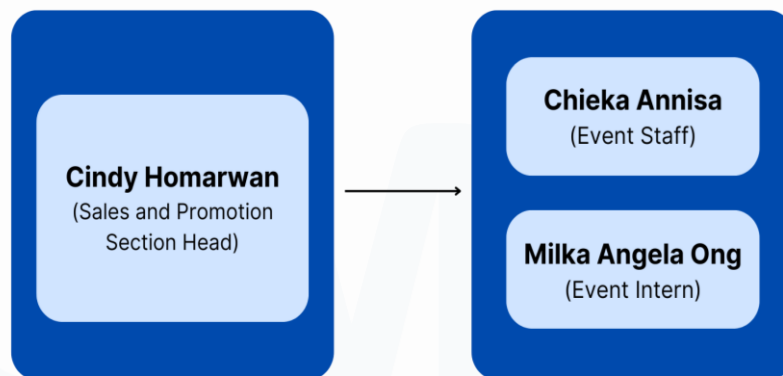


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melaksanakan program magang sebagai *Event Intern* di PT Bumi Serpong Damai (BSD) yang merupakan bagian dari Sinar Mas Land, penulis bekerja di dalam grup *Commercial BSD*. Posisi *Event Intern* memiliki tanggung jawab untuk merancang, mempersiapkan, menyelenggarakan, serta mengevaluasi acara yang memiliki tujuan utama yaitu mendukung peningkatan angka penjualan produk. Penulis bekerja dibawah arahan Cindy Homarwan selaku Section Head divisi Sales and Promotion yang merupakan *supervisor* penulis. Sebagian besar pekerjaan penulis berada dibawah supervisi beliau. Selain itu, dalam hal *event*, penulis juga mendapat bimbingan oleh Chieka Annisa selaku *Event Staff* yang berada dibawah pimpinan Section Head yang sama dengan penulis.



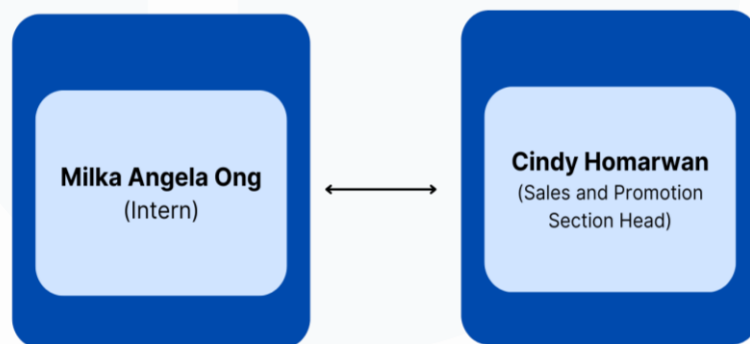
Gambar 3.1 Alur Kerja *Event*

Sumber : Data Olahan Penulis (2024)

Gambar diatas menjelaskan alur kerja divisi *Event*. Sebagian besar *event* yang diadakan oleh *Commercial BSD* adalah terkait *brand activation* dan juga pameran. Agenda *brand activation* tersebut biasanya dipegang oleh section head, dan telah direncanakan 6 bulan hingga 1 tahun sebelum acara berlangsung.

Termasuk agenda terkait produk baru yang akan hadir di BSD City, juga sudah direncanakan sejak jauh-jauh hari. Ketika agenda telah disampaikan, Staff *Event* dan Intern berperan sebagai eksekutor yang terjun langsung dalam segala proses perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi *event*.

Selama masa magang, penulis juga terlibat dalam pembuatan visual konten akun Casa de Parco Apartment, dan juga dalam pembuatan konten *reels* BSD *Commercial*. Jobdesk ini berada dalam arahan langsung oleh Section Head.



Gambar 3. 2 Alur Kerja Social Media Manager

Sumber : Data Olahan Penulis (2024)

Dalam proses pembuatan konten, hasil yang penulis buat tidak langsung penulis unggah dalam akun media sosial. Melainkan, harus melalui persetujuan dari Section Head. Koordinasi pembuatan konten dilakukan oleh penulis untuk memastikan bahwa konten yang telah dibuat layak untuk tayang dalam akun Instagram @bsdcommercial. Untuk itu, harus melalui asistensi kepada Section Head.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama periode magang, penulis memiliki peran utama sebagai *Event Intern*. *Event* menjadi salah satu kunci dalam memperkuat hubungan dengan konsumen dan *partner* bisnis yang diharapkan dapat meningkatkan bisnis di masa depan (Alroy, 2023). Untuk itu, divisi *event* memiliki peran krusial dalam

seluruh kegiatan, baik besar maupun kecil yang diadakan oleh *Commercial BSD*.

Besar dan kecilnya *event* penulis ukur berdasarkan persiapan dan usaha yang diperlukan untuk sebuah acara dapat berjalan. Biasanya, *event* kecil adalah acara selalu ada setiap bulannya. *Event* skala kecil lainnya adalah *Product Knowledge* (seminar edukasi produk) yang biasanya dilakukan oleh *project manager Commercial BSD* kepada agen-agen properti *out-source*. Dalam 1 *event*, biasanya berlangsung selama 2-3 jam dan hanya berlokasi di 1 tempat. Selain itu, penulis juga memiliki tanggung jawab untuk menjalin kerja sama dengan berbagai komunitas atau *brand* lain, untuk menciptakan *brand awareness* yang lebih tinggi melalui kegiatan interaktif dengan karyawan ataupun *member* komunitas tersebut. Misalnya, melalui *event-event* olahraga.

