

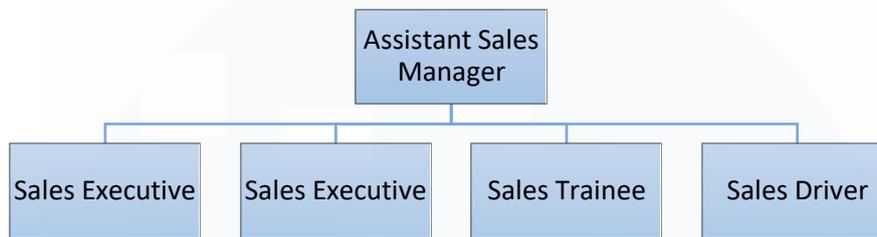
BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Soll Marina Hotel Serpong memiliki struktur divisi *Sales and Marketing* yang jelas dan terarah dengan baik. Dengan Ibu Shindi Rara Antika yang memimpin sebagai *Assistant Sales Manager*, beserta empat anggota *Sales Executive*, satu anggota *Sales Admin*, dan satu anggota *Sales Driver*. Setiap anggota tim juga memiliki pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing dalam mencapai target penjualan hotel. Sebagai *Assistant Sales Manager*, Ibu Shindi Rara Antika memiliki tanggung jawab dalam memimpin divisi *sales*, membimbing serta memberikan arahan dan motivasi yang baik kepada para anggota tim untuk dapat melakukan pekerjaan dan dapat bertanggung jawab dengan baik, serta selalu memantau anggota tim agar dapat memperoleh kemajuan bagi setiap anggota tim maupun perusahaan.

Pada kesempatan kali ini, penulis berkesempatan untuk menjalankan praktik kerja lapangan di Soll Marina Hotel Serpong selama empat bulan penuh, dari tanggal 20 Februari 2025 hingga 4 Juli 2025 dan bergabung dengan Departemen *Sales and Marketing* dan dengan pimpinan Ibu Shindi Rara Antika sebagai *Assistant Sales Manager* yang juga sebagai supervisi penulis. Penulis juga berkesempatan untuk menjalankan beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh tim *Sales & Marketing*, seperti mengikuti *sales call*, mengikuti *meeting*, membuat berbagai video konten untuk Tiktok, membuat *Confirmation Letter* dan *Banquet Event Order* (BEO), mendokumentasikan event-event yang diselenggarakan di hotel, dan sebagainya.



Gambar 3.1 Struktur Organisasi Departemen Sales & Marketing
Sumber: Data Perusahaan

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang Dilakukan

Pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama Praktik Kerja Magang, memiliki beberapa peran dan tanggung jawab saat tergabung dalam divisi Sales & Marketing di Soll Marina Hotel, seperti:

No.	Jenis Pekerjaan	Supervisi	Keterangan
1.	Mencari ide konten untuk media sosial	Ibu Shindi Rara Antika	RUTIN
2.	Membuat, mengedit, dan mengupload video konten, seperti: (a) Konten Rutin media sosial, (b) Buka Puasa Bersama, (c) Santunan dan Buka Bersama Anak Yatim, (d) Forum OPD Gabungan 2025, (e) Sosialisasi Kepemilikan KTP-El, (f) Sales Call	Ibu Shindi Rara Antika	RUTIN
3.	Menyebarkan Banquet Event Order (BEO) ke seluruh <i>Head of Department</i> .	Ibu Shindi Rara Antika	RUTIN

