

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

PRAKTIK KERJA LAPANGAN

**LAPORAN KEGIATAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN BAGIAN
ADVERTISER DI ABUNESIA GROUP PALEMBANG**



**Diajukan Oleh:
MEGA ANGGRAINI
031210018**

**Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Mata Kuliah Praktik Kerja Lapangan
dan Syarat Penyusunan Laporan Tugas Akhir**

**PALEMBANG
2023**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

PRAKTIK KERJA LAPANGAN

**LAPORAN KEGIATAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN BAGIAN
ADVERTISER DI ABUNESIA GROUP PALEMBANG**



**Diajukan Oleh:
MEGA ANGGRAINI
031210018**

**Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Mata Kuliah Praktik Kerja Lapangan
dan Syarat Penyusunan Laporan Tugas Akhir**

**PALEMBANG
2023**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI PRAKTIK KERJA LAPANGAN

NAMA : MEGA ANGGRAINI
NOMOR POKOK : 031210018
PROGRAM STUDI : SISTEM INFORMASI
JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA
JUDUL : LAPORAN KEGIATAN
PRAKTIK KERJA
LAPANGAN BAGIAN
ADVERTISER DI
ABUNESIA GROUP

Tanggal : 28 November 2023
Pembimbing

Mengetahui
Rektor

Fatmariansi, S.Kom M.Kom
NIDN : 0214036903

Benedictus Effendi, S.T.,M.T.
NIP : 09.PCT.13

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS PALCOMTECH**

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI PRAKTIK KERJA LAPANGAN

NAMA : MEGA ANGGRAINI
NOMOR POKOK : 031210018
PROGRAM STUDI : SISTEM INFORMASI
JENJANG PENDIDIKAN : DIPLOMA TIGA
JUDUL : LAPORAN KEGIATAN
PRAKTIK KERJA
LAPANGAN BAGIAN
ADVERTISER DI
ABUNESIA GROUP

Tanggal : 14 Desember 2023
Penguji

Mnyetujui
Rektor

M.Jhonson Syaftriandi M.Kom
NIDN : 0229069301

Benedictus Effendi, S.T.,M.T.
NIP : 09.PCT.13

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO : "Menginspirasi Kreativitas, Mencapai Prestasi."

Kupersembahkan kepada :

Orang Tua

Saudara-Saudariku Tersayang

Teman-Teman Seperjuangan

Dosen Pembimbing

Abunesia Group

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat-Nya yang melimpah, sehingga terselesaikannya kegiatan Praktik Kerja Lapangan Di Abunesia Group. Laporan ini dibuat sebagai syarat menyelesaikan mata kuliah Praktik Kerja Lapangan dan syarat penyusunan laporan tugas akhir di Institut PalComTech.

Tujuan dibuatnya laporan Praktik Kerja Lapangan ini untuk melaporkan segala sesuatu yang ada kaitannya dengan dunia kerja di Abunesia Group. Dalam penyusunan laporan magang ini, tentu tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu.

1. Pihak-pihak yang terkait itu diantaranya sebagai berikut:
2. Bapak Benedictus Effendi, S.T., M.T selaku Rektor Institut PalComTech.
3. Keluarga yang memberikan dukungan materil dan moril
4. Ibu Fatmariansi, S.Kom., M.Kom selaku pembimbing Praktik Kerja Lapangan
5. Ibu Dini Hari Pertiwi, S.Kom., M.Kom selaku kepala prodi Sistem Informasi.

Demikian laporan Praktik Kerja Lapangan ini disusun dan masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis sudah berusaha sebaik mungkin. Semoga dapat memberikan manfaat untuk kita semua khususnya untuk mahasiswa D3 Sistem Informasi.

Palembang, 2023

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan PKL.....	2
1.3 Manfaat PKL.....	3
1.3.1 Bagi Mahasiswa.....	3
1.3.2 Bagi Program Studi.....	3
1.3.3 Bagi Perusahaan.....	4
1.4 Tempat PKL.....	4
1.5 Jadwal Pelaksanaan PKL.....	4
1.6 Teknik Pengumpulan Data.....	4
1.6.1 Metode Observasi.....	4
1.6.2 Metode Wawancara.....	5
1.6.3 Dokumentasi.....	5
BAB II KEADAAN UMUM TEMPAT PKL.....	7
2.1 Sejarah Perusahaan.....	7
2.2 Visi Misi Perusahaan.....	8
2.3 Struktur Organisasi.....	8
BAB III PELAKSANAAN PKL.....	15
3.1 Pelaksanaan Kerja.....	15
3.2 Kendala Yang Dihadapi.....	25
3.3 Cara Menghadapi Kendala.....	25
BAB IV PENUTUP.....	27

4.1 Simpulan.....	27
4.2 Saran.....	29
DAFTAR PUSTAKA.....	32
HALAMAN LAMPIRAN.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi Abunesia Group Palembang.....	9
Gambar 1.2 Membuat campaign.....	21
Gambar 1.3 Menganalisa market.....	22
Gambar 1.4 Menganalisa kata kunci.....	23
Gambar 1.5 Mengelola sosial media Fashion.....	23
Gambar 1.6 Mengelola sosial media.....	23
Gambar 1.7 Membuat Laporan Closing Rate.....	25

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kegiatan Selama Praktik Kerja Lapangan.....	17
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Formulir Permohonan Praktik Kerja Lapangan (Fotocopy)
- Lampiran 2 Surat Pernyataan Ujian Praktik Kerja Lapangan (Fotocopy)
- Lampiran 3 Formulir Pengajuan Judul (Fotocopy)
- Lampiran 4 Formulir Penilaian Pembimbing (Fotocopy)
- Lampiran 5 Formulir Absensi Praktik Kerja Lapangan (Fotocopy)
- Lampiran 6 Formulir Konsultasi Praktik Kerja Lapangan (Fotocopy)
- Lampiran 7 Formulir Penilaian Kerja (Fotocopy)
- Lampiran 8 Surat Jawaban Perusahaan (Fotocopy)
- Lampiran 9 Formulir Kelayakan Penjilidan Buku PKL (Asli)
- Lampiran 10 Formulir Revisi (Asli)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan bagian integral dari Pendidikan tinggi yang memberikan mahasiswa kesempatan untuk mendapatkan pengalaman praktis di dunia kerja yang sesuai dengan bidang studi mereka. Dalam penelitian oleh Soekartawi (2018) yang di publikasikan dalam jurnal Pendidikan Tinggi, di jelaskan bahwa PKL dianggap sebagai metode efektif untuk mempersiapkan mahasiswa dengan keterampilan praktis dan pengetahuan yang di perlukan dalam dunia kerja.

