

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Menurut (Wong, Kotler & Saunders, 2008) Pemasaran adalah menggerakkan hubungan antara konsumen dengan memberi keuntungan berupa produk yang digunakan. Bertujuan untuk menarik konsumen baru dengan memberikan keuntungan yang menarik dan mempertahankan kualitas agar kepercayaan pelanggan tetap terjaga kepuasannya. Definisi lain tentang pemasaran menurut Stanton (2001) merupakan sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang ditunjukkan untuk keperluan berbagai bisnis atau usaha yang telah diberikan arahnya. Merencanakan, menentukan harga produk yang akan dijual, melakukan promosi dan memasarkannya kepada konsumen agar bisa memuaskan keinginan mereka.

Jadi dapat disimpulkan, pemasaran adalah keseluruhan dari kegiatan perdagangan dengan menawarkan produk yang sudah dihasilkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam mencapai kepuasan mereka terhadap hadirnya produk atau jasa yang dipasarkan. Sedangkan pemasaran digital adalah proses perdagangan dan promosi yang dilakukan melalui media online yang dilakukan dengan cara interaktif dan menyenangkan. Hal ini juga mampu mencapai target pasar yang jauh dan memperkuat nama perusahaan, serta mampu menaikkan prospek kenaikan target pasar dan menambah konsumen. Tujuan utamanya tentu mempromosikan nama perusahaan dengan Teknik digital. Hal ini bisa dilakukan melalui website atau media digital apapun

Selanjutnya definisi dari pemasaran digital di dunia digital marketing menurut (Chaffeu dan Mayer, 2009) adalah strategi pemasaran yang mempunyai ruang lebih luas dan mengacu pada aplikasi digital atau online seperti website, email dan media iklan digital. Serta bagaimana internet bisa digunakan untuk pelanggan digital. Pintaar di rintis karena kesulitan mendapat pekerjaan untuk lulusan SMA/K karena kurangnya kemampuan dalam bidang penggunaan software terutama hal tersebut menjadi sebuah kebutuhan utama di setiap bidang kerja di era digital saat ini. Dan mahalnya biaya kuliah untuk mendapatkan ijazah serta pendidikan yang

dimana dibutuhkan di dunia kerja saat ini, lalu terciptanya Pintaar101 sebagai media untuk belajar dalam menggunakan aplikasi berupa Microsoft Office dan Adobe Collection. Dimana juga tempat kursus ini diajarkan oleh seorang profesional di bidangnya masing-masing untuk mengajar keahlian yang diperlukan.

Native Advertising merupakan konten berbayar yang bisa ditampilkan dengan kemiripan bentuk seperti konten lainnya dan penempatannya bisa disesuaikan. Konten ini dapat terlihat seperti promot Instagram dan Facebook. Cara ini juga yang diterapkan di Pintaar101 untuk media promosinya. Owner sekaligus pendiri PINTAAR101 ini menerapkan strategi *Native Advertising* untuk proses pembangunan akunnya saat pengiklanan. Beliau membuat konten yang bisa diiklankan pada facebook ads atau Instagram ads agar dapat meraih customer baru atau klien baru, tanpa harus melakukan flyering manual. Karena target pasarnya seluruh Indonesia. Karena produk yang dipasarkan merupakan jasa jadi dalam mengemas kontennya pun harus variatif dan tidak mengandung unsur SARA dalam pembuatannya. Tidak hanya itu pemilihan kata dan pembuatannya memerlukan waktu yang cukup serta dalam pengemasannya mempunyai unsur yang cukup rumit dibagian pengemasan copywriting agar penonton tertarik menonton videonya sampai habis.

Penempatan saya sebagai staff content creator yang mempunyai peran dalam mengembangkan personal branding sebuah perusahaan dan membuat video kreatif mungkin sesuai trend yang diperlukan dan konten yang sedang trending. Dan bidang pekerjaan yang dilakukan yaitu :

- Mengelola *social media*.
- *content planning*.
- Melakukan inovasi.
- Mengetahui trend yang sedang naik/viral.

