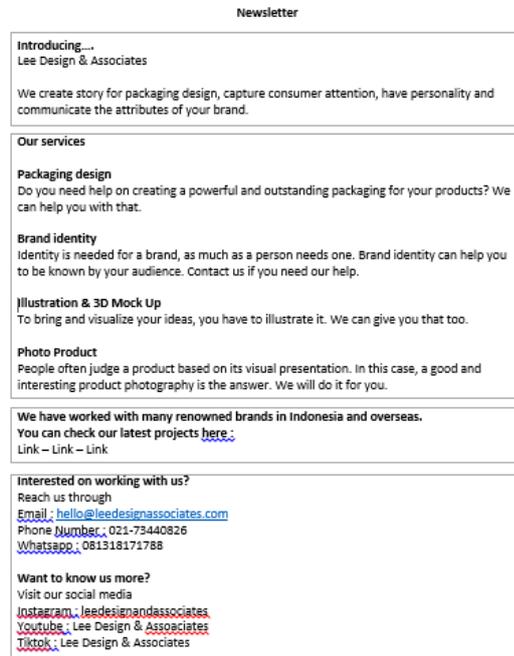
Praktikan membuat sebanyak 3 buah dummy untuk newsletter dengan isi newsletter yang berbeda-beda. Berikut adalah rincian tema dan isi dari newsletter yaitu (1) pengenalan tentang perusahaan, mulai dari *service, projects, social media*, dan kontak yang bisa dihubungi, (2) manfaat design dalam packaging dan pentingnya design untuk mempersuasi pelanggan, dan (3) tren packaging di masa sekarang serta contoh design-nya. Praktikan membuat bentuk dummy dari newsletter tersebut, kemudian diserahkan kepada direktur untuk diperiksa. Sama pada tugas sebelumnya, praktikan selalu diajak berdiskusi setelah melakukan tugasnya.

Pada saat diskusi untuk newsletter, praktikan ditanyakan tentang format pembuatannya akan seperti apa dan visual apa saja yang dimasukkan, agar beliau bisa memberikan *brief* kepada *graphic designer* yang akan membuat newsletter tersebut. Newsletter dijadwalkan untuk terbit setiap sebulan sekali melalui email untuk para *subscriber*. Pembelajaran dari mata kuliah Penulisan Hubungan Masyarakat diaplikasikan dalam tugas ini melalui pembuatan contoh press release dan newsletter.

Dalam perencanaan pembuatan press release, praktikan mengutamakan pemberian contoh untuk after release di mana rilis baru akan diunggah setelah suatu acara atau produk telah diluncurkan. Praktikan membuat contoh press release untuk perusahaan dengan tema keikutsertaan Lee Design & Associates dalam mendesain keperluan Anniversary dari salah satu klien.

Praktikan membuat contoh press release sebagai after release, di mana rilis baru akan diunggah setelah acara atau kegiatan sudah terjadi. Newsletter digunakan untuk memberikan informasi terkait kegiatan perusahaan yang dikirimkan kepada email subscribers.

Berikut ini adalah salah satu contoh newsletter yang dibuat oleh praktikan untuk pengenalan tentang LDA.



Gambar 3. 3 Contoh dummy newsletter yang dibuat oleh Praktikan

(Sumber : Dokumentasi Pribadi Praktikan, 2022)

Selain riset untuk mencari tentang public relations, praktikan juga diminta untuk melakukan riset mengenai Google Business. Penggunaan Google Business digunakan untuk meningkatkan *awareness* publik terkait perusahaan dan membangun positioning perusahaan sebagai design agency yang kompeten dan berpengalaman dalam menjalankan perusahaan jasanya. Pada Google Business, praktikan diminta untuk membuat kriteria dalam menaikkan *advertisement* atau iklan di Google. Sebelumnya di Lee Design & Associates sudah memiliki akun Google Business, jadi praktikan diminta untuk menaikkan *ads* melalui akun Google Business. Untuk melakukan tugas ini, praktikan melakukan riset terlebih dahulu tentang bagaimana cara menaikkan *ads* melalui Google Business melalui internet dan Youtube. Dengan melihat video dan artikel tutorial di internet, praktikan menuliskan kriteria untuk menaikkan *ads* dimulai dari merumuskan tujuan hingga *keywords* untuk *ads*.

