

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Dalam kesempatan menjalankan kegiatan Kerja Profesi, praktikan ditempatkan pada Program *Full-Stack Digital marketing* di PT. Revolusi Cita Edukasi sebagai *Team Lead (TL)*, peran praktikan melibatkan serangkaian tugas yang sangat penting dalam mendukung pengembangan dan kesuksesan *student* di PT Revolusi Cita Edukasi. Istilah "*student*" mengacu pada individu yang mengikuti Program *Full-Stack Digital marketing* di PT Revolusi Cita Edukasi. Sebagai seorang *student* di PT Revolusi Cita Edukasi, seseorang terlibat dalam serangkaian modul pembelajaran yang dirancang untuk memperdalam pemahaman dan keterampilan dalam berbagai aspek pemasaran digital.

Student di PT Revolusi Cita Edukasi tidak hanya memperoleh pengetahuan teoritis, tetapi juga mendapatkan pengalaman praktis melalui tugas, proyek, dan interaksi langsung dengan TL. Mereka akan mempelajari modul-modul seperti *Marketing Plan & Budget Allocation (MPBA)*, *Marketing Analytics*, *Google Ads*, *Facebook Ads*, *Search Engine Optimization (SEO)*, *Social Media Organic*, *Content Marketing*, dan *Customer Relationship Management (CRM)* untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan di industri pemasaran digital.

Sebagai *student*, individu tersebut berada dalam perjalanan pendidikan yang berfokus pada pemasaran digital, dan perannya melibatkan keterlibatan aktif dalam pembelajaran, berpartisipasi dalam sesi kelompok, tugas, serta proyek kelompok. Dengan bimbingan dari TL, mereka diharapkan dapat mengintegrasikan konsep-konsep yang dipelajari ke dalam konteks praktis, mempersiapkan diri untuk tantangan di dunia kerja pemasaran digital. Selanjutnya berikut adalah rincian deskripsi pekerjaan praktikan sebagai *Team Lead (TL)* di PT Revolusi Cita Edukasi:

1. *Lead*

Sebagai *Team Lead (TL)* di PT Revolusi Cita Edukasi, tugas utama praktikan adalah menciptakan lingkungan belajar yang kolaboratif, mendukung, dan produktif bagi *student*. Misalnya, dalam diskusi, praktikan dapat memfasilitasi dialog yang melibatkan seluruh tim, mempromosikan pertukaran ide, dan mendorong pemikiran kritis. Contohnya, praktikan bisa membuka sesi dengan menanyakan pendapat *student* mengenai tren terbaru dalam pemasaran digital atau mengeksplorasi strategi pemasaran yang berhasil dalam industri tertentu.

Selain itu, memberikan bimbingan menjadi kunci dalam peran ini. praktikan dapat memberikan panduan terhadap strategi pemasaran yang mereka usulkan, memberikan wawasan mendalam tentang implementasi konsep tertentu, dan memberikan solusi terhadap tantangan yang mereka hadapi dalam proyek kelompok.

Untuk menciptakan lingkungan belajar yang kolaboratif, praktikan dapat mendorong tim untuk saling bekerja sama dalam menyelesaikan tugas atau proyek. Misalnya, praktikan dapat mengorganisir sesi kolaboratif di mana setiap anggota tim membahas peran dan kontribusi mereka, membangun saling pengertian, dan menyelesaikan tugas bersama-sama. Dengan berkolaborasi, praktikan membantu menciptakan atmosfer di mana setiap anggota tim merasa dihargai dan berkontribusi pada kesuksesan bersama.

2. *Supervise*

Selanjutnya tanggung jawab praktikan mencakup pemantauan secara cermat terhadap kinerja mingguan *student* dan pengawasan terhadap interaksi serta partisipasi tim. Praktikan memiliki peran kunci dalam memastikan kelancaran dan keberlanjutan proyek kelompok *student*. Pemantauan kinerja mingguan melibatkan evaluasi kemajuan individu dan keseluruhan tim dalam memahami dan mengaplikasikan konsep-konsep pemasaran digital.

Praktikan juga bertanggung jawab untuk mengawasi aktivitas proyek kelompok, memastikan bahwa setiap anggota tim berkontribusi

sesuai dengan perannya dan target yang telah ditetapkan. Dalam konteks ini, kemampuan manajemen tim dan kemampuan untuk merespon tantangan proyek dengan cepat menjadi kunci dalam menjaga kualitas pembelajaran dan hasil yang dicapai.

Dalam melaksanakan tugas-tugas ini, penting untuk secara efektif melaporkan dan berkonsultasi dengan atasan praktikan, yang disebut sebagai "*Section Manager*." Setiap masalah atau tantangan yang timbul harus diidentifikasi dengan jelas, dan laporan mingguan atau berkala harus disusun untuk memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang perkembangan dan isu-isu yang dihadapi.

Ketika melaporkan kepada *Section Manager*, praktikan dapat menyajikan data kinerja *student*, serta langkah-langkah yang telah diambil untuk mengatasi masalah atau kendala yang muncul. Berkonsultasi dengan *Section Manager* juga merupakan kesempatan untuk mendapatkan pandangan dan saran yang berharga, memastikan bahwa setiap tindakan yang diambil sejalan dengan visi dan tujuan PT Revolusi Cita Edukasi.

Ketelitian dan transparansi dalam pelaporan dan konsultasi akan memastikan bahwa setiap perubahan atau penyesuaian yang diperlukan dapat dilakukan dengan cepat dan efisien, sehingga menciptakan lingkungan pembelajaran yang optimal bagi *student* dan menghadirkan nilai tambah yang signifikan dalam pendidikan pemasaran digital.

3. *Support*

Dalam menjalankan tugas sebagai *Team Lead (TL)*, support praktikan kepada *student* menjadi elemen penting untuk memastikan pengembangan pribadi dan profesional mereka.

a) Kehadiran Harian *Student*

Praktikan bertanggung jawab untuk memastikan kehadiran harian *student* dalam sesi pembelajaran. Ini mencakup pemantauan dan konfirmasi kehadiran, memastikan bahwa

setiap *student* aktif terlibat dalam kegiatan pembelajaran sehari-hari.

b) Umpan Balik Terhadap Tugas

Sebagai *Team Lead*, memberikan umpan balik konstruktif terhadap tugas yang diberikan kepada *student* menjadi tanggung jawab praktikan. Umpan balik ini tidak hanya berfokus pada koreksi, tetapi juga memberikan ppraktikkan yang bermanfaat dan solusi untuk membantu *student* memahami dan meningkatkan kualitas pekerjaan mereka.

c) Sesi *Coaching* 1:1

Praktikan bersedia menjalankan sesi *coaching personal* 1:1 dengan *student* sesuai kebutuhan mereka. Sesi ini dapat mencakup pemecahan masalah, pemberian nasihat karir, atau memberikan bimbingan tambahan terkait materi pembelajaran. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan dukungan yang spesifik dan personal kepada setiap *student* sesuai dengan kebutuhan individunya.

d) Mendorong Pertumbuhan Pribadi

Melalui interaksi harian dan sesi *coaching*, praktikan berperan dalam mendorong pertumbuhan pribadi *student*. Ini tidak hanya terbatas pada pemahaman materi pembelajaran, tetapi juga mencakup pengembangan keterampilan interpersonal, kemandirian, dan kepercayaan diri yang diperlukan dalam dunia pemasaran digital.