Dimana *social media* sudah begitu luas jangkauannya jadi untuk mencarapai hal seperti itu dan mempunyai peluang sangat besar untuk membuka usaha tanpa harus mempunyai kantor atau perangkat. Yang paling penting yaitu system dan tim yang kuat serta bisa diajak bekerjasama. Saya sangat tertarik dengan digital

marketing karena selain jangkauan yang luas juga banyak hal baru yang orang lain jarang ketahui. Seperti cara membaca insight dan sejenisnya, serta menerapkan ilmu pemasaran di dunia marketing dalam bentuk digital adalah sebuah tantangan dimana kita harus mempunyai tekad dan analisa yang kuat agar hal tersebut terwujud dan tidak sembarangan. Karena mempunyai risiko yang besar bila tidak dilakukan riset yang kuat serta kepercayaan diri yang tinggi.

Di bidang pekerjaan saya yang saya jalani yaitu konten kreator sangat diharuskan bisa berbagai skill dimana hal ini diperlukan untuk menunjang profesionalitas dan bisa bekerja secara. Dan memahami media internet agar mengetahui cakupannya, ini sangat menarik bagi saya walau terlihat sulit tetapi dari system digital marketing sendiri memiliki potensi yang kuat dibidang pemasaran. Content creator bukan hanya membuat video tetapi ia juga harus melakukan analisa agar kontennya bisa berjalan dengan baik. Bukan mengikuti maunya tetapi harus bisa paham apa maksud target audience dari akunnnya sendiri, karena jika salah melakukan akan banyak kerugian yang terjadi. Tetapi memiliki peluang pengeluaran keuangan yang sedikit di bagian digital marketing.

Memahami apa itu media internet dan tujuannya adalah hal dasar, media internet sendiri sangat ampuh dalam menjangkau pasar dengan cakupan yang cukup luas. Dan memiliki beberapa keuntungan dari *Internet Marketing*

1. Mudah atau Praktis

Hal ini jauh lebih mudah karena bisa mengontrolnya kapan saja tanpa perlu dicetak atau menggunakan alat lainnya.

2. Hemat Biaya

Cukup dengan membuat akun social media secara gratis untuk memasarkan bisnis kita serta memasang iklan secara online mampu menutup budget yang cukup besar untuk iklan. Dibanding biaya iklan di TV.

3. Banyak pilihan dari saluran pemasaran

Banyaknya platform untuk mengerjakan social media sebagai media pemasaran yang tepat serta jangkauannya lebih luas.

4. Lebih tepat sasaran

Bisa menargetkan konsumen yang potensial berdasarkan demografis (wilayah), usia dan kebutuhan lebih tepat. Karena mampu menjangkau seluruh wilayah tanpa harus datang ke tempatnya melakukan flyering. Dalam beberapa bulan sudah bisa mencapai 1.7 juta likes dan mencapai target sales marketing yang ditargetkan. Hal ini juga banyak dipakai oleh brand ternama lain untuk mencapai target pasar yang sesuai dengan produk yang diperjualkan.



Gambar 9.3 Akun tiktok Pintaar101

5. Melihat hasil nyata

Mampu melihat secara langsung menggunakan analisis online untuk mengetahui apakah cara pemasaran tersebut berhasil atau tidak serta dapat melihat dari tingkat pemasarannya.

6. Mudah melakukan inovasi

Saat melakukan proses iklan diinternet dapat melakukan perubahan secara cepat bila hal tersebut tidak efektif.

7. Penjualan terjadi dengan cepat

Mampu menghasilkan penjualan dengan waktu yang cepat dan tidak memakan waktu yang lama karena sering terjadinya pembayaran melalui online.

8. Meningkatkan *profit* perusahaan

Banyaknya yang menggunakan internet memungkinkan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

9. Pengelolaan yang Mudah

Dalam pengelolaan bisnisnya jika mengelola sendiri hal ini tidak rumit sama sekali hanya perlu tekad dan system yang kuat. Dan perangkat yang digunakan bisa Cuma melalui handphone. Tanpa harus memiliki alat yang banyak dan bisa dilakukan dimana saja tanpa harus memiliki ruangan yang besar dan pengeluaran budget bahan yang besar.

10. Membantu Riset Pasar

Mampu melacak jumlah pengunjung serta dapat tahu target berapa saja yang kita raih untuk membantu kita dalam melakukan riset pasar dan merencanakan strategi yang mudah dilakukan. Hal ini dilakukan agar target pasar bisa sesuai dengan target marketing, beberapa perusahaan biasanya membuat sample produk untuk dibagikan secara cuma-cuma untuk melihat seberapa antusias mereka. Dan hal ini juga dilakukan untuk meraih target pasar secara online karena lebih tepat sasaran dan tidak memerlukan biaya yang besar.