4. Penulisan Caption The Dieline dan Media Sosial

Penugasan untuk praktikan yang membutuhkan keterampilan untuk menulis selanjutnya adalah untuk membuat caption. Praktikan mendapatkan tugas tambahan ini untuk membuat draft caption untuk website komunitas untuk pengunggahan hasil design bernama The Dieline dan untuk media sosial Instagram. Pada awalnya, praktikan diberikan gambaran terlebih dahulu terkait website The Dieline, isi website, dan tujuan website tersebut.

Mengutip dari website resmi The Dieline, bahwa The Dieline adalah sebuah website komunitas bagi agensi-agensi design di seluruh dunia untuk menunjukkan karya dan inovasinya dalam membuat design kemasan. Untuk bisa mengunggah hasil karya melalui The Dieline, agensi harus membuat akun mereka terlebih dahulu dan melakukan verifikasi. Lee Design & Associates sudah memiliki akun di The Dieline dan ingin memasukkan portfolio design mereka di website tersebut sebagai sebuah archive. Oleh karena itu, praktikan mendapatkan tugas untuk membuat caption untuk produk yang memiliki kemasan hasil karya dari Lee Design & Associates.

Untuk memulai pembuatan caption The Dieline, praktikan dikirimkan list design dari produk yang akan diunggah beserta contoh design kemasan dari produk tersebut dari mentor. Setelah itu, praktikan mulai mencari referensi caption dari unggahan design di The Dieline juga, karena di sana terdapat banyak sekali design yang diunggah dari beragam design agency dengan produk yang berbeda-beda.

Total design dari produk yang dijadwalkan untuk diunggah adalah sebanyak 21 produk, jadi praktikan membuat 21 caption untuk produk-produk tersebut. Penulisan caption ini harus menggunakan bahasa Inggris karena website The Dieline diperuntukkan untuk seluruh dunia. Praktikan mendapatkan referensi untuk menulis caption dari unggahan di Instagram Lee Design & Associates terkait design produk tertentu, mencari kosa kata baru yang bisa menggambarkan produk, atau dengan mencari deskripsi produk dari perusahaannya.

Setelah itu, praktikan menulis caption tersebut ke dalam satu paragraf yang sudah menunjukkan keseluruhan dari hasil design produk dan hubungannya dengan produk. Praktikan pertama menuliskan caption dalam bahasa Indonesia, kemudian mengubahnya menjadi bahasa Inggris dengan sendiri, dan dengan bantuan dari Google Translate, Berikut adalah contoh

caption yang dibuat oleh praktikan untuk produk-produk dengan design dari Lee Design & Associates :

“Campina has released a premium ice cream variant that is able to upload flavors for those who are active in activities. Gold Ribbon is a premium ice cream variant that pampers the tongue of those who like delicious sweetness. The packaging design is minimalist and clean, as well as giving the impression of luxury, which is a distinctive feature of Gold Ribbon's premium ice cream.”

Pengunggahan design dengan caption yang dibuat oleh praktikan dilakukan oleh direktur, jadi praktikan hanya melakukan pembuatan caption tersebut. Selain diberikan tugas untuk membuat caption di The Dieline, praktikan juga diberikan tugas untuk membuat caption di Instagram, untuk membuat caption berdasarkan content calendar yang dibuat oleh mentor. Konten-konten tersebut direncanakan untuk terbit secara minggu.

Praktikan diminta untuk menggunakan bahasa Inggris dalam membuat caption di Instagram, karena Lee Design & Associates ingin menampilkan perusahaan mereka sebagai perusahaan yang bisa dilirik secara internasional. Untuk pembuatan caption Instagram, praktikan perlu memasukkan kalimat *call to action* (CTA) untuk menarik publik untuk berkomentar, serta memasukkan hashtag yang relevan dengan kontennya. Berikut ini adalah contoh caption yang dibuat oleh praktikan untuk media sosial Instagram :

Packaging design has the power to influence people to buy the products. Through a creative and amazing imagery on the design, you will see the magic for yourself. We have listed some amazing packaging design that can amaze you.

Do you have other creative packaging designs on your mind? Tell us on comments sections!

Let's Talk Let's Create!

