

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama proses magang di PT. Coronial Karya Properti berlangsung, penulis diberikan jabatan atau posisi *Social Media Strategist & Management*. Pekerjaan atau tanggung jawab dari *Social Media Strategist & Management* adalah mengelola sosial media PT. Coronial Karya properti yang ada saat ini yaitu Instagram dan TikTok, detail pekerjaannya seperti seperti meriset hashtag, konten, lagu (*trending*), dan juga kompetitor. Sebagai pemegang posisi *Social Media Strategist & Management* tentu selain mengelola ada juga pekerjaan dan tanggung jawab seperti mengatur tindakan dan kegiatan yang berhubungan dengan media sosial PT. Coronial Karya Properti.

Tentu selama proses magang penulis dalam menjalankan pekerjaannya, Michael Brian selaku pembimbing lapangan penulis selalu mengajari dan memberikan arahan kepada penulis mengenai pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan penulis.



(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Gambar 3. 1 Foto Bersama Pembimbing Lapangan

Selain bekerja sama dengan pembimbing lapangan, adapun juga pekerja satu divisi yaitu *content creator* bekerja sama dengan penulis dalam beberapa kegiatan seperti pembentukan strategi, ide, finalisasi, eksekusi, dan evaluasi.



(Sumber: Dokumentasi Penulis)

Gambar 3. 2 Foto Bersama tim Content Creator

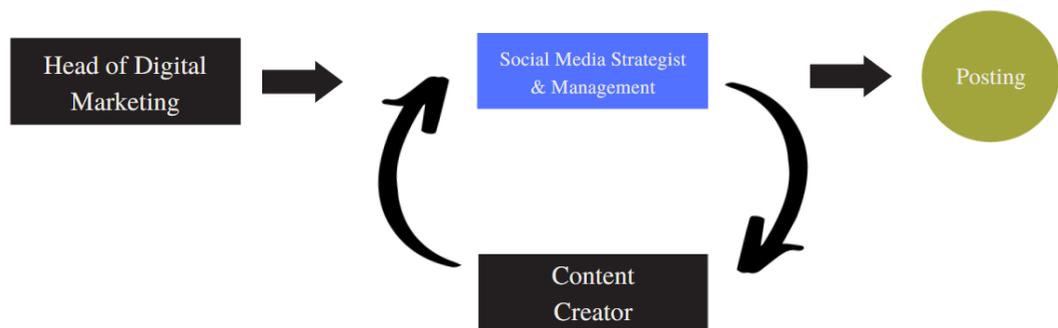
Berhubungan praktik kerja magang yang dilakukan penulis mayoritas dilakukan secara WFH (*work from home*), selaku yang bertanggung jawab juga dalam bagian *Management* media sosial, dalam mengkoordinasikan jadwal, kesiapan, *update*, revisi dan sebagainya, tim *Digital Marketing* PT. Coronial Karya Properti menggunakan alat bantu dari perangkat lunak atau aplikasi Google Sheet untuk menata jadwal dan rencana konten yang ingin dibuat, Trello untuk menginformasikan kesiapan dan revisi konten, dan yang terakhir WhatsApp untuk berkomunikasi secara teks ataupun suara.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang dilakukan

Dalam proses praktik magang yang dilakukan, tugas dan tanggung jawab penulis selaku *Social Media Strategist & Management* adalah mengelola dan mengatur kegiatan dari media sosial PT. Coronial Karya properti yang

diantaranya ada Instagram dan TikTok. Penjelasan secara jelasnya aktivitas mengelola tersebut seperti memposting konten sesuai dengan tanggal dan jam yang dijadwalkan, meriset *hashtag* dan lagu, serta membuat *caption* untuk postingan Instagram dan TikTok. Dan untuk aktivitas mengatur kegiatan penulis mengkoordinasikan seluruh kegiatan media sosial dengan tim *Content Creator* mulai dari tahap meriset, shooting konten, *editing*, revisi, dan *posting*. Berikut gambaran Workflow dalam menjalankan media sosial Coronail Real Estate.