11. Komunikasi dengan audience / followers

Membangun kedekatan dengan followers adalah hal baik yang dilakukan, bahkan sangat dianjurkan. Strategi digital seperti ini memungkinkan hal tersebut, penggunaan platform juga mempunyai kegiatan mempererat hubungan antar followers dan pengguna akun semakin kuat sehingga dapat mengetahui target pasar. Hal ini juga membangun nama brand karena audience atau followers akan menganggap yang memiliki brand ini ramah dan mau berinteraksi dengan followersnya tanpa melihat siapa mereka.

Jika banyak yang bertanya tentang perbedaan *internet banking* dan strategi *digital marketing*. Dua hal tersebut tidak bisa dipisahkan satu sama lain. Karena mempunyai peran yang sama penting namun beda arti didukung dengan adanya konten dan SEO yang membuat program tersebut berjalan.

Pemasaran Digital

Adsence disosial media marketing seperti yang ada di youtube dan video lain. Hal ini memang menggunakan media serta sangat efektif dalam membantu pekerjaan staff marketing.

Bedanya Media digital marketing dan internet marketing yaitu media merupakan alat penampil seperti website dan Internet marketing merupakan penghubung. Hal ini juga sangat berpengaruh untuk berjalannya digital marketing agar tercapainya target suatu perusahaan, yang bisa memangkas budget iklan lebih besar. Karena bisa mencakup pasar mana saja dan usia berapapun.

Digital Marketing adalah strategi perbandingan yang memiliki arti dan penampil yang lebih luas dan bagus dibanding media iklan manapun. Karena tidak perlu mempunyai lahan atau mencetak banner dijalan raya dan menyewa baliho yang harganya bisa tembus jutaan bahkan ratusan juta untuk 1 balihonya. Belum lagi hal ini tidak begitu efektif karena tidak semua orang akan melihat iklan tersebut kecuali disaat macet.

Kurang efektif kecuali brand besar yang sudah memiliki nama, karena mereka memperkuat brandingnya. Tetapi jika startup yang kecil melakukan Teknik yang sama yang ada akan menelan kerugian hingga puluhan juta bahkan ratusan juta. Dan beresiko hancur bisnisnya.

Jenis-jenis pemasaran digital:

1. Push digital strategi marketing

Jenis ini mempunyai tujuan kepada upaya promosi jasa atau produk tanpa adanya persetujuan konsumen dahulu. Beberapa strategi yang masuk juga mempunyai kategori seperti pembuatan blog atau website, mengirim email, melakukan iklan di website dan promosi melalui SMS ke nomor orang-orang.

Kelebihannya strategi ini menyediakan data konsumen yang lengkap dan bisa mencapai target calon pembeli yang sesuai. Serta bisa berinteraksi langsung dan konsisten juga tepat waktu dalam mengupload konten promosi

2. Pull digital marketing

Tidak seperti Push strategi marketing, Pull digital mempunyai strategi dimana calon pembeli berada dititik diam atau berperan sebagai penerima saja. Jenis ini mengejar pada aktif tidaknya konsumen. Para pembeli mencari tahu sendiri mengenai produk atau jasa yang akan mereka gunakan, kegiatan ini mempunyai tujuan untuk memaksimalkan penggunaan SEO. Yang berperan website atau blog suatu perusahaan dicari oleh pembelinya sendiri.

Secara tidak langsung sales bisa menjawab kebutuhan mereka sendiri tanpa harus dating ke tempat.



Gambar 10. 2 Ilustrasi Pull Digital Marketing

Sumber : Google



Gambar 11.2 Ilustrasi Push Digital Marketing Sumber : Google

Manfaat Pemasaran Digital (*Digital Marketing*)

1. Memperbesar hasil penjualan

Digunakan untuk menaikkan produk ataupun jasa dengan jangkauan konsumen dan target pasar yang luas dan akan membuat jangkauan yang melihat lebih banyak.

2. Dekat dengan konsumen

Lebih dekat dengan konsumen, hal ini disebabkan perusahaan berinteraksi dengan konsumennya secara tidak langsung hanya melalui media social saja. Bisa mengetahui juga apa yang sedang mereka cari lalu diaplikasikan dalam pembuatan konten agar mereka tertarik untuk membeli produk yang dijual.