Tempat Pelaksanaan PKL sangat bervariasi tergantung pada bidang studi mahasiswa. Selama PKL, mahasiswa biasanya terlibat dalam proyek atau tugas, serta pemantauan dan bimbingan langsung dari mentor di tempat kerja. Secara umum, PKL dirancang untuk memberikan mahasiswa pemahaman mendalam tentang praktik kerja di lapangan, memperluas pengetahuan mereka tentang industri terkait.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Yogi Dewandaru, HRD Abunesia Group, kendala umum di divisi *advertiser* meliputi persaingan ketat, kesulitan mencapai target pasar, dan perubahan tren konsumen. Dalam menanggapi kendala ini, penulis mengusulkan solusi kreatif, termasuk strategi pemasaran yang inovatif untuk membedakan iklan dari pesaing. Fokus pada nilai tambah produk menjadi kunci,

dengan menonjolkan keunggulan dan manfaat yang diberikan kepada konsumen.

Penargetan pasar yang lebih spesifik juga diusulkan untuk meningkatkan relevansi kampanye terhadap audiens yang tepat. Pemantauan terus-menerus terhadap metrik kinerja seperti konversi dan ROI diusulkan sebagai solusi untuk mengatasi kesulitan dalam mengukur efektivitas kampanye.

Fleksibilitas dan adaptabilitas terhadap perubahan *trend* dan preferensi konsumen diakui sebagai elemen kunci untuk memastikan kampanye tetap relevan dan efektif. PKL tidak hanya memberikan pengalaman praktis dalam pekerjaan sehari-hari, tetapi juga melibatkan pengembangan keterampilan interpersonal, manajemen waktu, dan pemecahan masalah. Selain itu, pengalaman ini memberikan wawasan mendalam tentang etika kerja, budaya perusahaan, dan dinamika tim. Secara keseluruhan, PKL menjadi jendela yang memungkinkan mahasiswa melihat dan meresapi realitas pekerjaan di luar lingkungan akademis. Melalui PKL, saya juga belajar menghadapi tantangan nyata di dunia kerja.

Persaingan yang ketat dan perubahan *trend* konsumen memberikan pengalaman berharga dalam menghadapi masalah yang kompleks. Dalam mengatasi kendala tersebut, saya menyadari bahwa kreativitas, ketekunan, dan adaptabilitas menjadi keterampilan kunci yang harus terus dikembangkan. Sehubungan dengan selesai nya dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan ini maka saya menyusun laporan yang berjudul **“Laporan Kegiatan Praktik Kerja Lapangan Bagian Advertiser**

Abunesia Group”

1.2. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Praktik Kerja Lapangan ini merupakan suatu proses awal persiapan diri

suatu saat nanti sebelum memasuki lingkungan kerja yang sebenarnya:

1. Sebagai syarat menyelesaikan mata kuliah Praktik Kerja Lapangan
2. Memperoleh pelajaran dan pengalaman pada saat masa Praktik Kerja Lapangan
3. Memiliki rasa tanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukan
4. Menciptakan sikap untuk bernegosiasi dan berinteraksi yang kelak sangat berguna setelah memasuki dunia kerja.

1.3. Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Praktik Kerja Lapangan bermanfaat untuk melatih mahasiswa dalam berinteraksi dan berkomunikasi.

1.3.1 Bagi Mahasiswa

Berapa manfaat Praktik Kerja Lapangan bagi Mahasiswa:

1. Mendapatkan ilmu dan pengetahuan tentang dunia kerja secara langsung di lingkungan kerja
2. Menjadi sarana dalam menerapkan ilmu yang sudah Di pelajari di kampus
3. Melatih sikap sebelum memasuki dunia kerja

1.3.2 Bagi Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech

Beberapa Manfaat Praktik Kerja Lapangan bagi Institute Teknologi dan Bisnis Palcomtech, yaitu:

1. Menggambarkan serta menyesuaikan ilmu pengetahuan mahasiswa sesuai dengan bidangnya
2. Meningkatkan kualitas mahasiswa dengan lulusan yang terampil
3. Sebagai pertimbangan dalam kurikulum yang ditetapkan

1.3.3 Bagi Abonesia Group

Beberapa manfaat Praktik Kerja Lapangan Bagi Abonesia Group:

1. Berkontribusi dalam dunia pendidikan.
2. Sarana dalam menjalin kerjasama antara Abonesia Group dengan Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech.

1.4. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini dilaksanakan di kantor Abonesia Group Alamat di Jalan Puncak Sekuning Gang Famili VI No. 104, RT.1/RW.1, Ilir Barat.

1.5. Jadwal Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Kegiatan Praktik Kerja Lapangan ini dilaksanakan selama 30 hari terhitung sejak tanggal 7 Agustus 2023 sampai 2 September 2023 dengan hari kerja setiap senin sampai dengan sabtu dari jam 08.00 sd 17.00.

1.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan Teknik yang dipakai untuk mengumpulkan informasi dan fakta yang terdapat di lapangan. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan dalam pembuatan laporan ini diantaranya:

1.6.1 Metode Observasi

Observasi (*observation*) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian (Santoso, Antariksa, dan Utami 2019). Sedangkan menurut Sugiono dalam Wati Y.C. (2021) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Observasi yang dilakukan pada saat Praktik Kerja Lapangan berupa tentang kegiatan yang dikerjakan Karyawan Abunesia Group bagian Advertiser.

