

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktik kerja magang di PT. ABC Unit Kondominium XYZ dengan posisi sebagai Marketing Intern dan ditempatkan pada divisi Marketing dimana penulis berada dalam bimbingan dan pengawasan Marketing Manager. Pada divisi pemasaran di Unit Kondominium XYZ terdapat tiga departemen yang terdiri dari Departemen Promosi, Departemen Penjualan, dan Departemen Purna Jual. Meskipun penulis memiliki posisi sebagai Marketing Intern, namun dalam proses praktik kerja magang berlangsung, penulis mendapatkan tugas yang lebih berfokus dalam membantu bagian promosi dan selama melaksanakan tanggung jawab tersebut penulis berada dalam arahan Manajer Promosi. Penulis melakukan pekerjaan harian berupa merekap dan mengupdate data leads konsumen, membuat *calender* plan untuk editorial media sosial, monitoring promo kompetitor dan berkoordinasi dengan tim promosi dalam pembuatan materi promosi. Selain melakukan pekerjaan harian, penulis juga terlibat dalam tugas tambahan seperti membantu membuat undian *Lucky Dip* dan dekorasi, menyusun surat *Internal Office Memo* (IOM), melakukan pencarian dan menghubungi *Key Opinion Leaders* (KOL), mendampingi KOL dalam proses pengambilan video untuk konten media sosial, serta mencari informasi terkait tenant makanan untuk event yang sedang disiapkan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Berikut ini merupakan penjelasan secara umum mengenai tugas dan tanggung jawab yang dilakukan penulis selama proses praktik kerja magang:

Tabel 3.1 Tugas Utama Penulis

Pekerjaan Rutin				
No.	Jenis Pekerjaan	Tugas yang Dilakukan	Koordinator	Output
1.	Merekap dan Mengupdate Data Leads	- Penulis merekap dan mengupdate data leads konsumen ke dalam tabel <i>spreadsheet</i> yang telah disediakan.	Manajer Promosi	Penulis mempelajari bagaimana memahami minat konsumen,
2.	Monitoring Promo Kompetitor	- Penulis melakukan monitoring promo kompetitor melalui media sosial. - Merekap informasi-informasi yang didapat terkait promo kompetitor ke dalam tabel <i>spreadsheet</i> yang telah disediakan.	Manajer Promosi	Penulis mempelajari tren dan strategi promosi yang digunakan oleh kompetitor.
3.	Membuat <i>Calendar Plan</i>	- Penulis membuat <i>Calendar Plan</i> pada template yang telah disediakan.	Manajer Promosi	Penulis mempelajari cara membuat <i>calendar plan</i> .
4.	Membuat Materi Promosi	- Penulis membuat konten atau materi promosi untuk media sosial Instagram.	Manajer Promosi	Penulis mempelajari cara membuat materi promosi untuk konten di media sosial.

Pekerjaan yang disebutkan dalam tabel di atas merupakan jenis pekerjaan rutin yang dilakukan penulis setiap harinya. Dalam melaksanakan pekerjaan ini, penulis berkoordinasi langsung dengan Manajer Promosi yang bertujuan sebagai penyelerasan antara tugas yang dikerjakan agar dapat sesuai dengan kebutuhan departemen.

Tabel 3.2 Tugas Tambahan Penulis

Pekerjaan Tidak Rutin				
No.	Jenis Pekerjaan	Tugas yang Dilakukan	Koordinator	Output
1.	Membuat Lucky Dip & Dekorasi	- Penulis membantu membuat undian Lucky Dip dan membantu tim promosi mendekor pohon edisi menyambut Hari Raya Imlek.	Manajer Promosi	Penulis mempelajari proses kreativitas dalam pemasaran.
2.	Membuat Surat IOM	- Penulis membantu membuat surat Internal Office Memo, sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.	Manajer Promosi	Penulis mempelajari cara membuat surat IOM.
3.	Mencari, Menghubungi, dan Membuat Daftar List KOL	- Penulis menghubungi KOL yang telah ditentukan sebelumnya oleh Manajer Promosi. - Penulis mencari tambahan KOL. - Penulis membuat daftar list KOL	Manajer Promosi	Penulis mempelajari cara berkomunikasi yang baik dengan pihak eksternal.

		beserta rate cardnya.		
4.	Membuat SPK dan BAST	- Penulis membuat SPK dan BAST.	Manajer Promosi	Penulis mempelajari cara membuat SPK dan BAST.
5.	Mendampingi KOL	- Penulis bersama Tim Promosi mendampingi KOL dalam proses pembuatan konten.	Manajer Promosi	Penulis terlibat langsung dalam mengamati dan membantu dalam proses produksi konten bersama tim promosi dan KOL.
6.	Mencari dan Menghubungi <i>Tenant</i> Makanan	- Penulis mencari informasi terkait harga <i>tenant</i> makanan. - Penulis mencari informasi tambahan terkait <i>tenant</i> makanan. -Penulis menghubungi setiap <i>tenant</i> makanan terkait harga.	Manajer Promosi	Penulis mempelajari cara berkomunikasi yang baik dengan pihak eksternal.

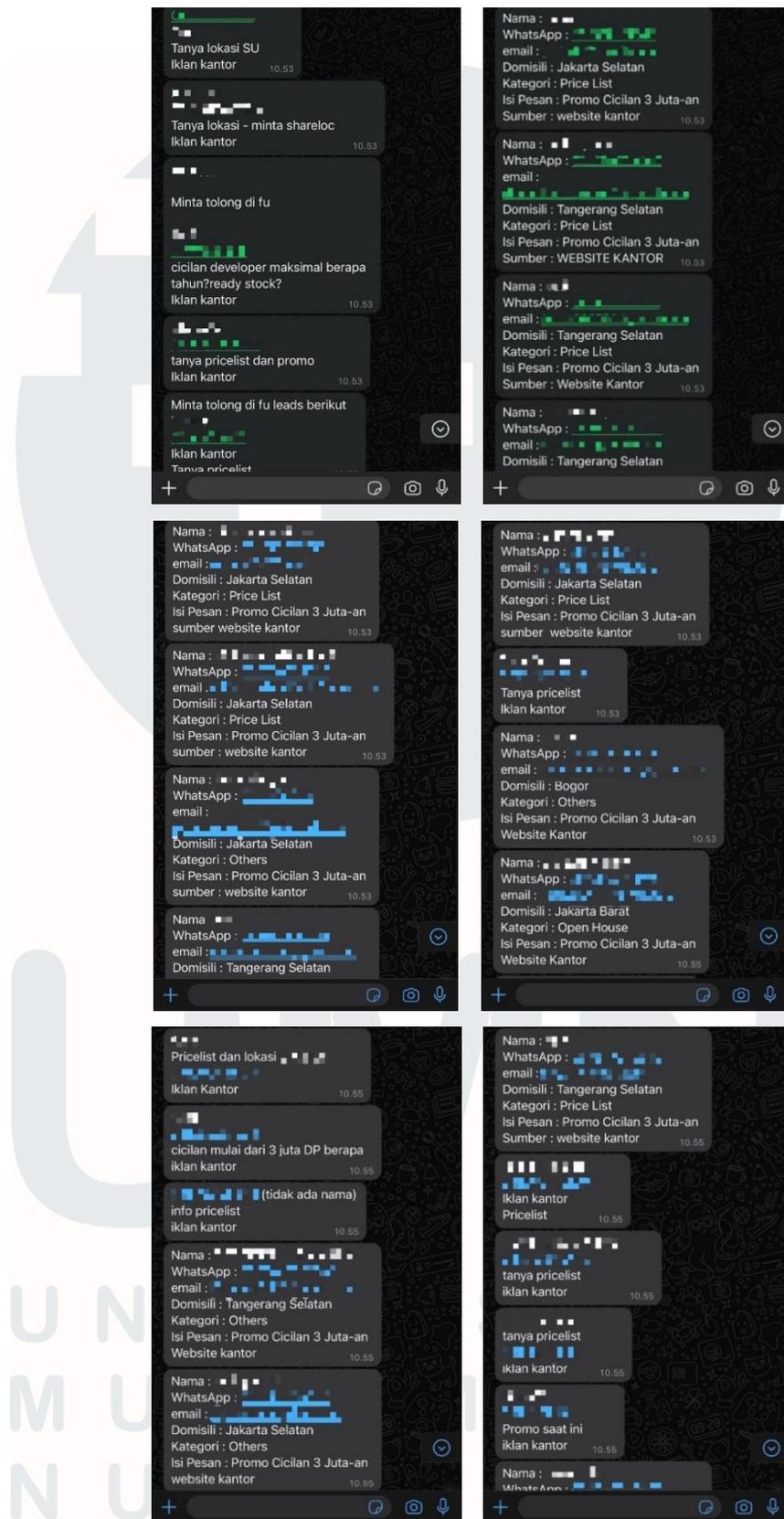
Pekerjaan yang disebutkan dalam tabel di atas merupakan jenis pekerjaan tidak rutin yang dilakukan penulis selama periode waktu yang tidak dapat ditentukan atau tidak terjadwal. Biasanya, pekerjaan ini dikerjakan tergantung pada permintaan atau kebutuhan dari berbagai sumber. Penulis melakukan pekerjaan ini saat memiliki tugas atau proyek tertentu yang harus diselesaikan, tanpa terikat dengan jadwal harian atau mingguan.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut ini merupakan beberapa uraian mengenai tugas yang dikerjakan penulis selama proses praktik kerja magang:

3.2.2.1 Merekap dan Mengupdate Data Leads

Penulis diberikan tugas untuk merekap dan mengupdate data *leads* konsumen ke dalam link berisikan tabel *spreadsheet* yang telah disediakan sebelumnya. Biasanya, informasi atau data *leads* konsumen baik yang bersumber dari website, iklan, maupun media sosial perusahaan akan dikirimkan ke penulis melalui aplikasi whatsapp. Kemudian, dari informasi atau data *leads* yang telah dikirimkan tersebut akan penulis distribusikan ke dalam link tabel *spreadsheet* atau biasa disebut dengan *master link*. Data *leads* berisikan nama, nomor telepon, email, alamat, serta pertanyaan yang diajukan oleh konsumen. Setelah data *leads* konsumen dimasukkan ke dalam *master link*, kemudian penulis mendistribusikan data *leads* tersebut ke dalam link tabel *spreadsheet* masing-masing Sales Manajer. Kemudian, Sales Manajer akan memberikan data *leads* tersebut kepada masing-masing Sales untuk nantinya mendapatkan hasil follow up dan nantinya akan penulis rekap kembali ke dalam tabel *spreadsheet* yang sama.



Gambar 3.1 Data Leads Konsumen

No	TGL IG Ads	Apa yang ditanyakan	Nama	No Telp
1	26-02-2024	IG Ads		
2	26-02-2024	IG Ads		
3	26-02-2024	IG Ads		
4	26-02-2024	IG Ads		
5	26-02-2024	IG Ads		
6	26-02-2024	Website kantor		
7	26-02-2024	Website kantor		
8	26-02-2024	Website kantor		
9	26-02-2024	IG Ads		
10	26-02-2024	IG Ads		
11	26-02-2024	Website kantor		
12	26-02-2024	IG Ads		
13	26-02-2024	Website kantor		
14	26-02-2024	IG Ads		
15	26-02-2024	IG Ads		
16	26-02-2024	Website kantor		
17	26-02-2024	IG Ads		
18	26-02-2024	Website kantor		
19	26-02-2024	IG Ads		
20	26-02-2024	Website kantor		
21	26-02-2024	IG Ads		
22	26-02-2024	Website kantor		
23	26-02-2024	IG Ads		
24	26-02-2024	Website kantor		
25	26-02-2024	IG Ads		
26	26-02-2024	Website kantor		
27	26-02-2024	IG Ads		
28	26-02-2024	Website kantor		
29	26-02-2024	IG Ads		
30	26-02-2024	Website kantor		
31	26-02-2024	IG Ads		
32	26-02-2024	Website kantor		
33	26-02-2024	IG Ads		
34	26-02-2024	Website kantor		
35	26-02-2024	IG Ads		
36	26-02-2024	Website kantor		
37	26-02-2024	IG Ads		
38	26-02-2024	Website kantor		
39	26-02-2024	IG Ads		
40	26-02-2024	Website kantor		
41	26-02-2024	IG Ads		
42	26-02-2024	Website kantor		
43	26-02-2024	IG Ads		
44	26-02-2024	Website kantor		
45	26-02-2024	IG Ads		
46	26-02-2024	Website kantor		
47	26-02-2024	IG Ads		
48	26-02-2024	Website kantor		
49	26-02-2024	IG Ads		
50	26-02-2024	Website kantor		
51	26-02-2024	IG Ads		
52	26-02-2024	Website kantor		

Gambar 3.2 Master Link – Data Leads Konsumen

Apa yang ingin anda tanyakan	Nama	No hp	Gmail	Kota	Job Title	SM	Sales	Marketing / Sales	Hasil follow up
Tanya lokasi SU									
Tanya pricelist dan promo									
Tanya pricelist									
Promo Cicilan 3 Juta-an									
Promo Cicilan 3 Juta-an									
Promo Cicilan 3 Juta-an									
Promo Cicilan 3 Juta-an									
Tanya pricelist									
Pricelist dan lokasi									
Promo Cicilan 3 Juta-an									
Pricelist									
Promo saat ini									
Promo Cicilan 3 Juta-an									
Promo Siap Huni (Brezza)									
Promo Cicilan 3 Juta-an									
Tanya pricelist									
Promo Cicilan 3 Juta-an									
Promo Cicilan 3 Juta-an									
Promo Cicilan 3 Juta-an									
Tanya pricelist									
Promo Siap Huni (Brezza)									
Tanya pricelist dan lokasi									

Gambar 3.3 Tabel Spreadsheet – Data Leads Sales Manajer

3.2.2.2 Monitoring Promo Kompetitor

Penulis diberikan tugas untuk melakukan monitoring terhadap promo kompetitor. Monitoring ini dilakukan setiap hari selama sebulan dan secara online melalui media sosial Instagram. Tujuan utama dari monitoring ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang strategi yang digunakan oleh kompetitor, khususnya dalam hal promosi produk atau layanan. Dari hasil monitoring yang dilakukan secara rutin, penulis mengumpulkan informasi terbaru tentang promo-promo yang sedang berlangsung, diskon yang ditawarkan, serta pendekatan pemasaran lainnya yang diterapkan oleh kompetitor. Informasi-informasi ini kemudian disusun dan didistribusikan ke dalam

tabel *spreadsheet* yang telah disiapkan. Langkah ini bertujuan untuk memudahkan analisis dan pemantauan lebih lanjut terhadap strategi dan promo yang digunakan oleh para kompetitor, sehingga unit dapat merespons dengan lebih cepat dan tepat dalam mengadaptasi strategi pemasaran mereka sendiri.