Masuk ke dalam kategori *event* yang lebih besar, penulis juga bertanggung jawab dalam peluncuran produk properti. Karena BSD merupakan area yang sedang pesat-pesatnya berkembang, peluncuran produk sering dilakukan. Setiap bulannya terdapat produk baru yang diluncurkan, menandakan betapa dinamisnya pasar properti di kawasan ini. Untuk itu, penulis terlibat dalam segala proses persiapan peluncuran produk baru, terutama produk komersial seperti *Ruko, Business Loft, Shophouse, Gudang, hingga Apartment*.

Sebagai bagian dari tanggung jawab penulis sebagai *intern*, penulis juga diberi kepercayaan untuk mengelola akun media sosial utama *Commercial BSD @bsdcommercial* dan akun Instagram salah satu produk unggulan BSD City, yaitu *@casadeparcoapartment*. Dalam kapasitas ini, penulis bertanggung jawab atas berbagai aspek pengelolaan media sosial, termasuk perancangan konten, eksekusi pembuatan konten baik dalam bentuk gambar (*still image*) maupun video, serta penjadwalan konten. Perancangan konten meliputi brainstorming ide-ide kreatif yang sesuai dengan *brand image* dan target audiens, serta memastikan konten tersebut mampu menarik perhatian dan interaksi dari pengikut.

Penulis juga terlibat dalam eksekusi pembuatan konten, yang mencakup pengambilan gambar dan video, pengeditan, serta penulisan *caption* yang menarik. Proses ini memerlukan koordinasi yang baik dengan tim kreatif lainnya untuk memastikan bahwa setiap konten yang diposting berkualitas tinggi dan konsisten dengan pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Selain itu, penulis harus mengatur jadwal *posting* konten untuk memastikan adanya konsistensi dalam komunikasi dan interaksi dengan pengikut di media sosial.

Tabel di bawah ini menjelaskan linimasa penulis dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab yang dimiliki penulis selama 5 bulan masa magang sebagai *Event Intern* di BSD City.

No	Tugas	Januari			Februari				Maret				April				Mei			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Persiapan dan Pelaksanaan <i>Event Launching</i> Produk Commercial : West Village dan Northridge Ultimate																				
1	<i>Pre- Event</i>																			
2	<i>Event</i>																			
3	<i>Post-event</i>																			
Persiapan dan Pelaksanaan <i>Event Gathering</i> dengan Komunitas : Kanvasilmu, Harley Davidson Community Indonesia, Bank BCA																				
1	<i>Pre- Event</i>																			
2	<i>Event</i>																			
3	<i>Post-event</i>																			
<i>Product Knowledge</i> dengan Agen Properti																				



Gambar 3.3 *Event Product Launching West Village Business Park*

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis (2024)

Sebagai *Event Intern*, tentunya penulis memiliki peran untuk mempersiapkan acara. Hal yang utama adalah dalam membuat *deck proposal* acara. Tujuan dari *event* promosi adalah untuk menunjukkan perbedaan produk tersebut dan memastikan bahwa *experience* tersebut *memorable* bagi para konsumen (Vashishth, 2020). Isi proposal tersebut meliputi rencana acara, *layout* acara, dan *rundown*. Kemudian, *deck* tersebut digunakan oleh Section Head untuk presentasi rencana acara kepada Department Head. Setelah *deck proposal* disetujui, penulis bisa lanjut ke tahap berikutnya yaitu mengisi *checklist* keperluan acara. Dalam tahap ini, penulis menyiapkan *checklist* keperluan acara mulai dari konsumsi, teknis hari-h acara, dan juga properti yang diperlukan. Tujuannya, supaya lebih mudah dalam melihat *progress* persiapan acara. Pengisian *checklist* ini juga dibantu oleh staff *Event* yang terlibat. Biasanya, pengisian *checklist* ini dapat mulai dilakukan satu bulan sebelum acara.

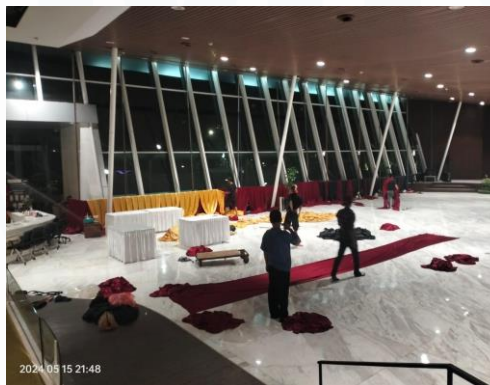
Selama satu bulan persiapan hingga dua hari sebelum acara, penulis mengerjakan satu per satu kebutuhan acara. Mulai dari pemesanan kebutuhan konsumsi, hadiah *doorprize*, print keperluan seperti *script* dan *rundown*, dan juga materi acara.

