

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pekerja magang diberikan kesempatan sebagai *Social Media Marketing Intern* pada Hotel Neo+ Kebayoran. Pekerja magang diminta untuk bekerja secara WFO (*work from home*). Divisi ini sesuai dengan program studi yang dijalani oleh pekerja magang di Universitas Multimedia Nusantara, yaitu *Strategic Communication* dengan major *Marketing Communication*. Pekerja magang melaksanakan magang atas bimbingan oleh Pitri Putri Indriyadi selaku *Sales Manager* Hotel Neo+ Kebayoran. Pelaksanaan kerja magang di Hotel Neo+ Kebayoran pekerja magang jalankan selama 3 bulan.

Pekerja magang mempunyai beberapa peran di Hotel Neo+ Kebayoran antara lain menjadi *Copywriter* untuk menulis *caption* di media sosial, serta mengedit foto dan video untuk kebutuhan konten media sosial Hotel Neo+ Kebayoran. Pekerja magang melakukan koordinasi secara langsung dengan supervisi untuk melakukan penentuan konten media sosial yang sudah menjadi standarisasi dari Hotel Neo+ Kebayoran. Pembimbing lapangan, Putri Indriyadi, memberikan arahan dan instruksi kepada pekerja magang untuk mempersiapkan konten-konten yang akan di *posting* di setiap hari nya pada media sosial Hotel Neo+ Kebayoran.

Selain itu, koordinasi yang diberikan supervisi untuk pekerja magang diawali dengan *briefing* singkat mengenai konten-konten apa saja yang akan di *upload* untuk media sosial. Lalu pekerja magang melakukan analisis terhadap kompetitor yang juga menggunakan media sosial Instagram sebagai sarana promosi dari hotel mereka, dan berdiskusi dengan supervisi terkait konten apa yang akan di *upload* untuk media sosial Instagram Hotel Neo+ Kebayoran. Setelah itu pekerja magang memulai untuk membuat satu konten yang akan di *posting* pada hari Senin.

3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1. Tugas Yang Dilakukan

Dalam menjalankan proses kerja magang di Hotel Neo+ Kebayoran, pekerja magang dipercayakan untuk berkontribusi dalam berbagai pekerjaan *Social Media Marketing* dalam ruang lingkup *Marketing* yang telah pekerja magang pelajari secara teori di Universitas Multimedia Nusantara. Pada praktiknya, pekerja magang menganalisis kompetitor dari Hotel Neo+ Kebayoran dengan tujuan untuk melihat konten seperti apa yang kompetitor pakai untuk meningkatkan *engagement* kepada *followers*. Lalu setelah menganalisis kompetitor, pekerja magang mulai *brainstorming* mandiri untuk membuat konten yang serupa dengan kompetitor tersebut. Setelah itu pekerja magang membuat satu konten serta meminta masukan dari supervisi sebelum posting di media sosial Hotel Neo+ Kebayoran. Saat sudah di *approve* oleh supervisi, pekerja magang menganalisis waktu *upload* yang kemungkinan bisa menaikkan *engagement* dari *followers* Hotel Neo+ Kebayoran. Setelah itu, pekerja magang membuat *caption* untuk melengkapi hasil dari konten yang sudah dibuat sebelumnya, dan pekerja magang mulai *upload* di media sosial pada jam 12.00 saat makan siang. Pekerja magang melanjutkan untuk membuat serta menganalisis konten dari kompetitor untuk hari selanjutnya sampai hari Jumat.

Berikut ini terdapat rincian yang dilampirkan lini masa kerja magang di Hotel Neo+ Kebayoran selama 14 minggu.

Jenis Kegiatan	Minggu Ke-													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
<i>Social Media Marketing</i>														

<i>Content Marketing</i>														
<i>Copywriting</i>														

Sumber: (Data Laporan Magang, 2022)

Tabel 3.1 Lini Masa Aktivitas Kerja Magang

Pekerja magang memiliki lini masa pada aktivitas kerja magang selama 14 minggu di Hotel Neo+ Kebayoran. Pada *social media marketing*, pekerja magang melakukan tugas yang dilakukan selama 14 minggu untuk mengelola media sosial dari Hotel Neo+ Kebayoran yaitu Instagram. Pekerja magang hanya melakukan penyusunan konten yang akan diunggah di Instagram Hotel Neo+ Kebayoran. Selain itu, pekerja magang juga analisis algoritma dari Instagram perihal jam tayang yang sering muncul di halaman Instagram dari *followers* Hotel Neo+ Kebayoran. Jam tayang tersebut jatuh pada pukul 12.00 dan 15.00, maka dari itu dalam algoritma tersebut dapat meningkatkan *likes* serta menambah interaksi dari kolom komentar di Instagram Hotel Neo+ Kebayoran. Pada pekerjaan *content marketing*, pekerja magang ditugaskan untuk membuat desain untuk Instagram *feeds* dan Instagram *story*.

