

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Sebagai magang di PT Graha Karya Inti Megah, penulis memiliki kedudukan yang terletak di bawah supervisi langsung dari Direktur Utama perusahaan. Dalam keseharian magang, penulis juga bekerja secara langsung dengan Marketing Supervisor (SPV) untuk menjalankan tugas-tugas pemasaran yang diberikan. Sebagai bagian dari tim pemasaran, penulis bertanggung jawab atas berbagai aktivitas pemasaran, seperti pengelolaan media sosial, pengembangan materi promosi, dan koordinasi dengan tim lainnya untuk memastikan kelancaran pelaksanaan strategi pemasaran. Meskipun bekerja di bawah Direktur Utama, kerjasama dan koordinasi dengan Marketing SPV merupakan hal yang penting dalam menjalankan tugas sehari-hari penulis di PT Graha Karya Inti Megah.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut adalah tujuan kerja magang dari penulis:

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

No.	Tugas	Jenis Tugas	Output Tugas
1.	Meningkatkan <i>skill</i> dalam <i>marketing</i>	<i>Rutin</i>	Meningkatkan <i>skill</i> dan pengetahuan mengenai <i>marketing</i>
2,	Product Knowledge	<i>Rutin</i>	Mendapatkan pengetahuan akan produk dan jasa yang ditawarkan
3.	Melakukan <i>content research</i>	<i>Rutin</i>	Mendapatkan referensi dan inspirasi post
4.	<i>Photo selection</i>	<i>Rutin</i>	Berhasil menyeleksi foto-foto yang akan di posting berdasarkan kategori.

5.	Membuat <i>caption</i>	<i>Rutin</i>	Berhasil membuat <i>caption</i> untuk seluruh post.
6.	<i>Content planning</i>	<i>Rutin</i>	Berhasil menyusun konten yang akan di post.
7.	Mengeksekusi konten	<i>Rutin</i>	Berhasil memposting di Instagram sesuai dengan strategi.
8.	Tugas Administratif	<i>Rutin</i>	Membantu menyelesaikan tugas administratif.
9.	Membuat <i>pitch deck</i>	<i>Non-Rutin</i>	Membantu membuat <i>pitch deck</i> untuk perusahaan saat mencari investor.
10.	Melakukan survei tempat untuk proyek <i>desain interior</i>	<i>Non-Rutin</i>	Mendampingi proses survey untuk proyek <i>desain interior</i>

Sumber: Penulis, 2024

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Berikut adalah uraian kerja magang dari penulis:

1. Meningkatkan *Skill* dalam *Marketing*



Gambar 3.1 Kursus Digital Marketing

Sumber: edureka!

Di awal masa magang, penulis mengalami proses onboarding di PT Graha Karya Inti Megah yang memerlukan pemahaman yang mendalam

tentang marketing. Untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan dalam bidang ini, penulis memutuskan untuk belajar secara mandiri melalui platform pembelajaran daring seperti Udemy dan YouTube. Gambar 3.1 menunjukkan salah satu sumber belajar yang diakses adalah kanal YouTube Edureka!, yang menawarkan kursus pemasaran lengkap dengan total 23 video.

Selama proses pembelajaran, penulis fokus untuk memahami konsep-konsep dasar dalam pemasaran, termasuk strategi pemasaran digital, analisis pasar, penargetan audiens, dan pengukuran kinerja kampanye. Setiap video dalam kursus tersebut dikaji secara teliti, dan penulis secara aktif mencatat konsep-konsep penting dan teknik-teknik yang diajarkan.

Dengan mengikuti kursus ini, penulis mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai alat dan teknik yang digunakan dalam pemasaran digital, seperti SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), media sosial, email marketing, dan analisis web. Penulis juga belajar tentang pentingnya konten yang berkualitas, branding yang konsisten, dan interaksi yang efektif dengan audiens.

Selama proses pembelajaran, penulis juga berusaha untuk mempraktikkan konsep-konsep yang dipelajari melalui proyek-proyek kecil dan studi kasus yang relevan dengan industri konstruksi dan desain interior. Hal ini membantu penulis untuk menerapkan konsep-konsep teoritis ke dalam konteks dunia nyata dan memperkuat pemahaman serta keterampilannya dalam pemasaran.

2. *Product Knowledge*

Sebagai seorang magang di PT Graha Karya Inti Megah, penulis memiliki tanggung jawab untuk memperoleh pengetahuan yang mendalam tentang semua produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, khususnya dalam bidang desain interior. Untuk memahami produk-produk

ini secara menyeluruh, penulis harus melakukan penelitian yang cermat dan belajar tentang fitur, spesifikasi, dan keunggulan dari setiap produk dan jasa yang disediakan.