Checklist Event Northridge Ultimate	
Venue : Marketing Office Hall , Tanggal : Kamis , 16 Mei 2024	
Tanggal	Kegiatan
	Pembuatan Brief Product untuk MC
	Revisi RAB Northridge Ultimate (Viettara)
	FU Bu lne untuk pemasangan Landscape tgl 16 Mei
	PPT Konten Acara PK Northridge Ultimate
	Email Peminjaman Landscape
	Email Peminjaman Lahan Parkiran &Pake Bus
	Email Peminjaman Ruangan
	Reminder Pak Chris untuk Signage Parkiran Northridge Ultimate
	Surat Loading In Viettara (2 Hari)
	Surat Loading In Landscape (1 Hari)
	RAB Northridge Ultimate (Viettara) Fix
	RAB Northridge Ultimate Naik
	Meeting dengan Viettara terkait acara
GAPAKE	minta ukuran Background hasil foto fisik dari hologram foto
50 dus	Pesan Pristine 35 dus Khusus untuk PK
takut ada revisi	Speech untuk Pak Surianto

Gambar 3.4 Checklist *Event* Product Knowledge Northridge Ultimate

Sumber : Data Penulis (2024)

Setelah *checklist* tersebut dipenuhi, tahap selanjutnya adalah mengurus *loading in* barang untuk acara. Biasanya, pekerjaan ini juga dibantu oleh tim lapangan Promotion *Commercial* BSD yang berjaga. Penulis bertugas untuk memantau dan memastikan bahwa seluruh keperluan acara telah masuk dan disusun dengan baik di dalam *venue*. *Loading in* barang biasanya dilakukan sejak 2 hari sebelum acara tersebut diselenggarakan. Berkaitan dengan loading, arang-barang yang harus penulis pastikan telah masuk ada



Gambar 3.5 Suasana Loading Product Knowledge Northridge Ultimate

Sumber : Dokumentasi Pribadi Tim Lapangan BSD *Commercial* (2024)

Pada hari-H acara, penulis bertugas sebagai *assistant floor director*, mengawasi keseluruhan jalannya acara agar sesuai dengan rencana yang telah disusun. Tugas penulis mencakup berbagai aspek penting dari pelaksanaan acara, mulai dari registrasi peserta hingga koordinasi dengan tamu VIP dan pembicara.

Penulis memulai dengan melakukan *briefing* kepada petugas registrasi untuk memastikan mereka memahami prosedur yang harus diikuti dan siap menjalankan tugas mereka dengan efisien. Penulis memastikan bahwa semua alat dan materi registrasi seperti *fish bowl* dan kupon undian tersedia dan berfungsi dengan baik. Selama proses registrasi, penulis mengawasi jalannya kegiatan untuk memastikan bahwa semua peserta dapat mendaftar dengan lancar dan tanpa hambatan.

Selain itu, penulis bertanggung jawab untuk mengurus keperluan tamu VIP. Ini termasuk memastikan bahwa tamu VIP mendapat sambutan yang hangat, diarahkan ke area yang telah disediakan untuk mereka, dan kebutuhan khusus mereka terpenuhi. Penulis juga memastikan bahwa pembicara yang dijadwalkan hadir telah tiba di lokasi acara. Penulis kemudian melakukan *briefing* kepada petugas *time-keeper*, memberikan instruksi mengenai durasi dan urutan setiap sesi acara. Penulis memastikan bahwa *time-keeper* dapat mengatur waktu dengan tepat sehingga setiap sesi berlangsung sesuai jadwal dan tidak terjadi keterlambatan.

Sepanjang acara, penulis terus mengawasi *flow* acara untuk memastikan semuanya berjalan sesuai rencana. Dengan mengawasi setiap detail dan berkoordinasi dengan semua pihak yang terlibat, penulis memastikan acara berjalan dengan sukses dan semua pihak yang hadir merasa puas dengan pelaksanaannya. Penulis juga memiliki tanggung jawab dalam menyiapkan hadiah *doorprize*.

Penulis berdiri di lokasi tersebut sekaligus memantau tamu VIP, supaya jika ada pesan yang ingin disampaikan terkait acara, tamu VIP dapat

langsung memberikan kode kepada penulis selaku *floor director*. Penulis juga mendampingi *Master of Ceremony* (MC) yang sedang bertugas, untuk menyampaikan *briefing* jika ada hal-hal yang sifatnya mendesak perlu disampaikan kepada audiens diluar rencana awal.

Setelah acara selesai, penulis melanjutkan dengan mengumpulkan semua *leads agent* yang telah didapatkan selama acara berlangsung. *Leads* ini mencakup informasi kontak dan detail calon pelanggan atau mitra bisnis potensial yang berinteraksi selama acara. Pengumpulan data ini sangat penting untuk tindak lanjut pemasaran dan penjualan di masa depan. Penulis memastikan bahwa semua informasi disimpan dengan rapi dan siap digunakan oleh tim pemasaran dan penjualan untuk strategi selanjutnya.

Selain itu, penulis juga mencatat evaluasi dari kekurangan maupun permasalahan yang terjadi selama acara. Di akhir acara launching West Village Business Park yang diadakan pada tanggal 6 Maret 2024, ditampilkan link formulir evaluasi yang dapat diisi oleh peserta. Selain itu, penulis juga mencatat evaluasi dari manajemen yang biasanya mengamati acara. Evaluasi dari manajemen biasanya mencakup berbagai aspek seperti proses registrasi, koordinasi dengan tamu VIP dan pembicara, alur acara, serta peralatan dan logistik yang digunakan. Misalnya, penulis mengevaluasi apakah proses registrasi berjalan lancar atau ada kendala yang perlu diperbaiki, bagaimana kelancaran koordinasi dengan tamu VIP dan pembicara, apakah acara berjalan sesuai jadwal, dan apakah ada masalah teknis dengan peralatan yang digunakan.