4.	Mengikuti meeting perwakilan setiap divisi untuk acara Santunan dan Buka bersama Anak Yatim.	Ibu Shindi Rara Antika	TIDAK RUTIN
5.	Mengunggah konten promo buka puasa dan membantu menyebarkan brosur promo buka puasa ke daerah Tangerang.	Ibu Shindi Rara Antika	TIDAK RUTIN
6.	Membuat Surat Konfirmasi untuk reservasi buka puasa.	Ibu Shindi Rara Antika	TIDAK RUTIN
7.	Mencari dan merekap data tour & travel agent serta corporate dari BEO dan contract rate perusahaan.	Ibu Shindi Rara Antika	RUTIN
8.	Mengunggah poster promo yang disediakan oleh hotel setiap bulannya ke media sosial Instagram, dan menjawab pertanyaan tamu melalui DM Instagram.	Ibu Shindi Rara Antika	RUTIN

Tabel 3.2 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan
(Sumber olahan peneliti, 2025)

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Menurut Kotler dan Keller (2012) strategi marketing communication dapat diartikan sebagai alat yang digunakan oleh sebuah perusahaan dalam upaya untuk memberi informasi, mempersuasi, dan mengingatkan pembeli secara langsung maupun tidak langsung mengenai produk dan jasa yang disediakan. Melalui pengertian ini, penulis yang berposisi sebagai tim *sales & marketing intern* mengetahui bahwa salah satu sarana yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi dan mengingatkan konsumen mengenai produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada masyarakat dengan melalui platform media sosial seperti Instagram dan Tiktok. Berikut ini penjelasan mengenai tugas yang dilakukan oleh penulis saat intern di Soll Marina Hotel Serpong:

1. Mencari Ide Konten untuk Tiktok

Menurut Fachruddin (2015) strategi kreatif dimulai dari proses berpikir dan menemukan ide kreatif. Berpikir kreatif memerlukan pola dasar

Dalam mencari ide konten yang kreatif dan menarik, penulis menerapkan beberapa strategi dalam pembuatan konten dengan melakukan beberapa tahapan yang dapat menyesuaikan prosedur yang ada agar konten dapat mencapai target dan hasil yang diinginkan.

Penulis melakukan beberapa tahapan dalam mencari ide konten yaitu dengan menentukan tujuan dan target audiens. Melakukan riset pasar dan tren dengan melihat yang dilakukan oleh para pesaing, jenis konten, dan respons audiens terhadap konten yang dibuat, dan memantau tren yang sedang berkembang pada industri hotel. Brainstorming dengan tim untuk menghasilkan ide konten yang beragam seperti *voice over*, *vlog*, dan sebagainya. Melakukan perencanaan dan penjadwalan untuk mempublikasi konten agar konsistensi tetap terjaga. Tahap terakhir, setelah mempublikasi konten di media sosial lakukan pemantauan performa konten pada platform media sosial untuk mengukur efektifitas konten dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Penulis juga melakukan interaksi dengan tamu agar mendapatkan kritik dan saran, serta referensi mengenai ide konten yang ingin di lihat oleh konsumen dari Tiktok hotel.

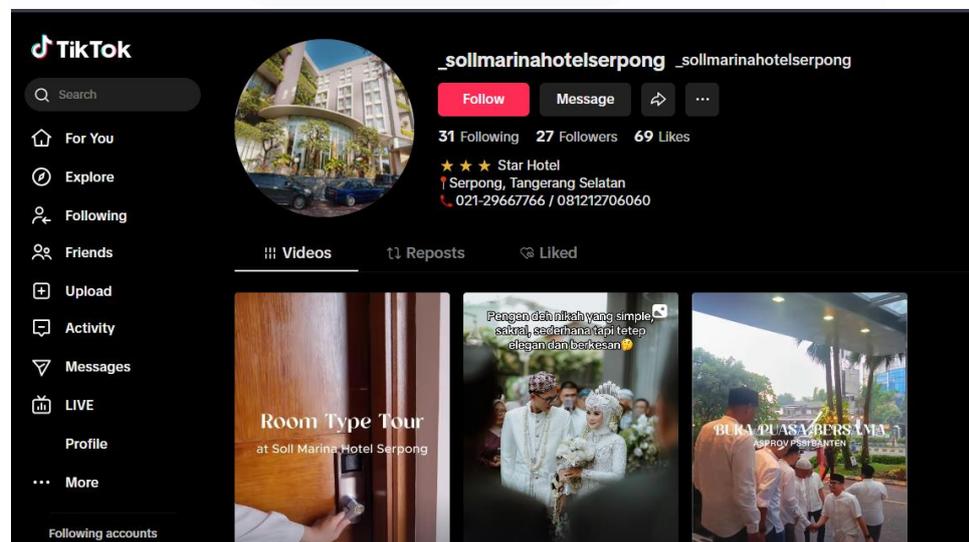
2. Membuat, Mengedit, dan Mengupload Video Konten