PROJECT	Indent	Indent	Ready Stock	Ready Stock
Pengembang	704	1400	440	724
Lokasi		490	690	644
Status		910	230	80
Jumlah Total per Tower		35%	75%	89%
Progress Penjualan	On progress	On progress	Finishing	Ready to use
Sisa	Studio B	Studio	Studio	2 BR
% Unit Terjual	33.01	23.33	25.64	68.8
Progress Pembangunan	26.40	18.66	20.51	55.04
Tipe	Cash 1x	Cash 1x	Cash 1x	Cash 1x
Luas SG	742.318.000	730.198.409	905.782.494	1.313.233.719
Luas Nett	3%	20%	20%	15%
Pola Bayar	720.048.460	584.158.727	726.625.995	1.116.248.661
Pricelist	0%	5%	0%	0%
Diskon %	720.048.460	554.950.791	726.625.995	1.116.248.661
Diskon Tambahan	0%	0%	11%	0
Insentif PPN	720.048.460	584.158.727	644.917.136	993.461.308
Harga nett (konsumen)	648.692.306	526.269.124	581.006.429	895.010.188
Harga exc.ppn (konsumen)	27.274.563	31.298.689	31.440.968	13.049.806
Harga/m2 nett (konsumen)	24.571.678	28.197.017	28.325.196	16.261.086
Harga/m2 exc (konsumen)	DP 10%	DP 5%	DP 10%	DP 10%
High Lights	Free AC	Free Semi Furnished	Free AC & Doorlock	-
	Free AIB & BPHTB*	Free IPL 1 tahun	Free Ticket Trans Snow World	-
	Cicilan mulai 3 Jtan / bulan	Cicilan Developer Hingga 100x	Cicilan 44x	-
	Free Voucher Furnished	-	-	-

Gambar 3. 4 Tabel *Spreadsheet* – Monitoring Kompetitor

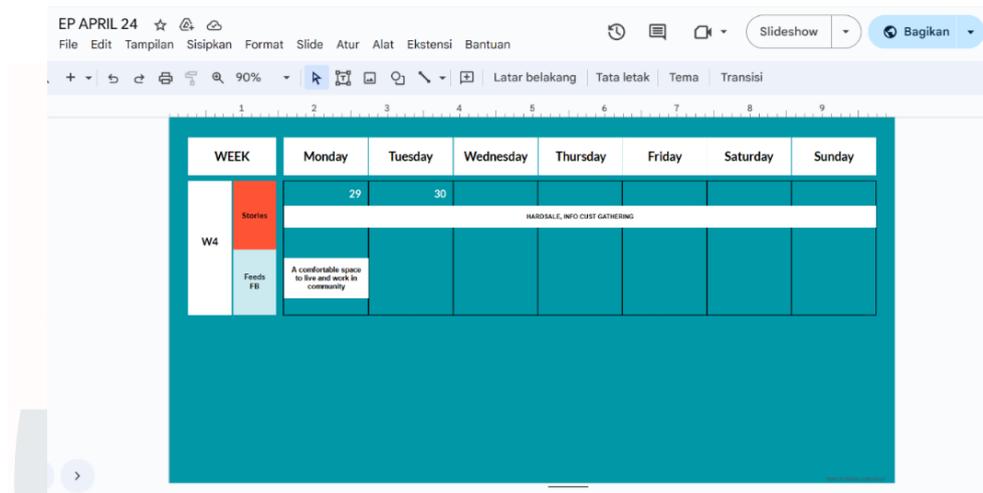
3.2.2.3 Membuat *Calendar Plan*

Penulis diberikan tugas untuk membuat *Calendar Plan* pada template yang telah tersedia. Dalam template yang telah disediakan, terdapat tabel dengan beberapa kolom yang sesuai dengan jumlah hari dalam sebulan. Setiap kolom mewakili satu hari dalam bulan tersebut, sehingga penulis dapat mengatur jadwal konten yang akan diposting secara terperinci dan terorganisir. Setelah itu, penulis akan mengisi setiap kolom dengan konten yang akan diposting di media sosial pada tanggal yang bersangkutan. Namun, tidak setiap hari akan ada konten yang diposting. Untuk membantu dalam pembuatan konten, penulis juga perlu memberikan referensi sebagai contoh. Referensi ini dapat berupa ide-ide kreatif, gambar, atau artikel terkait yang dapat menginspirasi pembuatan

konten yang menarik dan relevan. Dengan demikian, *Calendar Plan* akan menjadi panduan yang jelas dan terstruktur untuk kegiatan pemasaran di media sosial selama periode yang ditentukan. Biasanya, untuk referensi penulis akan mencari inspirasi dari postingan-postingan sebelumnya milik unit atau media sosial kompetitor. Dengan meneliti dan menganalisis konten yang telah diposting sebelumnya, baik dari internal maupun kompetitor, penulis dapat memperoleh wawasan yang berharga untuk merancang konten-konten baru yang menarik dan berdaya tarik. Dengan demikian, penulis dapat menghasilkan konten yang lebih bervariasi dan menarik bagi audiens, serta menghindari pengulangan atau kejenuhan dalam postingan di media sosial.

WEEK	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
W1	1	2	3 Modern Living	4	5 Free PPK	6	7 Visit Show Unit
	8	9	10 HARDSALE INFO CUST GATHERING		11	12	13
W2	A space to learn, share, and thrive together		10 Hari Raya Idul Fitri				14 Hardsale

WEEK	Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
W3	15	16	17	18	19	20	21
	HARDSALE INFO CUST GATHERING						
W4	22	23	24	25	26	27	28
	HARDSALE INFO CUST GATHERING						
W4	A Life of Comfort and Convenience			25 Lho Elig. Save Big		27 Weekend Spot Nongkrong Bareng	



Gambar 3.5 Template *Calendar Plan*

3.2.2.4 Membuat Materi Promosi

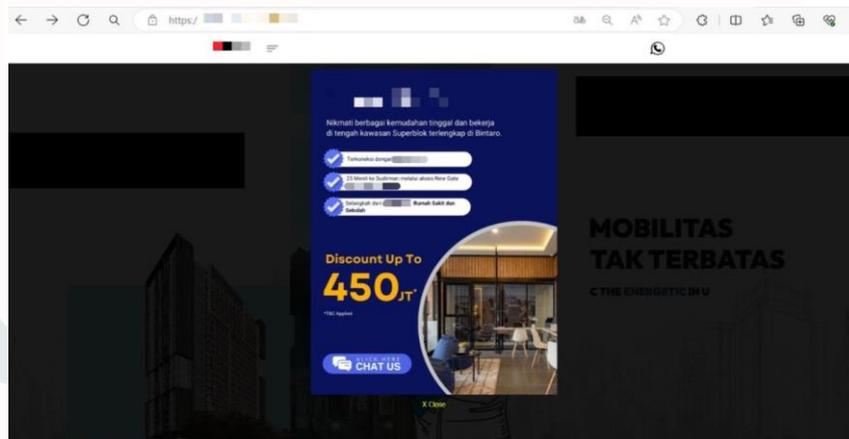
Penulis ditugaskan untuk membuat materi promosi, yang dalam konteks ini mencakup pembuatan konten untuk postingan di media sosial maupun situs website milik unit. Tugas ini melibatkan pembuatan desain yang menarik dan informatif untuk mempromosikan produk kepada target audiens. Dalam proses pembuatan materi promosi, penulis harus mempertimbangkan berbagai faktor, termasuk estetika visual, pesan yang disampaikan, dan kesesuaian dengan merek atau produk yang dipromosikan. Dengan menggabungkan kreativitas dan pemahaman yang baik, penulis dapat menciptakan materi promosi yang efektif dan memikat untuk mendukung upaya pemasaran. Selama proses pembuatan konten, penulis menjalin koordinasi yang erat dengan Manajer Promosi. Koordinasi ini memungkinkan penulis untuk mendapatkan arahan yang tepat serta umpan balik yang membangun dari Manajer Promosi dalam hal pengembangan dan penyempurnaan konten.