2. Persiapan dan Pelaksanaan *Event Gathering* dengan Komunitas : Kanvasilmu, Harley Davidson Community Indonesia

		Januari	Februari	Maret	April	Mei
--	--	---------	----------	-------	-------	-----

No	Tugas	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
Persiapan dan Pelaksanaan <i>Event Gathering</i> dengan Komunitas : Kanvasilmu, Harley Davidson Community Indonesia																			
1	Pembuatan <i>deck proposal</i> konsep <i>event</i>																		
2	Penawaran kerja sama kepada komunitas																		
3	<i>Introduction Meeting</i> bersama komunitas																		
4	Pembuatan <i>deck proposal</i> tahap 2 untuk Section Head dan Dept. Head BSD City																		
5	Technical Meeting																		
6	Final Meeting																		
7	Pelaksanaan Acara																		
8	Evaluasi Acara & Rekap Leads																		

Tabel 3. 3 Timeline *Event Gathering* bersama Komunitas

Sumber : Data Pribadi Penulis (2024)

Wijaya, Kristianti, Thio, dan Jokom menjelaskan bahwa *event* dapat dibagi berdasarkan 2 kegiatan, yaitu *event* publik dan *event* privat (2021). Berdasarkan 2 kategori tersebut, 2 *event* diatas termasuk dalam kategori publik. Tujuan dari diadakannya acara ini adalah untuk memperoleh prospek pelanggan BSD City yang baru. Biasanya, *event* ini dikenal juga dengan sebutan *brand activation*.

Pembuatan *deck proposal* konsep *event* merupakan tahap pertama yang penulis lakukan dalam perencanaan acara. Langkah ini dimulai dengan diskusi mendalam bersama tim *event* untuk menentukan produk di BSD City yang memerlukan aktivasi khusus guna meningkatkan *awareness*. Dalam diskusi ini, berbagai ide dan strategi dibahas untuk memastikan bahwa produk yang dipilih mendapatkan perhatian maksimal melalui acara yang dirancang.

Setelah memperoleh gambaran jelas mengenai produk yang akan diaktivasi, penulis melanjutkan dengan menyusun proposal mendalam. Proposal ini mencakup rencana kegiatan, seperti rancangan tema acara, jadwal, kegiatan pendukung, dan mekanisme pelaksanaan. Selain itu, penulis juga menyertakan rencana benefit yang diharapkan dari acara tersebut, baik dari sisi perusahaan maupun komunitas. Hal ini penting karena perusahaan mengharapkan adanya *take and give* dengan komunitas, di mana tidak hanya perusahaan yang mendapatkan manfaat, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi komunitas tersebut. Proposal ini selanjutnya akan diberikan kepada beberapa komunitas yang telah berada dalam *database* rencana *partner* yang telah dibuat oleh tim *event* sebelumnya.

Setelah *deck proposal* tersebut sudah jadi, penulis mulai menyortir *database* dan mengirimkan proposal kerjasama kepada komunitas-komunitas yang menarik. Ketika sedang bertugas dalam menyiapkan sebuah acara, seorang *Event Manager* harus bertemu dengan klien untuk memahami secara penuh tujuan acara tersebut dan ekspektasi klien atas acara tersebut dalam berbagai aspek (Hind, 2019).

Diskusi awal juga dilakukan melalui panggilan telepon untuk menjelaskan lebih mendalam mengenai visi dan misi perusahaan serta tujuan pengajuan kerja sama. Dalam panggilan ini, penulis menjelaskan manfaat dan potensi yang dapat diperoleh komunitas dari kolaborasi

tersebut. Ketika komunitas tersebut setuju dengan konsep dan tujuan yang diajukan, langkah selanjutnya adalah mengadakan *Introduction Meeting* bersama komunitas tersebut.

Introduction Meeting biasanya dilakukan bersama seluruh tim *event* untuk memperjelas situasi antara kedua belah pihak bahwa saat ini terdapat rencana *event* yang hendak dilakukan. Pertemuan ini bertujuan untuk menyamakan persepsi dan ekspektasi serta memastikan semua pihak memahami peran dan tanggung jawab masing-masing dalam pelaksanaan acara. Namun, setelah meeting pertama dilakukan, tidak berarti acara tersebut disetujui untuk berjalan. Mengikuti birokrasi perusahaan, penulis selanjutnya memulai pembuatan *deck proposal* tahap 2. Proposal ini kemudian dipresentasikan lebih lanjut kepada Section Head dan Department Head BSD *Commercial*.

Penyusunan *deck proposal* tahap 2 ini sangat penting karena harus mencakup berbagai aspek penting acara, termasuk konsep, jadwal, anggaran, dan detail logistik. Yang paling krusial adalah mempresentasikan benefit yang didapat oleh perusahaan jika acara tersebut berlangsung. Terutama, agar perusahaan dapat memperoleh *leads* calon pelanggan yang berkualitas. Proses ini menunjukkan pentingnya perencanaan yang matang dan komunikasi yang efektif dalam menyelenggarakan *event* kolaborasi yang sukses.

Jika rencana acara sudah disetujui, maka penulis akan menyelenggarakan *technical meeting* untuk membahas hal-hal teknis yang diperlukan selama acara berlangsung. Misalnya berupa *sound system*, kursi, meja, panggung, banner, backdrop, dan lain-lain. *Technical meeting* dapat dilakukan beberapa kali menyesuaikan dengan kebutuhan acara. Setelah itu, penulis menyelenggarakan *final meeting* pada 2 hari atau 1 hari sebelum acara berlangsung, untuk memastikan bahwa tidak ada keperluan yang terlewat dari dua belah pihak.