(Sumber: Data olahan penulis)

Gambar 3. 3 Gambaran Workflow kerja tim Digital Marketing Coronail

Untuk kejelasannya Head of Digital Marketing mengkoordinasikan mengenai jadwal konten media sosial bulanan yang sudah disetujui kepada *Social Media Strategist & Management*, tahap selanjutnya adalah pengekseskuan pembuatan konten seperti observasi, *shooting*, dan *editing*. Dan selanjutnya *Social Media Strategist & Management* melakukan riset, pembuatan *caption*, dan *memposting* konten.

Selagi berlangsungnya praktik kerja magang penulis di PT.Coronail Karya Properti, dalam melaksanakan tugas-tugas dan tanggung jawab, terdapat uraian detail mengenai apa yang penulis lakukan setiap minggunya:

Tabel 2.1 Aktivitas Pekerjaan Praktik Magang

No	Tugas yang Dikerjakan	September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Membuat Jadwal Postingan Bulanan																
2	Mengunggah Konten Instagram dan TikTok																

3	Membuat <i>Caption</i> pada setiap Postingan																			
4	Mengelola Trello																			
5	Riset (Hashtag, Lagu, Tren)																			
6	Mengedit Foto Profil Sales, Kartu Nama, dan Kop Surat																			
7	Evaluasi Konten																			
8	Membantu proses <i>Shooting</i> Konten																			
9	Memperelajari dan mengamati produk secara langsung di tempat																			

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Di era yang sudah semakin *digital* saat ini, tentu peran *Social Media Marketing* merupakan bagian yang penting. Selain dapat mengenalkan *brand* kepada masyarakat luas, media sosial juga dapat dijadikan platform untuk mempromosikan produk atau jasa, berinteraksi, membangun relasi, menerima kritik dan saran, serta penyebaran informasi yang efektif.

Menurut Neil Patel (2020), *Social Media Marketing* didefinisikan sebagai proses untuk menarik perhatian orang agar terikat (*engaged*) dengan konten yang disajikan. Jika sudah terikat, kemungkinan konten itu akan dibagikan tentu akan menjadi lebih besar.

Menurut Neil Patel, ada juga 5 pilar utama dalam melaksanakan *Social Media Marketing*, antara lain ada *Strategy, Planning and Publish, Listening and Engagement, Analytics, Advertising*. Dari 5 pilar utama tersebut pekerjaan yang kemudian dilakukan penulis selagi masa praktik magang dapat mencakup beberapa kategori berikut.

a) *Strategy*

Dengan pembuatan dan perencanaan strategi pemasaran media sosial yang baik, dapat menjadi fondasi atau wadah untuk setiap

aktivitas pemasaran media sosial agar dapat mencapai tujuan yang memang ditargetkan. Dalam pembentukan Strategi tentu ada brainstorming yang dilakukan oleh tim Digital Marketing PT. Coronial Karya Properti dalam penentuan tujuan, pemilihan media sosial yang akan digunakan, dan jenis konten yang akan dibagikan kepada para audiens. Pada tahap awal tim *Digital Marketing* Coronial melakukan *brainstorming* dalam pembahasan mengenai strategi dari pemasaran media sosial Coronial Real Estate.

Setelah diselesaikannya kegiatan *brainstorming*, Terbentuklah yang pertama tujuan dari penerapan pemasaran media sosial pada PT. Coronial Karya Properti, fokus awal ditujukan untuk mengenalkan brand Coronial Real Estate kepada para audiens atau target market bahwa Coronial Real Estate merupakan perusahaan konsultan properti yang terpercaya dan kredibel serta perusahaan yang beradaptasi dan memberikan beberapa nilai tambah kepada para audiens atau target marketnya.