1.6.2 Metode Wawancara

Menurut Sugiyono dalam jurnal (Nuning Indah Pratiwi 2017) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Penulis melakukan wawancara secara langsung dan bertatap muka dengan Bapak Yogi Dewandaru sebagai HRD Abunesia Group. Penulis mendapat keterangan mengenai kegiatan yang ada di Abunesia Group.

1.6.3 Metode Dokumentasi

Metode Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya. Metode ini digunakan untuk mencari beberapa dokumen penting yang berkaitan dengan topik (Santoso, Antariska, dan Utami 2019). Sedangkan menurut Sugiyono dalam Ekkal Prasetyo (2017) dokumentasi merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angkadan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi yang penulis dapatkan di Abunesia Group berupa laporan, saat proses dokumentasi penulis mendapatkan struktur organisasi beserta foto.

BAB II

KEADAAN UMUM TEMPAT PKL

2.1 Sejarah Abonesia Group

Abonesia Group adalah perusahaan yang bergerak dalam industri digital marketing, didirikan pada tahun 2019 oleh Bapak Ahsanul Amali. Awalnya, Abonesia Group ini beroperasi secara online yang berfokus penjualan fashion dan alat rumah tangga. Namun, dengan cepat, mereka menyadari potensi pasar dan mulai branding offline di bidang Kesehatan.

Pada tahun-tahun awal, Abonesia Group menghadapi sejumlah tantangan dalam bersaing di pasar Digital Marketing yang kompetitif. Tiga tahun yang lalu, pada 2020, Abonesia Group menghadapi tantangan signifikan saat pandemi global melanda. Meskipun banyak perusahaan mengalami penurunan, Abonesia Group mampu mengadaptasi strategi bisnisnya dengan cepat. Mereka memanfaatkan peluang dalam *trend e-commerce* yang meningkat selama *lockdown*, memperluas katalog produk online mereka, dan meningkatkan kehadiran digital, selain itu dengan dedikasi tim manajemen dan strategi pemasaran yang efektif, perusahaan ini berhasil meningkatkan visibilitas mereka di dunia maya.

Tahun 2023 menjadi momentum penting bagi Abonesia Group, di mana langkah signifikan diambil dengan membuka cabang kesehatan. Keputusan ini tidak hanya menjadi landasan diversifikasi pendapatan, tetapi juga sebagai respons terhadap kebutuhan masyarakat akan layanan kesehatan yang lebih

baik dan terjangkau. Dengan kombinasi strategi yang dinamis dan komitmen terhadap inovasi, Abunesia Group terus meneguhkan posisinya sebagai pemimpin di industri digital marketing dan kesehatan.

2.2 Visi dan Misi Abunesia Group

Berikut ini adalah visi dan misi Abunesia Group:

2.2.1 Visi

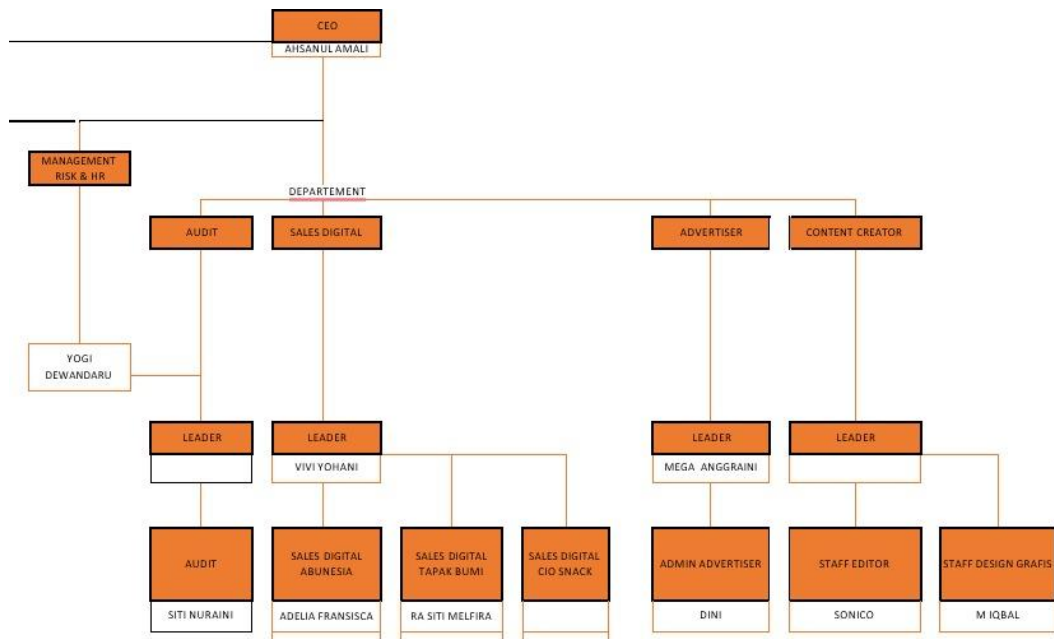
1. Menjadi Perusahaan Digital Marketing nomor 1 di Sumatera Selatan
2. Menjadi wadah karir bagi putra putri sumatera selatan
3. Menjadi pionir perusahaan dengan management kreatif di Sumatera Selatan

2.2.2 Misi

1. Terus mengikatkan kompetensi dan kredibilitas
2. Terus membuka lapangan pekerjaan
3. Terus meningkatkan kualitas management

2.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu sistem yang menggambarkan garis pekerjaan berdasarkan pada bidang keahlian, yang bertujuan agar mempunyai susunan yang jelas dalam setiap tugasnya. Menurut Robbins & Judge (2014:231) struktur organisasi adalah untuk menunjukkan bagaimana tugas pekerjaan secara formal dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasikan secara formal. Adapun struktur organisasi pada Abunesia Group dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Abonesia Group

1. CEO(Chief Executive Officer)

CEO adalah individu yang bertanggung jawab atas kepemimpinan tertinggi dalam perusahaan atau organisasi. Di Abonesia Group Bapak Ahsanul Amali selaku Owner dan *CEO* yang bertanggung jawab untuk mengambil keputusan strategis, merumuskan visi dan misi perusahaan, dan memastikan bahwa perusahaan mencapai tujuannya. Tanggung Jawab *CEO*:

- A. Memiliki peran kunci dalam menetapkan visi, misi, dan strategi jangka panjang perusahaan. Mereka harus mengidentifikasi peluang dan risiko, serta
 - membuat keputusan yang memengaruhi arah keseluruhan perusahaan.