Setelah menyelesaikan proses segmentasi pasar, perusahaan menilai segmen pasar yang ada kemudian memilih salah satu segmen yang paling cocok dan mampu. Dalam membidik konsumen, pemasar harus mampu membedakan antara pasar jangka pendek dan pasar masa depan, serta antara pasar primer dan sekunder (Kasali, 1998).



Gambar 12.2 Ilustrasi target pasar

Sumber : Google

Gambar 13.2 Ilustrasi target pasar

Sumber : Google

Sebelum membuat sebuah konten juga harus mengetahui siapa target pasar yang akan ditarik nanti, ada 2 jenis target untuk berfokus ke depannya yaitu :

1. Target pasar jangka pendek dan masa depan

Target pasar jangka pendek merupakan target pasar yang sedang aktif dan diharapkan bisa menghasilkan penjualan dalam waktu yang cepat. Sedangkan target pasar masa depan yaitu biasanya dilihat dalam jangka 3-5 tahun. Kemungkinan yang harus dilakukan perusahaan berinovasi membuat produk baru atau menambah serta mengubah dan bisa juga menghapus target pasar.

2. Pasar sasaran primer dan sekunder

Pasar perdana merupakan pasar sasaran utama produk Perseroan. Mereka terdiri dari konsumen yang sangat penting bagi kelangsungan bisnis. Sedangkan pasar sekunder adalah pasar yang terdiri dari hypermarket yang sering dianggap tidak penting, namun jumlahnya cukup banyak, namun pasar sekunder ini tidak dapat diabaikan karena konsumen membutuhkan waktu untuk mengkonsumsi

lebih banyak. Mungkin bukan sekarang karena belum terbiasa atau daya belinya kurang kuat, tapi ke depan pasar sekunder ini berpeluang besar menjadi pasar perdana; konsumen mengkonsumsi dalam jumlah kecil tetapi memiliki indeks konsentrasi yang relatif tinggi: hal ini adalah bagian dari target pasar utama. Idealnya, target pasar memiliki pengguna yang kuat. Namun terkadang suatu pasar sasaran tidak memiliki konsumen primer tersebut, melainkan terdiri dari beberapa sub kelompok pasar sekunder, yang kesemuanya merupakan pengguna ringan; dan pasar tujuan sekunder mengkonsumsi sedikit dan oleh karena itu kurang penting. Namun, mereka bisa menjadi influencer, yaitu konsumen persuasif yang bersedia mempengaruhi orang lain untuk mengkonsumsi produk ini.

Setelah itu dipisah menjadi beberapa jenis target pasar, hal ini harus dipahami karena akan berpengaruh pada audience nanti dan sales yang ditargetkan. Tidak hanya itu seorang content creator juga harus paham efek apa yang akan dihadapi kedepannya jika mempublikasi kontennya. Harus ada pengaruh konten kepada perusahaan dan sales. Karena ini merupakan cara cepat supaya perusahaan lebih kuat nama merknya.

1.3 Pelaksanaan Kerja content creator

Proses pelaksanaan kerja yang dilakukan yang dilakukan oleh konten kreator adalah sebagai berikut :

- Inovasi konten atau *remake*

Hal ini dilakukan dengan menganalisa konten apa yang viral di social media dan membuatnya ulang dengan tujuan konten yang sama. Biasanya dari content planner akan mengirimkan materi untuk video lalu content creator yang akan memproduksinya ulang dalam bentuk video yang sedang trend mulai dari music, ekspresi dan penyampaiannya yang menarik penonton. Dan tidak diperbolehkan untuk menjiplak konten sejenis karena bisa terkena pelanggaran dan akunnya dihapus oleh tiktok pada saat itu juga. Hal ini yang harusnya dipelajari dahulu oleh perusahaan supaya tidak terjadi kedepannya.

- Melakukan proses perekaman

Hal ini biasanya dilakukan setelah mendapatkan informasi konten apa yang sedang viral dan sedang naik di sosial media lalu saya mulai membuatnya sesuai dengan branding yang sedang dibangun. Biasanya sebelum mulai proses perekaman saya membaca buku serta mencari banyak informasi mengenai hal

tersebut untuk menyelesaikan konten yang akan saya buat. Karena hal ini sangat penting yaitu harus mencari berdasarkan sumber yang dipercaya. Biasanya sumber yang saya baca melalui website, google scholar & buku cetak yang saya miliki.