Yang kedua pemilihan media sosial yang akan digunakan. Berdasarkan riset dan arahan dari Michael Brian (*head of digital marketing*) PT. Coronial Karya Properti memutuskan untuk menggunakan media sosial Instagram dan TikTok sebagai permulaan.

Yang ketiga adalah penentuan jenis konten yang akan disajikan kepada para audiens atau *target market*. Sesuai dengan strategi yang telah dibentuk adapun rincian jenis-jenis konten yang telah dibahas dan disetujui oleh tim Digital Marketing Coronial, jenis konten tersebut antara lain ada:

- **Konten Produk (*Showunit*)**

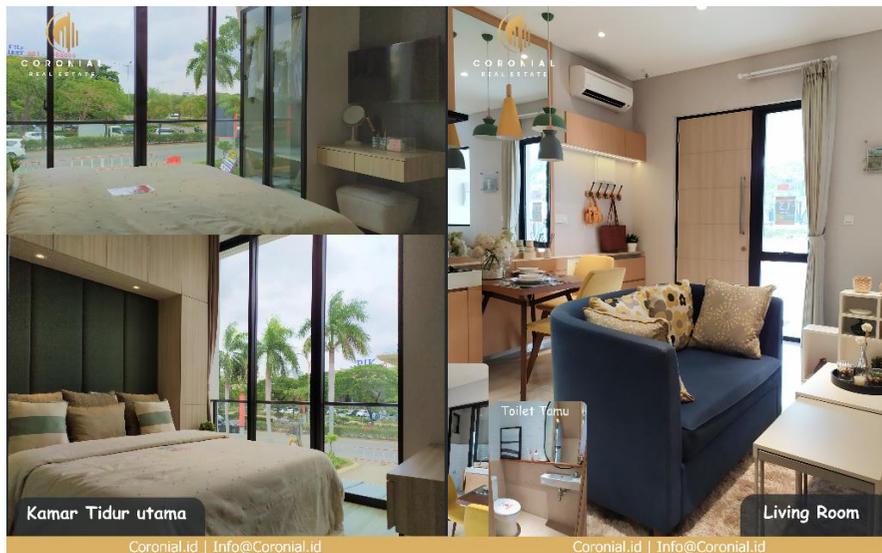
Jenis konten yang pertama tentu yang berhubungan mengenai produk-produk yang dipasarkan oleh PT. Coronial Karya Properti, yaitu konten konten seputar rumah atau

apartemen di kawasan Pantai Indah Kapuk 2. Format konten yang disajikan kepada para audiens atau *target market* berbentuk video untuk Instagram Reels dan TikTok, dan juga dalam bentuk foto untuk Instagram Feeds



(Sumber: Instagram Coronial Real Estate)

Gambar 3. 4 Contoh Konten Produk Dalam Format Video



(Sumber: Divisi Digital Marketing PT. Coronial Real Estate)

Gambar 3. 5 Contoh Konten Produk Dalam Format Foto

- **Konten Kawasan Pantai Indah Kapuk 2 (PIK 2)**

Selain konten produk yang bertujuan untuk penjualan perusahaan, adapun juga jenis konten kawasan yang bertujuan untuk menginformasikan atau memberi tahu para audiens mengenai prospek atau gambaran kawasan sekitar perumahan atau apartemen yang ada di Pantai Indah Kapuk 2. Konten ini bertujuan juga untuk memperlihatkan kejelasan dan kelengkapan dari kawasan Pantai Indah Kapuk 2 yang dipasarkan oleh Coronial Real Estate.



(Sumber: TikTok Coronial Real Estate)

Gambar 3. 6 Contoh Konten Kawasan Pantai Indah Kapuk 2

- **Konten Edukasi**

Adapun juga jenis konten edukasi, tujuannya agar Coronial Real Estate dapat terbentuk imagenya di mata para audiens bahwa Coronial Real Estate tidak hanya sekedar perusahaan agen properti biasa, tetapi sebagai perusahaan konsultan properti yang kredibel dan terpercaya.