Dengan fokus pada dukungan individu ini, praktikan memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman belajar yang holistik bagi *student*, memberikan mereka landasan yang kokoh untuk berkembang dan sukses dalam karir pemasaran digital mereka.

4. *Modules Guide*

Sebagai *Team Lead (TL)* di PT Revolusi Cita Edukasi, peran krusial praktikan adalah memandu dan membimbing *student* melalui berbagai modul pembelajaran yang mencakup aspek-aspek fundamental dan canggih dalam bidang pemasaran digital. Modul-modul ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga mengajarkan penerapan praktis untuk memastikan bahwa *student* tidak hanya mengerti konsep-konsep dasar, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara efektif di dunia nyata.

a. *Measuring Performance and Budget Allocation (MPBA)*

Modul ini memiliki peran krusial dalam membekali *student* dengan keterampilan merancang strategi pemasaran yang efektif. Dalam pembelajaran, *student* tidak hanya memahami konsep dasar perencanaan pemasaran, termasuk identifikasi target pasar, penetapan tujuan, dan alokasi anggaran yang efisien, tetapi juga diajak untuk mengembangkan rencana pemasaran terintegrasi dengan tujuan bisnis perusahaan secara keseluruhan. Modul ini menciptakan ruang interaktif di mana *student* dapat berdiskusi, saling berbagi pengetahuan, dan menerapkan konsep-konsep yang dipelajari dalam situasi nyata. Praktikan bertindak sebagai pemandu, memotivasi partisipasi aktif dan memastikan pemahaman konsep yang mendalam.

Sebagai contoh implementasi, modul ini mencakup studi kasus perencanaan kampanye pemasaran digital untuk sebuah startup e-commerce. Praktikan memandu *student* dalam mengidentifikasi target pasar, menganalisis pesaing, dan menetapkan tujuan terukur. Sesi berkembang menjadi diskusi kelompok di mana *student* merancang rencana pemasaran mereka sendiri, termasuk alokasi anggaran untuk berbagai saluran pemasaran digital. Studi kasus ini tidak hanya memberikan ilustrasi konkret, tetapi juga mendorong kolaborasi antar *student* dalam mengatasi tantangan perencanaan kampanye, mengaplikasikan konsep dari modul Perencanaan Pemasaran & Alokasi Anggaran. Kesempatan ini juga memungkinkan Praktikan sebagai *Team Lead* untuk menggali pengalaman praktis *student*,

memperkaya diskusi dan menciptakan platform pembelajaran antar rekan sejawat.

b. Marketing Analytics

Dalam modul Marketing Analytics di PT Revolusi Cita Edukasi, *student* diajarkan betapa pentingnya analisis data dalam pengambilan keputusan pemasaran. Mereka mempelajari teknik evaluasi kinerja kampanye, pemahaman perilaku konsumen, dan penerapan strategi berdasarkan hasil analisis. Proses Marketing Analytics memainkan peran krusial dalam mengungkap wawasan mendalam tentang efektivitas strategi pemasaran. *Student* belajar mengukur kinerja kampanye melalui metrik seperti klik, tayangan iklan, tingkat konversi, dan biaya per klik. Selain itu, mereka memahami demografi dan perilaku konsumen untuk menilai sejauh mana kampanye mencapai target audiens.

Analisis ROI juga diajarkan sebagai cara mengukur keberhasilan kampanye dengan membandingkan pendapatan dengan biaya keseluruhan. *Student* juga mempelajari analisis sentimen media sosial dan perilaku pengguna situs web, memahami respons konsumen dan evaluasi interaksi online. Modul ini membekali *student* dengan keterampilan analisis kritis yang dapat diterapkan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif di lingkungan digital yang terus berkembang. Dengan demikian, *student* dapat membantu perusahaan membuat keputusan informasional, mengoptimalkan kampanye, dan meraih kesuksesan dalam pemasaran digital.

c. Google Ads

Modul ini secara khusus difokuskan pada penerapan platform iklan utama, yaitu *Google Ads*, untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan *student* dalam strategi periklanan berbayar. Materi pembelajaran mencakup pembuatan, manajemen, dan optimalisasi kampanye iklan berbayar, melibatkan aspek penelitian kata kunci, penargetan audiens, dan evaluasi kinerja kampanye.

Selama tahap awal, *student* mempelajari langkah-langkah dasar seperti perancangan kampanye, pemilihan kata kunci, dan penargetan audiens dengan memahami konsep *Quality Score*. Modul ini mengajarkan mereka untuk merancang strategi penempatan iklan yang optimal dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi peringkat iklan serta biaya per klik. Seiring berjalannya waktu, fokus pembelajaran beralih ke strategi alokasi anggaran iklan, manajemen biaya per klik, dan pengoptimalan *Return on Investment (ROI)*, memberikan *student* wawasan praktis melalui studi kasus dan aplikasi langsung dalam situasi bisnis nyata.

Selain itu, modul mencakup penggunaan alat dan fitur dalam *Google Ads*, membekali *student* dengan keterampilan praktis dalam pengelolaan kata kunci, penargetan kelompok iklan, dan penggunaan ekstensi iklan. *Student* juga terlibat dalam studi kasus kampanye iklan riil, memungkinkan mereka menganalisis strategi yang berhasil, mengidentifikasi faktor kunci kesuksesan, dan belajar dari kegagalan. Pemahaman metrik kinerja dan responsif terhadap perubahan dinamika pasar juga menjadi bagian integral dari pembelajaran, memastikan *student* dapat merancang, melaksanakan, dan mengoptimalkan kampanye *Google Ads* yang efektif dan adaptif di akhir modul.

d. Facebook Ads

Dalam modul Facebook Ads di Program Kerja Profesi Universitas Pembangunan Jaya, *student* akan memperoleh pemahaman mendalam tentang pemasaran melalui platform iklan Facebook. Modul ini mencakup pengenalan fitur dan potensi *Facebook Ads*, strategi periklanan yang efektif, pengelolaan kampanye dari awal hingga akhir, analisis hasil kampanye, serta fokus pada retargeting dan penggunaan Custom Audiences. Selain itu, modul mendorong eksperimen, optimisasi terus-menerus, dan penerapan etika dalam periklanan digital. Melalui studi kasus dan praktik terbaik, *student* mendapatkan

wawasan langsung tentang strategi-sukses di dunia periklanan Facebook.