Lalu pekerjaan *Content marketing* ini yang sering pekerja magang lakukan saat bekerja di Hotel Neo+ Kebayoran tersebut, dikarenakan Hotel Neo+ Kebayoran tidak mempunyai divisi tersebut untuk membuat desain-desain pada konten dari Instagram Hotel Neo+ Kebayoran. Pekerja magang mengerjakan desain-desain tersebut melalui aplikasi atau *website* Canva agar lebih praktis dalam pengerjaan konten-konten tersebut.

Di dalam pembuatan *content marketing*, pekerja magang juga mengerjakan *copywriting* untuk desain dari konten tersebut, serta membuat *caption* untuk mengunggah konten di media sosial Instagram. Dalam *copywriting* ini, pekerja magang ditugaskan untuk mencari kata-kata menarik untuk di desain poster

maupun pada *caption* tersebut serta menggunakan *hashtag* yang sudah ditentukan oleh standarisasi dari Hotel Neo+ Kebayoran.

Dari ketiga tugas yang dilakukan oleh pekerja magang perbedaannya diantaranya, pada *social media marketing*, pekerja magang melakukan analisis kompetitor, meningkatkan *engagement*, serta mengelola Instagram Hotel Neo+ Kebayoran. Lalu pada *content marketing*, pekerja magang hanya melakukan tugas untuk mendesain konten-konten untuk di unggah di Instagram, dan pekerjaan *copywriting* pekerja magang ditugaskan untuk membuat kata-kata yang menarik di pembuatan konten serta *caption* di Instagram Hotel Neo+ Kebayoran.

3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.2.2.1. Social Media Marketing

Pada uraian pekerjaan *social media marketing* ini, pekerja magang diberikan *briefing* pertama untuk menjalankan media sosial Hotel Neo+ Kebayoran selama 14 minggu. Dalam satu minggu, di setiap harinya pekerja magang mengunggah satu konten di Instagram *feeds*, dan mengunggah beberapa konten di Instagram *story*. Pekerja magang menggunakan konsep tersebut untuk menganalisis kompetitor terlebih dahulu. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan *engagement* dari akun media sosial Instagram Hotel Neo+ Kebayoran agar lebih menarik serta di minati oleh pelanggan. Selain menganalisis kompetitor, pekerja magang juga *upload* di media sosial Instagram sesuai dengan standarisasi yang sudah ditentukan dari Archipelago International untuk tiap minggu nya, serta untuk meningkatkan *engagement* pada *posting* dari Instagram *feeds* dan Instagram *story* Hotel Neo+ Kebayoran.

