

BAB I

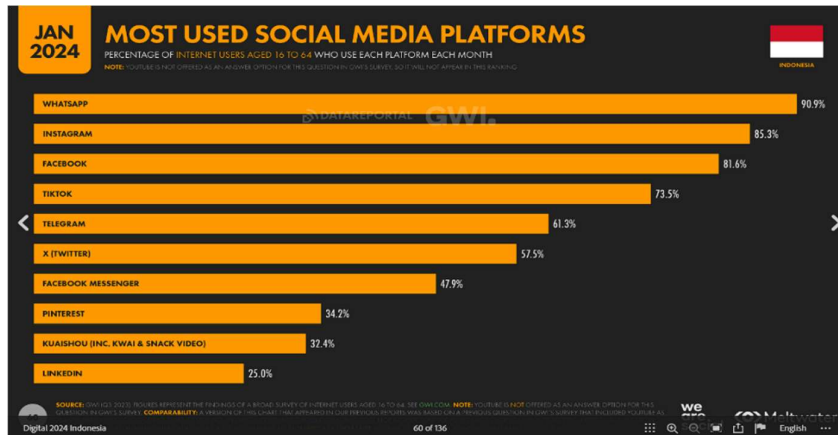
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut [1] *Marketing* atau pemasaran pengertian pemasaran adalah sebagai berikut: "*marketing is the process by which companies create value for costumers and society, resulting in strong customer relationships that capture value from the costumers in return, while creating value for society*" (pemasaran adalah proses perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan masyarakat, menghasilkan hubungan pelanggan yang kuat yang memperoleh nilai dari pelanggan sebagai imbalan, sambil menciptakan nilai bagi masyarakat). Inti dari sebuah pemasaran adalah menciptakan nilai bagi pelanggan. Dari nilai tersebut pelanggan akan menilai apakah nilai tersebut cocok dan menguntungkan bagi mereka. Jika penilaian pelanggan terhadap nilai baik, maka akan menghasilkan hubungan yang baik, begitu juga dengan yang sebaliknya.

Pemasaran juga bertujuan untuk menyebarkan citra *brand* di benak masyarakat. Namun, untuk memulai *branding* harus dilakukan secara efektif sehingga brand dapat dikenal oleh orang yang tepat. Dalam salah satu komponen dari *digital marketing trifecta* yaitu Owned Media, Media sosial merupakan salah satu alat yang dapat digunakan dengan mudah dan murah karena dapat dimiliki secara bebas oleh siapapun. Perusahaan menggunakan sosial media sebagai media pemasaran yang paling mudah digunakan dan memiliki dampak penyebaran yang sangat luas.

Media sosial itu sendiri telah menjadi alat komunikasi yang sangat populer dan mudah diakses oleh banyak orang. Dengan akses ke internet, siapa pun dapat melihat dan berkomunikasi dengan orang-orang dari seluruh dunia. Menurut Nasrullah (2015) dalam [2] media sosial adalah platform di internet yang memungkinkan individu untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi, dengan pengguna lain, membentuk hubungan sosial secara virtual. Lewat sosial media, pemasar modern dapat menggunakannya sebagai alat untuk memperluas pemasaran Brand mereka.



Gambar 1. 1 MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS di seluruh Indonesia

Sumber: DATAREPORTAL, 2024

Berdasarkan data dari situs *DATAREPORTAL* diatas, bahwa *platform* sosial media yang paling sering digunakan oleh pengguna internet di Indonesia, Whatsapp dan Instagram menempati posisi pertama dan kedua di peringkat tersebut. Oleh karena itu, Praktikan dan pembimbing lapangan sepakat untuk memfokuskan penggunaan Kedua sosial media tersebut sebagai media pemasaran. Sosial media Instagram difokuskan untuk penggunaan kampanye pemasaran dalam bentuk konten *digital* gambar dan video. Sementara whatsapp digunakan untuk kampanye pemasaran dalam bentuk teks. Seluruh tipe konten disesuaikan dengan ciri khas cara penggunaan masing-masing sosial media tersebut

Selama 23 tahun Batununggal Indah Club berdiri, berbagai strategi pemasaran telah dijalankan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap *sport club* ini. Salah satu strategi yang dilakukan adalah pemasaran digital yang memanfaatkan sosial media. Dengan demikian, peran praktikan dalam magang ini bertujuan untuk meningkatkan *awareness* atau kesadaran orang-orang tentang *brand* dari perusahaan yang praktikan jalankan. Berbagai bentuk konten media sosial dibentuk oleh praktikan seperti blog, foto, Poster, iklan, hingga video. Lewat berbagai bentuk konten tersebut praktikan berupaya membentuk citra brand dari perusahaan sehingga mampu menanamkan identitas dari brand tersebut di benak masyarakat.