Sebagai *Team Lead* di PT Revolusi Cita Edukasi, Praktikan memiliki peran kunci dalam membimbing *student* melalui setiap tahap pembelajaran. Mereka tidak hanya memberikan keterampilan praktis untuk mengelola kampanye iklan di Facebook tetapi juga mendukung pembentukan pemahaman mendalam tentang strategi dan analisis yang diperlukan untuk mencapai hasil optimal.

e. *Search Engine Optimization (SEO)*

Modul ini membahas teknik dan strategi Search Engine Optimization (SEO) untuk meningkatkan visibilitas situs web di mesin pencari. *Student* akan memulai dengan penelitian kata kunci, mempelajari cara melakukan analisis untuk menentukan kata kunci yang relevan. Selanjutnya, mereka akan dipandu dalam pemahaman algoritma mesin pencari, memahami faktor-faktor yang memengaruhi peringkat situs web, seperti kualitas konten, *domain authority*, dan pengalaman pengguna.

Modul ini tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga menekankan penerapan praktik SEO terbaik. *Student* akan mempelajari aspek teknis seperti optimisasi tag HTML, struktur URL yang ramah mesin pencari, dan penggunaan tag meta. Konten juga menjadi sorotan, dengan penekanan pada pembuatan konten unik, relevan, dan berharga bagi pengguna, serta penggunaan kata kunci secara alami. Modul ini juga mengajarkan strategi backlinking untuk meningkatkan otoritas domain dan melibatkan *student* dalam analisis hasil dan kinerja SEO, memungkinkan mereka untuk memantau perubahan peringkat dan mengidentifikasi peluang perbaikan. Terakhir, modul memberikan wawasan tentang perkembangan terkini dalam SEO, mempersiapkan *student* untuk beradaptasi dengan perubahan algoritma. Dengan demikian, modul ini tidak hanya menyediakan pemahaman teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang diperlukan

untuk menjadi praktisi SEO yang efektif dalam lingkungan pemasaran digital yang dinamis.

f. *Social Media Organic*

Modul *Social Media Organic* dalam kurikulum PT Revolusi Cita Edukasi menitikberatkan pada pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran organik. *Student* diajarkan cara membangun dan mengelola kehadiran merek secara alami, menggunakan konten yang relevan dan berinteraksi langsung dengan audiens. Pentingnya kehadiran organik di media sosial ditekankan, dengan penekanan pada pembuatan konten menarik, strategi posting yang tepat, dan analisis data untuk mengukur kinerja konten.

Modul ini juga mencakup interaksi langsung dengan audiens, memberikan panduan tentang cara merespon komentar dan umpan balik secara otentik. Pemahaman algoritma media sosial, etika pemasaran, dan tanggung jawab juga menjadi fokus utama, memberikan wawasan tentang cara algoritma platform bekerja dan pentingnya menjalankan kampanye pemasaran yang etis. Modul ini tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis yang kuat tetapi juga keterampilan praktis, mempersiapkan *student* untuk menjadi pemasar digital yang efektif dan beretika di era digital yang terus berkembang, sesuai dengan visi Program Kerja Profesi Universitas Pembangunan Jaya.

g. *Content Marketing*

Modul ini memberi fokus pada *Content Marketing*, membekali *student* dengan pemahaman mendalam tentang strategi pembuatan dan distribusi konten yang relevan untuk membangun keterlibatan dan kepercayaan konsumen. Dalam lingkungan pembelajaran PT Revolusi Cita Edukasi, *student* akan memperoleh keterampilan untuk membangun kehadiran merek yang kuat, mempertahankan audiens setia, dan mencapai tujuan pemasaran melalui penggunaan konten yang efektif.

Student tidak hanya akan belajar konsep dasar pemasaran konten, melainkan juga langkah-langkah praktis dalam riset audiens, pembuatan konten bermutu tinggi, dan distribusi konten yang optimal. Modul ini juga menyoroti pentingnya storytelling dalam Content Marketing, dengan fokus pada pembangunan narasi yang menarik dan meyakinkan untuk membangun hubungan emosional dengan audiens. Selain itu, *student* akan diajarkan analisis dan pengukuran kinerja konten, termasuk evaluasi tingkat keterlibatan dan metrik lainnya untuk mengukur ROI dari upaya kontennya. Dengan demikian, *student* akan memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menjadi profesional pemasaran digital yang sukses di era digital yang terus berkembang.

h. Customer Relationship Management (CRM)

Modul ini membahas konsep dan penerapan Customer Relationship Management (CRM) dengan fokus pada cara membangun dan mengelola hubungan berkelanjutan dengan pelanggan melalui teknologi dan strategi yang efektif. *Student* di PT Revolusi Cita Edukasi akan dipandu untuk memahami konsep mendalam dan menerapkan strategi yang efektif dalam memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mencapai tujuan bisnis.

Modul ini membahas konsep dan penerapan Customer Relationship Management (CRM) dengan fokus pada cara membangun dan mengelola hubungan berkelanjutan dengan pelanggan melalui teknologi dan strategi yang efektif. *Student* di PT Revolusi Cita Edukasi akan dipandu untuk memahami konsep mendalam dan menerapkan strategi yang efektif dalam memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan mencapai tujuan bisnis.

Dalam membangun *Personal Branding* agar dapat dipercaya dan diakui *Student*, sebagai seorang Team Lead yang muda, praktkan memiliki pengalaman di industri pemasaran digital, saya aktif membangun personal branding dengan fokus pada

profesionalisme, kepedulian, dan komunikasi yang terbuka. Saya rutin berbagi kisah sukses dan tantangan yang saya hadapi dalam proyek-proyek digital marketing sebelumnya, memberikan wawasan langsung tentang pemahaman mendalam saya terhadap industri. Profesionalisme tetap menjadi pijakan dalam setiap interaksi, dengan menjaga sikap dan tindakan yang mencerminkan kompetensi dan integritas sebagai *Team Lead*.

Saya secara aktif terlibat di media sosial profesional seperti LinkedIn, membagikan artikel, pengetahuan terkini, dan keterlibatan dalam diskusi industri. Selain itu, saya berfokus pada membangun hubungan yang kuat dengan setiap *student*, mendengarkan dengan aktif, memberikan dukungan, dan tanggap terhadap pertanyaan. Saya berusaha memberikan bukti konkret melalui hasil proyek-proyek sebelumnya, memberikan gambaran tangibel tentang kemampuan saya.

Dalam setiap kelas, saya terlibat dalam sesi kelas dan memberikan pandangan langsung dalam topik yang dibahas. Saya memahami pentingnya merinci kelebihan dan kelemahan, yang saya akui dengan terbuka, menciptakan lingkungan di mana kepercayaan dapat tumbuh. Dengan konsistensi dalam pendekatan ini, saya bertujuan untuk membangun personal branding yang kuat, terpercaya, dan relevan bagi setiap student di bawah bimbingan saya.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam menjalankan Program Kerja Profesi di PT. Revolusi Cita Edukasi sebagai *Team Lead (TL)*, praktikan akan mendapatkan bimbingan secara langsung oleh *Section Manager* yaitu Mas Fikri Adam selama 13 minggu ke depan. Praktikan berperan sebagai first liner atau mentor bagi mahasiswa dalam memahami dan mengimplementasikan berbagai modul, seperti Measuring Performance and Budget Allocation (MPBA), Marketing Analytics, *Google Ads*, Facebook Ads, Search Engine Optimization (SEO), Social Media Organic, Content Marketing, dan Customer Relationship Management (CRM).