Proses pembelajaran dimulai dengan mempelajari katalog produk perusahaan, yang mencakup berbagai jenis furnitur, dekorasi, peralatan, bahan bangunan, dan perlengkapan lainnya yang digunakan dalam desain interior. Penulis juga diperkenalkan kepada berbagai gaya desain dan tren terkini dalam industri desain interior, serta cara mengintegrasikan produk-produk tersebut ke dalam proyek desain yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan klien.

Selain itu, penulis juga berinteraksi langsung dengan tim desain interior dan tenaga penjualan perusahaan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang penggunaan praktis dari setiap produk dan layanan. Hal ini melibatkan diskusi, demonstrasi, dan kunjungan lapangan ke proyek-proyek desain yang sedang berjalan untuk melihat produk-produk tersebut diaplikasikan dalam konteks nyata.

Dengan memahami produk dan layanan perusahaan secara menyeluruh, penulis dapat memberikan informasi yang akurat dan bermanfaat kepada klien potensial tentang manfaat dan nilai tambah yang diberikan oleh setiap produk dan jasa. Ini juga memungkinkan penulis untuk berkolaborasi dengan tim desain interior dalam mengembangkan solusi desain yang kreatif dan efektif sesuai dengan kebutuhan dan preferensi klien.

3. Melakukan *Content Research*

Sebagai seorang magang di PT Graha Karya Inti Megah, penulis memiliki tanggung jawab untuk melakukan penelitian konten yang mendalam tentang produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan, khususnya dalam konteks desain interior. Proses ini dimulai dengan

mencari informasi yang relevan dan berkualitas dari berbagai sumber, termasuk situs web, majalah, blog, dan platform media lainnya.

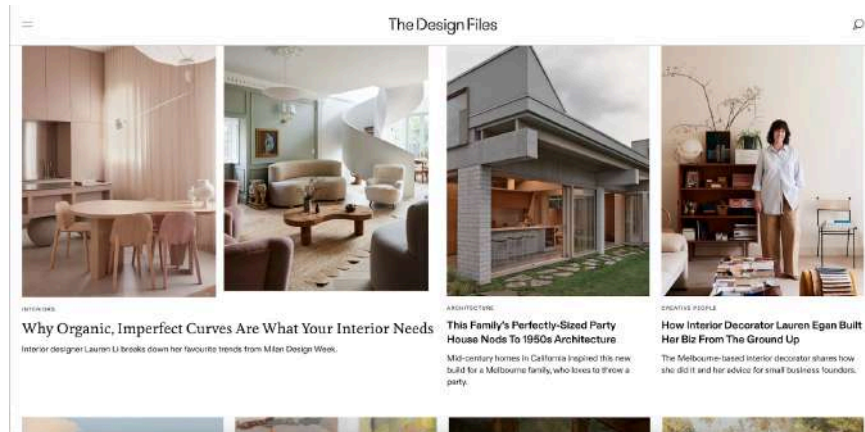
Salah satu sumber utama yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian konten adalah situs web desain interior terkemuka, seperti designmilk, TheDesignFiles, dan Vogue Living. Penulis menggunakan referensi gambar yang disediakan dalam dokumentasi untuk memahami estetika produk dan jasa yang ingin dipromosikan, serta untuk menemukan inspirasi untuk konten-konten yang kreatif dan menarik.



Gambar 3.2 Referensi 1

Sumber: designmilk, 2024

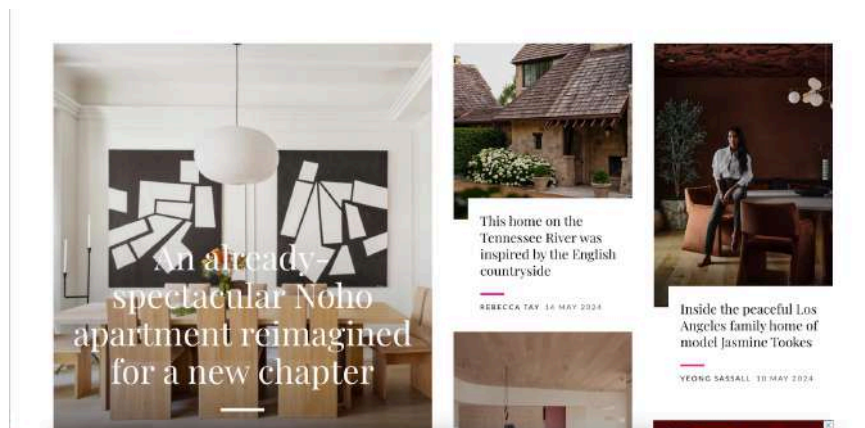
Di Gambar 3.2 designmilk, penulis menemukan berbagai artikel, galeri foto, dan ulasan tentang desain interior yang inovatif dan tren terkini dalam industri. Situs ini menjadi sumber inspirasi yang berharga untuk mengembangkan ide-ide konten yang segar dan berkelas.