(Sumber: Instagram Coronial Real Estate)

Gambar 3. 7 Contoh Konten Edukasi

- **Konten Ringan (Video pendek)**

Setelah ada konten produk, kawasan, dan juga edukasi, yang terakhir ada konten ringan berupa video yang mengikuti tren seperti lagu atau *editing* yang ada namun memasuki unsur-unsur apa yang dipasarkan Coronial Real Estate. Tujuannya untuk pemasaran ringan saja mengenai

brand Coronial Real Estate untuk meningkatkan *awareness* dan juga menunjukkan bahwa Coronial Real Estate juga *brand* yang mengikuti perkembangan tren.



(Sumber: Instagram Coronial Real Estate)

Gambar 3. 8 Contoh Konten Ringan

b) Planning and Publish

Media sosial merupakan suatu *tools* atau alat yang ampuh untuk kegiatan pemasaran *digital*, tetapi untuk kegiatan pemasaran di media sosial sebelum menerbitkan sebuah konten yang ampuh untuk mencapai tujuan diperlukannya perencanaan yang jelas terlebih dahulu, setelah itu baru mempublikasikan konten. Menurut

Neil Patel hal yang perlu dilakukan sebelum menerbitkan sebuah konten adalah meriset terlebih dahulu mulai dari audiens, demografi, dan kompetitor. Setelah itu tentukan konten apa yang ingin dibuat, format konten, dan penjadwalan yang berisi mengenai kapan waktu mempublikasikannya. Tentu Neil berpesan dalam menerbitkan sebuah konten tentu harus memikirkan kualitas dan konsistensi publikasi konten yang teratur untuk membuat audiens tertarik dan merasa konten yang dibuat bermanfaat untuk mereka sehingga mereka akan datang kembali untuk mendapatkan lebih banyak lagi dari kita.

Perelalisasian strategi *Planning and Publish* ini sudah diterapkan juga pada PT. Coronial Karya Properti dimana keseluruhan jenis konten yang ingin dibuat dan penjadwalannya menggunakan beberapa *tools* atau perangkat lunak yang bernama:

- **Google Sheets**

Penggunaan Google Sheets ini bertujuan agar keseluruhan tim Digital Marketing Coronial Real Estate dapat mengetahui konten apa yang ingin dibuat, format kontennya untuk apa (IG Reels, Feeds, dan TikTok), dan untuk mengetahui kapan waktu memposting kontennya.

Coronial Social Media Planning

File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help

100% View only

2021

DAY OF WEEK	feeds	IG REELS	IG STORY	tiktok
MONDAY 1				
TUESDAY 2		Video Branding Urban Farm		Video Branding Urban Farm
WEDNESDAY 3		Fast Tour Skytree 3BR		Fast Tour Skytree 3BR
THURSDAY 4	Foto Skytree 3BR	Video Highlight Skytree 3BR		Video Highlight Skytree 3BR
FRIDAY 5		BPHB		BPHB
SATURDAY 6		Tenant Pk 2		Tenant Pk 2
SUNDAY 7	Foto Branding Urban Farm			
MONDAY 8				
TUESDAY 9		Video Drone Golf Island malam hari		Video Drone Golf Island malam hari
WEDNESDAY 10		Fast Tour Skytree 3BR		Fast Tour Skytree 3BR
THURSDAY 11	Foto Skytree 2 BR	Video Skytree 2 BR		Video Skytree 2 BR
FRIDAY 12	Return on Investment			Return on Investment
SATURDAY 13		Sedayu WaterTown (footage di ubube pik2)		Sedayu WaterTown (footage di ubube pik2)
SUNDAY 14	Foto Branding Pantoran			
MONDAY 15		Video The brassy, lapangan golf		Video The brassy, lapangan golf
TUESDAY 16		Fast Tour Skytree 1 BR		Fast Tour Skytree 1 BR
WEDNESDAY 17		Video Skytree 1 BR		Video Skytree 1 BR
THURSDAY 18	Foto Skytree 1 BR			
FRIDAY 19	Kewilangun rumah kecil			Kewilangun rumah kecil
SATURDAY 20		Ruko Sepeda Ebony 2		Ruko Sepeda Ebony 2
SUNDAY 21	Foto The brassy, lapangan golf			
MONDAY 22		Video Branding Jogging Track Golf Island		Video Branding Jogging Track Golf Island
TUESDAY 23		Fast Tour Cicada Studio		Fast Tour Cicada Studio
WEDNESDAY 24		Video Cicada Studio		Video Cicada Studio
THURSDAY 25	Foto Cicada Studio			
FRIDAY 26	Macam Jenis tira jendela			Macam Jenis tira jendela
SATURDAY 27		Folder System		Folder System
SUNDAY 28	Foto Branding Jogging Track Golf Island			
MONDAY 29	Congrats Randipantarnment			
TUESDAY 30		Fast Tour Cicada 2 BR		Fast Tour Cicada 2 BR