Menurut Patzer (2019) media sosial adalah sebuah kolaborasi antara pengguna media sosial satu dengan pengguna media sosial lainnya yang saling bertukar ide dan pendapat satu sama lain. Menurut (Nasrullah, 2015: Setiadi, 2016) media sosial merupakan salah satu media perantara / medium komunikasi bisnis dalam internet yang memberikan penggunaannya ruangan untuk merepresentasikan diri, menjadikan tempat bekerja sama, berbagi informasi, serta berkomunikasi dengan pengguna media sosial lainnya sehingga terbentuknya suatu ikatan sosial secara virtual. Menurut Rahmasari & Lutfie (Rahmasari & Lutfie, 2020) media sosial adalah komponen penting yang dapat membantu perusahaan melakukan pemasaran

digital seperti memberikan informasi kepada khalayak dan sebaliknya dalam bentuk teks, video, foto, audio, dan sebagainya.

Penulis berkesempatan untuk menuangkan ide-ide kreatif yang dimiliki ke dalam bentuk konten Tiktok yang lucu, menarik, dan inspiratif yang dapat menghibur para penonton. Konten ini tentunya juga akan ditujukan ke penonton yang sesuai dan membutuhkan nilai-nilai yang akan diberikan melalui konten ini yang dimana akan berpengaruh terhadap meningkatnya *brand awareness* perusahaan dan semakin banyak konsumen yang mengenal akan keberadaan Soll Marina Hotel Serpong.

Konten yang dibuat oleh penulis seperti konten buka puasa bersama, pemerintahan Tangerang, konten hiburan, dan beberapa desain menu untuk paket halal bihalal dan paket arisan. Melalui penjelasan tersebut, media sosial Tiktok yang sebelumnya kurang aktif, menjadi lebih rutin dalam mengupload video konten dan menjadi lebih aktif, Tiktok yang sebelumnya memiliki 27 *followers* saja.

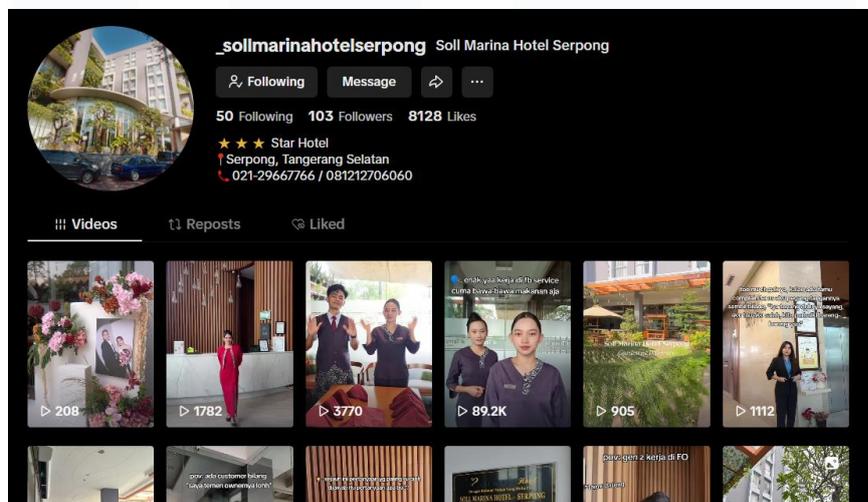


Gambar 3.2 Akun Media Sosial Tiktok Soll Marina Hotel Serpong

Sumber: Data pribadi penulis

Tiktok Soll Marina Hotel cukup aktif kembali dan lebih rutin dalam mengupload video konten, *followers* Tiktok hotel juga naik dengan