Gambar 3.3 Referensi 2

Sumber: The Design Files, 2024

Gambar 3.3 The Design Files juga menjadi sumber penting bagi penulis dalam mencari informasi tentang proyek-proyek desain interior yang inspiratif dan cerita-cerita di baliknya. Penulis memanfaatkan konten yang tersedia di situs ini untuk mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang tren dan gaya desain yang sedang berkembang.



Gambar 3.4 Referensi 3

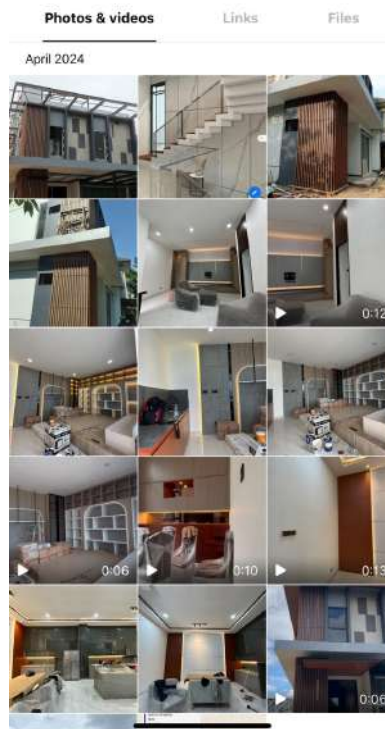
Sumber: Vogue Living

Selain itu, Gambar 3.4 Vogue Living menjadi sumber referensi yang bergengsi dalam industri desain interior. Melalui situs ini, penulis dapat melihat tren-tren global dalam desain interior, serta mendapatkan informasi tentang produk-produk dan merek-merek terkemuka di pasar.

Dengan melakukan penelitian konten secara cermat dan menyeluruh dari berbagai sumber seperti yang disebutkan di atas, penulis dapat mengumpulkan informasi yang berharga untuk mendukung pengembangan materi konten pemasaran yang berkualitas dan relevan dengan target audiens. Ini memungkinkan perusahaan untuk tetap berada di garis depan dalam menghadirkan konten-konten yang menarik dan bermanfaat bagi klien potensial serta menginspirasi mereka dalam merencanakan proyek desain interior mereka.

4. *Photo Selection*

Sebagai bagian dari tanggung jawab penulis dalam magang di PT Graha Karya Inti Megah, pemilihan foto untuk media sosial adalah tugas yang penting dalam memastikan konten yang dibagikan menarik dan sesuai dengan estetika merek perusahaan. Proses ini melibatkan beberapa langkah yang hati-hati dan kolaboratif dengan tim pemasaran.



Gambar 3.5 Photo Selection

Sumber: Penulis, 2024

Untuk memulai, penulis bekerja sama dengan tim pemasaran melalui aplikasi komunikasi seperti Line, di mana penulis dan anggota tim lainnya dapat berdiskusi secara real-time mengenai pilihan foto yang akan digunakan, seperti yang dicontoh pada Gambar 3.5. Melalui obrolan ini, penulis menerima masukan dan saran dari rekan-rekan kerja tentang foto-foto yang paling tepat untuk setiap kampanye atau posting media sosial.

Penulis mengumpulkan dan meninjau berbagai foto dari proyek-proyek desain interior yang telah diselesaikan, portofolio produk, dan sumber inspirasi eksternal. Kriteria pemilihan foto meliputi kualitas gambar, relevansi dengan pesan yang ingin disampaikan, estetika visual, serta daya tarik foto tersebut bagi audiens target.

Selama proses pemilihan foto, penulis memastikan bahwa setiap gambar yang dipilih mampu mencerminkan nilai dan citra merek PT Graha Karya Inti Megah. Foto-foto yang dipilih harus menunjukkan detail produk dengan jelas, menampilkan tata letak yang menarik, serta memberikan inspirasi bagi pengikut media sosial perusahaan.

Setelah memilih foto-foto yang tepat, penulis memberikan pilihan tersebut dengan tim melalui Line untuk mendapatkan persetujuan akhir dan melakukan penyesuaian jika diperlukan. Kolaborasi ini memastikan bahwa semua anggota tim setuju dengan pilihan foto dan bahwa konten yang akan dipublikasikan memenuhi standar kualitas yang ditetapkan oleh perusahaan.

5. Membuat *Caption*

Sebagai bagian dari tanggung jawab penulis dalam magang di PT Graha Karya Inti Megah, pembuatan caption untuk postingan di Instagram

adalah elemen penting dalam strategi pemasaran media sosial. Caption yang baik dapat meningkatkan interaksi, menyampaikan pesan dengan jelas, dan menginspirasi audiens untuk terlibat lebih lanjut dengan konten yang diposting.