(Sumber: Google Sheets Coronial Real Estate)

Gambar 3. 9 Perencanaan dan penjadwalan konten media sosial Coronial

Coronial Social Media Planning

File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help

100% Default (A1..)

NTR101

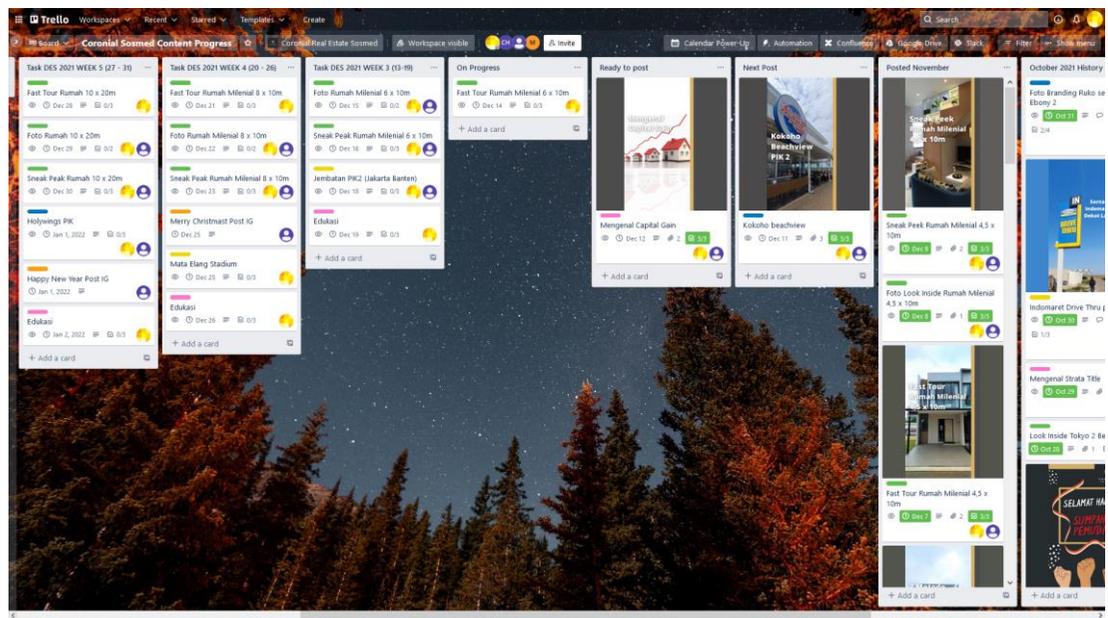
Konten Coronial Real Estate	ON SCHEDULE	DONE	ON PROGRESS	REVISION	ON SCHEDULE
1. konten pik2 (IG Reels & Tik Tok)					
- Video tentang Pik 2					
- Akses ke pik2					
- Pagar Putih					
- Green Belt					
- Tenant PIK2					
- sedayu Watertown					
- Mata Elang Stadium					
- Folder system					
- Cove Batavia					
- Indomaret ujung					
- Ruko Sepeda ebony 2					
- Marina Jetty					
- Pik 2 itu banteng bukan jakarta (jembatan perbatasan)					
- Dti					
2. konten Video produk/ showunit (IG Reels & Tik Tok)					
- Showunit Apartemen Tokyo					
- Showunit Apartemen Cicada					
- Showunit Rumah milenial					
- Showunit Rumah Pantai Bukit Villa					
*Noted : Setlap tipe dan ukuran.					
3. konten Video branding (IG Reels & Tik Tok)					
- View/ landscape pasir putih					
- View/ landscape batavia cove					
- View/ landscape urban farm					
- View/ landscape Pantoran PIK					
- View/ landscape lapangan GOLF di Golf Island.					
- View/ landscape ruko sepeda di pulau ebony					
- View/landscape di tanggul golf island tempat orang jogging n naik sepeda					
- View/ landscape setlap holwings di PIK					
*Noted : Soft selling kaya iklan rokok.					
4. feed branding (IG)					
- View/ landscape pasir putih					
- View/ landscape batavia cove					
- View/ landscape urban farm					
- View/ landscape Pantoran PIK					
- View/ landscape lapangan GOLF di Golf Island					