Selama menjalani kegiatan magang 2 semester, praktikan mengikuti kegiatan magang di 2 perusahaan yang berbeda. Perusahaan pertama bernama PT. Bangun Digital Indonesia,

sebuah perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, informasi, dan digital. Praktikan menjalankan magang di perusahaan tersebut selama 1 semester atau 6 bulan. Di Perusahaan tersebut praktikan bertugas sebagai *Copywriter* serta menjadi konseptor bisnis pada proyek bernama Bijak lestari, sebuah proyek bisnis yang berfokus untuk menyelesaikan permasalahan lingkungan serta sebagai media yang mendorong masyarakat untuk menjaga kebersihan lingkungan. Namun kegiatan magang di perusahaan tersebut di hentikan karena beberapa alasan yaitu:

1. Perusahaan tidak melibatkan praktikan pada proyek perusahaan yang sesuai dengan kesepakatan awal kerja sama magang, namun membuat sebuah proyek mandiri yang di *monitoring* secara kurang intensif dari pembimbing lapangan.
2. Ekosistem kerja yang kurang mendukung optimalisasi potensi mahasiswa

Sehingga seluruh kegiatan magang praktikan di perusahaan tersebut di hentikan dan dipindahkan ke perusahaan baru yaitu PT. Batununggal Indah Club. Di perusahaan ini praktikan mendapatkan tanggung jawab sebagai pemasar. Bentuk pemasaran yang dijalankan oleh praktikan adalah pemasaran melalui media digital. Fokus pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan mencakup iklan serta pemasaran di media sosial. berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis memiliki ketertarikan untuk membuat laporan akhir magang dengan judul **"ANALISIS KONTEN DIGITAL SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN PT. BANGUN DIGITAL INDONESIA DAN PT. BATUNUNGGAL INDAH CLUB 2024"**

1.2 Rumusan Masalah dan Solusi

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas, maka rumusan masalah yang akan dikaji adalah bagaimana pembuatan konten digital yang mampu meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap brand perusahaan di akun sosial media instagram PT. Batununggal Indah Club serta blog di *website* <https://www.kasirkilatku.com> ?

Oleh sebab itu, solusi yang diambil praktikan untuk memecahkan permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Melakukan riset mendalam untuk mengenal konten digital yang tepat bagi segmen pasar, dilakukan dengan mencari konten-konten yang dilihat, disukai, di komentari, di *share*, ataupun akun sosial media yang diikuti oleh para pengikut di sosial media instagram perusahaan. Dari berbagai konten digital tersebut, konten dapat dibuat dengan meniru dan memodifikasi bentuk konten digital serupa. Hasil yang diharapkan adalah konten yang serupa dapat disenangi sehingga *traffic* yang dihasilkan menjadi tinggi.
2. Menciptakan Interaksi penonton dengan *brand*. Cara yang diambil adalah dengan membuat Konten harus dibuat lebih menarik dan informatif. Dua pendekatan yang dilakukan adalah membuat konten interaktif seperti polling dan *Question and Answer*. Dari konten seperti itu, bisa menjadi media masukan untuk pengembangan fasilitas ataupun produk di perusahaan. Beragam bentuk interaksi penonton dengan konten seperti menyukai konten, berkomentar, menyimpan konten atau bahkan menyebarkan konten. Semakin banyak bentuk interaksi yang terjadi dengan konten, maka artinya semakin banyak juga orang yang mengetahui brand perusahaan.
3. Melakukan A/B Testing juga dilakukan agar dapat menemukan bentuk konten seperti apa yang paling cocok untuk dinikmati penonton. Konten dibuat dalam 2 atau 3 konsep yang berbeda namun membahas tema besar yang sama. Dari tes tersebut, konten selanjutnya dapat dibuat dengan menyesuaikan konten yang paling banyak menghasilkan *Traffic*.