Langkah pertama dalam membuat caption adalah memahami tujuan dari setiap postingan. Penulis harus menentukan apakah tujuan postingan adalah untuk menginformasikan, menginspirasi, mengedukasi, atau menghibur audiens. Memahami tujuan ini membantu dalam menyusun caption yang sesuai dan efektif.

Penulis kemudian melakukan riset mengenai tren caption dan gaya bahasa yang sedang populer di Instagram. Ini melibatkan analisis terhadap akun-akun Instagram yang sukses di industri desain interior serta mempelajari bagaimana mereka berkomunikasi dengan audiens mereka. Dengan demikian, penulis dapat mengadopsi pendekatan yang relevan dan menarik.

Setelah riset, penulis mulai menyusun draft caption. Beberapa elemen penting yang diperhatikan dalam penulisan caption meliputi:

1. Kejelasan dan Keringkasan

Caption harus jelas dan ringkas, langsung menyampaikan pesan utama tanpa terlalu banyak kata-kata yang tidak perlu.

2. Penggunaan Emoji

Emoji dapat menambahkan elemen visual yang menarik dan membantu menyampaikan emosi atau konteks dengan lebih baik.

3. Hashtags

Menggunakan hashtags yang relevan dan populer membantu meningkatkan visibilitas postingan dan menjangkau audiens yang lebih luas.

4. Call to Action (CTA)

Mendorong audiens untuk mengambil tindakan, seperti menyukai, mengomentari, atau berbagi postingan, dapat meningkatkan interaksi dan keterlibatan.

Penulis memastikan bahwa caption yang dibuat sesuai dengan tone of voice dan gaya bahasa perusahaan. Misalnya, jika perusahaan memiliki citra yang profesional dan elegan, caption harus mencerminkan hal tersebut. Sebaliknya, jika perusahaan ingin tampil lebih santai dan ramah, caption dapat lebih kasual dan interaktif.

6. Content Planning

Dalam peran magang di PT Graha Karya Inti Megah, penulis bertanggung jawab atas perencanaan konten untuk postingan Instagram. Proses perencanaan ini sangat penting untuk memastikan bahwa konten yang dipublikasikan konsisten, relevan, dan menarik bagi audiens. Untuk mengatur dan mengelola rencana konten, penulis menggunakan Google Sheets sebagai alat utama.

Langkah pertama dalam perencanaan konten adalah menentukan tema atau fokus utama untuk periode waktu tertentu, misalnya mingguan atau bulanan. Penulis dan tim marketing akan mengidentifikasi topik-topik utama yang ingin disoroti, seperti proyek desain interior terbaru, tips dan trik desain, showcase produk, atau event perusahaan.

	Post 1	Post 2	Post 3
Social post content	Foto Interior dan BSD Plan	Foto Exterior Sideview BSD Plan	Foto Exterior Frontview BSD Plan
Platform	Instagram		
Date	3/12/24	3/12/24	3/12/24
Captions	<p>Hi Masah Friend! Minin mau kasih tau nih nih detail desain dari BSD plan kita loh nih nih siapa detailnya yuk.</p> <p>#interiordesign #interior #interiorandliving</p>	<p>Hai Masah Friend! Gak curmeh detail desain lampak Sapan ya nih yang minin mau kasih tau, ini dia tampak samping nya. Mewah dan mewah banget Friend siapa nih yang punya rumah impian kaya gini</p> <p>#interiordesign #interior #interiorandliving</p>	<p>Hai hi Masah Friend! gak curmeh detail rumah ga nih yang minin mau kasih tau nih nih siapa detail rumah makan loh ini dia ruang makan nya</p> <p>#interiordesign #interior #interiorandliving #interiordesign</p>

Gambar 3.6 Content Framework

Sumber: Penulis, 2024

Selanjutnya, penulis membuat sebuah Google Sheets yang berfungsi sebagai kalender editorial untuk menyusun jadwal posting. Dalam Google Sheets ini, beberapa kolom penting yang digunakan meliputi:

1. Social Post Content

Kolom ini mencakup deskripsi singkat dari konten yang akan diposting, seperti gambar ruang tamu yang telah didesain ulang, sebelum dan sesudah proyek, atau tips desain dari tim profesional.

2. Platform

Meskipun fokus utama adalah Instagram, kolom ini juga mencakup informasi jika konten tersebut akan dibagikan di platform lain seperti Facebook, LinkedIn, atau Twitter.

3. Date

Penulis mencantumkan tanggal spesifik untuk setiap postingan. Hal ini membantu memastikan bahwa konten diposting secara konsisten dan pada waktu yang optimal untuk menjangkau audiens target.