(Sumber: Google Sheets Coronial Real Estate)

Gambar 3. 10 Perencanaan penerbitan konten media sosial Coronial

- Trello

Tools atau perangkat lunak yang kedua adalah aplikasi Trello. Trello merupakan aplikasi yang bertujuan untuk memudahkan suatu tim dalam bekerja secara kolaborasi. Penerapannya dalam Coronial Real Estate memudahkan tim dalam memantau dan mengkoordinasi setiap konten yang akan di publikasikan.

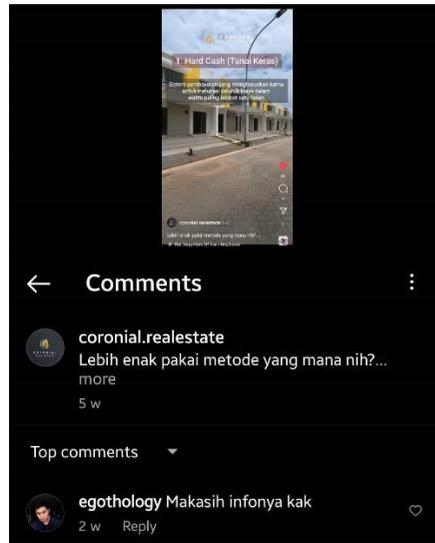


(Sumber: Trello Coronial Real Estate)