signifikan karena adanya konten-konten yang fyp dan adanya interaksi dengan para penonton, seperti penonton yang mengunjungi dan memfollow akun Tiktok hotel, menyukai video, dan berkomentar di video konten yang membuat hubungan baik dengan penonton dan membangun kesadaran konsumen terhadap keberadaan Soll Marina Hotel Serpong. Setelah mengupload konten dengan rutin dan membangun interaksi yang baik dengan konsumen, *followers* akun Tiktok Soll Marina Hotel Serpong pun perlahan naik menjadi



Gambar 3.3 Akun Tiktok Hotel Setelah Followers Naik
Sumber: Dokumentasi pribadi Penulis

3. Menyebarkan *Banquet Event Order* (BEO) ke Seluruh Departemen

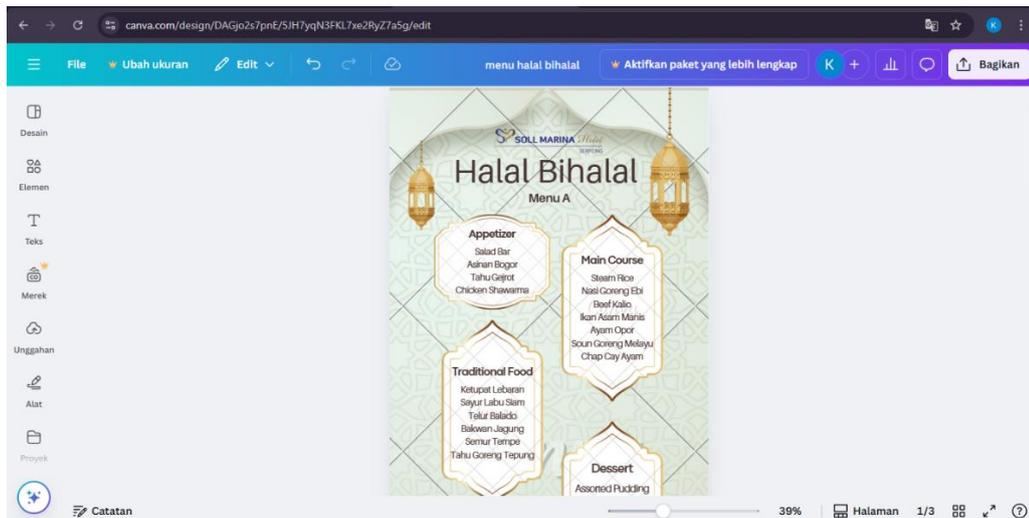
Pada kesempatan ini, penulis memiliki salah satu tugas yang dilakukan selama masa magang yaitu menyebarkan *Banquet Event Order* (BEO) yang dimana BEO ini merupakan suatu surat yang berisi rincian informasi penting mengenai suatu *event* yang akan diadakan di hotel, seperti acara apa yang akan dilakukan, waktu acara, menu makanan, tempat / room yang digunakan untuk acara, dekorasi, jumlah harga untuk acara tersebut, dan fasilitas lainnya yang akan digunakan selama acara dilangsungkan. Penulis memiliki tugas untuk membantu menyebarkan BEO tersebut ke

seluruh departement di hotel, tujuan disembarkannya BEO ke seluruh department yaitu agar tidak adanya miskomunikasi antar anggota departement mengenai kebutuhan dan detail dari acara yang akan berlangsung di Soll Marina Hotel Serpong agar setiap department dapat mempersiapkan dengan baik dan tidak ada kebutuhan acara yang terlewat.