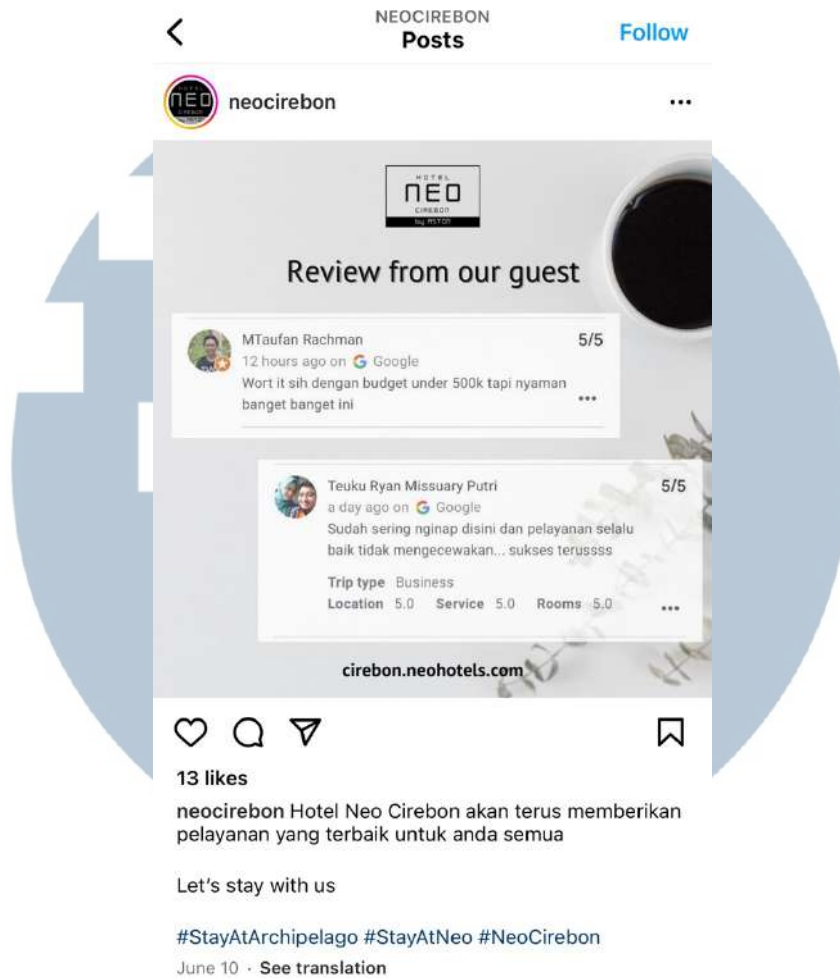
DAY	THEME	CONTENT SELECTION	HASHTAGS FOR NEO
MONDAY	ROOM	<ul style="list-style-type: none"> View Room Room Service Room Amenities Room Features Room Amenities 	<ul style="list-style-type: none"> #StayAtArchipelago #StayAtNEO #ArchipelagoRoom #NEORoom
TUESDAY	FOOD & BEVERAGE	<ul style="list-style-type: none"> Appetizer, Soup, Main Course, Dessert Signature Dish Menu of The Month Special Beverage New Alcohol Beverage 	<ul style="list-style-type: none"> #StayAtArchipelago #StayAtNEO #ArchipelagoRestaurants #NEORestaurants
WEDNESDAY	MICE, WEDDING & EVENT	<ul style="list-style-type: none"> Meeting, Incentive, Convention, Exhibition Wedding Special Event 	<ul style="list-style-type: none"> #StayAtArchipelago #StayAtNEO #EventsAtArchipelago #EventsAtNEO
THURSDAY	FACILITY	<ul style="list-style-type: none"> Swimming Pool Gym Spa Indoor Club Customer Activity In-House Game 	<ul style="list-style-type: none"> #StayAtArchipelago #StayAtNEO #ArchipelagoFacility #NEOFacility
FRIDAY	SPECIAL CONTENT	<ul style="list-style-type: none"> Resort/Details on next slide 	<ul style="list-style-type: none"> #StayAtArchipelago #StayAtNEO #ArchipelagoUpdate #NEOUpdate
SATURDAY	TRAVEL	<ul style="list-style-type: none"> Neighb. Attractions Neighb. Culture City Events 	<ul style="list-style-type: none"> #StayAtArchipelago #StayAtNEO #AroundArchipelago #AroundNEO
SUNDAY	INSIDE HOTEL	<ul style="list-style-type: none"> Operation Staff Back office Staff Internal Activities (ISW, Exclusive Partnership) Employee of The Month 	<ul style="list-style-type: none"> #StayAtArchipelago #StayAtNEO #InsideArchipelago #InsideNEO

Sumber: (Dokumen Hotel Neo+ Kebayoran, 2022)

Gambar 3.1 Tahapan Briefing Pertama

Pada gambar 3.1 diatas, pekerja magang diberikan briefing terkait konten-konten yang akan di upload selama 14 minggu kedepan. Pada hari Senin, tema yang akan di upload di media sosial adalah kamar, dengan menyesuaikan pilihan dari beberapa *content selection*, di ikuti hari Selasa sampai seterusnya. Selain itu, juga terdapat *hashtag* yang digunakan untuk meningkatkan *engagement* tersebut yang berbeda-beda di setiap harinya.