1.3 Tujuan

Sebagai *copywriter* dan *marketing* di kedua perusahaan tempat praktikan melaksanakan kegiatan magang, Praktikan bertanggungjawab untuk meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap brand perusahaan. Target yang ditentukan secara bersama oleh praktikan dan perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Media digital PT. Bangun digital Indonesia
 - Melakukan publikasi blog dalam 4-5 hari sekali
 - Membangun konsep bisnis untuk proyek bisnis “Bijak Lestari”
2. Sosial Media PT. Batununggal Indah Club
 - Membuat dan mengunggah konten digital apa pun dalam 1 hari di media sosial Instagram
 - Membuat media promosi digital untuk *event* yang diadakan di PT. Batununggal Indah Club
 - Menjadi *marketing communication* bagi pelanggan dan perusahaan yang mengadakan kerja sama

Seluruh pekerjaan yang dilakukan dan target yang dicapai oleh praktikan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan praktikan dalam hal-hal berikut

- Mengasah kemampuan menulis *copywriting* dalam media blog.
- Melatih praktikan dalam menciptakan dan mengembangkan bisnis dari permasalahan sekitar yang dialami praktikan.
- Praktikan mampu merekam momen-momen yang dalam *event*.
- Mengasah kemampuan perancangan dan pembuatan konten digital dalam bentuk video, foto, dan gambar.
- Melatih kemampuan komunikasi praktikan

1.4 Batasan Masalah

Lingkup pekerjaan yang dilakukan praktikan di perusahaan tempat praktikan melakukan magang adalah sebagai berikut:

1. PT. Bangun Digital Indonesia:
 - Membuat *blog* untuk di *posting* di *website* <https://www.kasirkilatku.com> dengan tujuan untuk meningkatkan SEO *website* tersebut
 - Membuat konsep bisnis untuk proyek usaha “Bijak Lestari”
2. PT. Batununggal Indah Club:
 - Membuat konten digital untuk di publikasikan di media sosial @batununggalindahclub
 - Melakukan dokumentasi kegiatan/*event* yang diadakan di Batununggal Indah Club ataupun di tempat lain yang bekerjasama dengan PT. Batununggal Indah Club

- Membuat konten promosi digital untuk pemasaran produk/jasa di Batununggal Indah Club

Dari lingkup pekerjaan yang dijelaskan di atas, maka praktikan dan perusahaan tempat praktikan menjalankan magang menentukan capaian dan hasil yang diharapkan dari proyek dan pekerjaan yang dibuat selama magang sebagai berikut:

1. PT. Bangun Digital Indonesia:

- Hasil akhir dari proyek yang dikerjakan adalah Blog yang membahas seputar aplikasi POS, Keuangan, sistem pembayaran, dan kondisi pasar saat ini.
- Membentuk konsep bisnis untuk usaha yang dijalankan mulai dari membuat *Business model canvas*, proposal untuk *pitch deck*. Hingga Strategi konten untuk pemasaran produk dan *brand*

2. PT. Batununggal Indah Club

- Membuat konten video yang menarik disesuaikan dengan segmentasi pasar.
- Membuat konten info grafis.
- Membuat media promosi dan perangkat media promosi dalam bentuk fisik seperti *banner*, *booklet*, poster, dan lain-lain.

Selanjutnya, dalam usaha praktikan menyelesaikan proyek dan mencapai hasil yang diharapkan, Praktikan mengalami beberapa kendala, yaitu sebagai berikut:

- Kekurangan sumber daya manusia dalam pembuatan konten
- Kurangnya Alat perekam konten sehingga menyesuaikan dengan alat yang dimiliki Praktikan.