Gambar 3. 6 Dokumentasi Technical Meeting *Event* Harley Davidson

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis (2024)

Event kolaborasi dengan Harley Davidson Community Indonesia merupakan salah satu acara besar yang ditangani oleh penulis. Konsep acara ini adalah Halal Bihalal dan pelantikan pengurus baru komunitas. Acara tersebut diselenggarakan di Marketing Office Hall BSD City. Dalam acara ini, *Commercial* BSD bertindak sebagai tuan rumah dan sekaligus membantu tim *event* Harley Davidson Community Indonesia dalam perancangan dan perencanaan acara.



Gambar 3. 7 Dokumentasi Halal Bihalal Harley Davidson

Sumber : Instagram @HDCI_Jakarta_Pusat (2024)

Acara Halal Bihalal ini tidak hanya berfungsi sebagai ajang silaturahmi antar anggota komunitas tetapi juga sebagai momen penting untuk pelantikan pengurus baru, yang diharapkan dapat membawa semangat dan arah baru bagi komunitas. Dalam perencanaan acara ini, penulis dan tim bekerja sama erat dengan komunitas Harley Davidson untuk memastikan setiap detail sesuai dengan harapan mereka dan mampu menciptakan pengalaman yang berkesan bagi semua peserta.

Benefit yang didapatkan *Commercial* BSD melalui acara ini adalah data prospek pelanggan yang sangat berharga untuk pengembangan bisnis di masa depan. Dengan menjalin hubungan baik dan memperluas jaringan melalui acara ini, *Commercial* BSD dapat meningkatkan peluang untuk menarik lebih banyak klien dan mitra bisnis di masa yang akan datang. Acara ini juga membantu memperkuat brand image BSD City sebagai fasilitator utama bagi komunitas-komunitas eksklusif dan kegiatan berskala besar.

Event kolaborasi dengan Kanvasilmu merupakan acara pertama yang penulis rancang selama periode magang. Kanvasilmu adalah lembaga bimbingan belajar seni yang berlokasi di Tangerang, dan acara ini diselenggarakan di Delrey Biztown plaza, salah satu kompleks ruko yang dimiliki oleh BSD City. Acara tersebut berbentuk *workshop* menggambar dan mewarnai yang diikuti oleh 40 anak.

Tujuan utama dari pelaksanaan acara ini adalah untuk mengaktifkan area Delrey Biztown dan menarik lebih banyak pengunjung untuk beraktivitas dan berkumpul di area tersebut. Dengan menghadirkan kegiatan yang menarik dan edukatif seperti *workshop* seni, diharapkan para pengunjung tidak hanya datang untuk berpartisipasi dalam acara, tetapi juga menjelajahi dan menikmati fasilitas lain yang ditawarkan oleh Delrey Biztown, yaitu Kopisei dan Latteria.

Sebagai penyelenggara, penulis berusaha untuk menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan bagi para peserta. Dalam *workshop* ini, anak-anak diberi kebebasan untuk mengekspresikan kreativitas mereka melalui menggambar dan mewarnai, dengan bimbingan dari instruktur berpengalaman dari Kanvasilmu. Acara ini tidak hanya menjadi ajang untuk belajar seni, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan sosial dan kerja sama antar peserta. Serta, juga dapat menjadi ajang bagi anak-anak untuk melatih jiwa kompetisi, karena gambar terbaik dalam acara tersebut akan memperoleh apresiasi.

Dalam persiapan acara ini, penulis bersama tim melakukan koordinasi intensif dengan Kanvasilmu untuk memastikan semua aspek teknis dan logistik berjalan lancar. Penulis juga memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan pengalaman belajar yang menyenangkan dan bermanfaat. Selain itu, acara ini diharapkan dapat meningkatkan *visibility* Delrey Biztown sebagai destinasi menarik bagi keluarga dan komunitas setempat.

3. Product Knowledge dengan Agen Properti

No	Tugas	Januari			Februari				Maret				April				Mei			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Product Knowledge dengan Agen Properti																				
1	Persiapan kebutuhan acara	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
2	Pelaksanaan acara	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Tabel 3. 4 Timeline Product Knowledge dengan Agen Properti

Sumber : Data pribadi Penulis (2024)

Acara Product Knowledge dengan Agen Properti merupakan acara yang paling sederhana dibandingkan dengan acara lainnya. Walaupun begitu, acara ini dilakukan secara rutin, minimal satu kali dalam satu minggu. Acara ini merupakan pengenalan produk yang dilakukan oleh Head of Sales *Commercial* BSD kepada *out-source agents*. Tujuannya adalah untuk mendukung agen-agen di luar sana agar dapat melakukan penjualan dengan lebih efektif. Selain itu, acara ini juga bertujuan memberikan edukasi terkait produk maupun promo yang sedang berjalan pada saat itu.



Gambar 3.7 Dokumentasi City Tour

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis (2024)

Dalam acara ini, penulis memiliki peran penting dalam memastikan bahwa seluruh kebutuhan logistik seperti brosur, materi presentasi, hingga pengaturan bus yang digunakan untuk *City Tour* telah tersedia. Persiapan untuk acara *product knowledge* ini biasanya dilakukan dalam waktu 2 sampai 3 hari sebelum acara berlangsung. Meskipun waktu persiapan terlihat singkat, acara ini memiliki skala yang kecil dengan rata-rata peserta sebanyak 20-40 agen, sehingga tidak memerlukan persiapan yang terlalu banyak.