U M W I N
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



Sumber: (Instagram Neo Cirebon, 2022)

Gambar 3.2 Contoh Kompetitor

Pada gambar 3.2, pekerja magang memilih salah satu kompetitor dari Hotel Neo+ Kebayoran yaitu Neo Cirebon. Meskipun Neo+ Kebayoran dengan Neo Cirebon satu grup dari Archipelago International, pekerja magang diberikan *insight* dari supervisi untuk memilih Neo Cirebon sebagai kompetitor karena supervisi melihat konten tersebut menarik untuk meningkatkan *engagement* pada Instagram Hotel Neo+ Kebayoran, maka dari itu pekerja magang memilih kompetitor Neo Cirebon yang telah membuat konten “*Review from our guest*” untuk meningkatkan *engagement* nya kepada pelanggan agar dipercaya. Hal tersebut membuat pekerja magang juga mencari dari Google *Review* terkait *review* yang diberikan oleh pelanggan terhadap Hotel Neo+ Kebayoran.

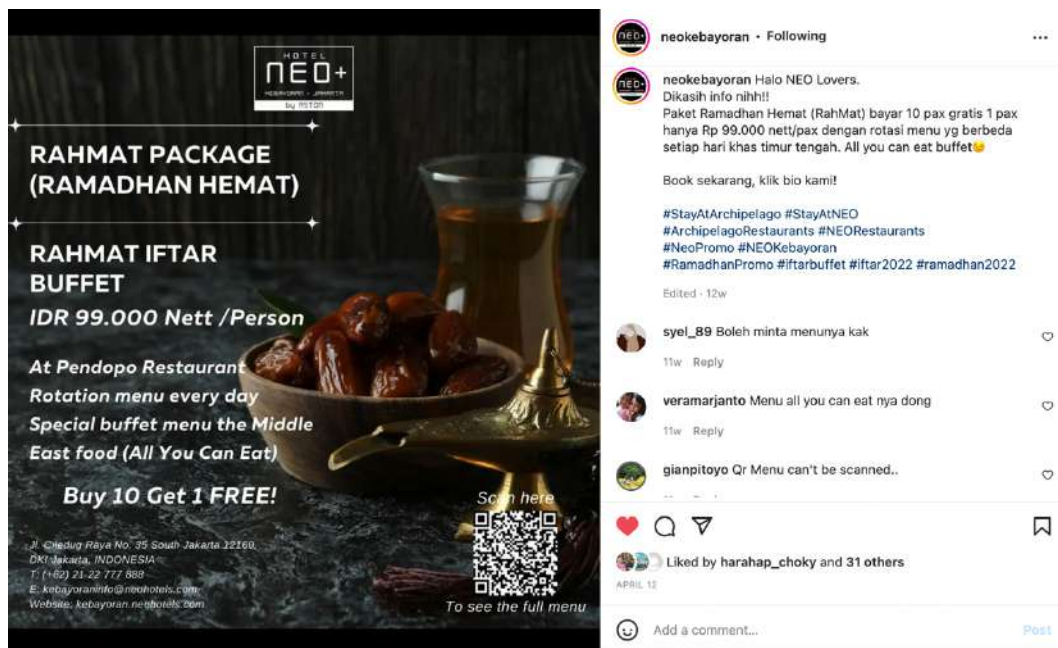


Sumber: (Instagram Neo+ Kebayoran, 2022)

Gambar 3.3 Contoh Konten Google Review Neo+ Kebayoran

Pada gambar 3.3 diatas menunjukkan bahwa pekerja magang juga membuat tanggapan dari pelanggan yang sudah menginap di Hotel Neo+ Kebayoran dari Google *Review*. Hal ini guna untuk meningkatkan *engagement* Hotel Neo+ Kebayoran terhadap pelanggan yang ingin menginap di kemudian harinya.

Terdapat beberapa cara untuk meningkatkan *engagement* pada Instagram. Salah satu cara yang terbaik sesuai algoritma Instagram dengan membuat konten *on-brand* yang mempunyai kualitas tinggi. Dengan membuat konten yang berkualitas, perusahaan berharap untuk semakin banyak orang yang melihat konten tersebut sehingga membuat orang untuk berinteraksi (Redcomm Indonesia, 2021).