Gambar 3. 11 Trello Tim Digital Marketing Coronial Real Estate

c) *Listening and Engagement*

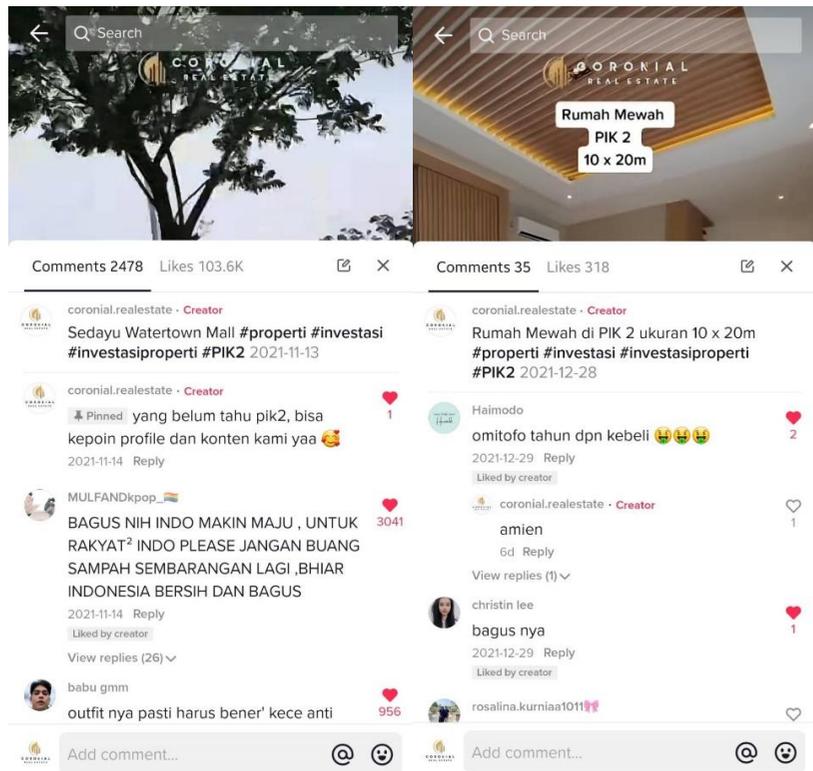
Tahap ini merupakan tahap memantau apa yang dikatakan penonton (*viewers*) atau *followers* mengenai konten atau *brand* dari sebuah perusahaan. Tujuan dari tahap ini adalah untuk melihat umpan balik atau komentar yang didapatkan, dan jika memang terdapat umpan balik hal tersebut dapat dijadikan koreksi jika itu sebuah kritik dan jika hal tersebut merupakan saran atau permintaan konten dari audiens dapat dijadikan ide untuk penerbitan konten selanjutnya.



(Sumber: Instagram Coronial Real Estate)

Gambar 3. 12 Contoh komentar pada postingan Instagram Coronial

Seperti pada gambar di atas, menunjukkan pada salah satu konten edukasi Coronial Real Estate yang di posting pada Instagram Reels terdapat komentar atas terbantunya seseorang karena informasi dari konten edukasi tersebut.



(Sumber: TikTok Coronial Real Estate)

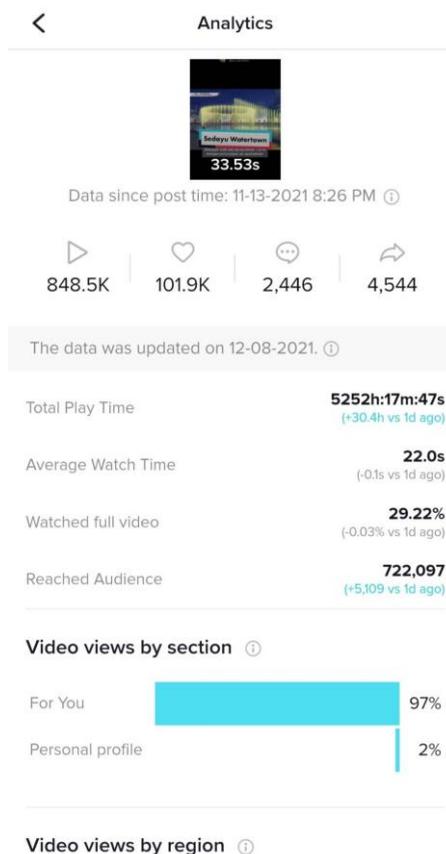
Gambar 3. 13 Contoh komentar pada TikTok Coronial

Lalu, pada beberapa konten di TikTok juga terdapat beberapa komentar dari viewers yang dapat dijadikan patokan mengenai kesukaan audiens terhadap konten-konten Coronial Real Estate, dan dari hal tersebut dapat dijadikan sebuah analisis dan patokan Coronial Real Estate untuk mengembangkan dan membuat konten yang semakin sesuai dengan keinginan audiens.