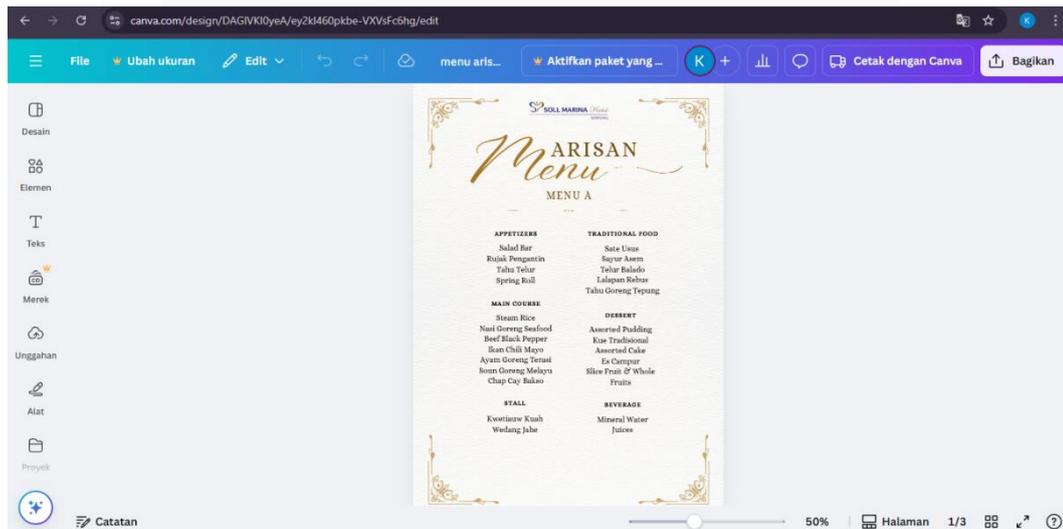
4. Membuat Desain Menu Halal Bi Halal dan Menu Arisan

Untuk tugas selanjutnya, penulis berkesempatan membuat desain menu untuk paket Halal Bi Halal dan menu paket Arisan. Dalam proses membuat desain menu, penulis juga memperhatikan tren makanan dan jenis makanan untuk berbuka puasa. Setelah memperhatikan hal-hal tersebut, penulis menentukan tema dan desain yang sesuai dengan target konsumen dan citra Soll Marina Hotel Serpong. Penulis memilih untuk menggunakan warna-warna yang minimalis monokrom dan warna emas yang sesuai dengan tema Halal Bihalal dan Arisan, kedua warna ini digabungkan untuk menciptakan kesan yang elegan, mewah, dan berkelas, font tulisan yang digunakan juga merupakan font yang elegan dan mudah dibaca oleh konsumen.

Dalam menata konten untuk list menu, penulis memastikan seluruh informasi yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi konsumen, seperti adanya data yang informatif dan menarik mata konsumen untuk membaca menu tersebut, dengan ini penulis memasukan beberapa informasi seperti nama paket menu, dan nama hidangan beserta penjelasan singkat mengenai menu yang disajikan.