4. *Captions*

Di kolom ini, penulis menuliskan draf caption yang telah dibuat untuk setiap postingan. Caption ini dirancang untuk menarik perhatian, memberikan informasi, dan mendorong interaksi dengan audiens.

5. *Hashtags*

Penulis mencantumkan daftar hashtags yang relevan dan populer yang akan digunakan untuk meningkatkan visibilitas postingan. Hashtags ini dipilih berdasarkan tren industri dan riset audiens.

6. *Assigned to*

Kolom ini digunakan untuk menetapkan tugas spesifik kepada anggota tim yang bertanggung jawab untuk konten tersebut, seperti penulis konten, desainer grafis, atau social media manager.

7. *Notes*

Kolom ini digunakan untuk catatan tambahan yang mungkin penting, seperti kebutuhan untuk revisi, feedback dari tim, atau strategi khusus untuk postingan tersebut.

Proses ini melibatkan koordinasi yang erat dengan seluruh tim marketing untuk memastikan bahwa setiap elemen dari rencana konten telah dipersiapkan dengan baik. Penulis dan tim secara berkala mengadakan pertemuan untuk mengevaluasi rencana konten, membuat penyesuaian jika diperlukan, dan memastikan bahwa semua postingan selaras dengan tujuan pemasaran perusahaan.

Dengan menggunakan Google Sheets untuk perencanaan konten, penulis dapat dengan mudah memantau dan mengelola jadwal posting, memastikan bahwa setiap elemen dari strategi media sosial berjalan sesuai rencana. Perencanaan konten yang baik memungkinkan PT Graha Karya

Inti Megah untuk menjaga konsistensi dalam komunikasi merek, meningkatkan engagement dengan audiens, dan mencapai hasil pemasaran yang lebih efektif.

7. Mengeksekusi Konten

Sebagai bagian dari tanggung jawab penulis dalam magang di PT Graha Karya Inti Megah, eksekusi konten untuk postingan Instagram adalah tahap kritis dalam memastikan strategi pemasaran media sosial berjalan dengan sukses. Setelah perencanaan konten yang matang, langkah selanjutnya adalah mengimplementasikan rencana tersebut dengan mengunggah konten ke akun Instagram perusahaan.

Selama periode magang, penulis berhasil membuat dan mempublikasikan 14 postingan yang masing-masing dilengkapi dengan caption dan hashtag yang sesuai untuk menjelaskan berbagai produk dan jasa desain interior yang ditawarkan oleh perusahaan. Proses eksekusi konten ini melibatkan beberapa langkah penting:

1. Peninjauan dan Persetujuan

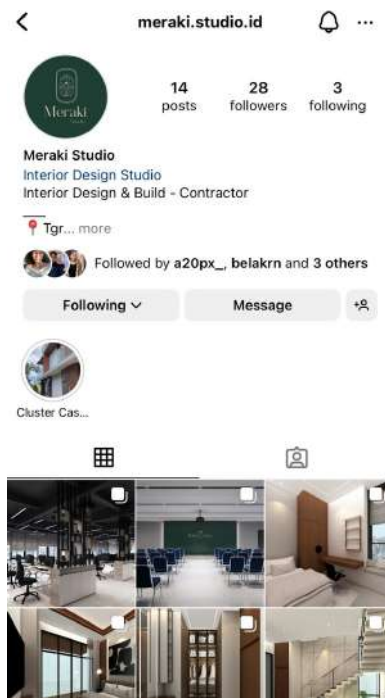
Sebelum mengunggah konten, penulis memastikan bahwa semua elemen dari postingan, termasuk gambar, caption, dan hashtag, telah ditinjau dan disetujui oleh supervisor atau tim pemasaran. Ini memastikan bahwa konten memenuhi standar kualitas perusahaan dan sesuai dengan strategi branding.

2. Penjadwalan

Penulis menggunakan alat penjadwalan media sosial untuk mengatur waktu posting yang optimal. Dengan menjadwalkan postingan terlebih dahulu, penulis dapat memastikan konsistensi dalam frekuensi dan timing dari setiap postingan, serta menjangkau audiens pada saat-saat yang paling efektif.

3. Pengunggahan Konten

Menggunakan Instagram, penulis mengunggah setiap postingan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Setiap postingan mencakup gambar berkualitas tinggi, caption yang menarik dan informatif, serta hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas dan engagement.



Gambar 3.6 Contoh Postingan 1

Sumber: Penulis, 2024

Contoh hasil dari eksekusi konten ini dapat dilihat dalam beberapa gambar. Gambar 3.6 menunjukkan tampilan keseluruhan akun Instagram PT Graha Karya Inti Megah setelah 14 postingan tersebut diunggah. Tampilan ini mencerminkan estetika visual yang konsisten dan profesional, serta keselarasan dalam penyampaian pesan.