Sebagai TL, praktikan bukan hanya menjadi pemimpin tetapi juga mentor bagi mahasiswa. Tanggung jawab mencakup memberikan arahan, memberikan umpan balik, serta memastikan perkembangan mahasiswa

dalam menguasai setiap modul. Dengan kesempatan ini, praktikan diharapkan dapat menciptakan lingkungan pembelajaran yang dinamis dan produktif, memastikan mahasiswa tidak hanya memahami konsep teoritis tetapi juga dapat mengaplikasikannya dalam konteks dunia nyata. Melalui kegiatan harian dan mingguan yang terstruktur, praktikan sebagai TL berperan krusial dalam membentuk generasi pemasar digital yang kompeten dan siap berkontribusi dalam industri.

Selanjutnya, praktikan akan memberikan penjelasan yang lebih rinci mengenai tugas dan tanggung jawab yang diemban selama berlangsungnya Program Kerja Profesi, dengan merujuk pada timeline dan modul-modul yang telah ditentukan. Hal ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai pekerjaan yang dilakukan selama periode program tersebut.

1. *On-boarding Week*
 - a. *1 on 1 SMTL (Section Manager & Team Lead)*



Gambar 3. 1 Sesi 1on1 Meeting Bersama Section Manager

Aktivitas awal sebagai seorang TL ialah praktikan melakukan kegiatan *On-boarding* bersama *Section Manager*, yaitu Mas Fikri Adam. Pertemuan ini menempatkan praktikan di dalam Program *Full-Stack Digital marketing* pada *Section* Amsterdam dengan tanggung jawab menangani Team 2 yang terdiri dari 14 mahasiswa. Pertemuan 1 on 1 ini bukan hanya menjadi peluang untuk saling mengenal antara praktikan dan Mas Fikri, tetapi juga

menjadi momen penting dalam membentuk kemitraan yang kuat dan membangun suasana yang positif dalam tim.

Selama *On-boarding meeting*, Mas Fikri tidak hanya memberikan pengenalan pribadi, tetapi juga menyampaikan informasi teknis dan non-teknis yang relevan untuk memandu praktikan selama periode 13 minggu ke depan. Pemahaman tentang peran praktikan dalam *Section* Amsterdam, tanggung jawab yang harus diemban terkait *Team 2*, dan harapan yang dimiliki oleh perusahaan menjadi fokus utama dalam pertemuan tersebut.

Pentingnya komunikasi terbuka dan pengenalan awal ini adalah agar praktikan dapat memahami dengan jelas ekspektasi dan tujuan yang harus dicapai selama Program *Full-Stack Digital marketing*. Selain itu, hal ini juga membantu membangun kepercayaan dan kerjasama yang efektif antara praktikan dan *Section Manager*, menciptakan dasar yang kokoh untuk kelancaran kolaborasi selama 13 minggu ke depan. Dengan adanya *On-boarding meeting* ini, praktikan memiliki landasan yang solid untuk memulai perjalanan sebagai TL di dalam lingkungan divisi Amsterdam.

b. *SMTL Amsterdam May 23 First Meet*



Gambar 3. 2 Sesi Pertemuan Pertama SMTL May 23

Aktivitas selanjutnya selama minggu *On-boarding* ialah melakukan pertemuan dengan rekan-rekan sesama Team Lead yang juga tergabung dalam *Section* Amsterdam. Tim terdiri dari Kak Putri yang akan mengelola *Team 1*, Kak Wanda yang bertanggung jawab atas *Team 3*, Kak Fiorentina yang akan membimbing *Team 4*, dan Kak Tiara yang mengarahkan *Team 5*. Pertemuan ini memiliki tujuan yang sangat penting, yaitu untuk mempererat hubungan persahabatan di antara anggota tim dan menciptakan atmosfer yang positif karena selama 13 bulan mendatang, kolaborasi dan interaksi antar Team Lead akan menjadi kunci keberhasilan.

Dalam suasana yang santai dan penuh semangat, pertemuan ini bukan hanya sekadar forum untuk membahas tanggung jawab masing-masing, tetapi juga sebagai kesempatan untuk saling mengenal dan membangun kerjasama yang erat. Setiap Team Lead memiliki peran uniknya sendiri, dan pertemuan ini memberikan ruang untuk bertukar ide, pengalaman, dan strategi yang dapat memperkaya kontribusi masing-masing tim. Pembentukan hubungan yang baik antar *Team Lead* juga berdampak positif pada atmosfer keseluruhan dalam *Section* Amsterdam, menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan dan prestasi bersama.

Dengan saling mendukung dan memahami satu sama lain, TL di *Section* Amsterdam tidak hanya menjadi rekan kerja tetapi juga sahabat yang saling menginspirasi. Pertemuan ini menciptakan dasar yang kuat untuk kolaborasi yang efektif dalam mencapai tujuan bersama selama bekerja di PT Revolusi Cita Edukasi.

2. *Orientation Week*
 - a. *Introductory Session*



Gambar 3. 3 Introductory Session Bersama Student Section Amsterdam

Sesi ini menjadi momen awal yang penting dalam perjalanan mahasiswa yang menjalankan Program *Full-Stack Digital marketing* di PT Revolusi Cita Edukasi. Dalam sesi pertama ini, para mahasiswa akan bertemu dengan *Section Manager*, TL, serta rekan sekelas mereka. Sesi ini juga akan menjadi kesempatan untuk memperkenalkan *student* dengan berbagai alat dan platform yang akan digunakan selama program, serta memberikan ruang untuk tanya jawab yang dapat membantu *student* memahami dengan lebih baik langkah-langkah yang perlu diambil selama program berlangsung.