- Bekerja dengan system *Remote*

Bekerja dengan system Remote ialah sama seperti sistem WFA (*Work From Anywhere*) Dimana perusahaan tidak mewajibkan karyawannya untuk datang ke kantor dan menggunakan seragam tertentu hanya mewajibkan staffnya menyelesaikan tugas masing-masing. Hal ini juga mampu memotong budget perusahaan agar tidak mengeluarkan biaya tambahan dan tidak memberikan perangkat apapun. Karena beberapa perusahaan start up tidak memberikan fasilitas tersebut untuk karyawannya.

Tidak hanya itu proses pekerjaan secara remote juga sangat fleksibel yang bisa dilakukan oleh berbagai usia dengan perangkat seadanya, karena proses kerja dengan cara ini tidak memakan biaya yang besar serta bisa menambah peluang kerja yang lain dari berbagai tempat. Waktu yang diperlukan juga cukup banyak jadi pekerjaan bisa selesai lebih dulu tanpa adanya ikatan pekerjaan yang lain.

Banyak yang bilang mendapat pekerjaan sejenis ini susah tetapi jika percaya diri dengan kemampuan, untuk mendapatkan pekerjaan sejenis ini, begitu mudah dan tidak terikat oleh kontrak perusahaan. Serta bisa mendapatkan gaji yang lebih besar. Perusahaan besar pun mulai menerapkan sistem pekerjaan ini, karena karyawannya bisa lebih berinovasi dengan hal sekitarnya tanpa adanya tekanan dari kemacetan, lingkungan kerja yang kurang nyaman dan fasilitas yang kurang memadai ada beberapa perusahaan yang tidak mencukupi perlengkapan tetapi secara team sangat sehat dan saling mendukung satu sama lainnya tanpa menjatuhkan.

Rata-rata yang memilih pekerjaan seperti ini generasi Gen-Z, karena jiwa muda dan kreasinya lebih luas serta out of the box.



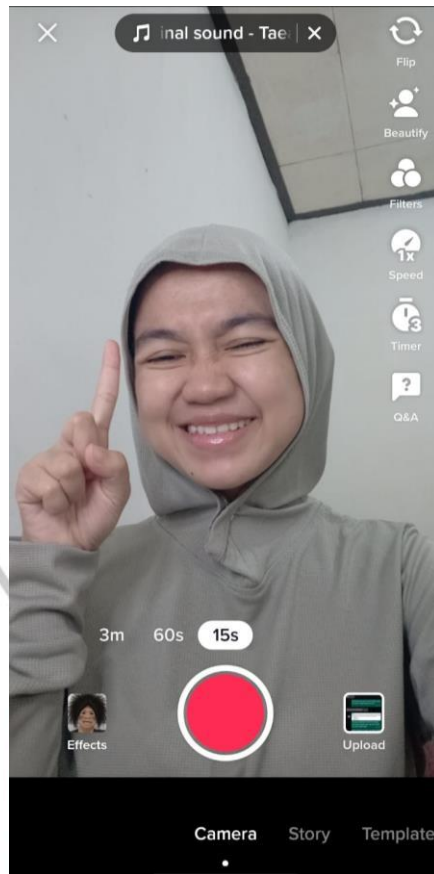
Gambar 14.2 Ruangn untuk bekerja dengan system Remote

Sumber : Foto ruang kerja

- Proses *Filming* & riset trend

Pada saat proses ini dilakukan riset terhadap trend dan merenovasi trend tersebut sesuai dengan kebutuhan konten agar algoritma akun tidak berubah dan diharapkan pesan yang disampaikan dapat lebih menarik. Serta menambah audience baru. *Filming* merupakan proses perekaman video sebelum proses editing disini akan dilakukan pengambilan video menggunakan kamera handphone. Proses ini juga menuangkan ide yang telah dibuat berdasarkan *brief* dan materi video sesuai dengan karakter masing-masing.

Proses ini juga harus disertai dengan ekspresi yang sesuai agar materinya bisa tersampaikan dengan sempurna.