Gambar 3.7 Contoh Postingan 2

Sumber: Penulis, 2024

Gambar 3.7 menunjukkan contoh hasil postingan untuk proyek Desain Kamar Tidur di Caspia BSD. Postingan ini menampilkan gambar yang menarik dari kamar tidur yang telah didesain ulang, dilengkapi dengan caption yang menjelaskan konsep desain dan fitur-fitur unik yang diterapkan.



Gambar 3.8 Contoh Postingan 3

Sumber: Penulis, 2024

Gambar 3.8 menunjukkan contoh hasil postingan untuk kantor Faber Castell di Jakarta, Semarang, dan Surabaya. Postingan ini memperlihatkan gambar-gambar dari kantor yang telah dirancang oleh PT Graha Karya Inti Megah, disertai dengan caption yang menguraikan proses desain dan elemen-elemen khusus yang membuat setiap kantor unik.

Melalui eksekusi konten yang tepat, penulis berhasil menyampaikan pesan-pesan kunci dari perusahaan kepada audiens secara efektif. Setiap postingan dirancang untuk menarik perhatian, menginspirasi, dan mengedukasi pengikut Instagram, serta mendorong mereka untuk berinteraksi dengan konten tersebut. Dengan demikian, penulis membantu meningkatkan visibilitas dan reputasi PT Graha Karya Inti Megah di media sosial, sekaligus membangun hubungan yang lebih kuat dengan klien potensial dan audiens yang lebih luas.

8. Tugas Administratif

Selama magang di PT Graha Karya Inti Megah, penulis juga bertanggung jawab atas berbagai tugas administratif yang mendukung kegiatan pemasaran. Tugas-tugas ini penting untuk menjaga kelancaran operasional departemen pemasaran dan memastikan bahwa semua aspek administrasi berjalan dengan efisien. Berikut adalah rincian tugas administratif yang penulis kerjakan:

1. Penyiapan Dokumen

Penulis sering kali bertanggung jawab untuk menyiapkan berbagai dokumen pemasaran, seperti proposal, laporan, dan presentasi. Dokumen-dokumen ini diperlukan untuk berbagai keperluan, termasuk pertemuan dengan klien, presentasi proyek, dan evaluasi kampanye pemasaran.

2. Pengelolaan Surat-Menyurat

Penulis juga mengelola surat-menyurat yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran. Ini termasuk menyiapkan surat resmi untuk komunikasi dengan klien, mitra bisnis, dan pihak ketiga lainnya. Surat-surat ini mencakup berbagai topik, mulai dari pengumuman proyek baru hingga undangan untuk acara perusahaan.

3. Penyimpanan dan Pengarsipan

Penulis bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua dokumen pemasaran disimpan dan diarsipkan dengan rapi dan teratur. Ini termasuk pengarsipan digital dan fisik untuk memastikan dokumen dapat dengan mudah diakses saat dibutuhkan.

4. Koordinasi dengan Tim

Selain itu, penulis sering berkoordinasi dengan tim pemasaran dan departemen lain untuk memastikan bahwa semua kegiatan administratif berjalan lancar. Ini termasuk penjadwalan pertemuan, mempersiapkan agenda, dan mendistribusikan notulen rapat kepada anggota tim.

5. Pengelolaan Data Klien

Penulis membantu dalam mengelola database klien, memastikan bahwa informasi kontak terbaru dan catatan komunikasi disimpan dengan baik. Ini penting untuk mendukung upaya pemasaran dan menjaga hubungan baik dengan klien.

Karena sifat konfidensial dari banyak dokumen dan tugas administratif ini, penulis tidak dapat menyertakan bukti atau contoh spesifik dari pekerjaan yang dilakukan. Informasi yang terkait dengan klien, strategi pemasaran, dan detail proyek sering kali bersifat sensitif dan harus dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, penulis memastikan bahwa semua informasi yang diolah dan disimpan diperlakukan dengan standar keamanan dan kerahasiaan yang tinggi, sesuai dengan kebijakan perusahaan.

9. Membuat *Pitch Deck*

Sebagai bagian dari tugas penulis selama magang di PT Graha Karya Inti Megah, salah satu kegiatan penting yang dilakukan adalah pembuatan pitch deck. Pitch deck ini bertujuan untuk memperkenalkan prospek-prospek dalam bidang desain interior kepada calon klien dan mitra bisnis. Pembuatan pitch deck ini melibatkan serangkaian langkah yang mencakup riset, penyusunan konten, dan desain visual yang menarik untuk menyampaikan informasi secara efektif dan persuasif.