Gambar 3. 4 Pertemuan Pertama Dengan Team 2

Praktikan akan mendampingi sebanyak 14 *student* dengan berbagai macam latar belakang, berikut 14 *student Team 2* yang akan dipimpin oleh praktikan:

Nama Student	Group
Angga Dwi Cahyo Sugiono	D
Daniel Wilian Tjan	D
Erick Hendrawan	C
Fandu Suriansyah	D
Hafni Nelmita Sari	C
Harra Fisabilillah	C
Irma Yusnita	C
Julian Akhmad Sidqi	C
Karina Fitria Larasati	D
Kevin Octaviano	D
Kevin Patera Indranugraha	D
Louis Vella Putri Febriyantoro	D
Muhammad Zulfikri Akbar	C
Rizky Faradilla Larasati	C

Tabel 3. 1 Daftar Team 2

Dalam sesi pengantar ini, *student* akan diperkenalkan satu sama lain, membuka peluang untuk membangun jaringan pertemanan dan dukungan. Kolaborasi tim menjadi kunci dalam mencapai tujuan bersama selama program. Selain itu, *student* akan diajar penggunaan alat dan platform yang akan digunakan, memastikan mereka dapat mengikuti modul pembelajaran dengan lancar. Sesi tanya jawab menjadi puncak, di mana *student* dapat mengajukan pertanyaan dan mendapatkan klarifikasi terkait ekspektasi dan tanggung jawab selama Program *Full-Stack Digital marketing*. Sesi ini diwajibkan dan dilaksanakan melalui Zoom pada pukul 7-9 malam WIB.

b. Lecture 1 - Unleash Potentials of Learning



Gambar 3. 5 Lecture 1 di Orientation Week

Kelas "*Unleash Potentials of Learning*" yang dipandu oleh Ega Adi Surya, yang menjabat sebagai *Vice President of Operations* di PT Revolusi Cita Edukasi, memiliki tujuan yang sangat penting dalam membekali *student* dengan pemahaman mendalam tentang konsep dasar pembelajaran manusia. Melalui kelas ini, *student* diharapkan dapat menguasai kunci-kunci konsep bagaimana manusia belajar, menerapkan taktik dan praktik terbaik untuk belajar secara efektif, memahami cara mendekati materi yang dibagikan dalam kursus, dan mengenali pentingnya berbagi dalam kelompok, sesi umpan balik, serta partisipasi aktif.

c. *Lecture 2 - Intro to the Digital marketing Landscape*



Gambar 3. 6 Lecture 2 di Orientation Week

Kelas "*Intro to the Digital marketing Landscape*" yang dipimpin oleh Surya Islami, seorang *Campaign Delivery Lead* di Clozette Group, bertujuan mengenalkan *student* pada potensi pemasaran digital. Fokus utama kelas ini adalah membuka wawasan terhadap aspek analitis dan kreatif dalam pemasaran digital. Sesi ini melibatkan pemahaman tentang berbagai saluran pemasaran online, mengeksplorasi jalur karir dalam industri ini, dan memahami konsep *T-Shaped Marketer*. Surya Islami menggarisbawahi pentingnya keterampilan analitis dalam mengukur efektivitas kampanye digital, merinci saluran pemasaran seperti media sosial, iklan Google, dan SEO, serta membahas berbagai peran dan tanggung jawab dalam karir pemasaran digital.

Kelas ini tidak hanya memberikan gambaran luas tentang industri pemasaran digital, tetapi juga menawarkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan menjadi seorang *T-Shaped Marketer*. *Student* diharapkan dapat menggali potensi penuh dalam pemasaran digital dengan memahami bahwa kreativitas dan analisis saling melengkapi. Dengan membuka mata terhadap berbagai peluang karir, pemahaman saluran pemasaran online, dan konsep *T-Shaped Marketer*, *student* dapat membangun dasar pengetahuan yang solid dan siap mengambil langkah pertama dalam dunia pemasaran digital..

d. *Lecture 3 - Meet Surya Islami - Career Story*



Gambar 3. 7 Lecture 3 di Orientation Week

Kelas "Surya Islami - *Career Story*," dipimpin oleh Surya Islami, *Campaign Delivery Lead* di Clozette Group, ditujukan untuk memberikan wawasan mendalam tentang perjalanan karirnya sebagai pemasar digital. *Student* diajak mendengarkan langsung kisah hidup dan pengalaman Surya, termasuk tantangan, keberhasilan, dan momen sulit yang dihadapinya. Tujuannya adalah memberikan pemahaman menyeluruh tentang dinamika karir sebagai pemasar digital, membantu *student* memahami perubahan industri, beradaptasi dengan teknologi, dan mengelola karir mereka. Kelas ini juga bertujuan memberikan inspirasi dan motivasi agar *student* lebih tertarik mempelajari lebih lanjut tentang pemasaran digital, menggali jalur karir yang sesuai dengan minat dan keahlian mereka. Dengan cerita pribadi Surya Islami, *student* diharapkan meninggalkan kelas dengan semangat baru untuk belajar dan berkembang dalam dunia pemasaran digital.

e. *Opening Session*



Gambar 3. 8 Opening Session

Pada hari terakhir Orientasi, *student* akan memahami nilai-nilai dan harapan dari lulusan RevoU, serta struktur dan kurikulum dari program ini. Selain itu, *student* juga akan mendengarkan penjelasan mengenai Panduan *Student* dan pengalaman proyek kelompok dari *Team Leads (TLs)* mereka.

Sesi ini akan dilaksanakan melalui platform Zoom pada jam 1 hingga 3.30 sore WIB. Kehadiran dalam sesi ini diwajibkan. Sesi ini menjadi momen penting dalam mengakhiri rangkaian Orientasi minggu ini, di mana *student* akan diberikan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai yang dijunjung tinggi oleh lulusan RevoU. *Student* akan diperkenalkan pada harapan dan standar tinggi yang menjadi ciri khas dari alumni RevoU, serta bagaimana mereka dapat mengaplikasikan nilai-nilai ini dalam perjalanan akademis dan profesional mereka.

Selain itu, dalam sesi ini, *student* akan merinci pemahaman mereka mengenai struktur dan kurikulum program yang akan mereka ikuti. Mereka akan mendapatkan gambaran menyeluruh tentang bagaimana program ini dirancang, mata pelajaran apa yang akan mereka pelajari, dan bagaimana setiap komponen program akan membantu mempersiapkan mereka untuk karir di bidang pemasaran digital. Hal ini akan membantu *student* untuk memiliki pemahaman yang jelas tentang perjalanan belajar mereka di RevoU.

Pentingnya sesi ini juga tercermin dalam penjelasan mengenai Panduan *Student*. *Student* akan diberikan informasi penting tentang sumber daya dan dukungan yang tersedia untuk mereka di RevoU. Panduan *Student* dapat menjadi pemandu yang sangat berharga dalam menjalani program mereka, memberikan bimbingan dan informasi yang diperlukan untuk sukses di setiap tahapan.



Gambar 3. 9 Group Project Explanation

Tidak kalah pentingnya, *student* akan mendengarkan tentang pengalaman proyek kelompok dari Team Leads mereka. Ini memberikan gambaran praktis tentang bagaimana mereka akan terlibat dalam kerja tim, belajar dari sesama *student*, dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam situasi dunia nyata. Sesi ini dapat memberikan motivasi dan persiapan awal bagi *student* untuk menghadapi tantangan kolaboratif yang akan mereka alami selama program.

Sesi akan dilaksanakan melalui platform Zoom pada jam 1 hingga 3.30 sore WIB. Keberadaan setiap *student* pada sesi ini dianggap wajib, menandakan bahwa informasi dan panduan yang disampaikan memiliki signifikansi yang tinggi bagi kesuksesan mereka di RevoU.