- B. Bertanggung jawab untuk memimpin dan mengelola tim eksekutif serta seluruh organisasi. Mereka harus memastikan bahwa struktur organisasi efektif dan efisien.
- C. Menjalin komunikasi yang kuat, baik internal maupun eksternal. Ini termasuk
 - berkomunikasi dengan dewan direksi, karyawan, pelanggan, investor, dan mitra bisnis.
- D. Terlibat dalam manajemen keuangan perusahaan, termasuk pengelolaan anggaran, penentuan kebijakan keuangan, dan memastikan keberlanjutan keuangan.
- E. Mencari peluang pertumbuhan baru, ekspansi pasar, dan mengidentifikasi potensi kolaborasi atau akuisisi yang mendukung strategi perusahaan.
- F. Memantau kinerja operasional perusahaan dan memastikan bahwa operasi berjalan secara efisien sesuai dengan tujuan perusahaan.

2. *Managemnt Risk & HR*

Manajemen risiko adalah proses identifikasi, penilaian, pengendalian, dan mitigasi risiko yang dapat memengaruhi tujuan organisasi, termasuk risiko keuangan, operasional, hukum, dan reputasi. Pengembangan Sumber Daya Manusia (HRD) fokus pada pengembangan, pelatihan, dan manajemen karyawan untuk mendukung pertumbuhan dan tujuan organisasi. Keduanya penting dalam menjaga keseimbangan antara melindungi nilai organisasi dan

meningkatkan potensi karyawan untuk kesuksesan perusahaan. Tanggung

Jawab *Management Risk & HR*:

- a. Mengidentifikasi dan menganalisis potensi risiko, termasuk dampaknya, untuk menilai tingkat risiko dan menentukan prioritas tindakan yang mendukung tujuan perusahaan.
- b. Merencanakan dan mitigasi risiko perancangan strategi untuk mengurangi risiko, serta pembuatan rencana kontinjensi sebagai persiapan menghadapi kemungkinan risiko yang dapat terjadi dalam perusahaan
- c. Memantau risiko pelaksanaan tindakan dan kontrol untuk mengurangi dampak dan probabilitas risiko, serta pemantauan secara terus-menerus terhadap efektivitas kontrol yang diterapkan.
- d. Melakukan pengembangan SDM, merencanakan strategi perekrutan, pengembangan, dan manajemen karyawan, serta penyusunan program pelatihan untuk mendukung tujuan perusahaan dalam mengoptimalkan sumber daya manusia.
- e. Menetapkan standar kinerja, evaluasi sistematis, penanganan konflik, dan pemastian kesejahteraan. Pengembangan kepemimpinan dan program budaya perusahaan mendukung pertumbuhan kolektif di semua tingkatan.

3. Audit

Audit adalah proses pemeriksaan independen dan sistematis terhadap catatan, laporan keuangan, prosedur, operasi, atau sistem suatu organisasi dengan tujuan untuk mengukur keakuratan, keandalan, serta kesesuaian dengan

standar dan peraturan yang berlaku. Audit dilakukan oleh pihak eksternal yang disebut auditor atau pihak internal yang disebut auditor internal, tergantung pada

jenis audit yang dilakukan. Tanggung Jawab Audit :

- a. Kesimpulan dan Laporan
- b. Pengumpulan Bukti
- c. Kerja Sama

4. Sales Digital

Sales Digital adalah proses penjualan produk atau layanan yang dilakukan secara online atau melalui platform digital. Berikut adalah beberapa tanggung jawab utama dari seorang sales digital:

- a. Mengelola Hubungan dengan Pelanggan
- b. Penjualan dan Negosiasi
- c. Mengukur Kepuasan Pelanggan
- d. Mengidentifikasi Peluang Cross-Selling dan Up-Selling

5. *Advertiser*

Advertiser adalah individu, perusahaan, atau entitas yang bertanggung jawab untuk membuat, merancang, dan mengelola kampanye iklan dengan tujuan untuk mempromosikan produk, layanan, merek, atau pesan tertentu

kepada target audiensnya. *Advertiser* berperan dalam menghubungkan produk atau layanan yang mereka tawarkan dengan konsumen atau pelanggan potensial melalui berbagai saluran pemasaran dan iklan. Berikut adalah beberapa tanggung jawab utama dari seorang *advertiser*:

- a. Penyusunan Strategi Iklan
- b. Pengembangan Kreatif
- c. Pemilihan Saluran dan Media
- d. Pelacakan dan Analisa Kinerja
- e. Optimasi Kampanye
- f. Analisis Pasar dan Persaingan
- g. Pemahaman Target Audien

6. *Content Creator*

Sebagai *Content Creator*, fokus pada langkah kreatif dan strategis, mulai dari penelitian dan perencanaan konten hingga pembuatan konten visual dan teks yang menarik. Mengelola kalender konten, optimasi SEO, dan kolaborasi dengan tim kreatif memainkan peran penting. Analisis kinerja konten dan pemantauan tren industri membentuk dasar untuk merancang kampanye konten yang terintegrasi dengan strategi pemasaran. Prioritas pada konsistensi brand memastikan identitas merek terjaga. Interaksi aktif dengan pengikut dan pelanggan melalui respons komentar dan umpan balik membangun hubungan positif, meningkatkan keterlibatan, dan kontribusi pada reputasi perusahaan di dunia digital.