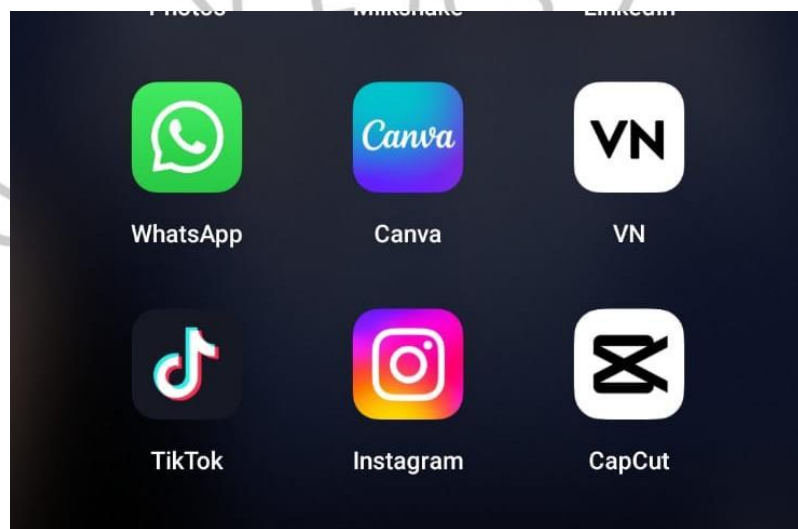


Gambar 15.2 Proses perekaman content Sumber : Screenshot

- Proses *editing*

Proses editing merupakan proses peneditan video penambahan efek dan suara berdasarkan konten yang sedang dibuat. Serta penambahan point teks pada video. Biasanya memotong bagian video yang tidak terlalu penting dan membuat hasil video nyaman ditonton serta pesan yang terkandung dapat lebih tersampaikan dengan sempurna kepada audience. Biasanya untuk video menedit dengan menggunakan aplikasi VN atau inshoot di handphone tetapi jika dilaptop akan menggunakan fimora, adobe premier pro atau bisa sejenisnya seperti sony vegas. Dan jika berbasis graohic atau gambar untuk software yang digunakan agar mendapat efek visual yang bagus menggunakan adobe lightroom atau adobe photoshop untuk menunjang hasil gambar yang jernih dan menarik. Bisa juga melalui hp untuk ini biasanya menggunakan Canva atau Vista Create.

Dulu aplikasi yang sering digunakan yaitu coreldraw, tetapi tampilannya yang tidak minimalis dan tools edit yang sulit dipakai membuat para creator harus mencari alternative agar contentnya berjalan lancar.



Gambar 16.2 Screenshot Aplikasi

Sumber : Home Handphone

- *Copywriting*

Copywriting dimana hal ini sangat berpengaruh disosial media terutama pada *hook* atau 3 detik pertama di video yang dibuat agar pesan tersampaikan lebih jelas. Ini digunakan diberbagai platform termasuk youtube ataupun twitter bahkan saat pembuatan caption. Hal ini sangat mempengaruhi daya Tarik audience saat membaca atau melihat bahan mendengar pesan yang disampaikan. Biasanya saya menggunakan teknik BAB (*Before, After & Bridge*).

Before yaitu permasalahan yang dicari sebelum proses pembuatan alur atau caption dimana hal ini diperlukan agar dapat mengetahui masalah apa yang sedang dialami banyak orang, *After* bagian ini mulai membahas mengenai cara penyelesaian dari permasalahan sebelumnya ditahap ini belum membahas mengenai produk atau jasa yang disampaikan dan *Bridge* ditahap ini sudah penyelesaian dan penyebutan produk tetapi diselipkan kata-kata sehari-hari agar terlihat lebih alami dan tidak terkesan jualan.



Gambar 17.2 Ilustrasi copywriting

Sumber : Google

Banyak sekali akun social media sekarang untuk meningkatkan penjualannya menggunakan teknik ini. Biasanya teknik BAB digunakan hanya untuk bagian caption pada keterangan foto atau video yang mereka posting di sosmednya sebagai awareness kepada audience agar tidak bosan dengan proses hard selling. Dengan copywriting yang kuat akan meningkatkan *customer awareness* yang cukup tinggi dan berefek pada kenaikan penjualan produk.

- *Approval* atau persetujuan.

Bagian ini merupakan final dan penyerahan konten yang telah diedit dan diberi masukan jika ada kekurangannya dan perlunya dibagikan apa. Biasanya untuk

bagaiannya ini akan dilihat dari detail video memang sederhana penyampaiannya tetapi hal ini akan sangat berpotensi terhadap audience yang ditarik.