Selain itu, melalui kerjasama ini, penulis dapat memperoleh wawasan yang lebih baik tentang preferensi dan kebutuhan target audiens, sehingga konten yang dihasilkan dapat lebih efektif dalam menarik perhatian dan mempengaruhi sikap serta perilaku mereka. Tidak hanya itu, dalam pembuatan materi promosi, koordinasi dengan Manajer

Pemasaran juga diperlukan. Setiap konten yang telah dibuat oleh penulis akan diteruskan oleh Manajer Promosi kepada Manajer Pemasaran untuk meminta persetujuan terlebih dahulu. Jika terdapat kesalahan atau kekurangan dalam materi promosi yang telah dibuat, Manajer Promosi akan langsung memberitahukan penulis untuk melakukan revisi terkait materi promosi yang telah dibuat sebelumnya. Dengan demikian, proses koordinasi antara penulis, Manajer Promosi, dan Manajer Pemasaran menjadi kunci dalam menciptakan materi promosi yang berkualitas.

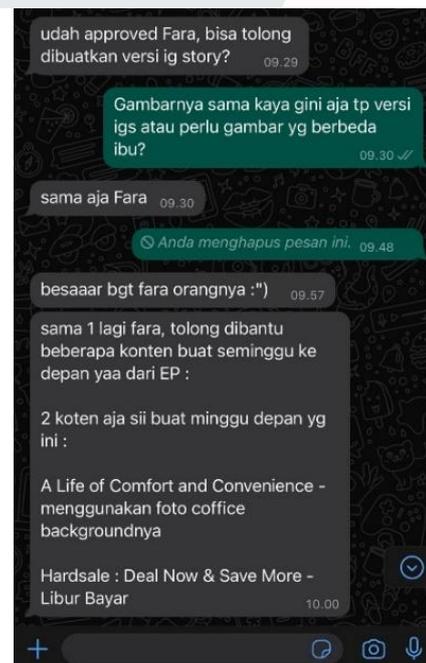
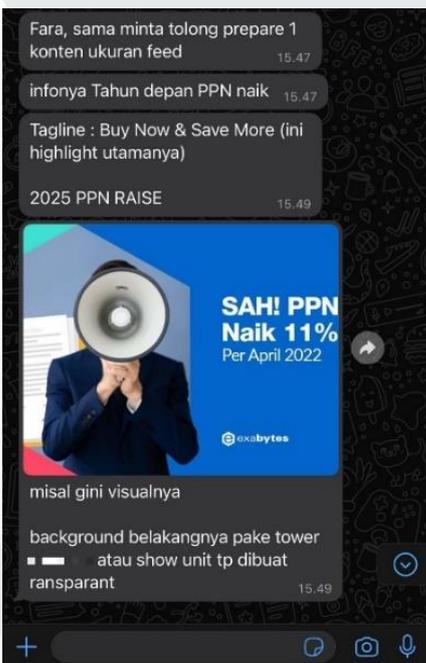
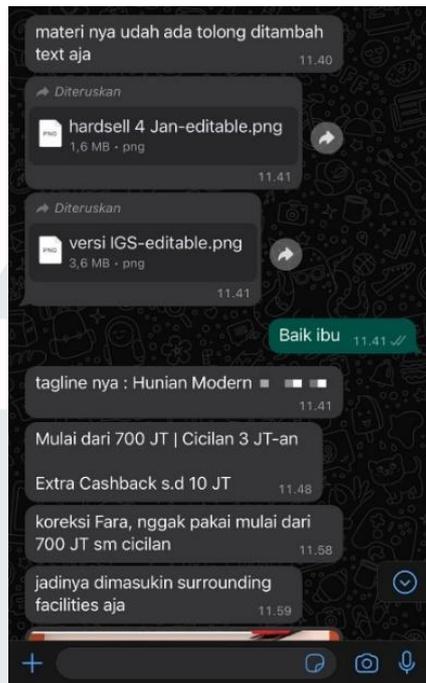


Gambar 3.6 Materi Promosi – Media Sosial Instagram

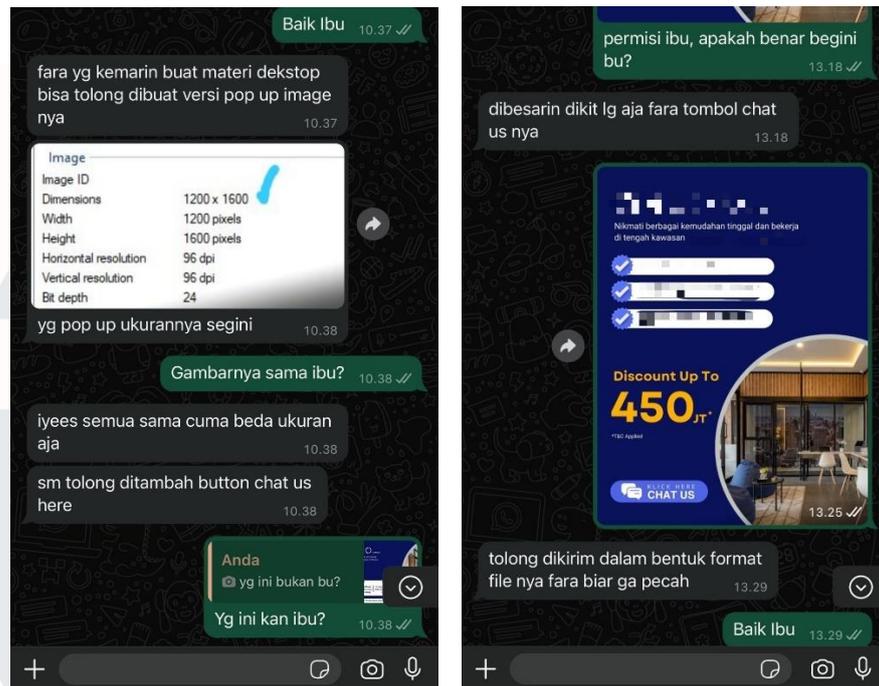


Gambar 3.7 Materi Promosi – Website Kantor

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.8 Koordinasi dengan Manajer Promosi terkait Pembuatan Materi Promosi

3.2.2.5 Membuat Undian Lucky Dip & Dekorasi

Penulis diminta untuk membuat sebuah undian Lucky Dip Angpao dalam menyambut Hari Raya Imlek. Tugas tersebut melibatkan pembuatan sepuluh voucher dengan total sepuluh jenis hadiah yang berbeda. Setelah voucher-voucher tersebut dicetak, bersama tim promosi, penulis turut serta dalam proses menggantung voucher, memasukkannya ke dalam amplop, dan menggantungkan amplop-amplop tersebut sebagai dekorasi pada tanaman yang telah dipersiapkan sebelumnya selayaknya seperti sebuah pohon angpao. Setelah semua proses yang dilakukan telah selesai dipersiapkan, nantinya amplop-amplop ini diperuntukkan untuk konsumen yang visit ke show unit pada Hari Raya Imlek.