Gambar 3.8 Dokumentasi Product Knowledge

Sumber : Dokumentasi Pribadi Penulis (2024)

Pada hari-H acara, penulis bertugas memastikan bahwa semua kebutuhan logistik tersedia dan siap digunakan. Penulis juga mendokumentasikan seluruh jalannya acara sebagai bahan laporan untuk acara bulanan. Dokumentasi ini penting untuk evaluasi dan pelaporan kepada pihak manajemen, memastikan bahwa setiap acara berjalan sesuai rencana dan mencapai tujuannya. Dengan demikian, meskipun acara ini sederhana, peran penulis tetap krusial dalam memastikan kesuksesan dan kelancaran setiap detail acara.

4. Membuat konten Instagram @bsdcommercial dan @casadeparcoapartment

No	Tugas	Januari			Februari				Maret				April				Mei			
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Membuat konten Instagram @bsdcommercial dan @casadeparcoapartment																				

disampaikan. Biasanya, *script* hanya dipakai dalam konten yang berbentuk *reels*. Karena, di dalam *script* juga dimasukkan teks alur video.

Setiap tahap ini penting untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan tidak hanya menarik dan relevan bagi audiens, tetapi juga konsisten dengan branding dan nilai-nilai perusahaan. Dengan pendekatan yang terstruktur ini, penulis dapat menghasilkan konten media sosial yang efektif dan berdampak positif pada *engagement* dan *awareness* dari kedua akun Instagram yang dikelola.

Content Planning
Instagram CDP by Milka

TGL	KONTEN	TEMA	KETERANGAN	PROGRESS
28 Feb	FEEDS	THIS or THAT	Working Indoor vs Working Outdoor	Done
1 Mar	FEEDS	Peace in Living	Finding peace within your cozy apartment.	Done
3 Mar	FEEDS	Coffee Shops Nearby		Done
5 Mar	FEEDS	1 Bedroom	Movie night with Family at 1 bedroom studio	Done
7 Mar	FEEDS	Kids Friendly Apartment		Done
9 Mar	FEEDS	Aesthetic Spot at CDP		Done
11 Mar	FEEDS	Saka New Year (nyepi)		Done
13 Mar	FEEDS	Nearby Mall to Hangout	3 minutes to AEON Mall BSD	Done
15 Mar	FEEDS	Healthy Lifestyle is the key to success	Highlight gym	Done
17 Mar	FEEDS	Happy Weekend		Done
19 Mar	FEEDS	Fasilitas Dapur		Done
21 Mar	FEEDS	Lush Greenery Area		Done
23 Mar	FEEDS	Trivia		Done
25 Mar	FEEDS	Sky Lounge		Done
27 Mar	FEEDS	BSD Xtreme park		Done
29 Mar	FEEDS	Good Friday		Done
31 Mar	FEEDS	Easter		Done
3 Apr	FEEDS	Kamar	Quotes tentang quality sleep aja deh	Done
7 Apr	FEEDS	Happy Weekend		Done

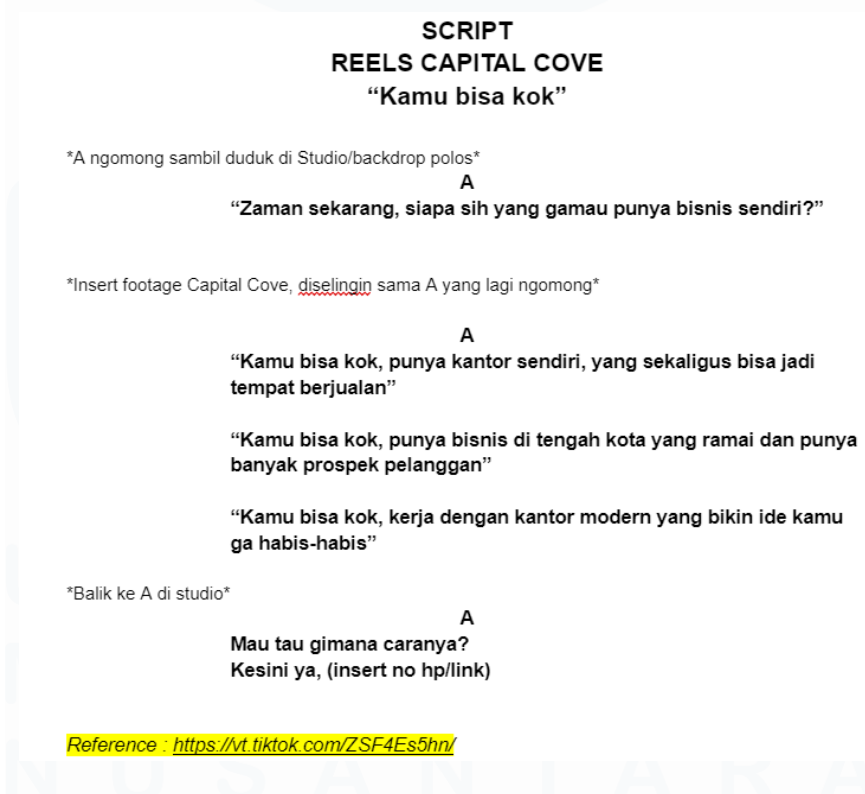
Gambar 3.9 Content Planning

Sumber : Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Penyusunan *brief* ini penulis lakukan secara rutin setiap minggunya. Pembuatan *brief* ini penulis lakukan sendiri, dan fungsinya adalah untuk mempermudah penulis dalam melakukan desain. Dengan adanya *brief*, penulis dapat lebih mudah mengarahkan ide-ide kreatif ke dalam bentuk desain yang sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan. Sementara itu, untuk konten yang berbentuk video, prosesnya sedikit lebih kompleks.