Hal-hal lain yang terkait dalam kegiatan magang praktikan dapat dijabarkan pada poin-poin berikut:

- Kegiatan magang yang dilaksanakan pada PT. Bangun Digital Indonesia tidak termasuk dalam fokus analisis karena praktikan tidak dapat menghubungi pihak dari perusahaan.
- Kegiatan *sales* dan *marketing communication* dalam kegiatan magang di PT.
- Pengembangan kemampuan dalam komunikasi dengan pelanggan sebagai *marketing communicator* dan *sales* tidak dibahas

1.5 Penjadwalan Kerja

Praktikan menjalankan program magang selama 6 bulan di perusahaan PT. Batununggal Indah Club dan 6 bulan di perusahaan PT. Bangun Digital Indonesia. Tidak ada penjadwalan kerja yang pasti dari kedua perusahaan tersebut. Oleh karena itu, Sistem penjadwalan kerja dicatat di dalam laporan secara mandiri oleh praktikan. Berikut ini adalah tabel jadwal laporan mingguan di PT. Bangun Digital Indonesia dan PT. Batununggal Indah Club.

1.5.1 Penjadwalan kerja PT. Bangun Digital Indonesia

Tabel 1.1 Penjadwalan kerja mingguan PT. Bangun Digital Indonesia

No	Tanggal	Keterangan/Aktifitas Harian
1.	Minggu 1 (14 juli- 15 juli 2023)	<ul style="list-style-type: none">Perkenalan perusahaan dengan mahasiswaBriefing tugas minggu pertama bidang copywriting
2.	Minggu 2 (17 juli – 21 juli 2023)	<ul style="list-style-type: none">Pembuatan materi ilmu copywritingMembuat presentasi tentang ilmu CopywritingMelakukan presentasi tentang Copywriting
3.	Minggu 3 (24 juli – 28 juli 2023)	<ul style="list-style-type: none">Membuat Blog Kasir kilat berkaitan dengan Finance, market, dan POSLink blog: https://www.kasirkilatku.com/post/apa-itu-point-of-sale-pos
4.	Minggu 4 (31 juli – 4 Agustus 2023)	<ul style="list-style-type: none">Membuat Blog Kasir kilat berkaitan dengan Finance, market, dan POSLink blog: https://www.kasirkilatku.com/post/strategi-pemasaran-digital-untuk-umkm
5.	Minggu 5 (7 agustus – 11 agustus 2023)	<ul style="list-style-type: none">Membuat Blog Kasir kilat berkaitan dengan Finance, market, dan POSLink blog: https://www.kasirkilatku.com/post/qr-solusi-praktis-semua-pembayaran
6.	Minggu 6 (14 agustus – 18 agustus 2023)	<ul style="list-style-type: none">Membuat blog Kasir Kilat berkaitan dengan finance, market, dan POSLink Blog: https://www.kasirkilatku.com/post/jurus-ampuh-untuk-toko-yang-sepi-pelanggan
7.	Minggu 7 (21 agustus – 26 agustus 2023)	<ul style="list-style-type: none">Melakukan koordinasi Kerjasama dengan bidang marketing untuk penggunaan artikel sebagai isi copy konten
8.	Minggu 8 (28 agustus – 1 September 2023)	<ul style="list-style-type: none">Membuat blog Kasir Kilat berkaitan dengan finance, market, dan POSLink Blog: https://www.kasirkilatku.com/post/6-trik-psikologi-marketing-dorong-pelanggan-jadi-beli-lebih-banyak