Proses pembuatan pitch deck dimulai dengan riset menyeluruh tentang industri desain interior, termasuk tren terkini, permintaan pasar,

dan keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh PT Graha Karya Inti Megah. Penulis mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber yang kredibel untuk memastikan bahwa konten yang disajikan akurat dan relevan. Informasi ini kemudian diolah menjadi narasi yang kohesif dan informatif, yang dapat menggambarkan prospek cerah dalam industri desain interior kepada audiens yang dituju.



Gambar 3.9 Cover Pitch Deck

Sumber: Penulis, 2024

Pitch deck tersebut terdiri dari beberapa slide yang dirancang untuk menyampaikan informasi secara berurutan dan logis. Gambar 3.9 menunjukkan slide cover dari pitch deck, yang berfungsi sebagai pengantar visual yang menarik dan profesional. Slide cover ini menampilkan judul presentasi, logo perusahaan, dan elemen desain yang mencerminkan identitas merek PT Graha Karya Inti Megah.



Gambar 3.10 Slide Example 1 Pitch Deck

Sumber: Penulis, 2024

Gambar 3.10 menunjukkan slide yang menjelaskan Proses Desain Interior. Slide ini mendetailkan langkah-langkah yang diambil oleh perusahaan dalam mengembangkan proyek desain interior, mulai dari konsultasi awal dengan klien, perencanaan dan konsep desain, hingga implementasi dan penyelesaian proyek. Dengan menjelaskan proses ini secara jelas, penulis membantu calon klien memahami pendekatan sistematis dan profesional yang diambil oleh perusahaan untuk memastikan hasil akhir yang memuaskan.



Gambar 3.11 Slide Example 2 Pitch Deck

Sumber: Penulis, 2024

Selain itu, Gambar 3.11 menunjukkan slide yang menggambarkan tren terkini dalam desain interior. Slide ini mencakup visualisasi dari berbagai tren populer, seperti penggunaan material ramah lingkungan, desain minimalis, dan integrasi teknologi pintar dalam ruang interior. Penulis mengidentifikasi dan memaparkan bagaimana PT Graha Karya Inti Megah mengadopsi dan menerapkan tren-tren ini dalam proyek mereka, menunjukkan komitmen perusahaan untuk selalu mengikuti perkembangan terbaru dalam industri.

10. Melakukan survei tempat untuk proyek *desain interior*

Sebagai seorang Marketing Intern, penulis memiliki kesempatan untuk mendampingi tim dalam melakukan survei ke berbagai tempat untuk proyek desain interior masa depan. Partisipasi dalam kegiatan ini memberikan penulis pemahaman yang lebih mendalam tentang produk, yang sangat bermanfaat dalam peran penulis sebagai marketing intern. Melalui survei ini, penulis dapat mengenal produk lebih baik dan memahami bagaimana produk tersebut diaplikasikan dalam berbagai konteks dan lingkungan.

Dalam proses survei terbaru, penulis melakukan kunjungan ke rumah Prof. Dr. (H.C.) K.H. Ma'ruf Amin, seorang ulama, dosen, dan politikus Indonesia yang saat ini menjabat sebagai Wakil Presiden Republik Indonesia. Survei ini memberikan wawasan yang berharga tentang bagaimana produk desain interior dapat diterapkan dalam ruang hunian seorang tokoh penting.



Gambar 3.12 Tampak Depan Rumah Wakil Presiden Republik Indonesia

Sumber: Penulis, 2024

Gambar 3.12 menunjukkan tampak depan rumah Wakil Presiden Republik Indonesia. Dari gambar ini, kita dapat melihat bagaimana elemen desain eksterior mencerminkan kepribadian dan status penghuninya. Desain fasad yang elegan dan megah memberikan kesan yang kuat dan berwibawa.



Gambar 3.13 Tampak Dalam Rumah Wakil Presiden Republik Indonesia

Sumber: Penulis, 2024

Selanjutnya, Gambar 3.13 menunjukkan tampak dalam rumah Wakil Presiden Republik Indonesia. Dalam gambar ini, terlihat jelas bagaimana pemilihan furnitur, warna, dan pencahayaan berperan dalam menciptakan suasana yang nyaman dan formal. Detail-detail ini penting untuk diperhatikan karena memberikan gambaran tentang preferensi dan kebutuhan pengguna.



Gambar 3.14 Tampak Dalam Rumah Wakil Presiden Republik Indonesia

Sumber: Penulis, 2024

Gambar 3.14 menunjukkan tampak dalam lain dari rumah Wakil Presiden Republik Indonesia. Pada gambar ini, kita bisa melihat bagaimana ruang tersebut diatur untuk mendukung aktivitas sehari-hari serta acara-acara resmi. Penataan ruang yang efisien dan estetis ini menunjukkan pentingnya perencanaan desain interior yang matang dan berfokus pada fungsionalitas serta estetika.