Gambar 3.9 Proses Pembuatan Undian Lucky Dip dan Dekorasi Pohon Angpao

3.2.2.6 Membuat Surat

Penulis diminta untuk membuat surat IOM (*Internal Office Memo*). Internal Office Memo merupakan surat yang ditujukan untuk kepentingan internal perusahaan. Biasanya surat ini digunakan untuk mengirimkan informasi yang berisi permohonan terkait perizinan kepada unit yang bersangkutan. Sebelum membuat surat IOM, penulis diminta untuk melakukan beberapa tahap persiapan. Tahap pertama adalah mengisi informasi terkait isi dari surat yang akan dibuat ke dalam buku IOM yang telah tersedia. Selain itu, penulis juga harus menyesuaikan urutan nomor yang ada dalam buku tersebut untuk digunakan dalam pembuatan surat. Setelah tahap persiapan selesai, barulah penulis dapat mulai menyusun surat IOM. Setelah menyelesaikan pembuatan surat IOM, penulis menyerahkan file surat tersebut kepada Manajer Promosi untuk dilakukan pengecekan ulang. Setelah disetujui, barulah penulis melanjutkan dengan mencetak surat tersebut dan menyerahkannya kepada Manajer Promosi. Dengan proses ini, langkah-langkah verifikasi atau persetujuan menjadi penting untuk memastikan kelancaran dalam komunikasi internal perusahaan. Selain diminta untuk membuat surat

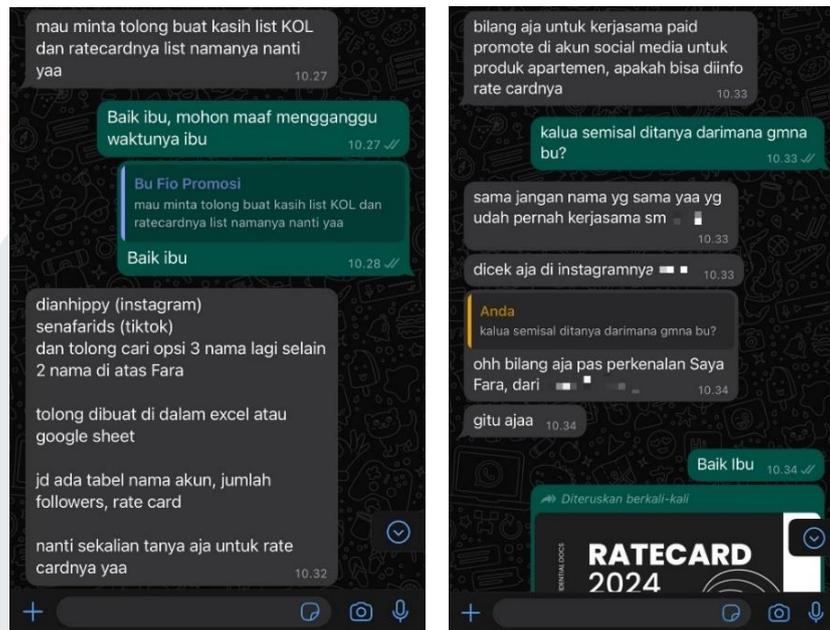
IOM, terkadang penulis juga diminta membuat surat lain yang masih terkait dengan pihak eksternal.



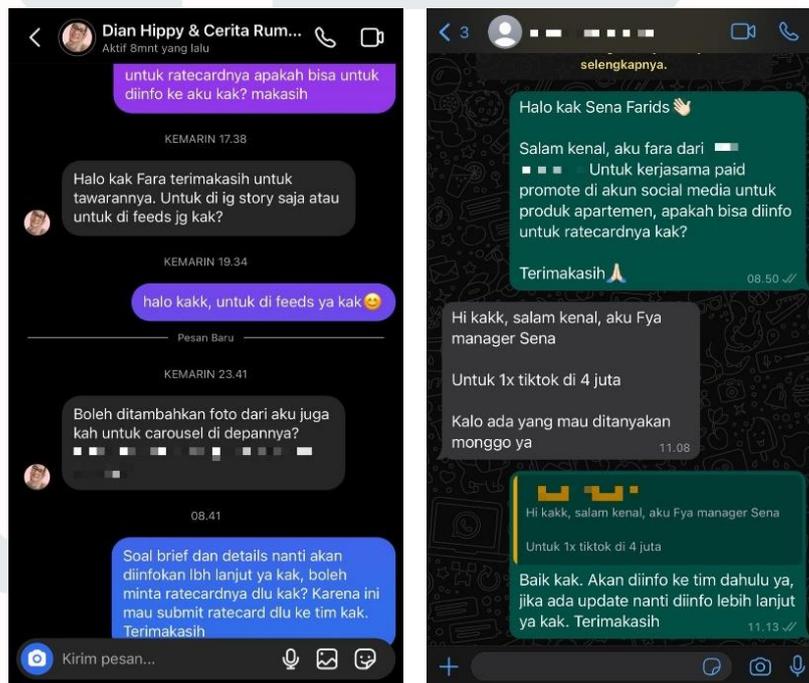
Gambar 3.10 Koordinasi dengan Manajer Promosi terkait Pembuatan Surat

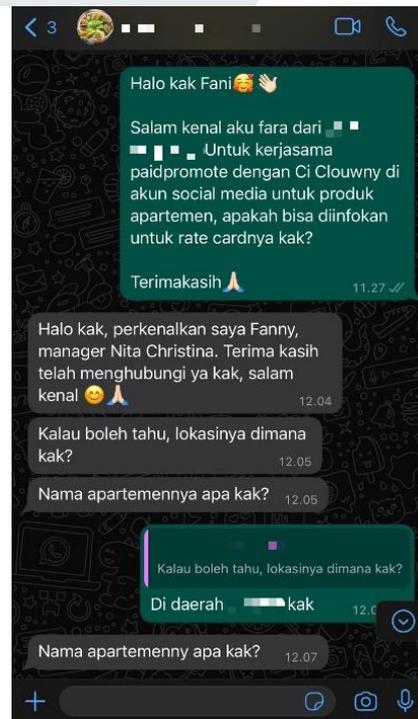
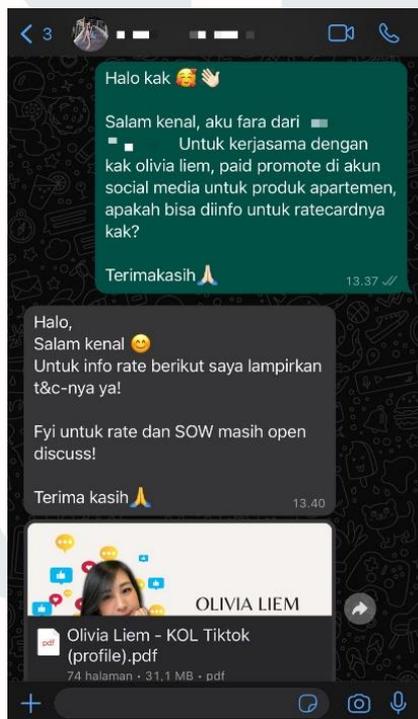
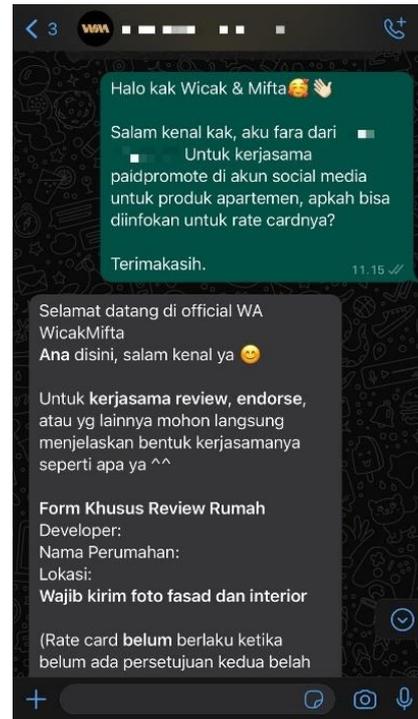
3.2.2.7 Menghubungi KOL dan Membuat Daftar List KOL