d) Analytics

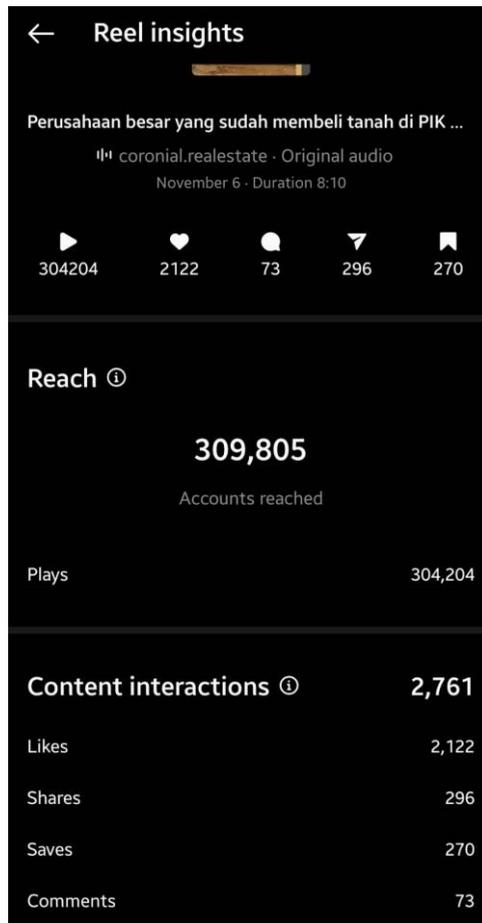
Untuk mengukur keberhasilan setiap kampanye pemasaran di media sosial pada umumnya, pelaku usaha menggunakan *tools* untuk melacak dan mengumpulkan data mengenai hasil dari setiap konten yang dipublikasi seperti berapa lama waktu rata-rata audiens menghabiskan waktu menonton konten, berapa banyak yang

menonton, membagikan konten, berkomentar, menyimpan konten yang dipublikasikan. Dengan melihat *Analytics* atau *insights* dari setiap postingan konten dapat membuat pelaku usaha menjadi lebih memahami pola atau algoritma dari media sosial tertentu serta memahami kesukaan audiens.



(Sumber: TikTok Coronial Real Estate)

Gambar 3. 14 Analytics Salah Satu konten TikTok Coronial Real Estate



(Sumber: TikTok Coronial Real Estate)

Gambar 3. 15 Analytics Salah Satu konten Instagram Coronial Real Estate

3.2.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses praktik magang penulis di PT. Coronial Karya Properti, ada beberapa kendala yang dialami oleh penulis, kendala tersebut antara lain ada:

- Kesulitan penulis di awal saat pelaksanaan praktik magang dalam mendalami dan memahami industri properti. Dengan minimnya pengalaman serta pengetahuan secara mendetail pada bidang properti membuat penulis mengalami kesulitan di awal dalam mempelajari pengetahuan seputar industri properti.
- Dikarenakan penulis melaksanakan magang pada perusahaan rintisan baru atau *start-up* yang dimana sumber daya manusianya juga tidak

terlalu banyak, maka dari itu penulis mendapatkan pekerjaan dan tanggung jawab yang cukup banyak di awal. Hal ini membuat penulis cukup sulit dalam beradaptasi terhadap pekerjaan-pekerjaan penulis.

3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dari beberapa kendala yang dialami penulis, terdapat juga solusi-solusi atas kendala yang dialami penulis. Berikut penjabarannya:

- Dalam memahami dan mendalami seputar industri properti, penulis banyak belajar dan menggali informasi seputar di industri properti mulai dari banyak bertanya kepada pembimbing lapangan yaitu Michael Brian, beliau sangat sabar dan mau mendidik selalu penulis dalam mendalami industri properti. Selain itu penulis juga mendalami dan mencari informasi seputar industri properti melalui *platform* Youtube, Instagram, dan Google.
- Penulis belajar beradaptasi secara perlahan mengenai pekerjaan dan tanggung jawab yang perlu dilakukan, membiasakan diri dengan pekerjaan dan tanggung jawab yang ada, lewat hal ini penulis menjadi lebih terbiasa dengan kultur dari dunia kerja dan juga penulis menjadi dapat mengelola waktu dengan lebih baik.