Secara keseluruhan, sesi hari terakhir Orientasi ini menandai langkah awal *student* menuju perjalanan mereka di RevoU dengan memberikan pemahaman yang mendalam tentang nilai-nilai, harapan lulusan, struktur program, serta memberikan wawasan praktis melalui panduan dan pengalaman proyek kelompok. Ini merupakan fondasi penting untuk memulai perjalanan akademis dan profesional mereka di dunia pemasaran digital.

3. Program Kerja

a. *Lecture*

Pada sesi *lecture* di PT Revolusi Cita Edukasi, topik-topik yang dibahas sangat penting dalam memahami landasan *digital marketing*. Modul *Measuring Performance and Budget Allocation (MPBA)*, *Marketing Analytics*, *Google Ads*, *Facebook Ads*, *Search Engine Optimization (SEO)*, *Social Media Organic*, *Content Marketing*, dan *Customer Relationship Management (CRM)* menjadi fokus utama untuk memberikan *student* pemahaman mendalam tentang aspek-aspek kunci dalam pemasaran digital. *Lecture* ini bertujuan untuk membangun fondasi yang kokoh, memungkinkan *student* untuk menjelajahi channel-channel penting di dunia *digital marketing*, dan mempersiapkan mereka untuk bersaing dengan percaya diri di dunia industri yang kompetitif.



Gambar 3. 10 Sesi Lecture

Salah satu *Lecture* yaitu *Lecture "Performance Marketing Funnel"* yang dipimpin oleh Anjaina Puspasari, seorang praktisi pemasaran kinerja di industri fintech, memiliki tujuan utama untuk memberikan pemahaman mendalam tentang konsep *Marketing Funnel*, penerapannya dalam pemasaran kinerja, metrik-metrik penting dalam pemasaran digital, kemampuan menerjemahkan tujuan bisnis menjadi tujuan pemasaran, dan memberikan gambaran umum mengenai berbagai tujuan bisnis.

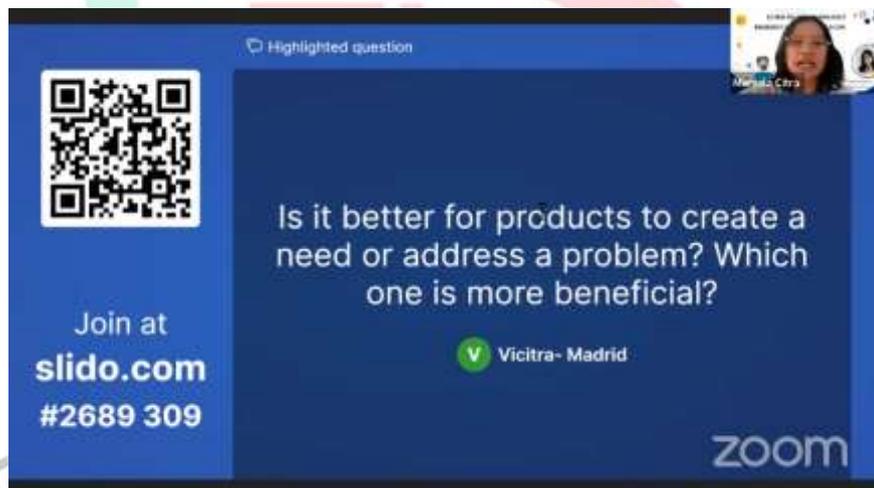
Praktikan sebagai *Team Lead (TL)* memiliki peran sentral dalam mendukung *student* selama *lecture*. Tugas utama TL adalah membantu *student* memahami topik-topik yang diajarkan, memberikan klarifikasi, dan menyelesaikan kendala yang mungkin dihadapi *student*. Dari segi teknis, TL bertanggung jawab untuk mencatat kehadiran *student*, memastikan partisipasi aktif, dan menjawab pertanyaan *student* melalui kolom komentar di platform Zoom. Pendekatan ini menciptakan lingkungan pembelajaran yang interaktif dan responsif, di mana *student* dapat merasa didukung dalam mengeksplorasi materi dengan lebih baik.

Lecture di PT Revolusi Cita Edukasi tidak hanya mengedepankan penyampaian materi, tetapi juga memberikan kesempatan kepada *student* untuk berinteraksi dan memperoleh pemahaman praktis. Dengan adanya dukungan aktif dari TL, diharapkan *student* dapat mengoptimalkan pembelajaran mereka,

membangun pemahaman yang kuat tentang konsep-konsep pemasaran digital, dan menerapkan pengetahuan tersebut dengan percaya diri dalam berbagai proyek dan tugas.

b. Sesi Tanya Jawab (QnA)

Sesi Tanya Jawab merupakan komponen integral dari proses pembelajaran di PT Revolusi Cita Edukasi yang dirancang khusus sebagai sarana untuk meningkatkan pemahaman *student* terhadap materi yang diajarkan selama *lecture*. Dalam konteks ini, sesi Tanya Jawab memainkan peran kunci dalam memfasilitasi review dan pendalaman topik-topik yang telah disampaikan oleh instruktur. *Student* diberikan kesempatan unik untuk berinteraksi secara langsung dengan materi dan memperdalam pemahaman mereka melalui pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.



Gambar 3. 11 Sesi Tanya Jawab (QnA)

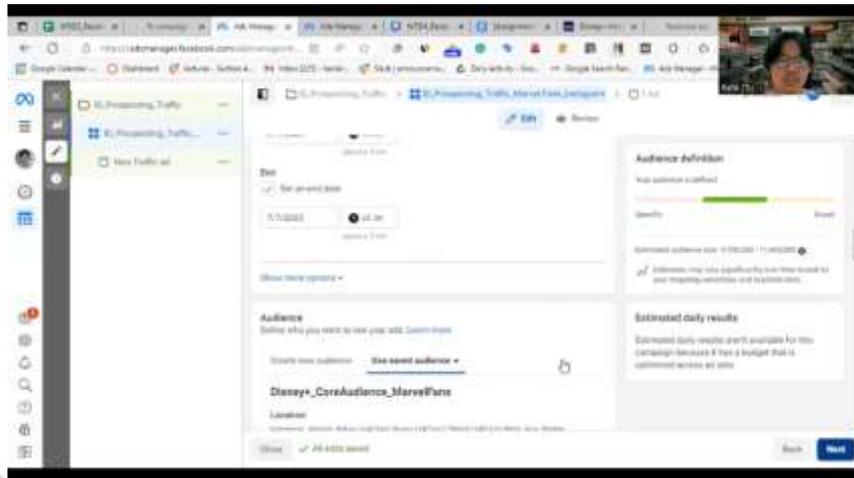
Sesi ini menciptakan lingkungan yang mendukung pertukaran gagasan dan penjelasan tambahan, memungkinkan *student* untuk mengatasi potensi kebingungan atau ketidakjelasan dalam materi yang telah diajarkan. *Student* dapat mengajukan pertanyaan secara spesifik untuk mengklarifikasi konsep atau memperluas pemahaman mereka tentang aplikasi praktis dari informasi yang telah disampaikan. Dengan adanya sesi Tanya Jawab, proses

belajar menjadi lebih dinamis dan berkolaborasi, mengakomodasi berbagai tingkat pemahaman dan memastikan bahwa setiap *student* dapat mengoptimalkan pengalamannya.