Penulis ditugaskan untuk menghubungi KOL (*Key Opinion Leader*) yang telah ditetapkan sebelumnya untuk menjalin kerja sama, sekaligus menanyakan harga rate card yang berlaku. Selain itu, penulis juga diminta untuk mencari tambahan KOL sesuai dengan kebutuhan, dan menghubungi mereka untuk meminta informasi mengenai harga rate card yang berlaku. Setelah mendapatkan semua informasi yang diperlukan, penulis kemudian diminta untuk membuat tabel daftar KOL di dalam tabel *spreadsheet*. Selama proses ini, penulis terus berkoordinasi dengan Manajer Promosi untuk memastikan bahwa pemilihan KOL sesuai dengan kebutuhan Unit. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua informasi yang diperoleh dari KOL, termasuk harga rate card dan detail kerja sama lainnya, tercatat dengan rapi dan akurat di dalam tabel *spreadsheet*.

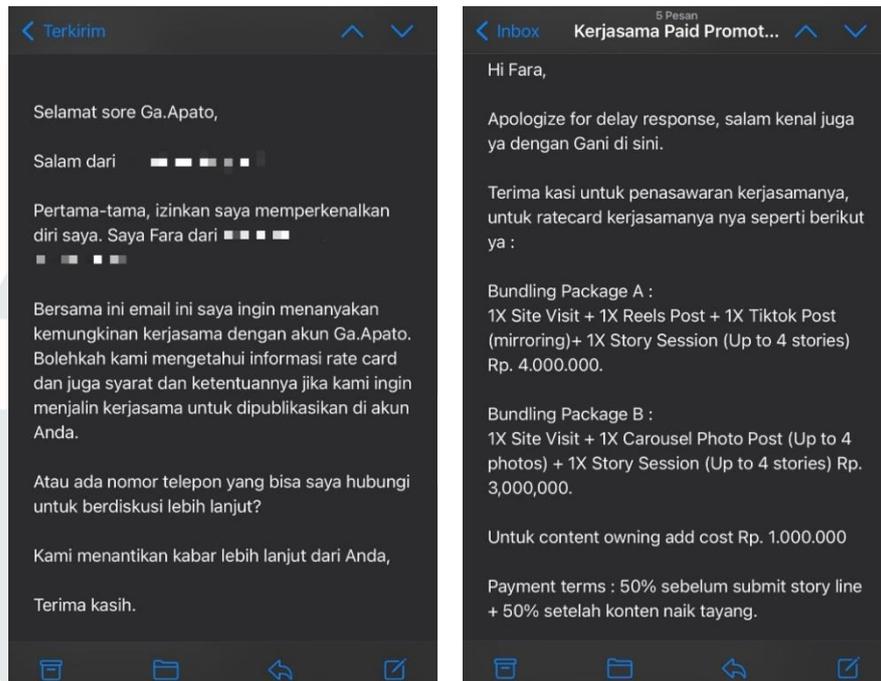


Gambar 3.11 Koordinasi dengan Manajer Promosi terkait KOL





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



Gambar 3.12 Bukti Komunikasi Penulis dengan KOL melalui Whatsapp, Instagram dan Email

No.	Nama Akun	Jumlah Followers	Rate Card	Link
1	Dian Hippy (IG)	70.3K	Rp1.000.000	https://www.instagram.com/dianhippy/?utm_source=ig_web_button_share_sheet&igsh=ZONXZd0Mkth8e==
2	Sena Farids (Tiktok)	73.3K	Rp4.000.000	https://www.tiktok.com/@senafarids?_t=8kTajwvANLn&_r=1
3	Olivia Liem (Tiktok)	1M	<p>1. 1x Story Session (Up to 4 stories) Rp. 3.000.000</p> <p>2. 1x Reels Post (Up to 4 stories) Rp. 4.000.000</p> <p>3. 1x Site Visit + 1x Carousel Photo Post (Up to 4 photos) + 1x Story Session (Up to 4 stories) Rp. 3.000.000</p> <p>4. 1x Site Visit + 1x Reels Post + 1x Tiktok Post (mirroring) + 1x Story Session (Up to 4 stories) Rp. 4.000.000</p> <p>5. 1x Site Visit + 1x Reels Post + 1x Tiktok Post (mirroring) + 1x Story Session (Up to 4 stories) + 1x Content Owning Rp. 1.000.000</p>	https://www.tiktok.com/@olivia.liem?_t=8kRtU2emZvYs&_r=1
4	Matthewjedidiah (Tiktok)	55.5K	<p>1. 1x Site Visit + 1x Reels Post + 1x Tiktok Post (mirroring) + 1x Story Session (Up to 4 stories) Rp. 4.000.000</p> <p>2. 1x Site Visit + 1x Reels Post + 1x Tiktok Post (mirroring) + 1x Story Session (Up to 4 stories) + 1x Content Owning Rp. 1.000.000</p>	https://www.tiktok.com/@matthewjedidiah?_t=8kRtU2emZvYs&_r=1

Gambar 3.13 Tabel Spreadsheet – List KOL & Rate card

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.2.8 Membuat SPK & BAST

Penulis diminta untuk membuat SPK (Surat Perintah Kerja) dan BAST (Berita Serah Terima Pekerjaan) yang dimana proses ini dilakukan setelah terjalin kesepakatan kerja sama antara tim promosi dengan KOL. SPK menjadi dokumen resmi yang mengatur mengenai rincian, jangka waktu dan pembayaran pekerjaan yang akan dilaksanakan oleh kedua belah pihak sesuai dengan kesepakatan yang telah disepakati sebelumnya. Sementara itu, BAST menjadi bukti tertulis bahwa pekerjaan telah selesai sesuai ketentuan SPK dan menegaskan bahwa tim pendanaan telah menerima hasil pekerjaan tersebut. Dengan dibuatnya SPK dan BAST, diharapkan seluruh proses kerjasama dapat dilakukan secara teratur dan efisien. Setelah melakukan penyusunan, penulis kemudian mencetak dan memberikan dokumen tersebut kepada Manajer Promosi.

SURAT PERINTAH KERJA

Pemberi Kerja :
 Proyek :
 Diberikan kepada :
 Untuk Pekerjaan :

I. BIAYA PEKERJAAN

NO.	URAIAN	UNIT	HARGA SATUAN	HARGA TOTAL
1				
2				Rp. -
	Total			Rp. -

II. WAKTU PELAKSANAAN

Pekerjaan tersebut dilaksanakan sejak SPK ditandatangani dan berakhir pada tanggal

Demikian Surat Perintah Kerja ini diterbitkan untuk dapat dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab.