Penulis terlebih dahulu membuat *draft* naskah yang mendetail. Setelah *draft* naskah selesai, penulis kemudian memberikan naskah tersebut kepada Section Head untuk diperiksa. *Review* oleh Section Head ini penting untuk memastikan bahwa naskah tersebut sesuai dengan *branding* dan strategi komunikasi perusahaan. Setelah naskah mendapat persetujuan, barulah proses eksekusi atau produksi video dapat dimulai.

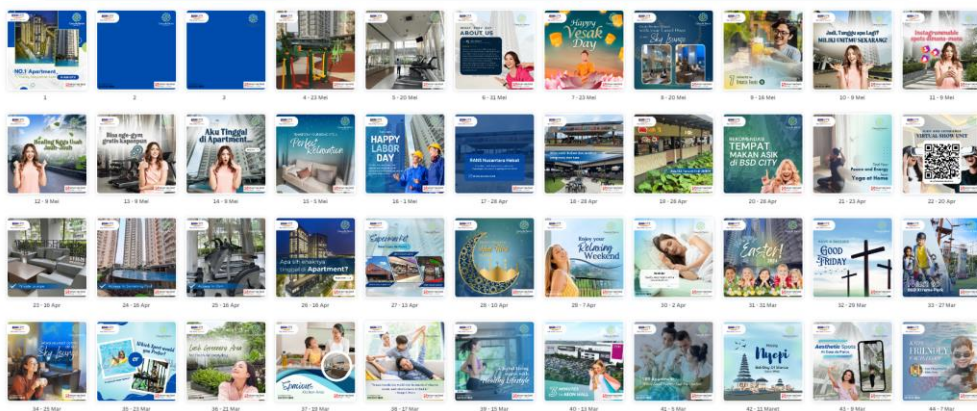
Pendekatan ini memastikan bahwa setiap konten, baik visual maupun video, tidak hanya menarik dan efektif dalam menarik perhatian audiens, tetapi juga konsisten dengan pesan dan nilai yang ingin disampaikan oleh perusahaan. Dengan demikian, kegiatan media sosial yang dilakukan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap *engagement* dan *awareness* dari kedua akun Instagram yang dikelola.



Gambar 3. 10 Draft Naskah Video

Sumber : Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Eksekusi konten dimulai ketika penulis sudah mendapat persetujuan dari Section Head. Untuk konten *still image*, penulis biasanya memerlukan waktu 3-4 hari untuk menyelesaikan 3-4 desain. Proses ini mencakup pemilihan visual, penambahan elemen grafis, dan penyesuaian warna serta tipografi agar sesuai dengan brand guidelines. Semua hal ini penulis lakukan melalui *website* Canva, sesuai dengan permintaan perusahaan.



Gambar 3. 11 Hasil Desain Penulis di Canva

Sumber : Dokumen Pribadi Penulis (2024)

Sementara itu, untuk konten video, proses *editing* memerlukan waktu 2-3 hari untuk setiap video. Langkah-langkah dalam editing video meliputi pemotongan klip, penambahan efek visual, penyertaan teks atau *subtitle*, dan penyesuaian audio. Setelah proses produksi selesai, penulis menyerahkan konten yang telah dibuat kepada Section Head untuk mendapatkan persetujuan akhir. Biasanya, untuk menunggu persetujuan tersebut memerlukan waktu 1-2 hari. Semua konten yang diterbitkan harus melalui proses persetujuan ini untuk memastikan tidak ada kesalahan yang tidak diinginkan dan bahwa konten tersebut sesuai dengan standar dan strategi perusahaan.

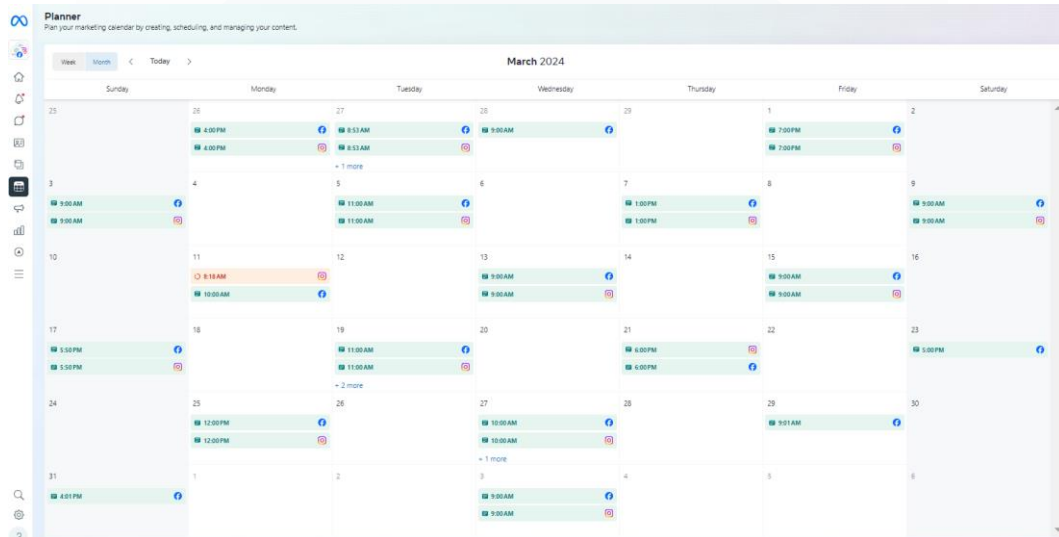


Gambar 3.12 Konten Reels Penulis

Sumber : Instagram @BSDCOMMERCIAL (2024)

Selain desain dan video, penulis juga bertanggung jawab untuk copywriting caption. Copywriting dilakukan secara mandiri oleh penulis, memastikan bahwa teks yang menyertai setiap postingan menarik dan informatif. Tidak lupa, penulis juga menyertakan *hashtags* yang berkaitan dengan foto ataupun video tersebut.