Tugas praktikan sebagai *Team Lead (TL)* adalah menyiapkan platform untuk sesi Tanya Jawab melalui platform slido.com. TL juga memiliki tanggung jawab merangsang rasa ingin tahu *student* untuk aktif bertanya. Dengan menciptakan atmosfer yang mendorong partisipasi, TL berperan penting dalam memastikan bahwa sesi Tanya Jawab berjalan efektif. Hal ini mencakup memastikan kelancaran penggunaan platform, memberikan arahan, dan merangsang keterlibatan *student* sehingga sesi tersebut menjadi sarana yang lebih efektif dalam memahami dan meresapi materi *lecture*.

c. *TL Simulation*

Tugas praktikan sebagai *Team Lead (TL)* tidak hanya terbatas pada membantu *student* memahami materi *lecture* melalui sesi Tanya Jawab, melainkan juga mencakup pelaksanaan *TL Simulation*. *TL Simulation* dirancang dengan tujuan memberikan pengalaman praktis kepada *student* dalam menerapkan konsep-konsep *digital marketing* yang telah dibahas dalam *lecture* sebelumnya.



Gambar 3. 12 Sesi TL Simulation

Sebagai contoh, jika *lecture* sebelumnya membahas *Facebook Ads*, praktikan sebagai TL akan melakukan simulasi langsung di *Facebook Ads dashboard*, memperlihatkan langkah-langkah dalam membuat iklan secara *real-time*. Hal ini memberikan nilai tambah yang signifikan, karena *student* dapat melihat penerapan praktis dari konsep-konsep yang telah mereka pelajari dalam suatu konteks yang nyata.

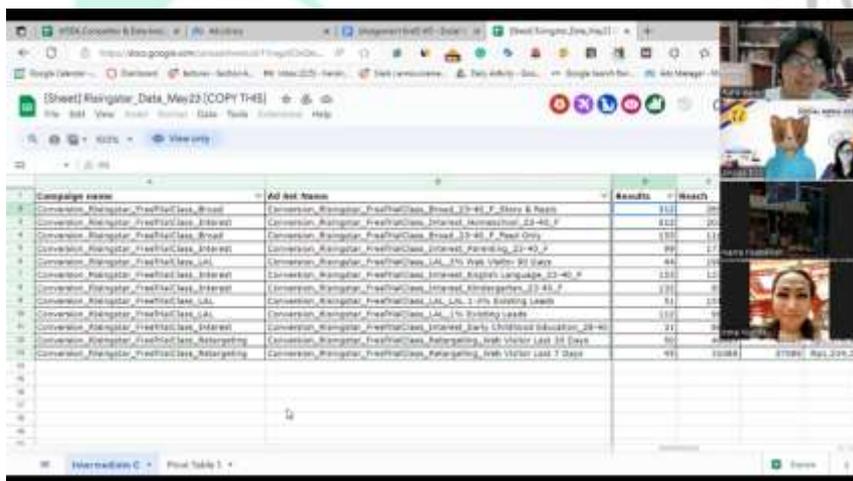
Selain memberikan pengalaman langsung, *TL Simulation* juga diarahkan untuk membuka ruang diskusi antar *student*. Diskusi ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman *student* terkait topik yang sedang dibahas, memungkinkan mereka untuk saling berbagi pandangan, pengalaman, dan pertanyaan. Ruang diskusi ini menciptakan dinamika kelas yang lebih interaktif dan kolaboratif, di mana setiap *student* dapat memberikan kontribusi unik mereka. Dengan demikian, *TL Simulation* tidak hanya menjadi kesempatan untuk praktik langsung, tetapi juga memperkaya pembelajaran melalui pertukaran ide dan pengalaman di antara sesama *student*.

TL Simulation menjadi langkah penting dalam memastikan bahwa pembelajaran tidak terbatas pada tingkat konseptual, melainkan juga melibatkan penerapan praktis. Dengan pengalaman langsung dan diskusi yang terbuka, *TL Simulation* menjadi instrumen efektif dalam membantu *student* memperdalam pemahaman mereka tentang konsep-konsep *digital marketing* dan

mempersiapkan mereka untuk tantangan dunia nyata dalam industri pemasaran digital.

d. *Weekly Sprint Review*

Weekly Sprint Review menjadi momen di mana setiap Sabtu, *student* memiliki kesempatan untuk mereview dan mendiskusikan kemajuan mereka dengan instruktur dan *Team Lead (TL)*. Sesi ini dimulai dengan peninjauan bersama instruktur selama *lecture* di modul terkait. Instruktur memberikan arahan tambahan, menjelaskan konsep yang mungkin masih membingungkan, dan memberikan wawasan tambahan untuk memperkaya pemahaman *student*.



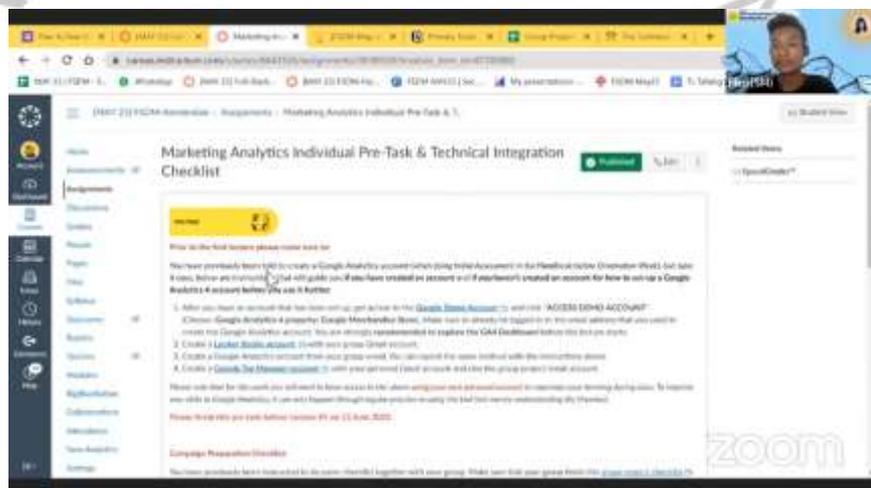
Gambar 3. 13 Sesi *Weekly Sprint Review*

Selanjutnya, sesi dilanjutkan dengan perpindahan ke breakout room di platform Zoom bersama *Team Lead*. Di sini, setiap *student* akan mendapatkan umpan balik langsung dari *TL* terkait penugasan mingguan yang telah mereka selesaikan. Umpan balik ini tidak hanya mencakup evaluasi kinerja, tetapi juga memberikan pandangan khusus, saran perbaikan, dan dukungan personal untuk membantu *student* mencapai tingkat pemahaman dan kemajuan yang optimal.