Email : hello@leedesignassociates.com

#ldaworks #packagedesign #packagingdesign #desainkemasan #icecream #neapolitan #branding #brandideas #brandidentity

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Di dunia pekerjaan, tentunya praktikan tidak lepas dari berbagai kendala yang dihadapi selama menyelesaikan tugas-tugasnya. Kendala-kendala ini bisa berasal dari faktor internal dan eksternal praktikan. Berikut ini adalah kendala yang dihadapi oleh praktikan selama melakukan kerja profesi di Lee Design & Associates sebagai digital marketing antara lain :

1. Tidak ditemukannya kontak klien

Dalam membuat database untuk klien, praktikan mengalami kendala dalam mencari kontak perusahaan-perusahaan yang berasal dari luar negeri. Biasanya di website resmi dari perusahaan selalu menyantumkan kontak email mereka, namun pada perusahaan besar asal luar negeri jarang mencantumkan email mereka. Justru pada website perusahaan besar tersebut, mereka lebih sering memberikan halaman khusus untuk bertanya melalui website tersebut. Karena hal inilah praktikan mengalami kesulitan untuk mengisi kolom kontak pada database perusahaan luar negeri dan menjadi kurang lengkap database yang dibuat.

2. Referensi podcast design yang kurang beragam

Dalam mencari ide dan membuat materi untuk podcast, praktikan terkendala pada pencarian ide dan materi podcast tentang design. Hal ini menjadi kendala karena referensi podcast design masih kurang beragam dan apabila ada, pembahasannya akan lebih berat. Podcast ini harus memuat topik yang menarik namun tetap edukatif, serta tidak terlalu rumit untuk dicerna oleh pendengar nantinya.

3. Kurangnya data terkait praktik PR di perusahaan

Dalam melakukan riset terkait *public relations* perusahaan, praktikan mengalami kendala yang cukup menantang dikarenakan tidak ada praktik *public relations* yang ada di Lee Design & Associates dan praktikan adalah yang pertama kali diminta untuk membuat strategi *public relations* tersebut. Sehingga hal ini termasuk ke dalam kendala, karena praktikan kurang mendapatkan gambaran dan data tentang pelaksanaan *public relations* dari Lee Design & Associates.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Setelah mengetahui adanya kendala yang dihadapi selama proses kerja profesi di Lee Design & Associates, praktikan mencari cara untuk dapat mengatasi kendala-kendala tersebut agar bisa menyelesaikan tugasnya dengan baik. Solusi untuk mengatasi kendala-kendala ini bisa didapatkan baik atas pemikiran sendiri maupun atas bantuan dari mentor dan director dalam membimbing praktikan. Berikut ini adalah cara untuk mengatasi kendala yang dihadapi oleh praktikan yakni sebagai berikut :

1. Mencari alternative cara untuk mendapatkan kontak klien

Ketika menemukan website perusahaan yang tidak memiliki keterangan kontak, praktikan akan mencari lebih giat lagi melalui media sosial perusahaan, website lain seperti *website* asosiasi, atau mencari kontak pihak-pihak yang bekerja di perusahaan tersebut dan memiliki jabatan yang berhubungan dengan marketing atau sekretariat perusahaan. Dengan menggunakan pencarian seperti ini, perusahaan yang sebelumnya tidak ada kontaknya di database, bisa terisi dengan kontak yang ditemukan berkat hasil pencarian secara alternatif.

2. Memberikan beragam bentuk podcast serta topiknya

Untuk mengakali pencarian referensi podcast yang kurang beragam, praktikan berinisiasi memberikan ide dan materi podcast yang dibedakan menjadi bermacam-macam pembawaan podcast dengan topik yang berbeda, jadi ada podcast yang berbentuk diskusi santai dan ada podcast yang berbentuk tanya jawab yang lebih serius. Kemudian, ada satu podcast yang *berbentuk demo design*, yaitu dengan menunjukkan proses kreatif dalam mendesain sebuah kemasan. Materi yang disampaikan selama podcast dibuat untuk membahas poin yang krusial saja.

3. Mempelajari materi perkuliahan dan berdiskusi

Riset untuk strategi *public relations* yang dilakukan oleh praktikan lebih banyak melakukan pencarian melalui internet dan membaca kembali buku dan materi perkuliahan yang bisa diaplikasikan di Lee Design & Associates. Praktikan juga bertanya kepada teman-teman satu perkuliahan dan dosen untuk memastikan materi perkuliahan tersebut, kemudian praktikan sering meminta untuk diskusi dengan direktur terkait pelaksanaan praktik *public relations* di perusahaannya.