Berikut adalah beberapa tanggung jawab utama dari seorang *content creator*:

- a. Penelitian dan Perencanaan Konten
- b. Pembuatan Konten Visual dan Teks
- c. Analisis Kinerja Konten
- d. Optimasi SEO

7. *Design Grafis*

Desainer grafis bertanggung jawab mengembangkan elemen desain visual untuk pemasaran dan branding. Tugas melibatkan pembuatan materi promosi, desain identitas visual, konten grafis untuk media sosial, layout desain situs web, serta kolaborasi dengan tim kreatif untuk menciptakan konten kohesif.

- a. Mendiskusikan kebutuhan desain dengan klien atau tim kreatif, memahami tujuan pemasaran dan pesan yang ingin disampaikan.
- b. Membuat desain untuk berbagai materi promosi seperti brosur, pamflet, poster, dan banner.
- c. Menciptakan dan mengembangkan elemen identitas visual perusahaan, termasuk logo, warna, dan elemen desain lainnya.

- d. Merancang konten visual untuk platform media sosial seperti Instagram, Facebook, atau Twitter.

BAB III

HASIL DAN CAPAIAN KEGIATAN PKL

3.1 Pelaksanaan Kerja

Penulis melakukan kegiatan PKL di Abunesia Group Kegiatan PKL yang dilakukan penulis berlangsung selama kurang lebih satu bulan, terhitung tanggal 7 Agustus 2023 - 6 September 2023. Pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan dilakukan mulai dari hari senin sampai dengan sabtu dengan jam kerja pukul 08.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB. Dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan, Penulis di berikan tugas-tugas yang sesuai dengan posisi penulis di *Advertiser*. Tugas-tugas yang di berikan dalam rangka pelaksanaan PKL, secara umum memberikan gambaran mengenai kegiatan pada *Advertiser*, disini penulis mencoba mendeskripsikan apa yang telah penulis lakukan selama satu bulan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan.

penulis terlibat dalam berbagai tugas sesuai posisi *Advertiser*. Tugas-tugas tersebut melibatkan pemahaman mendalam tentang strategi periklanan, analisa pasar, dan pelaksanaan kampanye iklan. Penulis juga belajar berkolaborasi dengan tim, mengasah keterampilan komunikasi, dan memahami dinamika industri periklanan secara praktis.

Selama PKL di Abunesia Group, penulis terlibat dalam pemahaman yang mendalam tentang strategi periklanan. Ini melibatkan analisa pasar yang cermat untuk memahami tren konsumen dan kebutuhan target audiens. Penulis juga diberikan tanggung jawab dalam pelaksanaan kampanye iklan, mulai dari perencanaan hingga pelaporan hasil. Dalam lingkungan *Advertiser* yang dinamis, penulis memperoleh pemahaman praktis tentang bagaimana keputusan strategis diambil, dan bagaimana kolaborasi tim berperan penting dalam mencapai tujuan perusahaan.

PKL ini juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperbaiki keterampilan komunikasi dan manajemen waktu. Berada dalam lingkungan kerja yang realistis membantu penulis beradaptasi dengan tantangan sehari-hari industri periklanan. Secara keseluruhan, pengalaman PKL di Abunesia Group tidak hanya meningkatkan pemahaman penulis tentang strategi periklanan, tetapi juga mempersiapkannya untuk mengeksplorasi karier di dunia periklanan dan pemasaran.

Adapun kegiatan penulis selama Praktik Kerja Lapangan di Abunesia Group dapat dilihat pada table sebagai berikut:

Tabel 1.1 Kegiatan selama PKL

No	Tanggal	Hari	Laporan Kegiatan
1	07-08-2023	Senin	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Membuat Laporan <i>Closing rate</i>
2.	08-08-2023	Selasa	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2. <i>Scale Up</i> Iklan
3	09-08-2023	Rabu	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Analisa iklan <i>winning</i> Agar produk bisa di produksi
4	10-08-2023	Kamis	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Membuat Laporan <i>Landing Page</i>
5	11-8-2023	Jum'at	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Analisa Laporan Keuangan agar iklan bisa di <i>Scale Up</i>
6	12-8-2023	Sabtu	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Membuat Laporan <i>Closing rate</i>
7	14-8-2023	Senin	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Riset Konten di Kalodata
8.	15-8-2023	Selasa	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Riset Konten Di Tiktok

No	Tanggal	Hari	Laporan Kegiatan
9	16-8-2023	Rabu	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Cek Data Admin <i>In/Out</i>
10	17-8-2023	Kamis	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Cek Data Admin Resi
11	18-8-2023	Jum'at	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Buat Laporan <i>Landing Page</i>
12	19-8-2023	Sabtu	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Konfirmasi Produksi ke <i>Purchasing</i>
13	21-8-2023	Senin	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Mengevaluasi <i>Customer Service</i>
14	22-8-2023	Selasa	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Mengevaluasi Admin Ad
15	23-8-2023	Rabu	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Memonitoring <i>Admin Advertiser</i>
16	24-8-2023	Kamis	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Monitor <i>Customer Service</i>
17	25-8-2023	Jum'at	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2. <i>Scale Up</i> Iklan Krekbone 3. Analisa Laporan Keuangan

No	Tanggal	Hari	Laporan Kegiatan
18	26-8-2023	Sabtu	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Analisa Laporan Keuangan agar iklan bisa di <i>Scale Up</i>
19	28-8-2023	Senin	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Analisa Laporan Keuangan agar iklan bisa di <i>Scale Up</i>
20	29-08-2023	Selasa	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Konfirmasi Produksi ke <i>Purchasing</i>
21	30-08-2023	Rabu	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2. <i>Search</i> Foto Produk di Ali Express
22	31-08-2023	Kamis	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Analisa Laporan Keuangan agar iklan bisa di <i>Scale Up</i>
23	01-09-2023	Jum'at	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Konfirmasi Produksi ke <i>Purchasing</i>
24	02-09-2023	Sabtu	1.Membuat <i>Campaign</i> Iklan 2.Analisa Laporan Keuangan agar iklan bisa di <i>Scale Up</i>