Sesi *Weekly Sprint Review* memberikan kesempatan bagi *student* untuk me-review materi yang telah dipelajari, menjalankan tugas yang diberikan, dan mengukur sejauh mana pemahaman dan

penerapan mereka terhadap konsep-konsep *digital marketing*. Interaksi langsung dengan TL menjadi sarana yang sangat berharga, di mana *student* dapat mengajukan pertanyaan, memperjelas ketidakpahaman, dan memperoleh pandangan yang lebih mendalam mengenai progres mereka. Selain itu, umpan balik individu dari TL membantu membimbing *student* menuju pemahaman yang lebih mendalam dan pengembangan keterampilan yang lebih baik.

e. Presentation & Check Point Briefing



Gambar 3. 14 Sesi Checkpoint Briefing oleh Section Manager

Sesi *checkpoint briefing* dilakukan sebagai langkah strategis untuk memberikan informasi komprehensif kepada *student* mengenai perjalanan dan tahapan selanjutnya dalam program mereka. Dalam sesi ini, *student* diberikan gambaran menyeluruh mengenai perkembangan pembelajaran mereka dan diarahkan untuk memahami langkah-langkah yang akan dihadapi selanjutnya. Hal ini mencakup penjelasan tentang materi yang akan dibahas, tugas yang perlu diselesaikan, dan proyek kelompok yang akan diimplementasikan. Sesi checkpoint briefing menjadi titik referensi yang penting untuk memastikan bahwa setiap *student* memiliki pemahaman yang jelas tentang arah dan progres mereka dalam program..



Gambar 3. 15 Sesi Presentasi Student Kepada Team Lead (TL)

Dalam sesi ini, *student* diminta untuk mempresentasikan hasil proyek kelompok yang telah mereka susun pada setiap modul. Praktikan sebagai TL memainkan peran penting dalam memberikan umpan balik terhadap presentasi tersebut, memberikan pandangan konstruktif dan membantu *student* untuk terus meningkatkan kualitas pekerjaan mereka.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Sebagai seorang *Team Lead (TL)* di PT Revolusi Cita Edukasi, praktikan menghadapi berbagai kendala yang berasal dari internal maupun eksternal.

1. Kendala Teknis

Terkait dengan kampanye digital, kami mengalami kendala ketika campaign yang dilakukan oleh *student* dibatasi atau di-*restricted* oleh platform *Google Ads*. Hal ini mungkin disebabkan oleh pelanggaran kebijakan iklan atau faktor lain yang menyebabkan pembatasan akses. Seringkali, faktor ini diakibatkan oleh kurangnya pemahaman akan pedoman dan kebijakan platform, atau kesalahan teknis dalam penerapan strategi iklan.

2. Konflik Antar *Student*

Perselisihan antar *student* seringkali timbul karena perbedaan pendapat dalam menyikapi suatu isu atau tugas. Faktor penyebabnya

dapat berasal dari komunikasi yang kurang efektif atau perbedaan pemahaman tentang materi tertentu. Oleh karena itu, sebagai TL, penekanan pada komunikasi terbuka dan fasilitasi dialog konstruktif menjadi penting untuk menangani perselisihan ini.

3. Administrasi Student

Terdapat kendala terkait seorang *student* yang ingin melakukan *revoke* dari program karena keperluan pribadi, yaitu kelahiran prematur istrinya. Yang jadi persoalan adalah kebijakan RevoU yang hanya memberikan pengembalian biaya hanya pada minggu ke-3, sedangkan *student* yang bersangkutan mengajukannya di minggu ke-4. Masalah ini menunjukkan betapa pentingnya fleksibilitas dan empati dalam menanggapi kebutuhan individu. Kondisi pribadi yang mendesak dapat menjadi faktor penyebab yang tidak terduga, dan sebagai seorang TL, tanggap terhadap kebutuhan personal ini menjadi kunci dalam menjaga keseimbangan dan dukungan dalam tim.

4. Demotivasi *Student*

Masalah motivasi belajar *student* muncul karena berbagai alasan, seperti ketidakhadiran di kelas, keterlambatan dalam menyelesaikan tugas, atau kurangnya keterlibatan. Faktor-faktor ini bisa disebabkan oleh kesulitan personal, tantangan teknis, atau bahkan kurangnya pemahaman konsep. Penting untuk mengidentifikasi penyebab yang mendasari motivasi rendah dan memberikan dukungan yang sesuai, mulai dari pemahaman materi hingga pemecahan masalah pribadi yang mungkin mempengaruhi performa belajar

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dalam mengatasi kendala-kendala di dunia *digital marketing*, terutama yang muncul dalam perjalanan sebagai seorang Team Lead, pendekatan yang holistik dan terencana sangat diperlukan.

1. Mengatasi Kendala Teknis

Pertama-tama, dalam kasus pembatasan kampanye oleh *Google Ads*, saya sebagai TL berupaya memastikan bahwa setiap mahasiswa memiliki pemahaman yang kuat mengenai pedoman dan kebijakan platform tersebut. Sesi pelatihan tambahan dan penekanan pada

pemahaman mendalam tentang aturan-aturan *Google Ads* menjadi bagian integral dari pendekatan ini.

2. Mengatasi Konflik Antar *Student*

Sementara itu, perselisihan antar *student* seringkali memerlukan pendekatan yang lebih personal. Sebagai Team Lead, saya memfasilitasi forum diskusi atau sesi dialog untuk membahas perbedaan pendapat dan menawarkan solusi objektif. Dalam hal ini, dukungan dari *Section Manager* menjadi sumber daya eksternal yang sangat berharga untuk memberikan pandangan tambahan.

3. Mengatasi Masalah Administrasi

Terkait dengan situasi darurat pribadi, seperti keinginan *student* untuk melakukan *revoke* dari program karena istri dari *student* tersebut melahirkan secara prematur sehingga *student* perlu mengurus masalah tersebut. Pendekatan empati dan fleksibilitas menjadi kunci. Selain memberikan opsi penundaan atau penyesuaian jadwal secara personal, saya juga mengarahkan *student* tersebut ke pihak PT Revolusi Cita Edukasi untuk membahas opsi resmi yang lebih komprehensif.

4. Masalah Demotivasi *Student*

Masalah motivasi belajar yang rendah seringkali memerlukan kombinasi strategi personal dan dukungan eksternal. Saya sebagai TL berusaha untuk terlibat secara langsung dengan setiap mahasiswa, mendengarkan permasalahan mereka, dan memberikan *feedback* yang konstruktif. Di samping itu, membawa isu motivasi ke dalam sesi *coaching* bersama instruktur atau ahli motivasi membuka pintu untuk solusi yang lebih bervariasi dan disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing mahasiswa.

Dengan menyusun strategi yang mencakup pemahaman pribadi dan dukungan eksternal, saya berupaya memastikan bahwa setiap kendala yang muncul dapat diatasi secara efektif dan efisien, menciptakan lingkungan pembelajaran yang mendukung pertumbuhan dan pengembangan setiap mahasiswa di dalam program *digital marketing*.