Gambar 3.4 Desain Menu Halal Bihalal
Sumber: Data Pribadi Penulis



Gambar 3.5 Desain Menu Arisan
Sumber: Data Pribadi Penulis

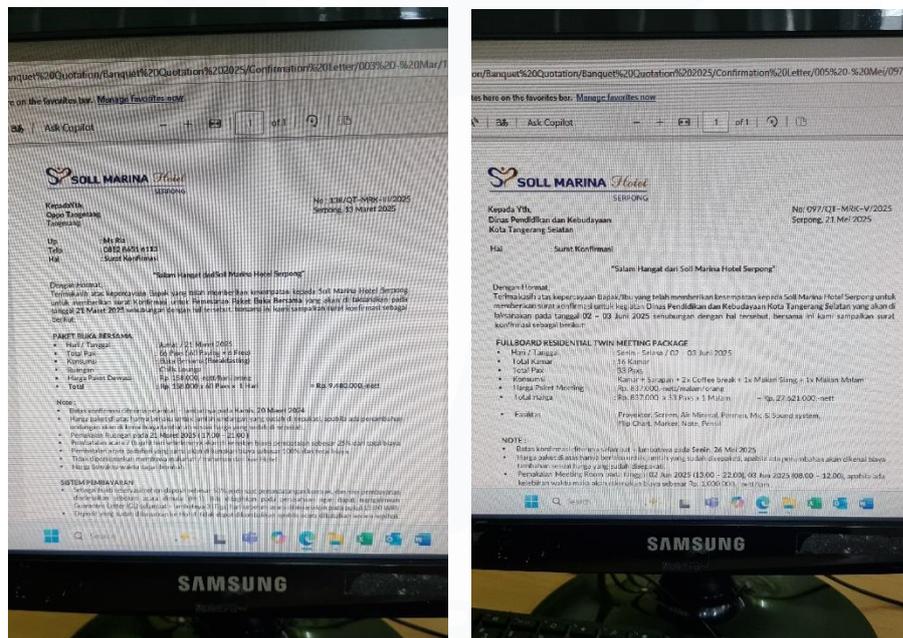
5. Mengunggah Konten Promo dan Menyebarkan Brosur Bulan Puasa

Menurut (Simamora, 2007), promosi adalah usaha perusahaan untuk mempengaruhi konsumen dengan melakukan persuasive communication melalui segala unsur acuan atau bauran pemasaran. Pada kesempatan ini, penulis berkesempatan untuk membantu mengupload konten promo di media sosial Instagram seperti poster promo paket Halal Bihalal, paket

Arisan, paket *Wedding* dan *Engagement*, dan paket *birthday party*. Penulis juga berkesempatan untuk ikut serta dalam menyebarkan brosur promosi untuk buka puasa di Soll Marina Hotel Serpong, penulis menyebarkan ke beberapa tempat seperti di area pergudangan, ruko, dan beberapa kantor di daerah Alam Sutera.

6. Membuat Surat Konfirmasi

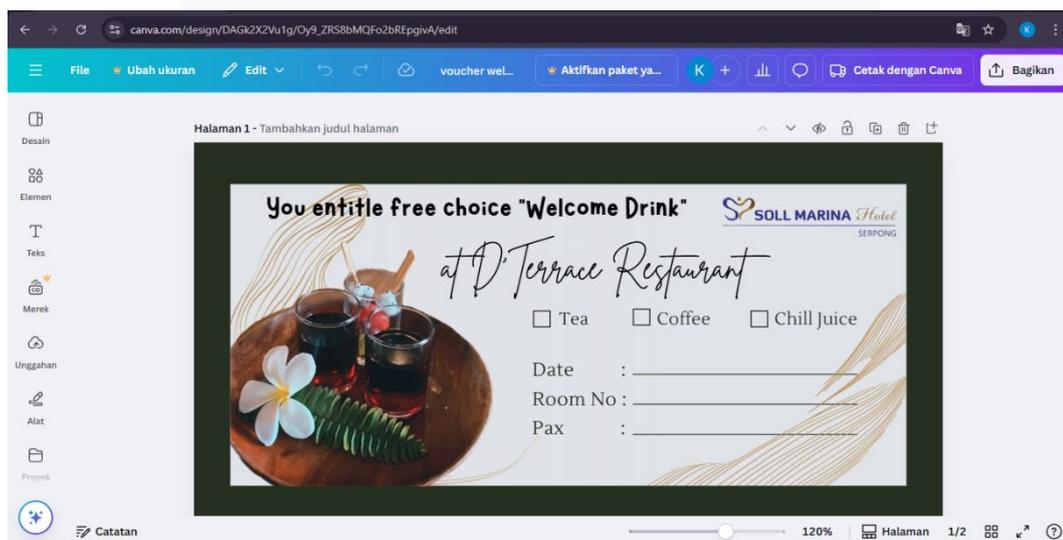
Tugas selanjutnya yang dilakukan oleh penulis dalam pelatihan kerja lapangan di Soll Marina Hotel Serpong yaitu membuat surat konfirmasi untuk reservasi buka puasa dan konfirmasi meeting, surat konfirmasi dibuat dengan tujuan untuk mengklarifikasikan dan menjabarkan rincian pemesanan dan memastikan pihak-pihak yang terlibat dapat memahami mengenai suatu perjanjian, transaksi, ataupun diadakan suatu acara.