3.1.1 Uraian Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

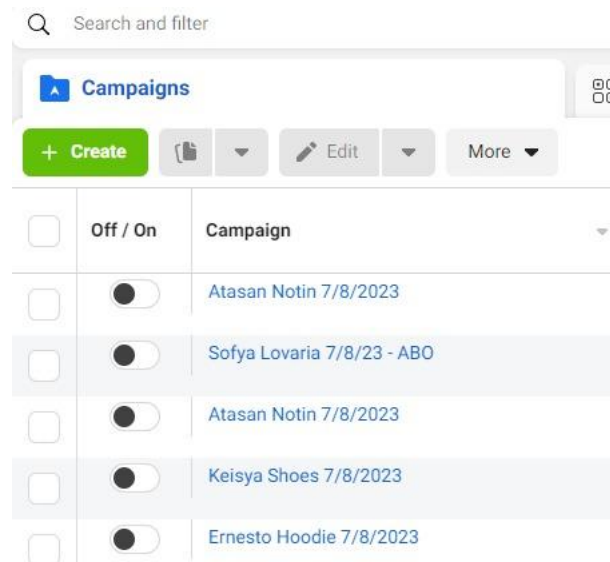
Selama kurang lebih satu bulan, saya telah menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Abunesia Group Palembang, sebuah pengalaman yang beragam dan penuh pembelajaran. Sejak hari pertama, saya diperkenalkan dengan staf dan diberikan gambaran singkat mengenai jam magang serta divisi *Advertiser*.

Sehari-hari, aktivitas PKL saya melibatkan berbagai tugas yang mencakup pembuatan kampanye iklan, penulisan *Cr* produk, pembuatan laporan *landing page*, riset produk, analisa laporan keuangan, dan pemantauan Admin *Advertiser*. Kegiatan ini memberikan wawasan mendalam tentang dunia periklanan dan pemasaran digital.

Salah satu aspek menarik dalam PKL saya adalah kesempatan untuk terlibat langsung dalam pembuatan kampanye iklan. Saya belajar merancang strategi, mengidentifikasi target *audiens*, dan menciptakan pesan yang efektif untuk mencapai tujuan periklanan. Proses ini melibatkan kolaborasi dengan tim kreatif, penguasaan alat analisis pasar, dan penyesuaian terus-menerus untuk mengoptimalkan hasil.

Pada hari pertama Praktik Kerja Lapangan Penulis diperkenalkan kepada staf kerja dan diberikan penjelasan secara singkat terkait jam magang di kantor tersebut serta di berikan garis besar tentang bagian *Advertiser*. Berikut adalah beberapa penjelasan penulis selama menjalankan Praktik Kerja Lapangan atau PKL di Abunesia Group

Palembang:



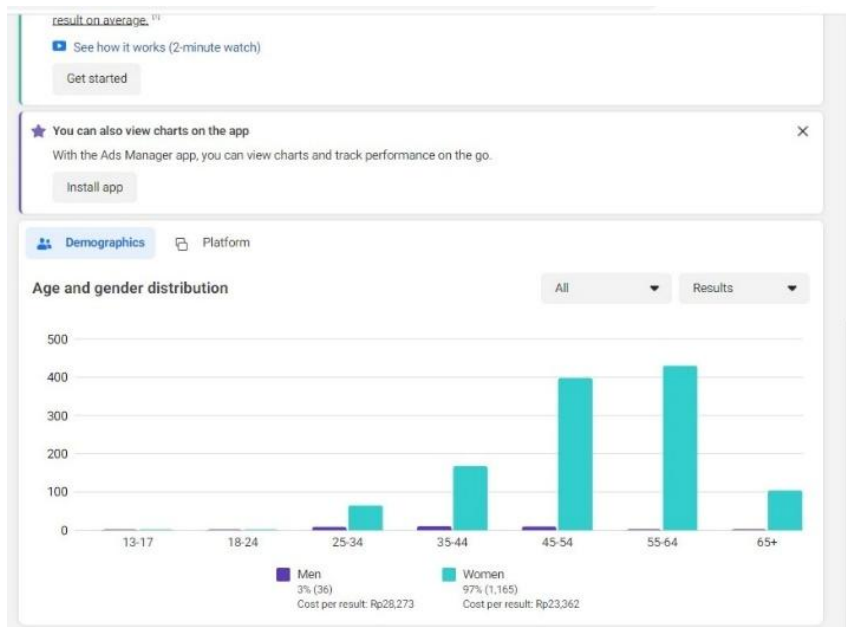
Gambar 1.2 Campaign Iklan

1. Membuat Campaign Iklan

Kegiatan yang pertama dilakukan oleh penulis adalah membuat *campaign*, disini penulis mempunyai tugas untuk membuat *campaign* yaitu:

A. Menetapkan tujuan kampanye berdasarkan kebutuhan perusahaan

B. Menganalisis market pasar untuk membentuk strategi



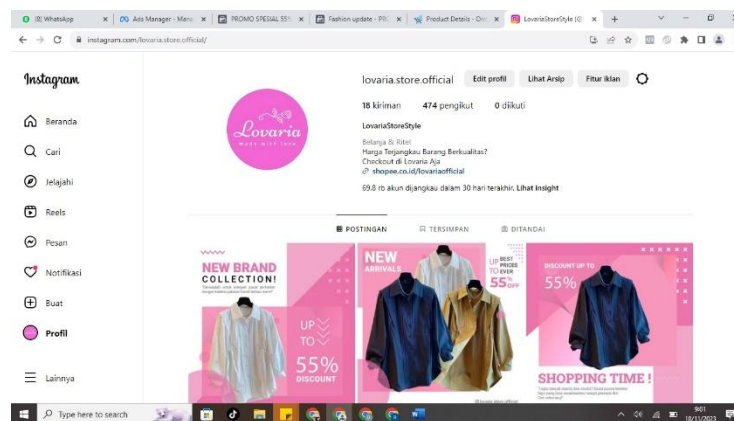
Gambar 1.3 Menganalisa *Market*

Menganalisa pasar berdasarkan umur agar perusahaan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang sesuai dengan perbedaan dalam perilaku konsumen dan memastikan relevansi dan efektivitas dalam mencapai target pasar.