Melalui survei ini, penulis mendapatkan banyak pelajaran berharga tentang bagaimana produk kami dapat diintegrasikan dalam berbagai jenis ruangan dan memenuhi kebutuhan beragam pengguna. Pengalaman ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan produk penulis, tetapi juga memperkaya perspektif penulis dalam melihat desain interior dari sudut pandang pengguna.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani magang di PT Graha Karya Inti Megah, penulis menghadapi beberapa kendala yang mempengaruhi kinerja dan pengalaman magangnya. Beberapa kendala yang ditemukan antara lain:

1. Keterbatasan Pengalaman dalam Industri

Salah satu kendala utama yang dihadapi penulis adalah keterbatasan pengalaman dalam industri desain interior. Sebagai individu yang baru memasuki industri ini, penulis perlu waktu untuk mempelajari seluk-beluk dan dinamika yang ada dalam dunia desain interior. Kurangnya pemahaman mendalam tentang industri ini mungkin mempersulit penulis dalam memahami kebutuhan klien dan merancang solusi yang sesuai.

2. Keterbatasan Pengalaman dalam Media Sosial

Selain itu, penulis juga menghadapi kendala karena kurangnya pengalaman dalam mengelola media sosial. Meskipun memiliki latar belakang yang lebih banyak di bidang penjualan dan pemodelan, penulis perlu mengatasi kurva pembelajaran yang curam dalam memahami praktik terbaik dalam manajemen media sosial. Kurangnya pengalaman ini dapat mempengaruhi kemampuan penulis dalam merancang strategi konten yang efektif dan menarik bagi audiens.

3. Penyesuaian dengan Lingkungan Kerja Baru

Selain kendala-kendala spesifik dalam bidang industri dan keterampilan, penulis juga mengalami tantangan dalam beradaptasi dengan lingkungan kerja yang baru. Berpindah dari latar belakang yang lebih terfokus pada penjualan dan pemodelan ke industri desain interior memerlukan penyesuaian yang cukup besar dalam hal budaya kerja, proses operasional, dan bahasa teknis yang digunakan dalam industri ini.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Meskipun menghadapi sejumlah kendala ini, penulis berusaha untuk mengatasi setiap tantangan dengan tekad dan dedikasi. Penulis menggunakan waktu magang sebagai kesempatan untuk belajar dan berkembang, dengan memanfaatkan bimbingan dan dukungan dari rekan-rekan sekerja serta mentor. Dengan kesungguhan untuk terus belajar dan meningkatkan diri, penulis yakin bahwa setiap kendala yang dihadapi dapat diatasi, dan pengalaman magang ini akan menjadi langkah awal yang berharga dalam membangun karir di industri desain interior dan pemasaran.

1. Keterbatasan Pengalaman dalam Industri

Untuk mengatasi keterbatasan pengalaman dalam industri desain interior, penulis aktif mencari peluang untuk belajar dan meningkatkan pemahaman tentang industri ini. Penulis dapat memanfaatkan sumber daya internal perusahaan, seperti sesi pelatihan atau diskusi dengan sesama profesional di bidang desain interior. Selain itu, penulis juga dapat melakukan riset mandiri melalui membaca buku, mengikuti seminar, atau mengikuti kursus online yang berkaitan dengan desain interior.

2. Keterbatasan Pengalaman dalam Media Sosial

Untuk mengatasi keterbatasan pengalaman dalam manajemen media sosial, penulis perlu melibatkan diri dalam praktik langsung dan eksperimen dengan berbagai strategi konten. Penulis dapat meminta bimbingan dari anggota tim yang memiliki pengalaman dalam media sosial, serta mengikuti tutorial dan sumber daya online untuk memperdalam pemahaman tentang praktik terbaik dalam pemasaran digital. Dengan mempraktikkan secara teratur dan mendapatkan umpan balik, penulis dapat meningkatkan keterampilan dan kepercayaan diri dalam mengelola platform media sosial.

3. Penyesuaian dengan Lingkungan Kerja Baru

Untuk memfasilitasi penyesuaian dengan lingkungan kerja baru, penulis perlu mengambil inisiatif untuk memahami budaya perusahaan dan dinamika tim. Penulis dapat mencari kesempatan untuk berinteraksi dengan rekan kerja dari berbagai departemen, menghadiri rapat tim, dan berpartisipasi dalam kegiatan perusahaan untuk memperluas jaringan dan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang lingkungan kerja. Selain itu, penulis juga dapat meminta umpan balik secara teratur untuk mengetahui area di mana mereka dapat meningkatkan kinerja dan penyesuaian.