No	Tanggal	Keterangan/Aktifitas Harian
9.	Minggu 9 (4 September -8 September 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Pengumuman project baru • Rapat penjelasan project baru
10	Minggu 10 (11 september – 15 September 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat online pertama dengan tim megang PT. BDI • Brainstorming ide startup
11	Minggu 11 (18 September – 22 september)	<ul style="list-style-type: none"> • Rapat online kedua • Brainstorming konsep startup (bidang usaha, struktur usaha, produk, distribusi)
12	Minggu 12 (25 september -29 september 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • rapat dengan tim megang PT. BDI • Brainstorming konsep aplikasi My-green • Pembuatan BMC MY-Green • Laporan konsep aplikasi dan BMC
13	Minggu 13 (2 oktober – 6 oktober 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Laporan progress dengan PT. BDI • Brainstorming penamaan brand MY-Green • Perubahan nama brand menjadi BIJAK LESTARI • Membuat slogan Bijak Lestari (satu Langkah BIJAK, untuk hidup LESTARI) • Menentukan goals yang harus tercapai dalam 1 bulan
14	Minggu 14 (9 oktober – 13 oktober 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Belajar prinsip system permakultur • Belajar langsung dengan pengelola garden Telkom university • Belajar tentang pengolahan composting, penanaman tanaman, dan pemberdayaan maggot
15	Minggu 15 (16 oktober – 20 oktober 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat konsep model bisnis dari BIJAK LESTARI • Penentuan BMC yang menjadi dasar pemasaran, penjualan, dan produksi
16	Minggu 16 (23 oktober – 27 oktober 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Pembuatan proposal bisnis BIJAK LESTARI • Laporan Progress proposal
17	Minggu 17 (30 oktober -3 november 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi proposal bisnis BIJAK LESTARI • Brainstorming ide logo sekaligus fiksasi logo yang digunakan • Pembuatan laporan proposal bisnis BIJAK LESTARI
18	Minggu 18 (6 november – 10 november 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Presentasi proposal bisnis dengan pembimbing lapangan • Revisi proposal bisnis
19	Minggu 19 (13 november -17 november 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Menentukan susunan kit Perkebunan yang akan menjadi produk BIJAK LESTARI • Mempelajari tujuan dan keuntungan kit untuk konsumen
20	Minggu 20 (20 november – 24 november 2023)	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan Research and Development untuk paket kit yang ditentukan

No	Tanggal	Keterangan/Aktifitas Harian
		<ul style="list-style-type: none"> Bahan RnD “paket semai bibit”: rockwool, tray, portray, benih, poly bag
21	Minggu 21 (27 november – 1 desember 2023)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat strategi sosial media (Instagram dan tiktok)
22	Minggu 22 (4 desember – 8 desember 2023)	<ul style="list-style-type: none"> Pembuatan konten Membuat skrip konten Menjadi talent dalam konten video
23	Minggu 23 (11 desember – 15 desember 2023)	<ul style="list-style-type: none"> membuat skrip konten video ke 2 menjadi talent dalam konten video ke 2 merekam konten pribadi dengan gaya VLOG
24	Minggu 24 (18 desember – 22 desember 2023)	<ul style="list-style-type: none"> Pembuatan konten video ke 3 Menjadi talent video ke 3 Membuat skrip konten video ke 3
25	Minggu 25 (25 desember -29 desember 2023)	<ul style="list-style-type: none"> Merekap seluruh pekerjaan yang dilakukan di PT. BDI Membuat laporan hasil kerja yang telah dilakuka

1.5.2 Penjadwalan kerja PT. Batununggal Indah Club

Jadwal kerja praktikan di PT. Batununggal Indah Club adalah dari hari selasa hingga hari sabtu. Setiap hari jam kerja praktikan adalah 9 jam kerja, yaitu dari jam 08:00 WIB – 17:00 WIB. Berikut adalah jadwal dan pekerjaan yang dilakukan di PT. Batununggal Indah Club

Tabel 1.2 Penjadwalan kerja mingguan PT. Batununggal Indah Club

No	Tanggal	Keterangan/Aktifitas Harian
	Minggu 1 (23 Januari – 27 Januari 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Pengenalan lingkungan perusahaan dengan mahasiswa Membuat booklet pricelist harga penggunaan fasilitas BIC Membuat jadwal kelas aerobik Membuat infografis tentang hidup (invest in your health) Membuat e-flyer pembukaan acara poundfit MEMBUAT VIDEO PEMASARAN PASAR MODERN BATUNUNGGAL
2.	Minggu 2 (30 januari – 3 Februari 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Meeting persiapan pembukaan kelas poundfit baru di batununggal Membuat infografis tentang hidup (invest in your health)