atasan wanita kekinian	1,030 IDR	225	2	515 IDR	4,577 IDR	0.89%
Baju Yang Lagi Viral Sekarang	564 IDR	176	1	564 IDR	3,204 IDR	0.57%
baju tank	4,145 IDR	169	5	829 IDR	24,526 IDR	2.96%
baju viral di tiktok	776 IDR	148	1	776 IDR	5,243 IDR	0.68%
tunik jama	31,073 IDR	142	72	431 IDR	216,823 IDR	50.7%
baju kandungan wanita	86 IDR	91	0	0 IDR	945 IDR	0%
baju tank terbaru 2023	1,943 IDR	88	1	1,943 IDR	22,079 IDR	1.14%
tiktok shop	827 IDR	76	0	0 IDR	10,881 IDR	0%
ide jualan kekinian	34 IDR	71	1	34 IDR	478 IDR	1.41%
baju atasan wanita terbaru 2023	539 IDR	70	4	134 IDR	7,700 IDR	5.71%
tunik wanita	968 IDR	67	2	484 IDR	14,447 IDR	2.99%
baju tank wanita	303 IDR	67	0	0 IDR	4,522 IDR	0%
tiktok in fashion	31 IDR	67	0	0 IDR	462 IDR	0%
baju	1,771 IDR	66	3	590 IDR	26,833 IDR	4.55%

Gambar 1.4 Menganalisa Kata Kunci

Menganalisa kata kunci yang paling banyak dicari melibatkan pengumpulan dan evaluasi data pencarian untuk mengidentifikasi istilah yang paling sering dicari oleh pengguna internet.

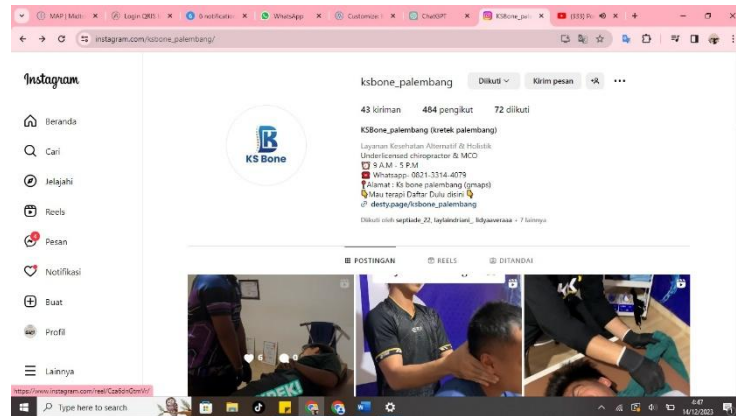


Gambar 1.5 Mengelola Sosial Media Fashion

2. Mengelola Sosial Media

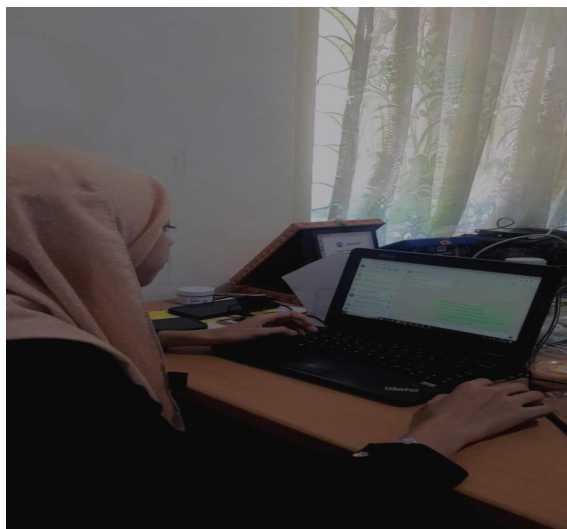
tanggung jawab utama melibatkan merancang, membuat, dan mempublikasikan konten yang menarik dan sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan di akun Instagram dan halaman Facebook. Pemahaman mendalam terhadap tren dan preferensi pengguna sosial media menjadi kunci dalam menarik perhatian target audience.

Mengembangkan strategi konten sosial media sesuai dengan tujuan pemasaran perusahaan.



Gambar 1.6 Mengelola Sosial Media

Bertanggung jawab atas manajemen akun media sosial perusahaan, termasuk konsistensi dalam posting dan berinteraksi dengan pengikut. Memastikan konten yang relevan dan menarik untuk membangun hubungan positif serta meningkatkan keterlibatan pengguna.



Gambar 1.7 Membuat Laporan Closing Rate

3. Membuat Laporan *Closing Rate*

penulisan laporan closing rate customer service setiap harinya. Tugas ini mencakup evaluasi dan analisis produk serta pelayanan pelanggan yang diberikan. Penulis akan secara rutin meninjau dan menyusun data closing rate, memantau sejauh mana upaya pemasaran dan layanan pelanggan berhasil mengonversi prospek menjadi pelanggan yang sebenarnya.

3.2 Kendala yang di Hadapi

Berdasarkan hasil pengamatan penulis selama Praktik Kerja Lapangan di Abunesia Group pada bagian *Advertiser*, ada beberapa kendala yang dihadapi oleh penulis :

- A. Kesalahan dalam mengidentifikasi atau menargetkan pasar yang tepat
- B. Kurangnya komunikasi dan kolaborasi antara tim pemasaran, penjualan, dan tim kreatif.
- C. Kurangnya pemanfaatan data dengan optimal untuk menginformasikan strategi iklan.
- D. Perubahan algoritma platform media sosial dapat mempengaruhi visibilitas kampanye iklan.