Penerima Surat Perintah Kerja

Pemberi Surat Perintah Kerja

Gambar 3.14 Contoh Surat SPK

BERITA SERAH TERIMA PEKERJAAN

Pada hari ini, _____ tanggal ____ (_____), bulan _____, Tahun _____ dengan ini menyatakan telah mengadakan Serah Terima Pekerjaan sebagai berikut :

1. PIHAK KEDUA menyerahkan hasil pekerjaan kepada PIHAK PERTAMA, dan PIHAK PERTAMA menerima penyerahan hasil pekerjaan tersebut dengan baik dari PIHAK KEDUA, dengan kondisi bahwa pekerjaan telah dinyatakan selesai dengan prestasi 100 %.

Demikian Berita Acara ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pihak Kedua

Pihak Pertama

(Nama penanggung jawab)

(Nama Manager Unit)

Gambar 3.15 Contoh Surat BAST

3.2.2.9 Mendampingi KOL dalam Pengambilan Gambar dan Video

Penulis diminta untuk turut serta bersama tim promosi mendampingi KOL (*Key Opinion Leader*) selama proses pembuatan konten untuk postingan di media sosial. Dalam proses pembuatan konten tersebut, terdapat tiga titik lokasi yang menjadi fokus utama kunjungan dalam pengambilan gambar dan video. Penulis bersama tim promosi saling bekerja sama dalam membantu memberikan arahan serta bantuan teknis yang diperlukan untuk memastikan bahwa setiap aspek dari pembuatan konten berjalan lancar. Dengan kerjasama yang kuat dan komunikasi yang terbuka, diharapkan konten media sosial yang dihasilkan dapat memenuhi standar kualitas yang diharapkan dan berdampak positif terhadap pencapaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.



Gambar 3.16 Pendampingan KOL bersama Tim Promosi

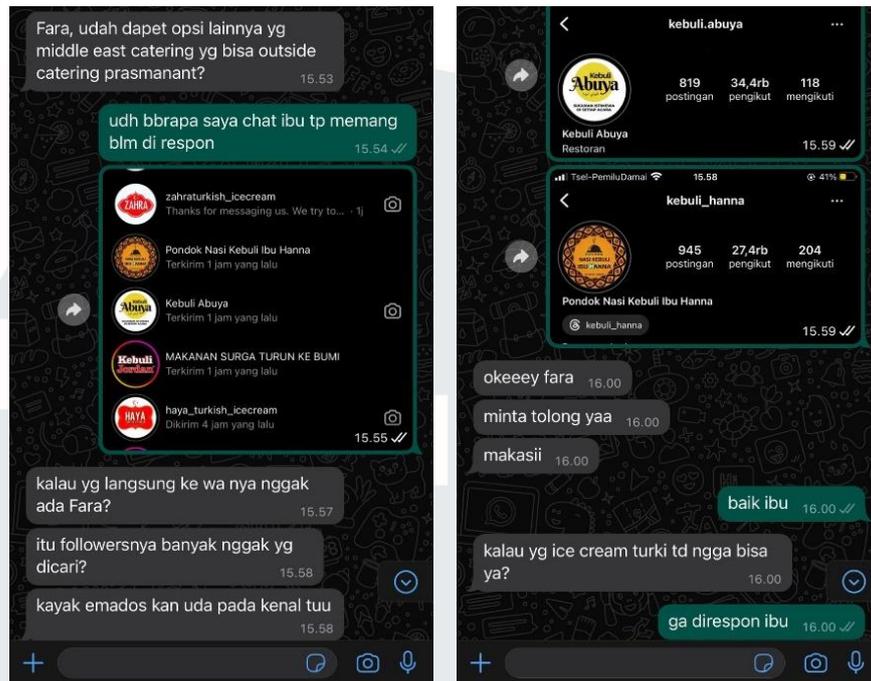
3.2.2.10 Mencari Informasi terkait Tenant Makanan

Penulis diminta untuk mengumpulkan informasi terkait harga dari tenant makanan yang telah ditetapkan sebelumnya untuk sebuah acara atau kegiatan perusahaan. Proses pengumpulan informasi ini dilakukan melalui pencarian di media sosial Instagram, di mana penulis memeriksa profil setiap tenant makanan yang relevan. Setelah mengidentifikasi tenant yang diinginkan, penulis berkomunikasi dengan mereka melalui platform WhatsApp untuk meminta rincian harga dan informasi tambahan yang mungkin diperlukan. Selama proses komunikasi dengan tenant makanan, penulis secara rutin berkoordinasi dengan Manajer Promosi untuk memastikan bahwa pertanyaan yang diajukan kepada tenant makanan sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan tujuan acara. Koordinasi ini memastikan bahwa informasi yang diperoleh sesuai dengan harapan perusahaan dan dapat digunakan dalam penyusunan anggaran acara dengan tepat. Selain itu, penulis juga diberi instruksi untuk mencari alternatif tenant makanan lainnya jika tenant yang telah ditetapkan sebelumnya mengalami kendala atau tidak dapat berpartisipasi dalam acara tersebut.

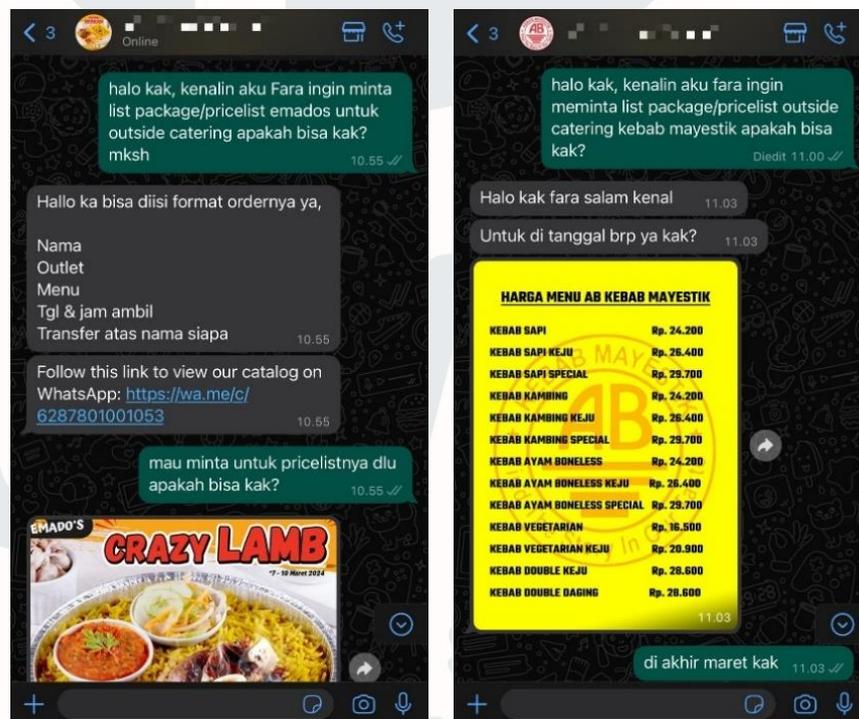
Proses ini melibatkan penelusuran tambahan di media sosial dan kontak langsung dengan tenant makanan potensial lainnya. Dengan demikian, peran penulis tidak hanya terbatas pada pengumpulan informasi harga, tetapi juga melibatkan menjaga komunikasi yang efektif dengan tenant makanan, memastikan koordinasi yang baik dengan Manajer Promosi, serta mencari solusi alternatif yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan untuk kelancaran acara yang direncanakan.