No	Tanggal	Keterangan/Aktifitas Harian
		<ul style="list-style-type: none"> Membuat video teaser, backdrop, text broadcast, dan video after event acara POUNDFIT Mengupload seluruh konten acara POUNDFIT ke sosial media Instagram
3.	Minggu 3 (6 februari– 10 februari juli 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat feed foto after event acara POUNDFIT Membuat konten feed promosi pendaftaran kelas POUNDFIT Membuat desain promosi diskon karyawan untuk Perusahaan edelweiss, biofarma, mayapada, BJB Membuat konten ucapan untuk hari raya IMLEK, Isra Mi'raj, diskon pemilu, dan ajakan long weekend di BIC
4.	Minggu 4 (13 februari– 17 februari 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat feed promo pemilu beserta caption Membuat rollbanner promosi Mengumpulkan database peserta acara poundfit Membuat promosi membership (untuk event)
5.	Minggu 5 (20 februari – 24 februari 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video dokumentasi acara lunar kids fest Konten Instagram feed promosi membership Membuat konten promosi rumah free ppn dtp membuat Video konten futsal corporate event (mayapada) membuat company profile untuk fisioterapi "physiozone" membuat video konten kegiatan renang untuk anak
6.	Minggu 6 (27 februari – 2 maret 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat konten penjualan rumah fre PPN DTP Membuat dokumentasi dan konten dokter kecil event mayapada Membuat logo kompos kopi untuk IWABI
7.	Minggu 7 (5 maret– 9 maret 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat & mengupload konten invest in your health Membuat & mengupload konten pemalas/penakluk Membuat & mengupload konten: <ul style="list-style-type: none"> -Aquatic therapy -Good morning
8.	Minggu 8 (12 maret – 16 maret 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat & mengupload konten menyambut ramadhan & Nyepi Membuat & mengupload konten pengumuman operasional kolam renang Membuat konten olahraga cocok untuk ngabuburit

No	Tanggal	Keterangan/Aktifitas Harian
		<ul style="list-style-type: none"> Membuat konten rekomendasi olahraga saat berpuasa
9.	Minggu 9 (19 maret – 23 maret 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat konten Instagram “rekomendasi olahraga saat berpuasa” Membuat konten Instagram campaign “Yuk GERAK” Membuat konten pemasaran untuk ruko
10	Minggu 10 (26 maret – 30 maret 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat konten pemasaran untuk ruko di Instagram Membuat proposal kolaborasi BIC dengan BIZNET Membuat Desain Berbagi Takjil Batununggal Indah Club Membuat video rekapan kegiatan berbagi takjil Batununggal Indah Club
11	Minggu 11 (2 april– 6 april 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat proposal event Prodia x BIC
12	Minggu 12 (9 april -13 april 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Libur Lebaran
13	Minggu 13 (16 april – 20 april 2023)	<ul style="list-style-type: none"> REPost event Prodia & wonderkids membuat desain Booth promosi membuat banner BIC
14	Minggu 14 (23 april – 27 april 2023)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat poster Rangkaian persiapan Launching Kelas EDUKITA Memposting promosi launchin kelas edukita
15	Minggu 15 (30 april– 4 mei 2023)	<ul style="list-style-type: none"> Merepost dan meninjau konten konten kolaborasi dengan influencer/KOL
16	Minggu 17 (14 mei-18 mei 2024)	<ul style="list-style-type: none"> Mengedit video event wonderkids Upload post event wonderkids Membuat story interaktif Q&A Membuat trailer lokasi kelas EDUKITA Membuat desain free ticket soft opening Merekam event soft opening EDUKITA
17	Minggu 18 (21 mei – 25 mei 2023)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat 2 konten edisi long weekend bulan MEI Merekam kegiatan acara di SMP Waringin bandung Membuat video recap kegiatan di SMP Waringin bandung Memposting dan membuat di SMP Waringin bandung
18	Minggu 19 (28 mei -1 juni	<ul style="list-style-type: none"> Membuat konten story Instagram

No	Tanggal	Keterangan/Aktifitas Harian
	2023)	<ul style="list-style-type: none"> Membuat konten campaign pembukaan kelas baru English Course with edukita
19	Minggu 20 (4 juni – 8 juni 2023)	<ul style="list-style-type: none"> Bekerja sesuai dengan Standar Operasional Kantor
20	Minggu 21 (11 juni – 15 juni 2023)	<ul style="list-style-type: none"> Bekerja sesuai dengan Standar Operasional Kantor
21	Minggu 22 (18 juni – 22 juni 2023)	<ul style="list-style-type: none"> Bekerja sesuai dengan Standar Operasional Kantor