Sumber: (Instagram Neo+ Kebayoran, 2022)
Gambar 3.4 Contoh Interaksi di Kolom Komentar

Berikut pada gambar 3.4 merupakan salah satu contoh interaksi dari kolom komentar Instagram Hotel Neo+ Kebayoran. Pada unggahan tersebut, pekerja magang *upload* serta memberikan informasi terkait promosi paket Ramadhan untuk berbuka puasa di restoran Hotel Neo+ Kebayoran. Terlihat beberapa *followers* dari Hotel Neo+ Kebayoran menanyakan perihal promo Ramadhan *package* tersebut.

Salah satu cara menaikkan engagement di Instagram Hotel Neo+ Kebayoran yaitu menggunakan *hashtag* secara tepat. Pada cara ini, pekerja magang diarahkan supervisi untuk mengikuti *hashtag* yang sudah menjadi standarisasi Hotel Neo+ Kebayoran di tiap harinya. Di antara nya *#StayAtArchipelago*, *#StayAtNEO*, *#NEOKebayoran*, dan sebagainya. Pada *hashtag-hashtag* tersebut, Hotel Neo+ Kebayoran selalu menggunakan ketiga *hashtag* tersebut disetiap konten yang di *upload* di Instagram. Hal ini membuat Hotel Neo+ Kebayoran aktif dalam menaikkan *engagement* Instagram untuk menambah *followers* nya di Instagram.

neokebayoran The best service we will provide to you



#StayAtArchipelago
#StayAtNEO
#ArchipelagoUpdate
#NEOUpdate
#NEOkebayoran

Sumber: (Instagram Neo+ Kebayoran, 2022)

Gambar 3.5 Contoh Hashtag Hotel Neo+ Kebayoran

Pada gambar 3.5, merupakan contoh dari hashtag yang dipakai oleh Hotel Neo+ Kebayoran guna untuk memberikan informasi di tiap hashtag nya terkait konten yang di upload ke Instagram Hotel Neo+ Kebayoran.

Dalam implementasi kerja magang dengan perkuliahan, pekerja magang menemukan gap dari supervisi yang tidak terlalu memfokuskan pekerja magang untuk selalu menaikkan *engagement*, melainkan hanya difokus kan untuk membuat konten berupa foto dan video. Yang dimana hal tersebut sangat penting untuk mengembangkan *skill* dari apa yang pekerja magang sudah dapatkan dari perkuliahan untuk mengembangkannya di dunia kerja.

3.2.2.2. Content Marketing

Content Marketing merupakan suatu pemasaran dengan cara menggunakan berbagai macam jenis konten baik dari tulisan, gambar, video, maupun suara. Konten yang bisa digunakan untuk memasarkannya tidak hanya pada dunia digital, melainkan media konvensional seperti, baliho, poster ataupun brosur bisa dimanfaatkan untuk membuat (Ayunindya, 2022). *Content Marketing* adalah suatu strategi pemasaran yang terdiri dari pembuatan, pengumpulan atau penyeleksian, penguatan konten, dan pendistribusian yang dibuat secara menarik serta signifikan yang guna untuk khalayak (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2017, p. 121).

Dalam uraian kerja magang *content marketing* ini, selama 14 minggu pekerja magang membuat penyusunan dalam konten yang sudah di tentukan atau

terdapat standarisasi dari Archipelago International, yang dimana pada hari Senin pekerja magang membuat konten dengan tema kamar, hari Selasa membuat konten makanan dan minuman dari Hotel Neo+ Kebayoran, hari Rabu acara-acara yang diselenggarakan di Hotel Neo+ Kebayoran seperti acara pernikahan, acara pelatihan maupun *social event*, lalu di hari Kamis konten fasilitas dari Hotel Neo+ Kebayoran diantaranya kolam renang, gym, spa, dan *garden*, dan di hari Jumat berupa *special content*. Pekerja magang diarahkan untuk membuat konten-konten untuk Instagram *feeds* dan Instagram *story*. Pada konten-konten tersebut, pekerja magang membuat desain berupa poster dan video. Selain itu, pekerja magang juga mencari referensi dari Instagram dan Pinterest untuk memperbanyak ide saat pengerjaan suatu konten. Pekerja magang juga melakukan analisis terhadap kompetitor yang bertujuan untuk membuat kebaruan konten serta menghindari plagiarisme.