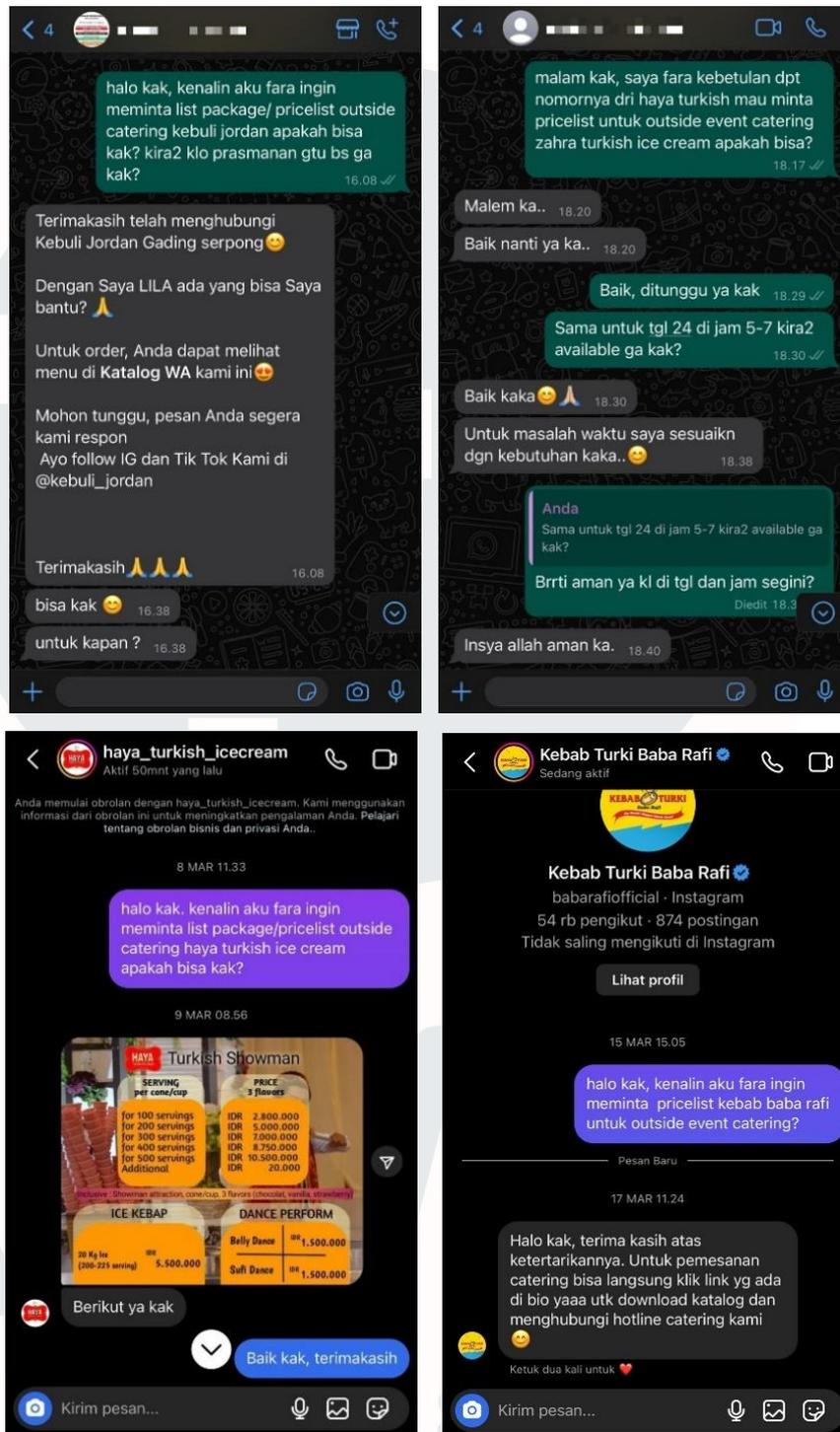


UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.17 Koordinasi Penulis dengan Manajer Promosi terkait Tenant Makanan





Gambar 3.18 Bukti Komunikasi Penulis dengan Tenant Makanan

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam proses magang yang dilakukan, penulis menghadapi berbagai kendala dan kesulitan. Namun, kendala dan kesulitan yang dihadapi penulis merupakan hal yang wajar, kendala-kendala ini membantu penulis dalam meningkatkan kemampuan dalam menyelesaikan berbagai permasalahan. Berikut kendala yang dihadapi penulis selama melaksanakan praktik kerja magang:

1) Keterbatasan informasi promo kompetitor

Penulis mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi terkait promo kompetitor. Biasanya, penulis mencari informasi tersebut dari platform media sosial seperti Instagram. Namun, kendala muncul ketika beberapa akun media sosial kompetitor tidak aktif dalam mengunggah konten secara teratur, sehingga sulit bagi penulis untuk menemukan informasi yang dicari. Selain itu, terkadang promo yang dilakukan oleh kompetitor tidak secara terbuka diungkapkan di media sosial, membuat penulis harus mencari sumber informasi tambahan.

2) Keterbatasan dalam kebebasan mencari ide

Dalam membuat calender plan, penulis mengalami sedikit kesulitan dalam mencari ide untuk judul konten yang akan diposting. Tantangan ini muncul karena konten yang dibuat harus selaras dengan tema yang telah ditetapkan sebelumnya oleh tim promosi. Selain itu, penulis juga perlu memperhatikan variasi konten agar tetap menarik dan relevan bagi audiens.

3) Keterbatasan desain grafis

Dalam membuat desain grafis untuk konten di media sosial, penulis menghadapi sedikit kesulitan karena sebelumnya tidak memiliki latar belakang atau kurangnya keahlian dalam desain grafis. Tantangan ini dapat menjadi hambatan dalam menciptakan konten visual yang menarik dan profesional untuk dipublikasikan. Selain itu, penulis juga merasa perlu meningkatkan pemahaman mereka tentang prinsip-prinsip desain, penggunaan perangkat lunak desain grafis, dan teknik-teknik kreatif untuk menghasilkan konten yang lebih berkualitas.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berikut adalah solusi yang ditemukan dalam menyelesaikan kendala di atas:

- 1) Dalam mengatasi kendala terkait keterbatasan informasi promo kompetitor, penulis menggunakan alternatif lain seperti memperluas jaringan informasi dengan mencari dari sumber lain yaitu situs website maupun platform online lainnya.
- 2) Dalam mengatasi kendala terkait keterbatasan dalam mencari ide, penulis melakukan riset dengan mengamati tren terkini untuk mendapatkan wawasan tentang preferensi dan minat audiens yang sedang berlangsung. Biasanya penulis mencari referensi melalui platform media sosial Instagram, namun terkadang juga penulis memperluas pencarian ke platform online lainnya. Melalui sumber-sumber ini, penulis dapat memperluas cakupan pengetahuan dan menemukan ide-ide yang sekiranya dapat dijadikan referensi dalam membuat konten yang menarik.
- 3) Dalam mengatasi kendala terkait keterbatasan desain grafis, penulis menggunakan alat bantu yang tersedia secara online. Penulis menggunakan platform desain grafis seperti Canva yang menyediakan template yang mudah digunakan dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan. Selain itu, penulis memanfaatkan tutorial online yang tersedia di internet untuk meningkatkan pemahaman tentang desain grafis dasar dan penggunaan perangkat lunak desain.