Setelah *editing*, desain, dan pembuatan caption selesai, penulis melakukan *scheduling* konten melalui Meta. Platform ini memungkinkan penulis untuk langsung melakukan penjadwalan tidak hanya untuk akun Instagram, melainkan juga akun Facebook. Selain itu, Meta seringkali memberikan rekomendasi-rekomendasi waktu *posting* terbaik dengan kemungkinan *engagement* tertinggi. Berdasarkan observasi penulis, jam yang sering direkomendasikan oleh Meta adalah pada malam hari, sekitar pukul 18.00-20.00.



Gambar 3. 13 Akun Meta Casa de Parco

Sumber : Dokumen Pribadi Perusahaan (2024)

Setelah semua konten dijadwalkan, penulis kembali mengulang seluruh proses dari *brainstorming*, *drafting*, eksekusi, hingga *scheduling* untuk siklus konten berikutnya. Pendekatan berulang ini memastikan aliran konten yang konsisten dan terus menerus, yang penting untuk menjaga engagement dan pertumbuhan audiens di akun Instagram @bsdcommercial dan @casadeparcoapartment.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses kerja magang, penulis menghadapi beberapa kendala dalam menyelesaikan pekerjaan sebagai berikut :

1. Pendelegasian tugas Graphic Designer kepada penulis sehingga berpengaruh terhadap pekerjaan utama penulis. Meski hanya membuat *still image*, tentunya tugas tersebut tetaplah memakan sebagian waktu kerja

penulis yang seharusnya dapat digunakan untuk eksplorasi ide-ide acara yang baru.

2. Terbatasnya akses penulis terhadap unit-unit di perusahaan. Seringkali ketika dalam masa persiapan acara, penulis membutuhkan adanya komunikasi lebih lanjut dengan tim *building management*, ataupun tim pengelola lainnya. Hanya saja, sebagai Intern, penulis harus berkomunikasi terlebih dahulu dengan staff *Event*. Dengan adanya birokrasi yang panjang ini seringkali menghambat persiapan acara, karena ketika terjadi masalah yang berhubungan dengan unit perusahaan lain, tidak bisa penulis selesaikan secara mandiri. Kesibukan staff tersebut juga menjadi kendala yang beberapa kali membuat penulis menunggu lama dalam mendapatkan jawaban atas pertanyaan penulis.
3. Terbatasnya ruang eksplorasi konten sehingga sulit untuk menaikkan engagement sosial media. Sebagai salah satu developer properti terbaik di Indonesia, BSD memiliki standarisasi konten yang harus semi-formal. Hanya saja, terdapat juga ekspektasi terhadap akun sosial media *Commercial BSD* untuk memproduksi konten dengan *engagement* tinggi.
4. Belum ditekankannya teori dan implementasi aktivasi merek pada mata kuliah Special Event and Brand Activation di kampus, menjadi sebuah *challenge* tersendiri bagi penulis ketika melakukan *brainstorming* ide dan mempersiapkan acara *gathering* untuk mengaktivasi produk BSD City.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan pengalaman penulis menghadapi kendala yang telah dijelaskan dalam poin sebelumnya, solusi yang penulis terapkan adalah sebagai berikut :

1. Penulis secara aktif memanfaatkan waktu-waktu luang untuk mengisi stok konten. Ketika belum ada rencana acara dalam waktu dekat, dari pada beristirahat, penulis lebih memilih untuk mulai melakukan *brainstorming* konten dan membuat stok konten untuk 1-2 minggu kedepan. Sehingga,

ketika secara tiba-tiba penulis disibukkan oleh tugas *Event*, penulis masih memiliki stok konten yang bisa diunggah ke akun sosial media.

2. Penulis berusaha semaksimal mungkin untuk melakukan *follow up* secara berkala kepada staff ketika terjadi masalah. Selain itu, penulis juga belajar dari pengalaman dan berusaha untuk menyelesaikan masalah secara pribadi terlebih dahulu, dengan bertanya kepada orang di sekitar penulis yang lebih berpengalaman.
3. Penulis mencoba perlahan-lahan membuat konten yang tetap menjual, namun dikemas dengan gaya bicara dan *editing* yang lebih kekinian. Hal ini juga telah terbukti, bahwa beberapa konten yang penulis produksi, unggul secara *views* dibandingkan dengan konten *still image* lainnya. Penulis berusaha memberi pengertian kepada Section Head bahwa meskipun kemasannya tidak semi-formal, tetapi isi konten yang penulis buat akan tetap sesuai dengan *image* perusahaan.
4. Penulis mencari referensi acara aktivasi yang pernah dilakukan oleh BSD City sebelumnya, dan mencoba untuk bertanya pada orang-orang yang pernah terlibat dalam acara tersebut sebelumnya. Melalui hal ini, akhirnya penulis mendapatkan gambaran langkah-langkah yang harus ditempuh ketika mempersiapkan acara tersebut.