Saat sudah menemukan satu referensi, pekerja magang dan supervisi berdiskusi bersama untuk menentukan konten mana yang akan digunakan. Setelah itu, pekerja magang mulai membuat konten tersebut dengan menggunakan aplikasi Canva. Supervisi juga memberikan referensi warna yang sesuai dengan standar dari semua Hotel Neo yaitu merah dan hitam. Lalu, pekerja magang mulai mengerjakan konten tersebut dengan melihat referensi dari pinterest dan memberi tahu ke supervisi bahwa kontennya sudah selesai dan di upload ke Instagram Hotel Neo+ Kebayoran. Berikut salah satu contoh konten yang telah dibuat oleh pekerja magang.

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Sumber: (Dokumen Pribadi, 2022)

Gambar 3.6 Konten Instagram Story Hotel Neo+ Kebayoran

Pada gambar 3.6 diatas, konten tersebut menjelaskan bahwa Hotel Neo+ Kebayoran menawarkan harga promo yang berjudul *Staycation Offer* yang memainkan warna antara merah dengan hitam.

Selain membuat pemasaran konten di media sosial Instagram, pekerja magang juga diarahkan untuk membuat pemasaran konten berupa *flyer* yang akan disebarakan untuk perusahaan-perusahaan lain. Hal ini ditujukan untuk mempromosikan Hotel Neo+ Kebayoran ketika perusahaan tersebut ingin mengadakan acara atau melakukan *meeting*.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Sumber: (Dokumen Pribadi, 2022)

Gambar 3.7 Flyer Tampah Hotel Neo+ Kebayoran

Gambar 3.7 diatas merupakan desain *flyer* pada saat bulan puasa lalu. Pekerja magang membuat desain tersebut sesuai dari arahan supervisi, mulai dari foto makanan, font yang digunakan, dan *background image* yang sudah diberikan oleh Archipelago. Namun *flyer* tersebut juga tetap di *upload* ke Instagram dengan tujuan untuk tetap memberi tahu orang lain bahwa Hotel Neo+ Kebayoran mengadakan acara buka bersama untuk keluarga serta teman-teman.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Sumber: (Dokumen Pribadi, 2022)
Gambar 3.8 Contoh Konten Instagram Feeds

Selain Instagram *story*, pekerja magang juga membuat konten untuk Instagram *feeds*. Gambar 3.8 merupakan salah satu contoh konten Instagram *feeds* yang pekerja magang buat secara *brainstorming* mandiri. Pekerja magang mengutarakan pendapat ke supervisi untuk membuat konten *games* di Instagram *feeds* untuk membangun interaksi bersama orang lain dari kolom komen. Konten ini berartikan mencari kata dari “Neo Plus Hotel Kebayoran” yang mana disajikan seperti permainan teka teki silang.

Pekerja menemukan gap atau ketidaksesuaian antara konsep dengan kerja nyata. Pada kerja nyata, pekerja magang diminta untuk mendesain semacam buku menu yang dimana buku menu tersebut bukan bagian dari *content marketing*. Lalu pekerja magang juga ikut andil dalam menyebarkan *flyer* sehingga hal tersebut tidak ada kaitannya dengan *content marketing*.

3.2.2.3. *Copywriting*

Dalam implementasi kerja magang, pekerja magang diberikan arahan dari supervisi untuk membuat *caption* di setiap konten unggahan Instagram Hotel Neo+ Kebayoran. pekerja magang hanya menggunakan *copywriting* tersebut untuk

membuat *caption* pada *feeds* di media sosial serta *caption* pada desain di poster atau konten Hotel Neo+ Kebayoran. *Copywriting* ini guna untuk menambah informasi pada konten yang diunggah di Instagram Hotel Neo+ Kebayoran. Pekerja magang mencari referensi dari internet terkait dengan *caption* yang menarik untuk di media sosial, lalu pekerja magang memberikan *caption* kepada supervisi untuk meminta persetujuan dari apa yang sudah pekerja magang buat. Namun tidak selalu diarahkan untuk membuat *caption* karena pekerja magang hanya berfokus di konten media sosial. Berikut adalah salah satu contoh *copywriting* yang ada di konten Instagram *feeds* beserta dengan *caption* nya.



Sumber: (Instagram Hotel Neo+ Kebayoran, 2022)

Gambar 3.9 Contoh Konten Instagram Feeds

Gambar 3.9 menunjukkan bahwa ada dua pekerjaan yang pekerja magang telah buat, yang pertama pekerja magang membuat konten “*Which one’s your favorite facility*” konten tersebut terdapat *copywriting* untuk menanyakan kepada

orang yang *follow* Instagram Hotel Neo+ Kebayoran. Lalu yang kedua adalah *caption* untuk posting di media sosial Instagram. *Copy* tersebut mengajak atau membujuk orang-orang untuk ikut berpartisipasi di kolom komentar.