3.3 Mengatasi Kendala

Kendala Berdasarkan hasil pengamatan penulis selama Praktik Kerja Lapangan di bagian Advertiser berikut adalah cara yang dilakukan penulis dalam menghadapi kendala yang ditemui di tempat praktik kerja lapangan:

- A. Melakukan penelitian pasar mendalam untuk memahami kebutuhan konsumen. Identifikasi segmen pasar yang relevan. Memanfaatkan data pelanggan untuk memahami pola pembelian dan preferensi. Mengidentifikasi tren dan peluang.
- B. Menjadwalkan pertemuan rutin antara tim pemasaran, penjualan, dan kreatif untuk membahas proyek dan strategi.
- C. Melakukan penelitian pasar menyeluruh, identifikasi segmentasi pasar, dan memanfaatkan data pelanggan dengan analisis yang mendalam.
- D. Perubahan algoritma media sosial, seperti penekanan pada engagement, relevansi, kualitas konten, dan waktu posting, dapat signifikan memengaruhi visibilitas kampanye iklan. Pengiklan perlu terus memantau dan menyesuaikan strategi agar tetap efektif dalam menghadapi perubahan yang tidak terduga.

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dalam menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL) di divisi *Advertiser* Abunesia Group, penulis telah mendapatkan pengalaman berharga dan wawasan yang signifikan mengenai dunia kerja, khususnya dalam bidang Digital Marketing. Kesimpulan dari laporan kegiatan PKL ini mencakup beberapa aspek penting yang mencerminkan pembelajaran dan kontribusi penulis selama masa praktik.

Pertama-tama, PKL di Abunesia Group memberikan penulis kesempatan untuk memahami secara lebih mendalam tentang aktivitas dan dinamika di dalam divisi *Advertiser*. Fokus utama pada Digital Marketing, termasuk pembuatan campaign, analisis iklan, dan evaluasi laporan keuangan, memberikan gambaran yang komprehensif tentang upaya pemasaran digital. Penulis juga terlibat dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh divisi, seperti persaingan ketat dan kesulitan mencapai target pasar.

Penempatan di divisi *Advertiser* juga memberikan wawasan tentang pentingnya kreativitas dan strategi pemasaran yang efektif. Tantangan persaingan ketat di dunia digital menuntut divisi ini untuk terus berinovasi dan membedakan iklan dari pesaing. Solusi yang diusulkan oleh penulis, yaitu

penerapan strategi kreatif dan fokus pada nilai tambah produk, menjadi langkah-langkah yang relevan untuk menghadapi kendala tersebut.

Dalam hasil wawancara dengan HRD Abunesia Group, terungkap bahwa beberapa kendala umum di divisi Advertiser melibatkan persaingan ketat, kesulitan mencapai target pasar, dan perubahan tren konsumen. Solusi yang diusulkan oleh penulis, seperti penerapan strategi kreatif, fokus pada nilai tambah produk, penargetan pasar yang lebih spesifik, dan pemantauan metrik kinerja, memberikan kontribusi dalam mengatasi kendala-kendala tersebut.

Sebagai mahasiswa yang menjalani PKL, penulis menyadari bahwa pengetahuan teoritis yang diperoleh di kelas menjadi lebih bernilai ketika diterapkan dalam konteks praktik di lapangan. PKL memberikan peluang untuk menguji dan mengembangkan keterampilan praktis, serta memahami hubungan antara teori dan aplikasinya dalam dunia kerja.

Sejalan dengan kesimpulan di atas, laporan ini berfungsi sebagai refleksi atas pengalaman PKL penulis di divisi Advertiser Abunesia Group. Pembelajaran yang diperoleh diharapkan dapat menjadi landasan untuk pengembangan keterampilan dan pemahaman lebih lanjut dalam menjalani karir di bidang Digital Marketing atau industri terkait. Dengan demikian, PKL di Abunesia Group tidak hanya menjadi tugas akademis, tetapi juga peluang berharga untuk pertumbuhan pribadi dan profesional penulis.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di divisi

Advertiser Abunesia Group, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan mengatasi beberapa kendala yang dihadapi:

1. Mengingat persaingan ketat di dunia pemasaran digital, perusahaan perlu terus mendorong inovasi dan kreativitas dalam strategi pemasaran. Mengimplementasikan ide-ide kreatif dan unik akan membantu membedakan iklan dari pesaing dan menarik perhatian pasar.
2. Fokus pada nilai tambah produk adalah langkah yang tepat. Perusahaan dapat lebih mempertajam strategi pemasaran dengan menonjolkan manfaat dan keunggulan produk yang dapat memberikan nilai tambah kepada konsumen.
3. Memahami target pasar secara lebih spesifik akan membantu perusahaan mengarahkan upaya pemasaran dengan lebih efektif. Hal ini dapat melibatkan penyesuaian strategi untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi khusus dari segmen pasar tertentu.
4. Karyawan adalah aset berharga dalam mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan dapat mempertimbangkan program pelatihan dan pengembangan yang lebih intensif untuk meningkatkan keterampilan

karyawan, terutama dalam menghadapi tantangan persaingan dan dinamika pasar.

5. Penting untuk meningkatkan komunikasi internal di antara tim di divisi Advertiser. Komunikasi yang efektif dapat membantu dalam pertukaran ide, penyelesaian masalah, dan kolaborasi yang lebih baik dalam menghadapi tantangan sehari-hari.
6. Pemantauan metrik kinerja merupakan langkah kritis dalam mengukur efektivitas kampanye pemasaran. Perusahaan dapat mempertimbangkan penggunaan alat analisis data yang canggih untuk melacak dan mengevaluasi performa iklan secara real-time.

DAFTAR PUSTAKA

- Mardawani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Santoso, Antariksa, dan Utami. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Soekartawi. (2018). *Peningkatan Keterampilan Mahasiswa Melalui Praktik Kerja Lapangan (PKL): Sebuah Studi dalam Konteks Pendidikan Tinggi*.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-6)*. Bandung: Alfabeta.
- Wati, Y. C. (2021). *Pengaruh observasi terhadap hasil penelitian*. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 12(2), 123-132.