- Riset Konten

Dimana seorang creator harus mengetahui trend dan sound apa yang sedang viral saat ini dan sama seperti riset marketing hal ini akan berpengaruh pada pemasaran atau pendapatan perusahaan. Riset format biasanya dilakukan dengan cara mencari dan mengumpulkan data yang telah didapat dari social media misal konten dan sound yang sering lewat akan sangat berpengaruh terhadap seringnya muncul konten.

Lalu setelah itu adanya riset pengujian dimana hal ini merencanakan jalannya strategi yang telah dibuat berupa konten dan mulai diuji secara langsung hal ini tidak memiliki dampak negative bagi perusahaan justru hal ini akan berguna pada target pasar utama. Hal ini berpengaruh pada kenaikan viewers yang akan tercapai, terutama pada 3 second gold. Serta mampu mengetahui trend apa yang akan digandrungi kedepan dan target usia serta konten yang akan dibuat.

Terlihat mudah dalam membuat konten tetapi banyak strategi yang harus diaplikasikan agar mencapai target yang seharusnya bisa dicapai. Terutama dalam penyajiannya. Harus bisa mengemas konten yang menarik agar audience tidak hanya pada satu usia dan satu daerah saja. Hal ini merupakan tantangan besar bagi content creator.

2.3 Kendala yang dihadapi

Dalam pelaksanaan kerja profesi ini, hal yang menjadi masalah merupakan sebuah tantangan dalam menyelesaikan pekerjaan. Berikut beberapa kendala yang dihadapi disaat pelaksanaan :

Kendala Pada Perusahaan

1. Terjadinya penurunan yang mendaftar karena banyaknya persaingan yang mulai membuka tempat kursus online serupa bahkan dengan harga lebih miring.
2. Harus membangun ciri khas yang kuat agar tidak dapat ditiru oleh pesainng manapun.
3. Jarak komunikasi dengan karyawannya karena system yang diterapkan yaitu remote atau kerja jarak jauh, kemungkinan dalam salah informasi begitu tinggi.

4. Perangkat yang digunakan yaitu milik sendiri dan bukan milik kantor karena system remote di beberapa perusahaan tidak memberikan fasilitas berupa perangkat keras untuk menunjang staffnya.
5. Banyaknya konten serupa akan berpengaruh terhadap kinerja akun, dimana perusahaan harus semakin memperkuat namanya dan ciri khasnya serta penataan social mediana agar lebih menarik.
6. Tidak Menghitung *Return of Investment* (ROI) ROI atau yang lebih dikenal dengan istilah laba atas investasi merupakan rasio uang yang diperoleh atau hilang dalam sebuah investasi. Jika Anda tidak menghitung ROI, maka Anda tidak akan mengetahui efektivitas strategi pemasaran yang telah diterapkan. Menghitung ROI bisa menjadi hal yang cukup rumit.

Pertama, Anda perlu menentukan komponen mana saja yang perlu dihitung, seperti traffic, leads, conversion rate, atau jumlah klik. ROI harus dihitung dengan mengurangi jumlah total penjualan dengan biaya investasi, kemudian bagi dengan keseluruhan biaya investasi dan dikalikan dengan 100%.

Kendala Teknis

1. Karena system kerja remote atau jarak jauh sering terjadinya hal tidak diduga seperti jaringan internet yang lambat, rusaknya perangkat yang tidak terduga, burnout dan proses pembuatan video sesuai trend terkini.
2. Komunikasi, besar kemungkinan untuk terjadinya kesalah pahaman akibat kesalahan maksud komunikasi karena jarak jauh dan menyebabkan ketidaknyamanan terhadap diri sendiri.
3. Harus merenovasi inspirasi konten agar tidak sama dan tidak mengandung SARA ataupun konten yang menyinggung perasaan orang lain. Karena jika sampai mengandung hal tersebut konten terkait bisa mendapatkan tuntutan dan beresiko hilangnya akun karena dianggap melanggar oleh platform terkait. Serta beresiko mendapatkan tuntutan atau violation. *Violation* biasanya kreator tidak bisa mengupload video dalam jangka waktu tertentu. *Violation* adalah tindakan yang diberikan oleh platform social media karena postingannya mereka anggap sebagai ancaman atau melanggar dan beresiko buruk bagi orang lain. Jadi selain menghapus konten tapi pihak platform tersebut akan menghapus videonya tanpa persetujuan yang memiliki akun tersebut. Hal ini dilakukan karena untuk menghindari efek buruk bagi banyak orang yang melihat postingan tersebut.