3.2.3. Kendala yang Ditemukan

Selama melaksanakan praktik kerja magang di Hotel Neo + Kebayoran, pekerja magang sebagai social media marketing menemukan beberapa kendala di antaranya:

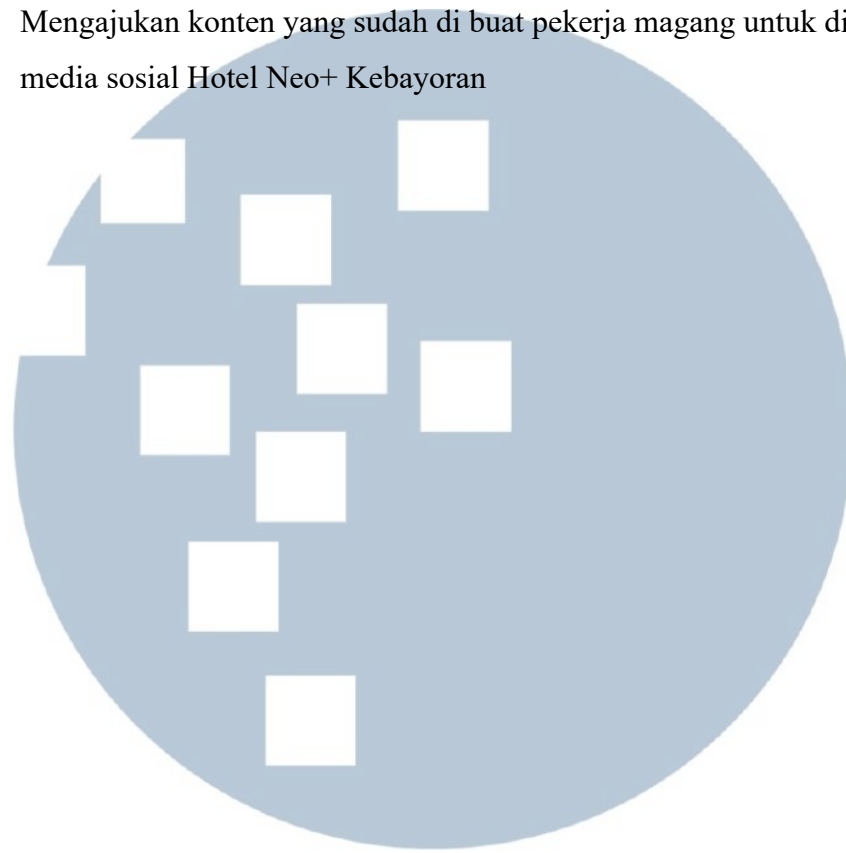
1. Sedikit kesulitan dalam membuat suatu konten untuk media sosial Hotel Neo+ Kebayoran, karena di perkuliahan tidak diajarkan cara membuat konten yang baik dan benar seperti apa, melainkan hanya sebatas pembelajaran warna dan design saja.
2. Adanya perbedaan pendapat dalam menentukan konten dan caption saat berunding dengan pembimbing lapangan. Hal tersebut membuat pekerja magang tidak percaya diri ketika membuat konten serta caption.
3. Pekerja magang telah membuat banyak konten untuk kebutuhan media sosial Hotel Neo+ Kebayoran, namun tidak semua konten yang sudah di buat oleh pekerja magang di upload untuk media sosial.

3.2.4. Solusi dari Kendala yang Ditemukan

Adapun solusi terhadap kendala yang dialami pekerja magang selama pelaksanaan praktik kerja magang di Hotel Neo+ Kebayoran sebagai social media marketing, diantaranya:

1. Mempelajari lebih dalam tentang membuat suatu konten serta meminta masukan kepada pembimbing lapangan untuk mengembangkan kualitas konten yang akan di posting.
2. Mencoba untuk menentukan keputusan sendiri untuk memilih konten atau desain yang menarik perhatian pelanggan untuk menaikkan engagement di media sosial.

3. Mengajukan konten yang sudah di buat pekerja magang untuk di posting media sosial Hotel Neo+ Kebayoran



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA