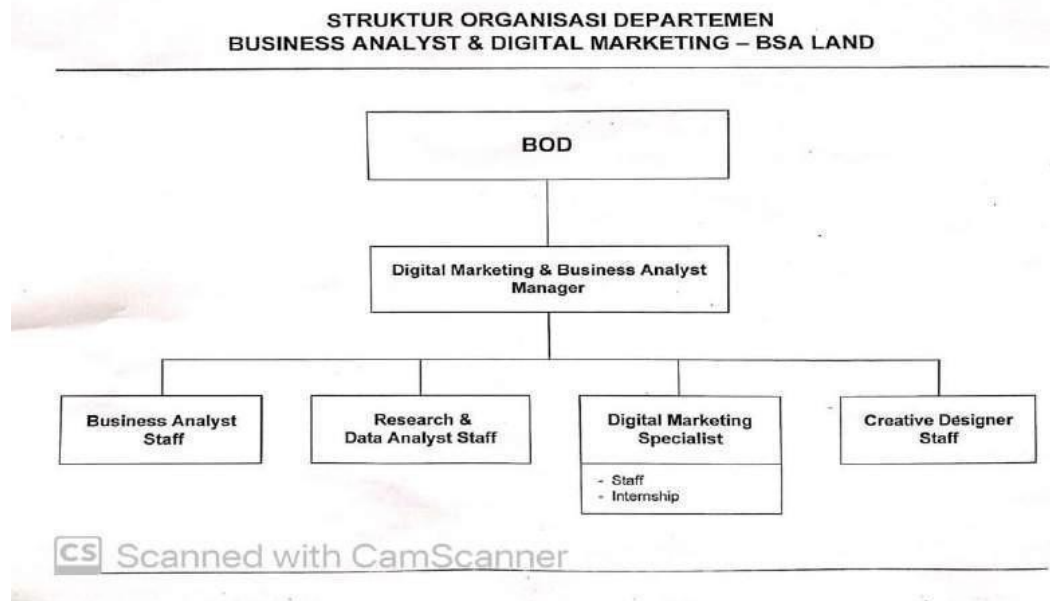


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Bagan Struktur Organisasi Departemen *Digital Marketing*

Sumber : Data Perusahaan (2023)

Penulis melakukan praktik kerja magang di kantor pusat BSA Land yang berlokasi di BSD City, Ruko Golden Madrid 1, Jl. Letnan Sutopo No.26, Rw. Mekar Jaya, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Pelaksanaan praktik kerja magang, dimulai pada tanggal 02 Januari 2023 sampai dengan 31 Juni 2023. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis ditempatkan pada divisi *Digital Marketing*, yang dipimpin oleh Bapak Tommy Saachi sebagai *Digital Marketing and Business Analyst Manager* dan Ibu Rosyana sebagai *supervisor*, yang berperan untuk memberikan arahan, pengawasan, dan bimbingan kepada penulis selama melakukan praktik kerja magang.

Pada saat melaksanakan praktik kerja magang, penulis memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab dalam berkontribusi terhadap divisi *Digital Marketing* yang berkoordinasi langsung dengan Ibu Karima Sekar, sebagai

Research & Data Analyst Staff, Ibu Rosyana, sebagai *Digital Marketing Specialist Staff*, dan Bapak Andika Laksana, sebagai *Creative Designer Staff*. Penulis diberikan tugas untuk mengelola media sosial BSA Land beserta dengan *project* nya, mulai dari membalas pesan dan merekap data *leads* untuk diberikan kepada *Sales Manager*, *brainstorming* ide konten untuk media sosial, membuat *copywriting* dan caption, *scheduling* dan publikasi konten yang telah dibuat oleh *Creative Designer* ke media sosial, dan membuat iklan di *meta* lalu mencatat *output* dari iklan yang telah ditayangkan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis memiliki tugas dan uraian kerja magang sebagai berikut :

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Dalam melakukan praktik kerja magang selama 6 bulan, penulis telah berkontribusi sebagai *Digital Marketing Intern* pada BSA Land. Berikut merupakan tabel 3.2.1 yang berisi rincian dan tugas yang telah dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang di BSA Land berlangsung.

Tabel 3.1 Tugas yang Dilakukan Oleh Penulis

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi
1.	<i>Social Media Admin</i>	Membalas pesan <i>leads</i> melalui media sosial, seperti <i>WhatsApp</i> , <i>Instagram</i> , <i>Facebook</i> . dan <i>Tiktok</i> . Kemudian merekap data <i>leads</i> yang akan di input kedalam sistem <i>sales</i>	<i>Research & Data Analyst</i>	(Rutin) Setiap hari selama praktik kerja magang berlangsung.

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi
		<i>candy, agar leads dapat terhubung dengan salesinhouse.</i>		
2.	Mengecek Pinhome dan Rumah.com	Mendata leads yang berasal dari aplikasi Pinhome dan Rumah.com di <i>Google Sheets</i>	<i>Research & Data Analyst</i>	(Rutin) Setiap hari selama praktik kerja magang berlangsung.
3.	Mengecek <i>Google Business Profile</i> semua <i>project</i>	Merekap data <i>leads</i> yang berasal dari <i>Google Business Profile</i> , serta memastikan <i>review</i> dan komplain yang diberikan oleh konsumen terjawab dan tidak ada yang terlewat.	<i>Research & Data Analyst</i>	(Rutin) Setiap hari selama praktik kerja magang berlangsung.
4.	<i>Brainstorming</i> konten, dan membuat <i>copyvisual content</i> .	Mencari referensi ide konten untuk media sosial, lalu membuat <i>copyvisual content</i> yang kemudian diberikan kepada <i>Creative Designer</i> untuk dibuatkan <i>visual</i> kontennya.	<i>Creative Designer</i>	(Rutin) Setiap 2x dalam seminggu.

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi
		<i>candy</i> , agar <i>leads</i> dapat terhubung dengan <i>salesinhouse</i> .		
5.	Membuat <i>copywriting</i> atau <i>caption</i>	Ketika visual konten telah jadi, maka penulis harus membuat <i>copywriting</i> atau <i>caption</i> yang menarik, sebelum diunggah ke media sosial agar pesan yang ingin disampaikan dapat terpenuhi serta membuat konsumen tertarik dengan <i>product</i> yang ditawarkan.	<i>Creative Designer</i>	(Rutin) Setiap 2x dalam seminggu.
6.	<i>Scheduling</i> dan publikasi konten	Menjadwalkan konten yang ingin di post sesuai dengan tanggal yang telah ditentukan, atau langsung mempublikasikannya ke media sosial menggunakan <i>Meta Business Suite</i> .	<i>Creative Designer</i>	(Rutin) Setiap 2x dalam seminggu.

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi
7.	Membuat iklan menggunakan <i>Meta Ads Manager</i>	Untuk mendapatkan data <i>leads</i> dari iklan yang ditayangkan ketika audiens mengklik iklan yang sedang tayang.	<i>Digital Marketing Specialist</i>	(Rutin) Setiap 1x dalam sebulan
8.	Merekap hasil atau <i>output</i> dari iklan yang telah ditayangkan	Untuk mengetahui <i>insight</i> dari iklan yang telah ditayangkan. Agar dapat mengetahui hasil dari iklan yang telah tayang.	<i>Digital Marketing Specialist</i>	(Rutin) Setiap 1x dalam sebulan
9.	<i>Script Writer</i> untuk keperluan	Bertujuan agar talent dapat memahami spesifikasi rumah dan <i>product knowledge</i> sebelum proses shooting dilakukan.	<i>Digital Marketing Specialist, Creative Designer</i>	(Rutin) Setiap 1x dalam seminggu
10.	Menjadi talent untuk house tour project rumah atau <i>product knowledge</i>	Untuk mempromosikan bisnis, video <i>house tour</i> tersebut akan dijadikan konten lalu di iklankan untuk mendapatkan data <i>leads</i> .	<i>Digital Marketing Specialist, Creative Designer</i>	(Rutin) Setiap 1x dalam dua minggu

No	Pekerjaan	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi
11.	Merekap <i>invoice</i> atau <i>billing Meta Ads & GoogleAds</i>	Mencatat dan mengetahui laporan pemakaian kartu kredit <i>Digital Marketing</i> untuk keperluan iklan.	<i>Digital Marketing Specialist</i>	(Rutin) 1x dalam sebulan
12.	Mengatur <i>back end website</i> menggunakan <i>Wordpress</i>	Mengganti <i>Banner</i> atau <i>Landing Page</i> dan <i>Copywriting website</i> melalui <i>Wordpress (Backend website)</i> .	<i>Digital Marketing Specialist</i>	(Tidak rutin) Sesuai dengan arahan koordinator

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan kerja magang penulis memiliki uraian tugas magang sebagai berikut:

3.2.2.1 Social Media Admin

Penulis bertanggung jawab untuk mengelola akun media sosial BSA Land beserta dengan *project* nya, yaitu *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Tiktok*. Penulis bertugas untuk menjawab pesan *leads* yang terdapat di *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Tiktok*, kemudian penulis harus merekap data *leads* yang didapat dari media sosial di *Google Sheets*. Kemudian koordinator akan menarik data di *Google Sheets* dan diberikan kepada *Sales Manager* atau di input ke website *sales candy*. *Sales Candy* merupakan sebuah website yang berfungsi untuk memastikan bahwa setiap pertanyaan yang akan ditanggapi berada dalam satu wadah dan selanjutnya ditindaklanjuti oleh tim penjualan atau *sales marketing*, lalu *sales candy* juga berfungsi agar perusahaan memiliki data yang akurat dan transparan yang akan sangat membantu perusahaan untuk mengetahui iklan mana yang lebih memberikan hasil terbaik bukan berdasarkan jumlah prospek, namun berdasarkan jumlah keseluruhan, tanpa perlu menggabungkan data secara manual. Jadi, BSA Land menggunakan *website* ini untuk membantu memudahkan penjualan dan bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Masih berkaitan dengan sosial media admin, penulis juga harus memastikan komentar dan pesan terjawab semua tanpa ada yang terlewat. Penulis memiliki tanggung jawab untuk menangani komplain yang terdapat di media sosial agar terjawab semua. Penulis melakukan pekerjaan ini setiap hari selama masa praktik kerja magang berlangsung, yang di koordinator langsung dengan Ibu Karima Sekar, sebagai *Research & Data Analyst Staff*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, hasil yang didapat adalah penulis mempelajari cara merespon dan menghadapi konsumen

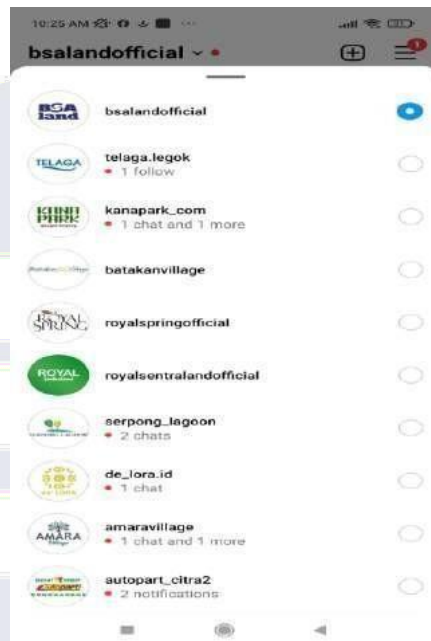
yang bertanya, berkomentar, dan memberikan komplain. Penulis harus lebih cekatan dan teliti dalam membalas pesan, komentar, dan complain karena termasuk kedalam hal yang krusial jika terjadi kesalahan dalam menjawab. Selain itu, penulis juga mempelajari cara *problem solving* terutama ketika menangani *complain* yang menjadi tanggung jawab penulis.



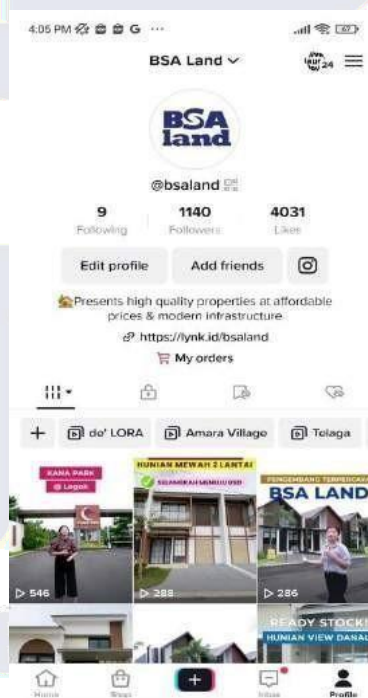
Gambar 3.2 Facebook BSA Land & Project Residensial

Sumber : Data Perusahaan (2023)

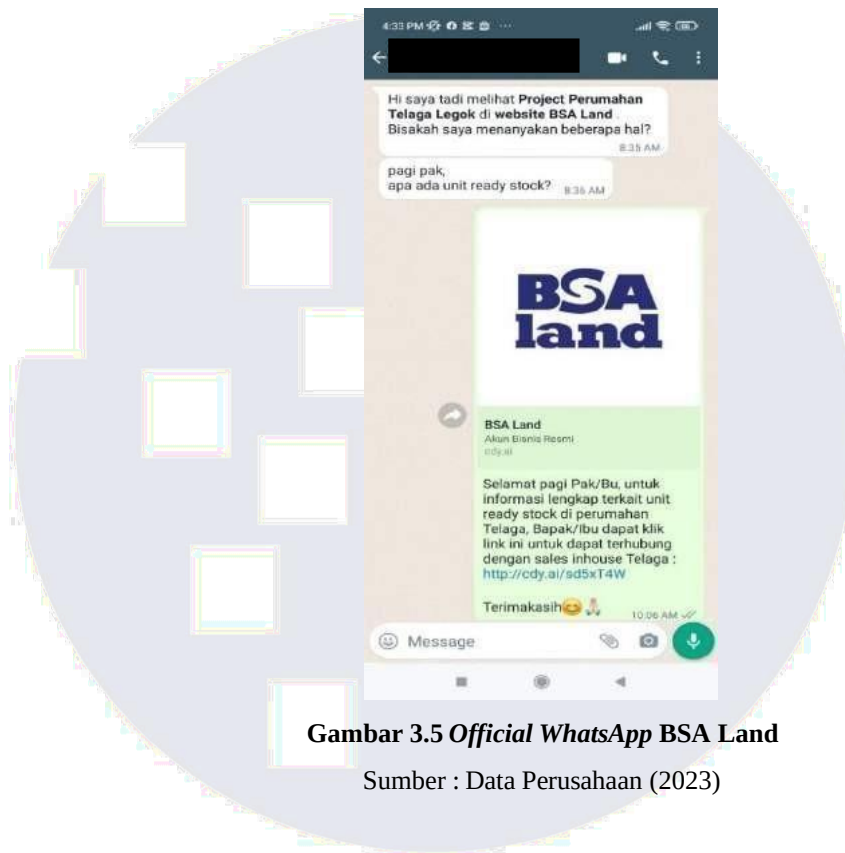
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.3 Instagram BSA Land & Project Resensial
 Sumber : Data Perusahaan (2023)



Gambar 3.4 Akun Tiktok BSA Land
 Sumber : Data Perusahaan (2023)



Gambar 3.5 Official WhatsApp BSA Land

Sumber : Data Perusahaan (2023)

Leads of Other Project by BSA Account

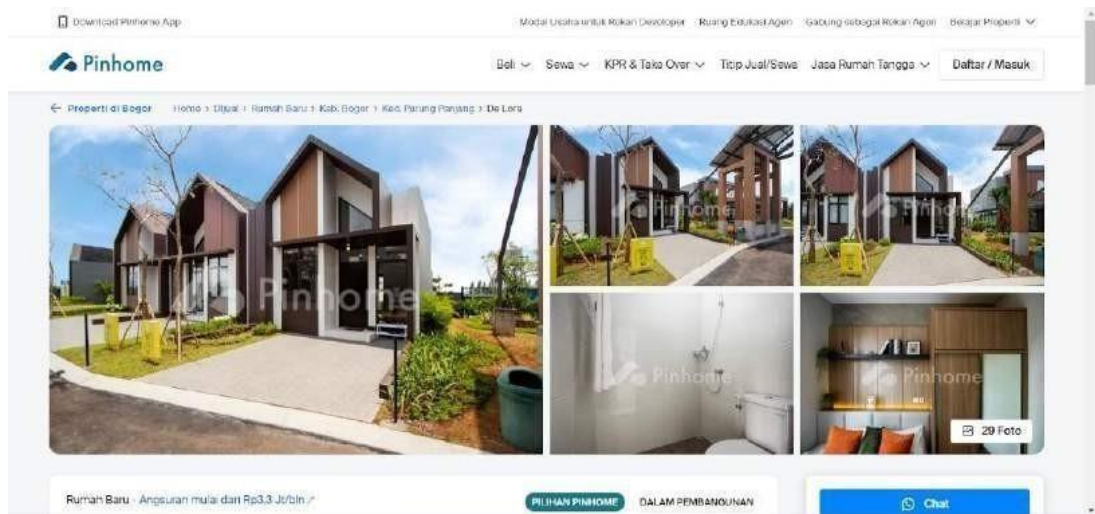
No	Date	Lead Source	Project	Name	Phone	Email	Info	Remarks
1	12/6/2022	Website BSA Land	Sentraland	Denny V. Anggara				
2	12/6/2022	Website BSA Land	Amara Village	Denny V. Anggara				
3	12/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Aditya				
4	13/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Jehrold				
5	15/6/2022	Website BSA Land	Amara Village	Awangmuly				
6	16/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Sufian				
7	16/6/2022	Profile IG BSA Land	Amara Village	Rendi Kusuma				
8	17/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Boulevard	Ricky				
9	17/6/2022	Profile IG BSA Land	Telaga	Granada				
10	17/6/2022	Profile IG BSA Land	Kana Park	Granada				
11	17/6/2022	Website BSA Land	Sentraland	Doby				
12	17/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Rusky Pratomo				
13	17/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Hera Suarna				
14	18/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Intan Permata				
15	20/6/2022	Profile IG BSA Land	Amara Village	Amelia				
16	20/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Ryan Aditya				
17	20/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Boulevard	Fika Fadiah				
18	22/6/2022	Website BSA Land	Telaga	Denny				
19	23/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Amelia Israhite				
20	21/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Boulevard	Hartha				
21	23/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Boulevard	Dan R. Sugandhi				
22	23/6/2022	DM IG BSA Land	Sentraland Paradise	Nayanta				
23	24/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Nadia Farah Afri				
24	24/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Ihsan Saputra				
25	24/6/2022	Website BSA Land	Sentraland Paradise	Fiana				

Gambar 3.6 Penulis merekap data Leads di Google Sheets

Sumber : Data Perusahaan (2023)

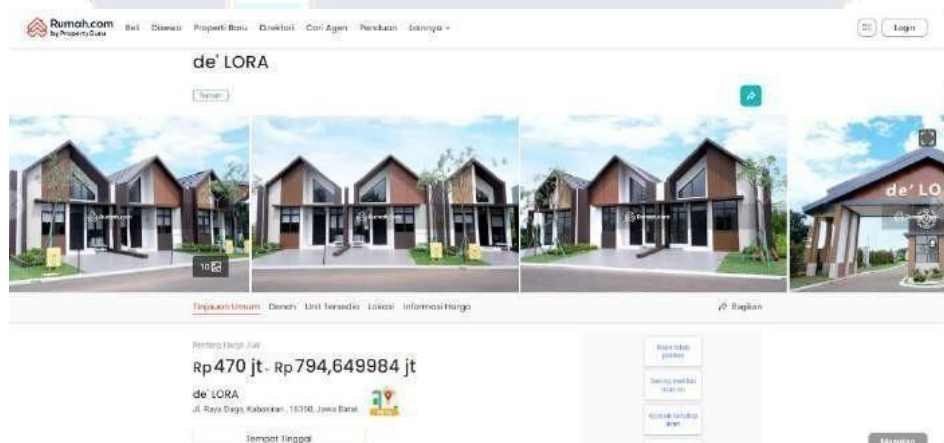
3.2.2.2 Mengecek Aplikasi Pinhome dan Rumah.com

Penulis bertanggung jawab untuk mengecek *leads* dari aplikasi Pinhome dan Rumah.com, yang merupakan aplikasi atau website penyedia jual dan beli *property*. BSA Land memiliki kerja sama dalam hal listing properti dengan rumah.com dan juga Pinhome, project yang dipasarkan di kedua website adalah perumahan de' LORA yang berlokasi di Parung Panjang. Harapannya dengan memasang listing di kedua platform adalah untuk mendapatkan data *leads*, terutama *leads* yang berpotensi menjadi pembeli, karena aplikasi tersebut juga sesuai dengan target, yaitu orang yang sedang mencari-cari *property* seperti rumah ataupun ruko. Dengan begitu, penulis memiliki tugas untuk mengecek kedua aplikasi tersebut yang bertujuan untuk melihat apakah ada data *leads* yang masuk dari kedua aplikasi tersebut. Jika terdapat data *leads* yang tertarik dan masuk, maka penulis harus mendata di *Google Sheets*. Dalam melakukan tugas ini, penulis berkoordinasi langsung dengan Ibu Karima Sekar, sebagai *Research & Data Analyst Staff*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, hasil yang didapat adalah penulis mempelajari cara merekap *leads* melalui aplikasi Pinhome dan Rumah.com dengan cermat dan teliti.



Gambar 3.7 Listing Perumahan de' LORA di Platform Pinhome

Sumber : Data Perusahaan (2023)



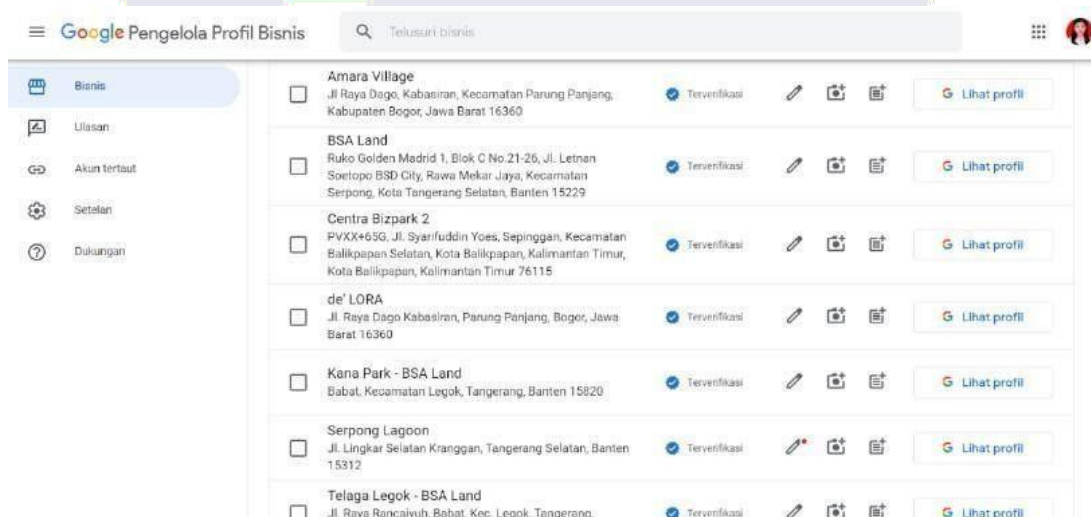
Gambar 3.8 Listing Perumahan de' LORA di Platform Rumah.com

Sumber : Data Perusahaan (2023)

3.2.2.3 Mengecek Google Business Profile semua project

Penulis bertanggung jawab untuk mengecek Google Business Profile BSA Land beserta dengan seluruh project secara rutin, mulai dari pesan, google review, dan komplain. Google Business Profile merupakan sebuah tools yang berguna untuk menampilkan sebuah bisnis di google yang bertujuan untuk menjangkau pelanggan, agar pelanggan mengetahui informasi mengenai bisnis yang ditampilkan. Penulis juga bertanggung jawab

untuk membalas semua pesan *leads*, memastikan pesan terjawab semua, merekap data *leads* yang berasal dari *Google Business Profile*, menjawab semua *review* dari seluruh *project*, dan memastikan komplain tercatat dan terjawab dengan baik dan tepat. Dengan demikian, penulis juga harus mengecek *Google Business Profile* ini setiap hari agar tidak ada *leads* yang terlewat atau tidak terdata, sesuai dengan arahan koordinator, yaitu Ibu Karima Sekar, sebagai *Research & Data Analyst Staff*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, penulis mempelajari cara merespon dan menghadapi konsumen yang bertanya, berkomentar, dan memberikan komplain.



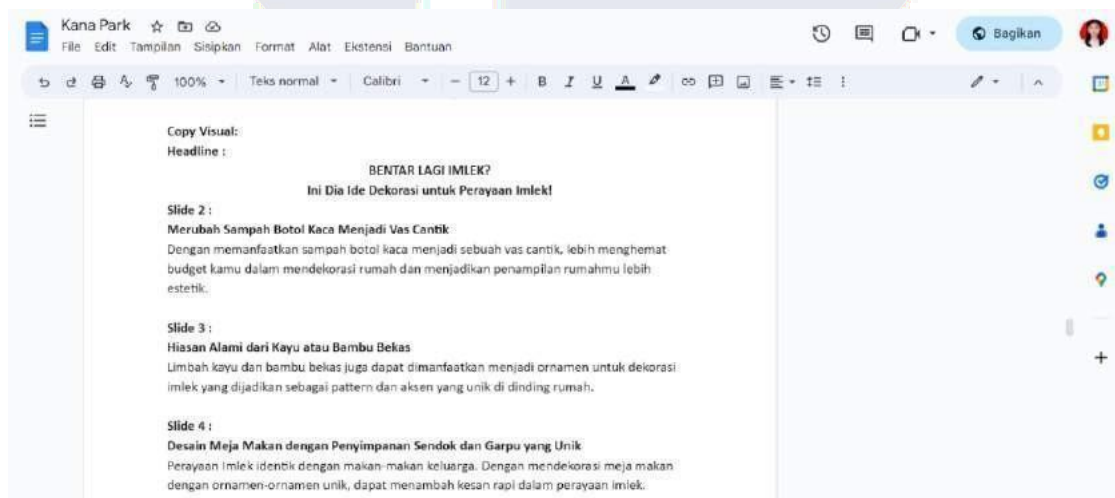
Gambar 3.9 Google Business Profile BSA Land dan Project

Sumber : Data Perusahaan (2023)

3.2.2.4 Brainstorming Ide Konten dan Membuat Copy Visual Konten

Untuk melakukan posting konten secara rutin, penulis melakukan *brainstorming* ide konten dan mencari referensi konten yang tepat terlebih dahulu sebelum di *posting*. Ketika penulis sudah menemukan ide konten yang tepat, maka penulis akan memulai untuk membuat *copy visual* konten. Biasanya, referensi konten yang dicari adalah konten organik yang dijadikan sebagai konten rutin,

lalu penulis juga mencari referensi konten video *house tour*, dimana berisi tentang product knowledge mengenai produk BSA Land atau konten ucapan hari raya, seperti Hari Lahir Pancasila, *Good Friday*, *Vesak Day*, dan sebagainya. Ketika *copy visual* telah jadi, maka *Creative Designer* akan mengedit *visual* nya, yang kemudian ketika *visual* konten telah jadi, *Creative Designer* akan menaruh konten dan link *visual* konten di *Content Calendar* untuk dijadwalkan kapan konten tersebut harus *diposting* oleh penulis. Penulis bertanggung jawab untuk melakukan tugas ini setiap 2x dalam seminggu, yang di koordinasikan langsung oleh Bapak Andika Laksana, sebagai *Creative Designer*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, penulis belajar menuangkan ide untuk menjadi sebuah konten, belajar memilah konten yang baik.



Gambar 3.10 Copy Visual Konten
 Sumber : Data Perusahaan (2023)

UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA



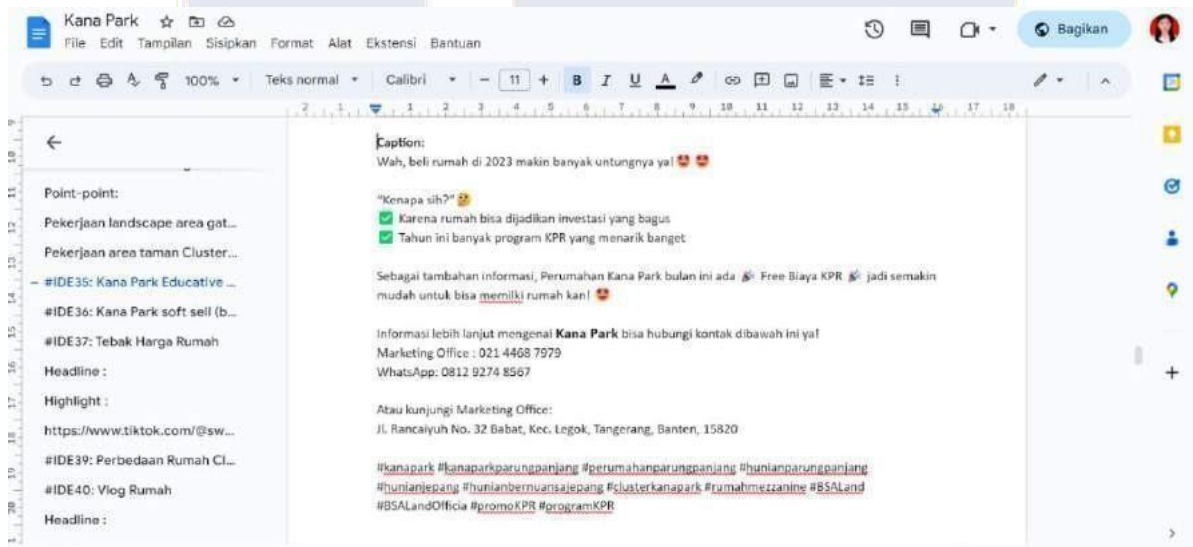
Gambar 3.11 Contoh Visual Konten Ucapan Hari Raya

Sumber : Data Perusahaan (2023)

3.2.2.5 Membuat *Copywriting* dan *Caption* untuk media sosial

Penulis bertanggung jawab untuk mengelola seluruh media sosial BSA Land beserta *project* nya. Salah satu tugas penulis adalah memposting konten rutin. Dengan begitu, sebelum penulis memposting konten, penulis juga harus membuat *copywriting* atau *caption* sebelum memposting konten yang akan diunggah sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Dalam membuat *copywriting* atau *caption*, penulis juga perlu memperhatikan beberapa hal, seperti gaya bahasa. Gaya bahasa yang dipakai harus formal namun tetap harus menarik perhatian audiens atau *followers*, agar tertarik dengan isi konten tersebut. Selain itu, isi *caption* juga harus memiliki *search engine*. *Search engine* merupakan sebuah program yang membantu pengguna untuk menemukan sebuah informasi yang tersedia hanya

memasukkan kata kunci. Jadi, penulis harus menyisipkan kata kunci yang relevan dengan isi konten, agar ketika pengguna mencari kata kunci rumah atau sebagainya yang sesuai dengan kata kunci, akun media sosial BSA Land ataupun project nya dapat muncul di akun pengguna. Dengan begitu, penulis harus memilih kata yang tepat dan sesuai. Penulis bertanggung jawab untuk melakukan tugas ini setiap 2x dalam seminggu, yang di koordinasikan langsung oleh Bapak Andika Laksana, sebagai *Creative Designer*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, Penulis belajar untuk membuat teknik penulisan yang baik, seperti pemilihan gaya bahasa yang sopan.



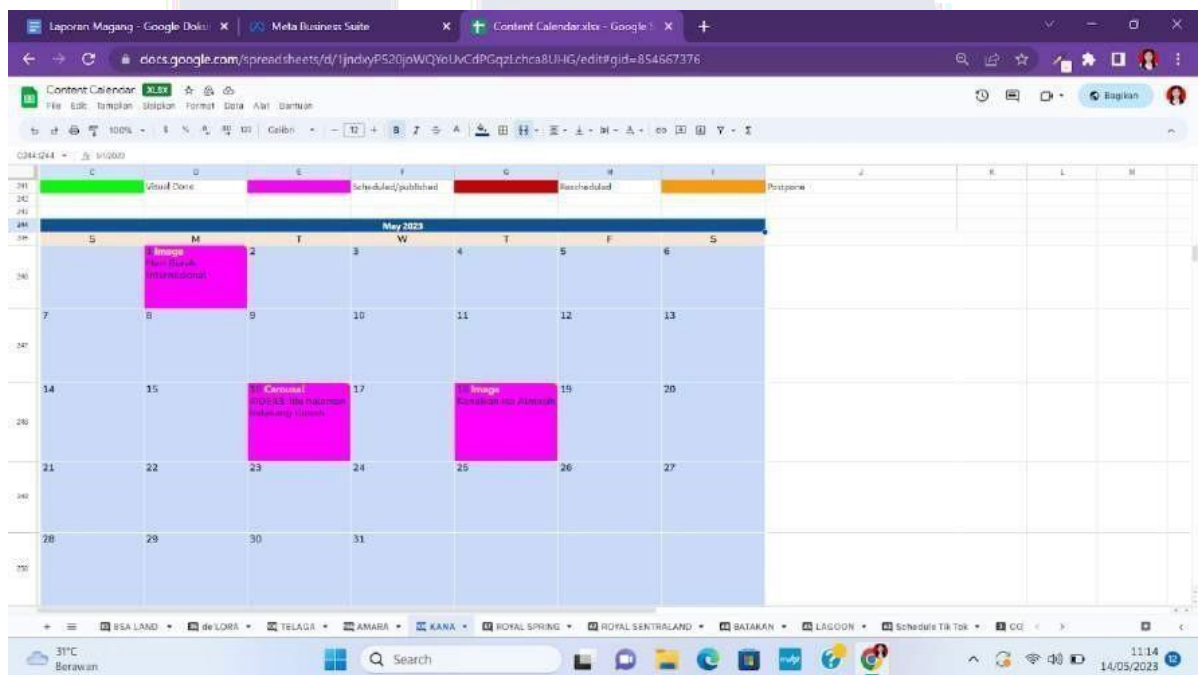
Gambar 3.12 Copywriting atau caption untuk posting konten

Sumber : Data Perusahaan (2023)

3.2.2.6 Scheduling dan Publikasi Konten

Setelah konten telah dijadwalkan di *content calendar* oleh *Creative Designer*, dan *caption* dari konten yang ingin di posting telah tersedia, maka penulis sudah dapat memulai untuk *scheduling* dan publikasi konten menggunakan *content planner* di *Meta Business Suite*. *Scheduling* berfungsi agar konten dapat terposting secara otomatis pada tanggal yang telah ditentukan, jadi penulis

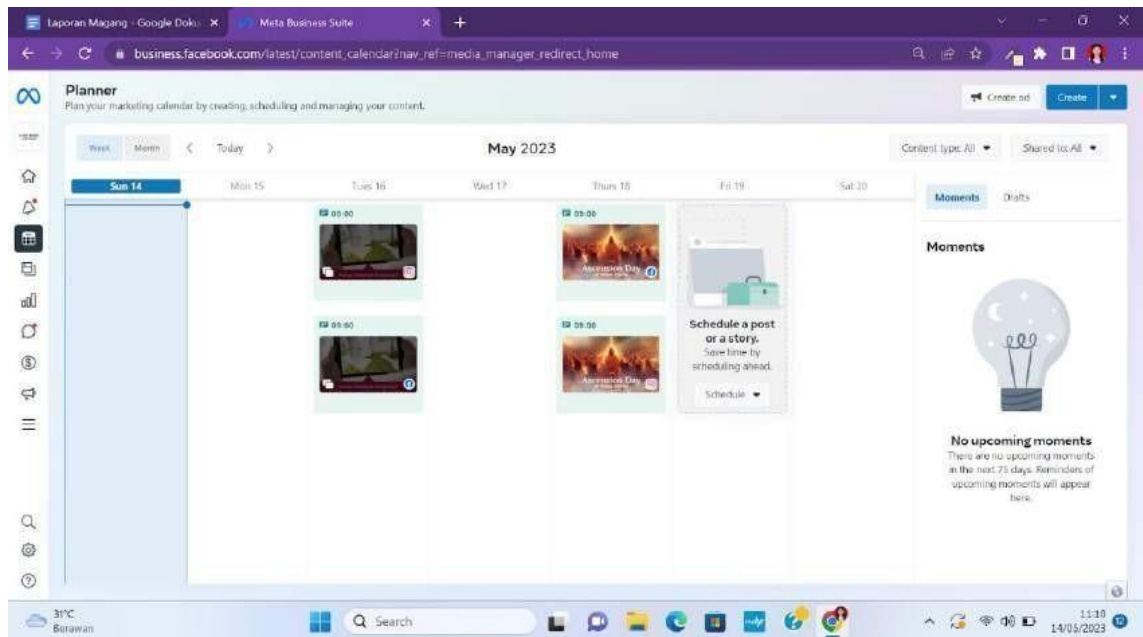
tidak perlu lagi untuk memposting secara langsung. Penulis bertanggung jawab untuk melakukan tugas ini setiap 2x dalam seminggu, yang di koordinasikan langsung oleh Bapak Andika Laksana, sebagai *Creative Designer*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, penulis belajar cara *schedule* konten di platform Meta Business Suite, agar lebih memudahkan penulis untuk memposting konten.



Gambar 3.13 Content Calendar

Sumber : Data Perusahaan (2023)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

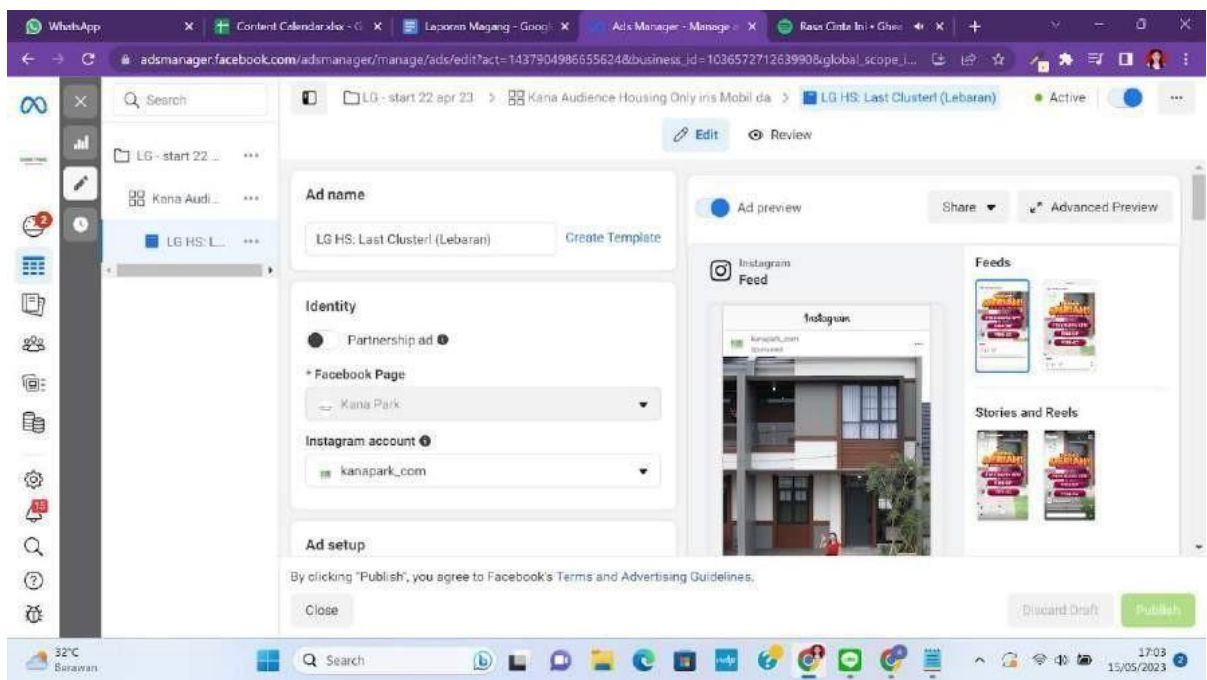


Gambar 3.14 Content Planner di Meta Business Suite

Sumber : Data Perusahaan (2023)

3.2.2.7 Membuat iklan menggunakan Meta Ads Manager

Terkait dengan penjualan menggunakan media digital, maka tim *Digital Marketing* selalu melakukan iklan melalui media sosial secara rutin, yang bertujuan untuk menjangkau lebih banyak audiens, sehingga dapat menghasilkan leads yang berguna untuk penjualan produk BSA Land. *Meta Ads Manager* merupakan platform yang digunakan untuk beriklan di media sosial. Beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh penulis sebelum membuat iklan adalah menentukan konten yang menarik untuk diiklankan, membuat headline yang menarik agar membuat audiens penasaran terhadap iklan yang sedang ditayangkan, dan menentukan target audiens yang sesuai agar tepat sasaran dan menghasilkan *leads* yang sesuai target agar tidak membuat budget yang telah ditetapkan. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, penulis mempelajari cara membuat konten di platform *Meta Ads Manager*.



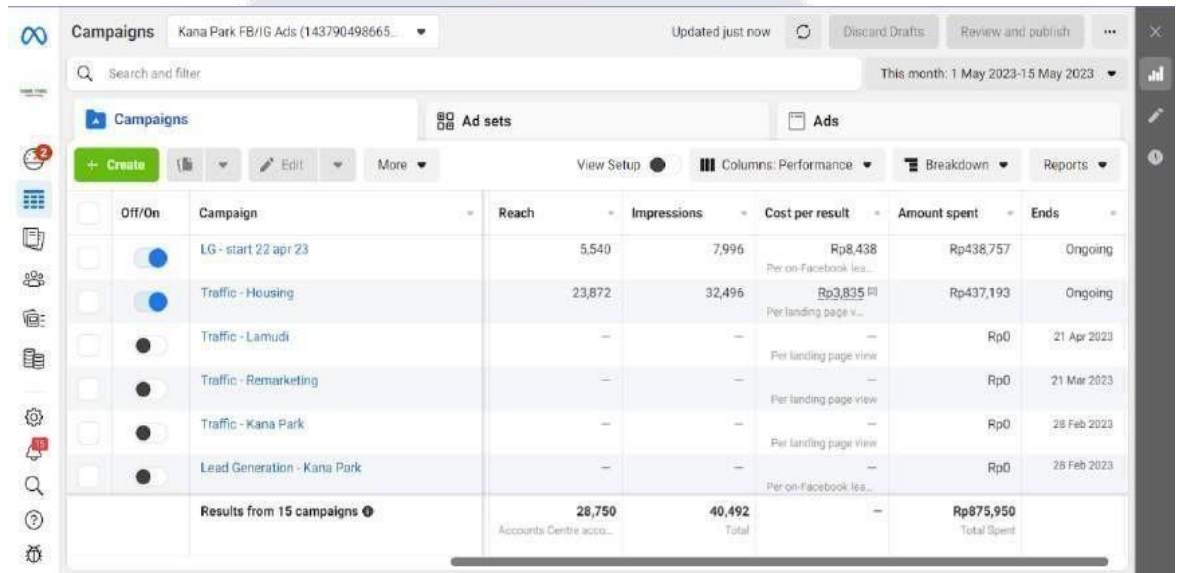
Gambar 3.15 Membuat iklan di Meta Ads Manager

Sumber : Data Perusahaan, 2023

3.2.2.8 Merekap hasil atau *output* dari iklan yang telah ditayangkan

Setelah iklan berhasil ditayangkan, penulis kemudian merekap hasil atau *output* dari iklan tersebut dengan cara men *tracking insight* pada platform *Meta Ads Manager*. Tracking iklan ini berguna untuk mendapatkan informasi yang sesuai dan akurat agar dapat menjadi tolak ukur dan memperbaiki strategi pemasaran untuk mencapai target konsumen yang lebih efektif, terutama dalam membuat keputusan yang lebih bijak untuk mengalokasikan anggaran iklan. Karena dengan mengetahui insight, divisi *Digital Marketing* dapat mengetahui apakah target sudah sesuai, berapa banyak audiens yang tertarik untuk mengklik iklan, dan berapa banyak audiens yang tertarik untuk mengunjungi *landing page project BSA Land*. Penulis melakukan tugas ini setiap 1x dalam sebulan yang dikoordinator langsung dengan Ibu Rosyana, sebagai *Digital Marketing Staff*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan

ini, penulis mempelajari cara melihat dan membaca *insight* iklan, serta mengerti cara merekap hasil dari iklan yang telah ditayangkan.

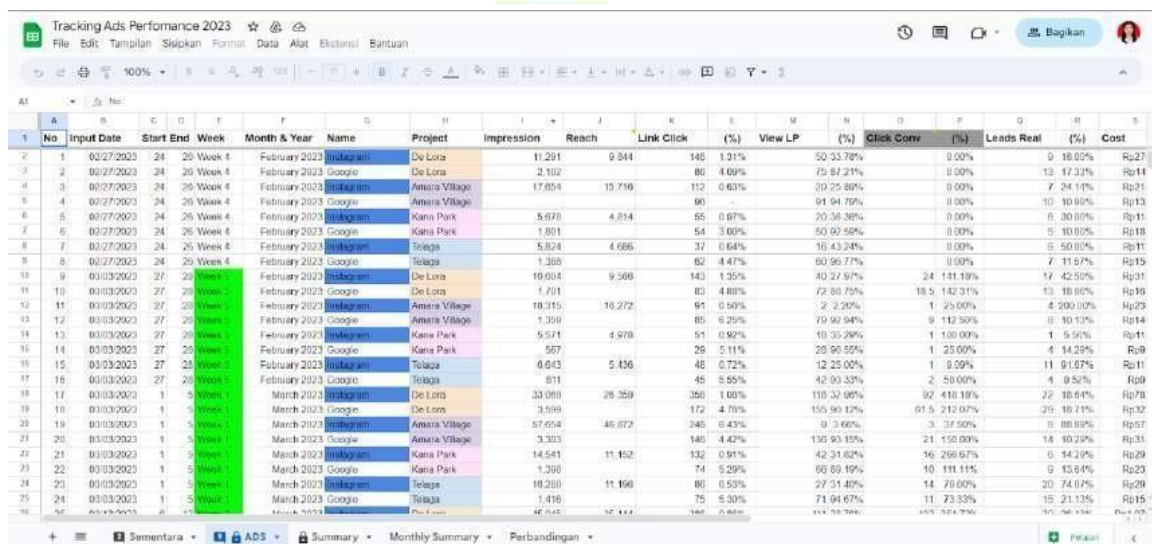


The screenshot shows the Meta Ads Manager interface. At the top, there's a search bar and filters for 'This month: 1 May 2023-15 May 2023'. Below, a table lists various campaigns and ad sets. The table has columns for 'Off/On', 'Campaign', 'Reach', 'Impressions', 'Cost per result', 'Amount spent', and 'Ends'. The campaigns listed include 'LG - start 22 apr 23', 'Traffic - Housing', 'Traffic - Lamudi', 'Traffic - Remarketing', 'Traffic - Kana Park', and 'Lead Generation - Kana Park'. A summary row at the bottom shows 'Results from 15 campaigns' with a total reach of 28,750, 40,492 impressions, and a total spend of Rp875,950.

Off/On	Campaign	Reach	Impressions	Cost per result	Amount spent	Ends
☒	LG - start 22 apr 23	5,540	7,996	Rp8,438	Rp438,757	Ongoing
☒	Traffic - Housing	23,872	32,496	Rp3,835	Rp437,193	Ongoing
☐	Traffic - Lamudi	—	—	—	Rp0	21 Apr 2023
☐	Traffic - Remarketing	—	—	—	Rp0	21 Mar 2023
☐	Traffic - Kana Park	—	—	—	Rp0	28 Feb 2023
☐	Lead Generation - Kana Park	—	—	—	Rp0	28 Feb 2023
Results from 15 campaigns		28,750	40,492	—	Rp875,950	

Gambar 3.16 Tracking Iklan di Meta Ads Manager

Sumber : Data Perusahaan (2023)



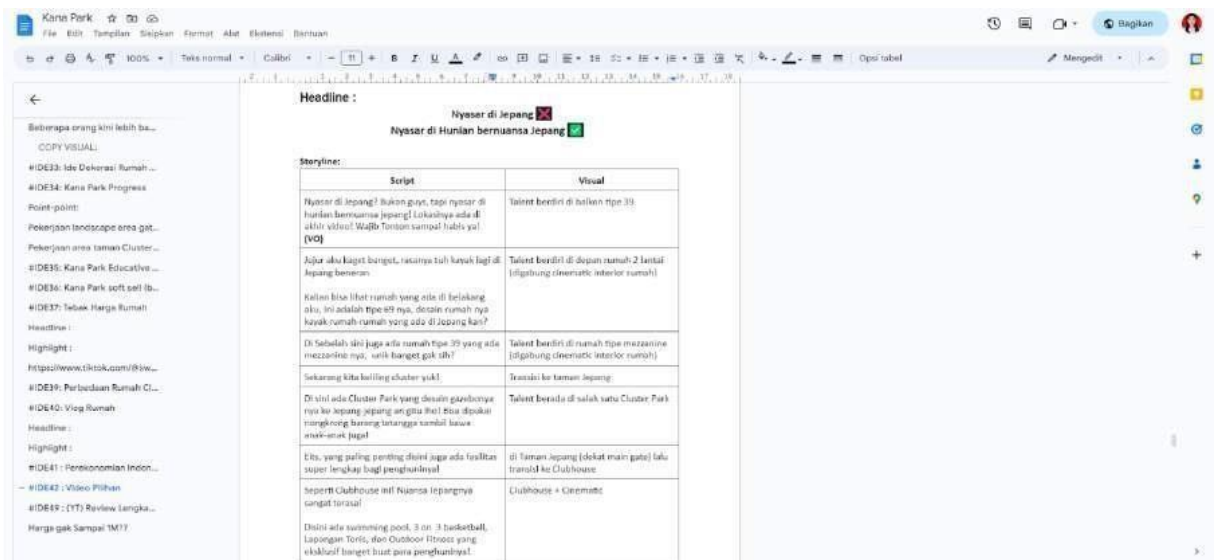
The screenshot shows a Google Sheets spreadsheet titled 'Tracking Ads Performance 2023'. The spreadsheet has columns for 'No', 'Input Date', 'Start End Week', 'Month & Year', 'Name', 'Project', 'Impression', 'Reach', 'Link Click', 'View LP', 'Click Conv', 'Leads Real', and 'Cost'. The data is organized by month and year, with rows for each week. The spreadsheet shows performance metrics for various campaigns, including 'De Lora', 'Amara Village', 'Kana Park', and 'Telaga'. The data is color-coded by month: February (blue), March (green), and April (yellow).

No	Input Date	Start End Week	Month & Year	Name	Project	Impression	Reach	Link Click	View LP	Click Conv	Leads Real	Cost
1	02/27/2023	24 - 26 Week 4	February 2023	De Lora	De Lora	11,291	9,844	146	1,31%	50.33.78%	0	18.00%
2	02/27/2023	24 - 26 Week 4	February 2023	De Lora	De Lora	2,102	2,102	86	4.09%	75.87.21%	13	17.33%
3	02/27/2023	24 - 26 Week 4	February 2023	Amara Village	Amara Village	17,054	15,716	112	0.63%	20.25.80%	7	24.14%
4	02/27/2023	24 - 26 Week 4	February 2023	Amara Village	Amara Village	96	96	91	94.70%	0.00%	10	10.96%
5	02/27/2023	24 - 26 Week 4	February 2023	Kana Park	Kana Park	5,678	4,814	55	0.97%	20.36.38%	6	30.00%
6	02/27/2023	24 - 26 Week 4	February 2023	Kana Park	Kana Park	1,801	1,801	54	3.00%	50.02.56%	5	10.00%
7	02/27/2023	24 - 26 Week 4	February 2023	Telaga	Telaga	5,824	4,686	37	0.64%	16.43.24%	0	50.00%
8	02/27/2023	24 - 26 Week 4	February 2023	Telaga	Telaga	1,388	1,388	62	4.47%	60.96.77%	7	11.67%
9	03/03/2023	27 - 29 Week 5	February 2023	De Lora	De Lora	10,004	9,568	143	1.35%	40.27.97%	24	141.19%
10	03/03/2023	27 - 29 Week 5	February 2023	De Lora	De Lora	1,701	1,701	83	4.88%	72.86.75%	13	18.00%
11	03/03/2023	27 - 29 Week 5	February 2023	Amara Village	Amara Village	18,315	16,272	91	0.50%	2.2.25%	4	200.00%
12	03/03/2023	27 - 29 Week 5	February 2023	Amara Village	Amara Village	1,359	1,359	85	6.25%	79.92.94%	9	112.50%
13	03/03/2023	27 - 29 Week 5	February 2023	Kana Park	Kana Park	5,571	4,978	51	0.92%	10.35.28%	1	5.91%
14	03/03/2023	27 - 29 Week 5	February 2023	Kana Park	Kana Park	557	557	29	5.11%	20.96.55%	1	25.00%
15	03/03/2023	27 - 29 Week 5	February 2023	Telaga	Telaga	6,643	5,436	48	0.72%	12.25.00%	1	9.09%
16	03/03/2023	27 - 29 Week 5	February 2023	Telaga	Telaga	611	611	45	5.55%	42.03.33%	2	50.00%
17	03/03/2023	27 - 29 Week 5	February 2023	De Lora	De Lora	33,080	28,359	350	1.08%	110.32.98%	92	418.19%
18	03/03/2023	1 - 5 Week 1	March 2023	De Lora	De Lora	3,598	3,598	172	4.78%	155.90.12%	61	212.07%
19	03/03/2023	1 - 5 Week 1	March 2023	De Lora	De Lora	57,654	46,872	248	0.43%	3.37.50%	8	88.63%
20	03/03/2023	1 - 5 Week 1	March 2023	Amara Village	Amara Village	3,303	3,303	146	4.42%	130.93.15%	21	150.00%
21	03/03/2023	1 - 5 Week 1	March 2023	Kana Park	Kana Park	14,541	11,452	132	0.91%	42.31.82%	16	266.67%
22	03/03/2023	1 - 5 Week 1	March 2023	Kana Park	Kana Park	1,300	1,300	74	5.29%	66.69.16%	10	111.11%
23	03/03/2023	1 - 5 Week 1	March 2023	Telaga	Telaga	18,268	11,490	86	0.53%	27.51.10%	14	20.00%
24	03/03/2023	1 - 5 Week 1	March 2023	Telaga	Telaga	1,416	1,416	75	5.30%	71.94.67%	11	73.33%

Gambar 3.17 Rekap Insight Meta Ads Manager di Google Sheets
Sumber : Data Perusahaan (2023)

3.2.2.9 Membuat *script* untuk Keperluan *Shooting Video*

Divisi *Digital Marketing* memiliki tugas untuk membuat konten secara rutin. Salah satunya adalah konten tentang project rumah yang dimiliki oleh BSA Land. Sebelum melakukan shooting video, penulis diberikan tugas untuk membuat script. Penulis script bertanggung jawab untuk menulis script digital yang menarik dan efektif untuk digunakan sebagai konten rutin di media sosial BSA Land beserta projectnya. Script yang ditulis juga perlu memperhatikan beberapa hal seperti pemilihan gaya bahasa yang menarik agar dapat menghasilkan engagement dari audiens, seperti like atau komen. Dalam membuat *script*, penulis dikoordinator langsung oleh Bapak Andika Laksana, sebagai *Creative Designer*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, penulis dapat mengetahui cara pemilihan bahasa yang baik dan benar, mempelajari dan memahami *product knowledge* agar dapat memberikan informasi yang valid pada *script* yang dibuat.

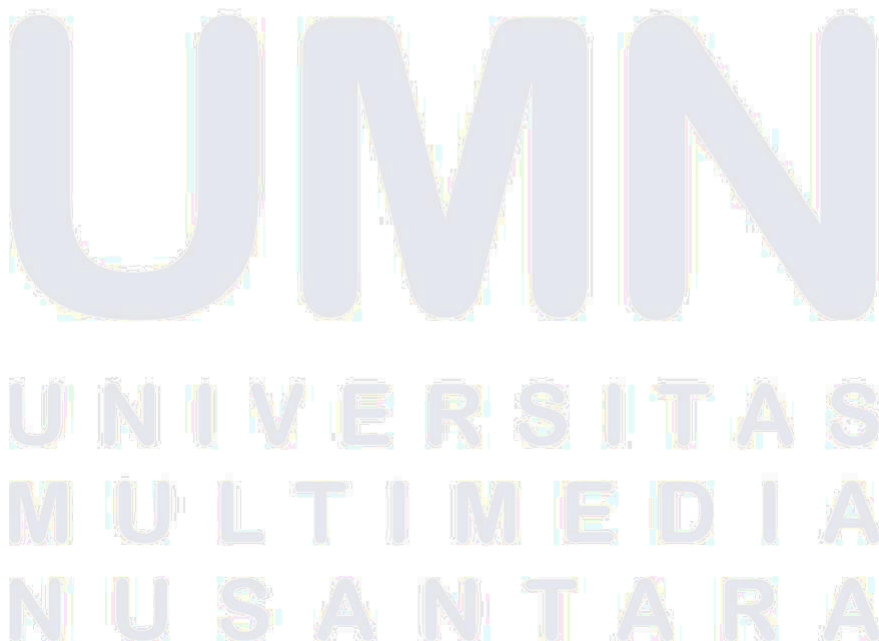


Gambar 3.18 Script untuk *Shooting Video*

Sumber : Data Perusahaan, 2023

3.2.2.10 Menjadi Talent untuk House Tour Project Rumah atau Product Knowledge

Setelah script selesai dibuat, maka proses shooting dapat dilakukan. Penulis diminta untuk menjadi talent dalam pembuatan konten. Seperti house tour, menjelaskan *product knowledge* project properti BSA Land, agar audiens mengetahui spesifikasi produk, dan mengenai BSA Land itu sendiri. Talent memiliki peran penting dalam mempromosikan properti melalui konten video. Dengan adanya script yang dibuat, maka talent diharapkan dapat menghidupkan script menjadi sebuah video yang menarik, dan dapat mengedukasi dan menarik perhatian penonton untuk tertarik dengan produk BSA Land. Dalam proses *shooting* video yang dilakukan, talent dikoordinator langsung dengan Bapak Muhammad Akbar Satrio, sebagai *Videographer*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, penulis mempelajari cara mempromosikan bisnis yang baik dan benar, selain itu penulis juga mempelajari bagaimana cara membuat konsumen tertarik terhadap bisnis yang ditawarkan melalui konten *house tour* rumah atau *product knowledge*.





Gambar 3.19 Poster Konten *House Tour*

Sumber : Data Perusahaan (2023)

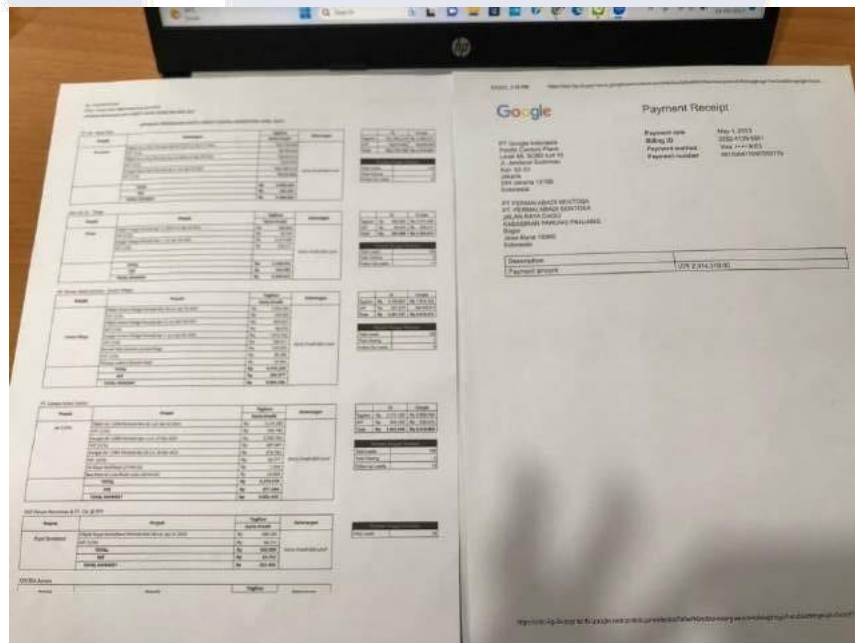


Gambar 3.20 Menjadi *Talent*

Sumber : Data Perusahaan (2023)

3.2.2.11 Merekap Invoice atau Billing Meta Ads Manager atau Google Ads Manager

Setelah melakukan iklan di media sosial, terdapat *invoice* atau *billing* yang harus direkap untuk mengetahui total seluruh anggaran dan pajak yang dikenakan dari 4 project yang di iklankan. Merekap *invoice* ini bertujuan untuk mengetahui apakah anggaran yang dikenakan sesuai dengan yang tercatat, agar tidak terjadi selisih jumlah dan nominal anggaran. Dalam merekap *invoice* atau *billing*, penulis di koordinator langsung dengan Ibu Rosyana, sebagai *Digital Marketing Staff*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, penulis mempelajari cara merekap dan menghitung *invoice* pengeluaran dengan teliti



Gambar 3.21 Rekap Invoice Kartu Kredit Digital Marketing
Sumber : Data Perusahaan (2023)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN PEMAKAIAN KARTU KREDIT DIGITAL MARKETING JANUARI 2023									
LAPORAN PEMAKAIAN KARTU KREDIT DIGITAL MARKETING JANUARI 2023									
PT. CSL - Kena Perk									
Proyek									
Kanepark									
KSO CSL ISL - Telaga									
Proyek									
Telaga									

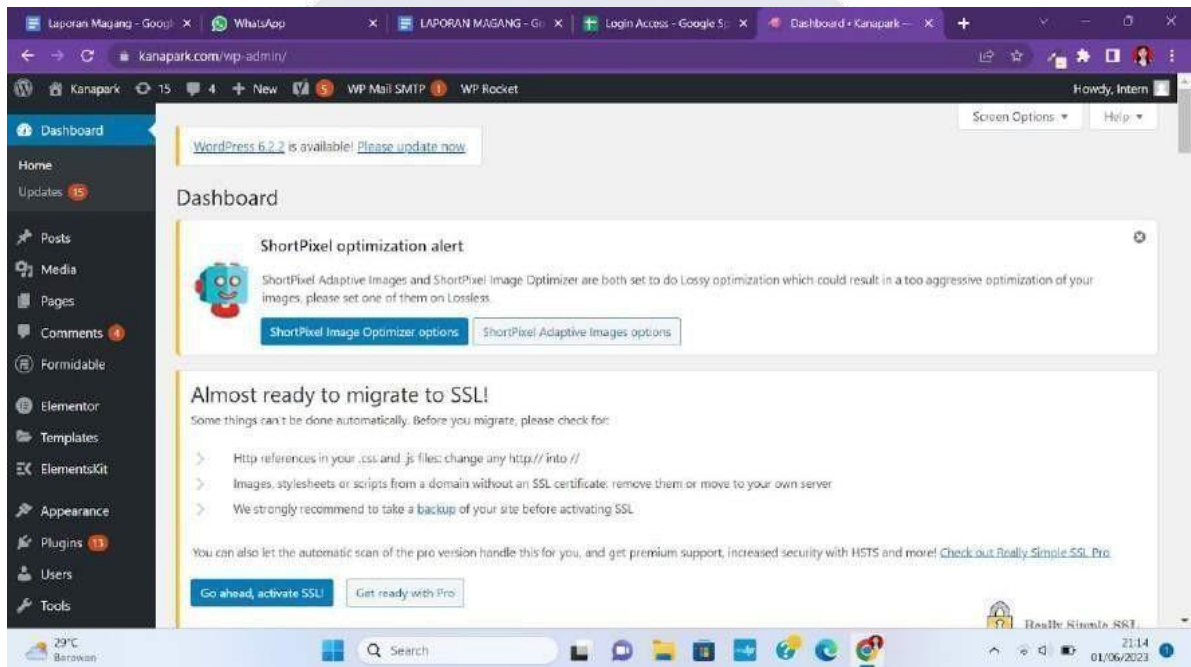
Gambar 3.22 Invoice Kartu Kredit Digital Marketing

Sumber : Data Perusahaan (2023)

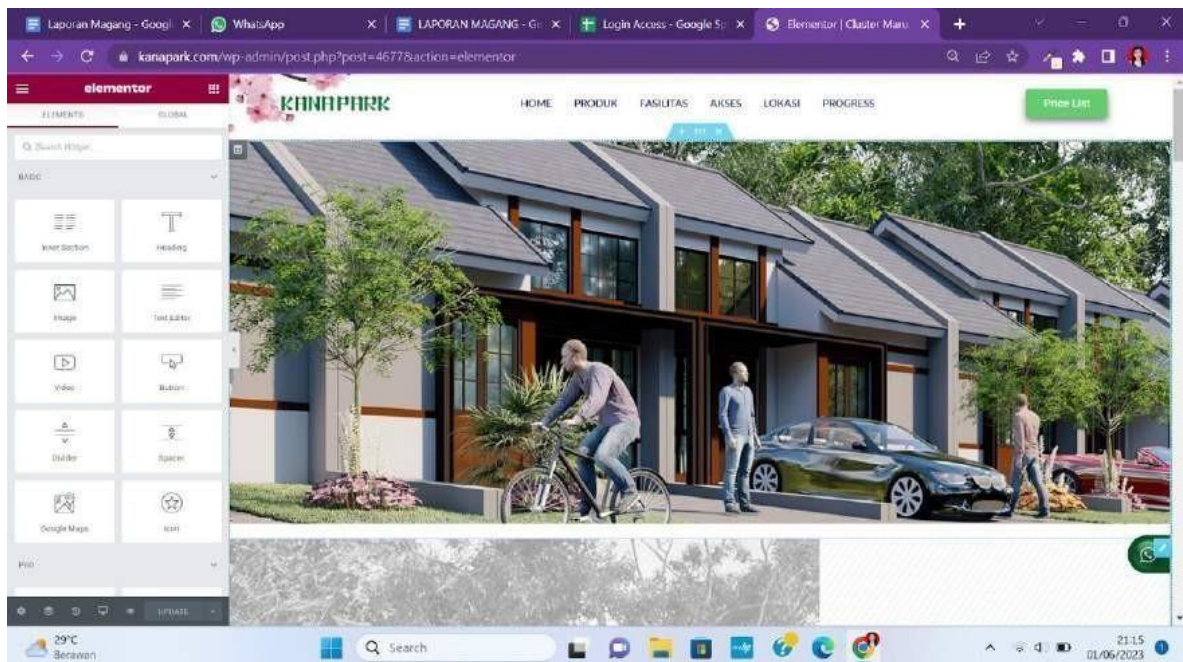
3.2.2.12 Mengatur *Back End Website*

Wordpress merupakan sebuah website yang berfungsi sebagai *back end*. Wordpress berfungsi ketika kita ingin melakukan pengaturan atau mengubah tampilan *front end website* atau tampilan depan sebuah website, maka pengaturan harus dilakukan di *wordpress*. Penulis ditugaskan untuk mengganti foto atau konten pada Banner atau Landing Page Website BSA Land beserta dengan project nya. Penulis bertugas untuk mengubah karena setiap bulan BSA Land menawarkan promo yang berbeda-beda, maka foto konten promo juga perlu diganti pada bagian front end website agar selalu terupdate. Karena konten yang terdapat di website berubah, maka *copywriting* juga perlu diubah agar sesuai dengan isi konten. Misalnya, isi konten yang di website adalah promo Ramadhan, maka *copywriting* juga harus menjelaskan tentang promo Ramadhan. Dalam melakukan pekerjaan ini, penulis di koordinasikan langsung dengan Ibu Rosyana, sebagai *Digital Marketing Staff*. Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan ini, maka penulis mempelajari cara

menggunakan wordpress, membuat website, dan dapat mengetahui cara mengatur tampilan depan website (*front end*).



Gambar 3.23 Tampilan Wordpress
Sumber : Data Perusahaan (2023)



Gambar 3.24 Tampilan Back End Website

Sumber : Data Perusahaan (2023)

3.3 Kendala yang ditemukan

Ketika penulis melaksanakan proses kerja magang, penulis menemukan beberapa kendala yang dihadapi sebagai berikut :

1. Penulis mengalami kendala untuk mendapatkan beberapa data perusahaan, yaitu struktur organisasi perusahaan untuk memenuhi isi dari laporan magang mahasiswa. Struktur organisasi tersebut hanya ada di divisi *human capital* dan tidak dapat diberikan kepada penulis. Selain itu, struktur organisasi tersebut juga tidak ditampilkan pada *website* perusahaan, sehingga penulis sulit untuk melengkapi data yang dibutuhkan.
2. Penulis mengalami kendala dalam hal pekerjaan, yaitu kurang memahami pekerjaan mengenai *back end website* dengan menggunakan platform *wordpress*. Hal tersebut dikarenakan penulis tidak pernah mempelajari hal tersebut di kampus.
3. Terdapat persaingan yang ketat dengan kompetitor terkait pemasaran digital, dimana sudah sangat banyak pengembang properti di Indonesia yang juga memperkuat pemasarannya dengan media online.

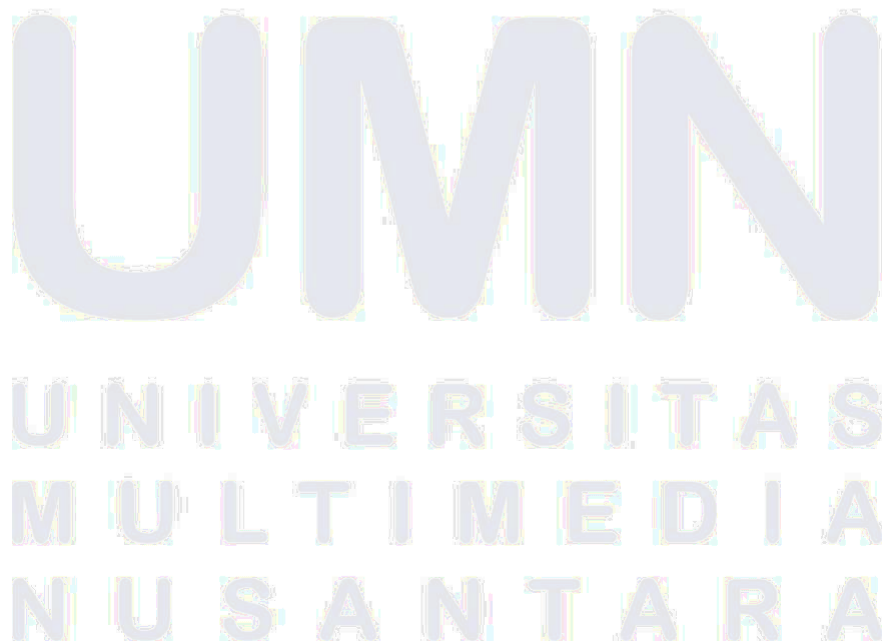
3.4 Solusi atas kendala yang ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan selama proses kerja magang adalah sebagai berikut :

1. Terkait kendala fasilitas mengenai sulitnya mendapatkan struktur organisasi perusahaan, solusi yang dilakukan oleh penulis adalah meminta bantu *supervisor* untuk *approach* ke divisi *human capital* untuk dapat membantu kelengkapan data yang dibutuhkan oleh penulis.
2. Terkait kendala tentang tidak mengerti pekerjaan mengatur *back end website*, solusi yang dilakukan penulis adalah bertanya dengan detail langkah demi langkah untuk melakukan pekerjaan tersebut kepada staf yang berkoordinasi dengan penulis, yaitu *Digital Marketing*

Staff. Selain itu, penulis juga mempelajari secara otodidak dengan searching di *website*.

3. Terkait persaingan yang ketat dalam hal pemasaran digital, solusi dari penulis adalah terus melakukan *brainstorming* dengan *supervisor* dan koordinator mengenai strategi apa yang harus dijalankan untuk dapat bersaing dan menempati posisi pasar. Yang dilakukan penulis bersama dengan *supervisor* dan koordinator adalah meriset konten apa yang sedang tren, dan memperkuat *headline* dalam penayangan iklan. Hal tersebut dikarenakan *headline* sangat berpengaruh dalam hal menarik perhatian konsumen.



BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Program praktik kerja magang pada BSA Land dimulai dari tanggal 02 Januari sampai 30 Juni 2023. Pada kesempatan kali ini, penulis ditempatkan pada divisi *Digital Marketing*. Praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis merupakan salah satu syarat kelulusan yang telah ditentukan oleh kampus. Dengan melakukan praktik kerja magang ini, penulis mendapatkan pengalaman dalam dunia kerja yang nyata dan dapat menambahkan jaringan koneksi secara profesional yang akan sangat berguna untuk kedepannya. Dalam melakukan praktik kerja magang, penulis bertanggung jawab untuk mengelola sosial media BSA Land beserta dengan *project*.

Tugas yang dilakukan penulis berkaitan dengan pemasaran digital. Dalam mengelola sosial media, penulis memiliki tugas untuk membalas pesan, komentar, dan *direct message* dari leads yang kemudian melakukan rekap data yang berasal dari sosial media tersebut. Karena penulis bertugas untuk mengelola sosial media, maka seluruh data yang masuk dari sosial media menjadi tanggung jawab penulis. Penulis juga memiliki beberapa tugas lainnya yang masih berkaitan dengan sosial media, seperti memposting konten mingguan secara rutin. Namun, sebelum memposting, penulis juga memiliki bertugas untuk membuat *copywriting* atau *caption* agar dapat menarik perhatian audiens sehingga dapat menghasilkan potensial *leads*.

Konten-konten yang diunggah tentunya sudah di *schedule* terlebih dahulu di *content planner*, agar lebih teratur dan terjadwal dengan tepat, karena konten tersebut harus di post secara rutin setiap minggunya, dengan jenis konten organik. Untuk membuat konten rutin, penulis juga melakukan *brainstorming* terlebih dahulu dengan koordinator, seperti ingin mengunggah konten mengenai apa, atau jenis konten apa yang ingin di *posting*. Setelah itu, penulis mencari referensi konten dari sosial media. Ketika penulis telah menemukan referensi dan ide konten, maka

penulis bertugas untuk membuat *copy visual* sebelum dibuatkan visual nya oleh *Creative Designer*.

Penulis juga ditugaskan untuk membuat iklan di media sosial, pekerjaan tersebut sesuai dengan divisi *Digital Marketing* sendiri, dimana melakukan pemasaran melalui media sosial atau dapat disebut sebagai iklan digital. Iklan yang ditayangkan adalah dalam bentuk video seperti *house tour* agar audiens mengetahui project perumahan apa saja yang dimiliki oleh BSA Land. Karena video tersebut berbentuk *house tour*, maka penulis juga diminta untuk menjadi talent dalam video tersebut yang bertugas untuk menjelaskan *product knowledge* dari BSA Land. Dengan menjadi talent, maka penulis dapat mempelajari banyak hal, seperti cara menghafal *product knowledge* dari project BSA Land.

Ketika penulis telah mengiklankan video, maka penulis juga bertugas untuk *tracking insight* dari hasil iklan, untuk mengetahui hasil dari iklan yang ditayangkan, apakah menghasilkan leads yang berpotensi dan *insight* yang bagus atau sebaliknya. *Tracking* iklan juga berguna sebagai tolak ukur untuk beriklan kedepannya, dan mengatur strategi yang lebih baik untuk kedepannya. Selanjutnya, penulis juga bertugas untuk menghitung budget iklan digital yang digunakan oleh divisi *Digital Marketing*, yang berguna untuk mengetahui budget yang dikeluarkan oleh divisi *Digital Marketing* untuk melakukan pemasaran digital setiap bulannya.

Dengan berkontribusi terhadap pekerjaan yang telah diberikan oleh supervisi seputar *Digital Marketing*, penulis tentunya mempelajari banyak hal dan menambah pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis mengenai dunia digital, dimana seperti yang telah kita ketahui bahwa perkembangan dunia sudah berubah dari konvensional menjadi dunia yang serba digital. Dengan begitu, hal tersebut dapat menjadi bekal bagi penulis untuk masa depan ketika akan menghadapi dunia kerja yang nyata.

4.2 Saran

Setelah penulis menjalankan program magang selama 6 bulan atau setara 800 jam, penulis memiliki beberapa saran yang dapat bermanfaat untuk perusahaan,