Gambar 3.6 Surat Konfirmasi
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

7. Membuat Desain Voucher Promo Hotel

Tugas terakhir yang dilakukan oleh penulis yaitu membuat desain voucher promo hotel. Menurut Prasetio & Laturette (2017), promosi merupakan elemen baruan yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan kembali konsumen akan suatu merek dan produk perusahaan. Menurut Assauri (2013) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan, kebijakan, dan aturan yang memberikan arah bagi upaya pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu. Voucher yang dibuat oleh penulis terdapat voucher *welcome drink*. Kedua voucher ini termasuk ke dalam strategi pemasaran hotel dan dibuat dengan tujuan untuk menawarkan promo-promo terbaru yang dimiliki oleh hotel agar dapat meningkatkan *awareness* dan loyalitas para tamu terhadap Soll Marina Hotel Serpong.



Gambar 3.7 Desain Voucher Promo Welcome Drink
Sumber: Data Pribadi Penulis

3.3 Kendala yang Ditemukan

Setelah penulis menjalankan praktik kerja lapangan dengan posisi di departement *Sales & Marketing* selama 4 bulan penuh di Soll Marina Hotel Serpong, penulis mendapatkan beberapa kendala yang di alami saat praktik magang ini, beberapa diantaranya yaitu kendala dari lingkungan kerja, kesulitan

beradaptasi dengan budaya kerja, dan adanya perbedaan antara materi yang di pelajari di kampus dengan pekerjaan yang dilakukan saat praktik magang, serta adanya kendala dalam mencari ide-ide konten dan hambatan dalam pembuatan video konten yang akan di upload di media sosial Tiktok hotel.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Terdapat beberapa upaya solusi yang diterapkan oleh penulis untuk mengatasi kendala-kendala yang dialami selama melaksanakan praktik kerja magang di Soll Marina Hotel Serpong, yaitu penulis mencoba untuk berkenalan dan mendekati diri dengan para karyawan tetap lain dengan bertanya dan berkomunikasi dengan mereka mengenai budaya dan lingkungan kerja agar dapat membiasakan diri saat menjalankan praktik kerja magang dan dapat menciptakan lingkungan kerja yang baik dan nyaman.

Berbicara mengenai kendala kedua, penulis merasakan terdapat beberapa pekerjaan yang berbeda dengan materi-materi yang telah dipelajari selama di kampus. Penulis mengatasi kendala ini dengan berkoordinasi dengan pembimbing kerja lapangan agar penulis dapat menerapkan pengetahuan dan ilmu yang dipelajari selama di kampus untuk dituangkan ke praktik kerja lapangan dan memberitahukan bahwa hal ini memberikan manfaat yang baik bagi masa depan perusahaan.

Untuk kendala yang terakhir, penulis mengatasinya dengan cara mencari referensi ide konten di media sosial Tiktok dan Instagram, serta menjalin komunikasi yang baik antar penulis dan pembimbing kerja lapangan, agar pembimbing dapat memberikan arahan dan motivasi yang baik kepada penulis mengenai ide-ide konten yang akan di upload, hal ini sangat membantu penulis dalam membuat konten-konten baru yang dapat menghibur dan menginspirasi para *audiens*.