4. Strategi yang Tidak Tepat Sasaran Strategi dan perencanaan merupakan sebuah langkah awal. Untuk menentukan arah sebuah bisnis. Apalagi di era digital seperti saat ini, tren mudah berubah dari waktu ke waktu, sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen semakin beragam setiap hari. Biasanya beberapa marketer bertekad untuk men- dapatkan cakupan konsumen yang banyak, sehingga kerap serampangan dalam memilih target pasar. Hal ini yang akan menyulitkan proses Pemasaran Digital terlebih dalam proses analisa audiens yang menjangkau produk Anda. Sebelum mengenalkan produk maupun jasa kepada masyarakat secara luas, Anda harus menentukan tujuan dan rencana pemasaran produk tersebut. Pastikan bahwa strategi pemasaran yang Anda rancang sudah spesifik, tepat sasaran, dan dapat dijangkau dengan mudah oleh target pasar.
5. Mengabaikan Pengukuran Kinerja Pemasaran Digital Fungsi Pemasaran Digital tidak hanya fokus pada fitur promosi yang lebih mudah namun juga terukur. Padahal salah satu inti seorang pebisnis menggunakan Pemasaran Digital adalah untuk melihat kinerja pemasaran melalui analisis angka. Berapakah audiens yang sadar dengan brand kita, mengunjungi website, atau mengklik iklan kita di mesin pencarian.
6. Mengabaikan *Story-telling* dan *Copywriting* Pemasaran Digital kerat kaitannya dengan konten. Hal yang paling penting dalam pembuatan konten adalah tulisan. baik konten desain ataupun video, peran copywriting sangat diperlukan untuk menyampaikan pesan yang akan diberikan kepada calon konsumen. Tulisan yang dibuat juga harus mampu memberikan kesan dan mengedukasi audiens sehingga produk yang diberikan dapat disadari dengan mudah.
7. Iklan dan Landing Page yang tidak Sesuai Kesalahan marketing yang satu ini jelas saja akan menurunkan kepercayaan konsumen. Misalnya Anda sedang mencari laptop murah di Google, lalu klik iklan yang tersedia, tetapi ternyata Anda malah diarahkan ke halaman website yang menampilkan tablet dengan harga fantastis. Untuk mencegah hal tersebut terjadi pada bisnis Anda, periksa dan analisa kembali elemen yang akan Anda tampilkan di landing page. Konten landing page harus sesuai dengan iklan yang Anda pasang di Google, Facebook, YouTube, Instagram, dan lainnya.

3.3 Cara mengatasi kendala yang dihadapi

Setiap pekerjaan tentunya memiliki kesulitan tersendiri dan berbeda-beda, terutama disaat memasuki didunia pekerjaan yang solusi dan harus bisa berkomunikasi dengan berbagai karakter.

Cara mengatasi kendala pada perusahaan :

- Dengan melakukan iklan dan *soft selling* yang dibuat. *Soft selling* merupakan teknik penjualan dimana seperti berjualan, point yang dibuat biasanya berupa storyteeling yang santai dan tidak terburu-buru.
- Membangun strategi pemasaran secara digital agar dapat menarik audience baru dan jangkauan yang luas.
- Mengaplikasikan ilmu yang didapat dikampus ke dalam bidang kerja untuk menyelesaikan pekerjaan yang telah diberikan serta dengan membuat system agar pekerjaan selesai dengan terencana.

Cara mengatasi kendala Teknis

- Dengan memberitahu kendala apa yang sedang dihadapi sehingga perusahaan dapat mengerti bahkan memberikan solusi terbaik.
- Melakukan zoom meeting atau rutin bertanya mengenai kesulitan yang dihadapi. Agar para staffnya tetap terpantau dan dapat tetap bersilaturahmi dengan yang lainnya.
- Dengan mencari tahu hal yang sedang trending dan tidak, lalu membuat kontennya yang mengesankan.
- Melakukan approval dan berkomunikasi via whatsapp untuk memastikan pekerjaan selesai dan tidak ada hal yang terganggu dalam pekerjaan berlangsung.