

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

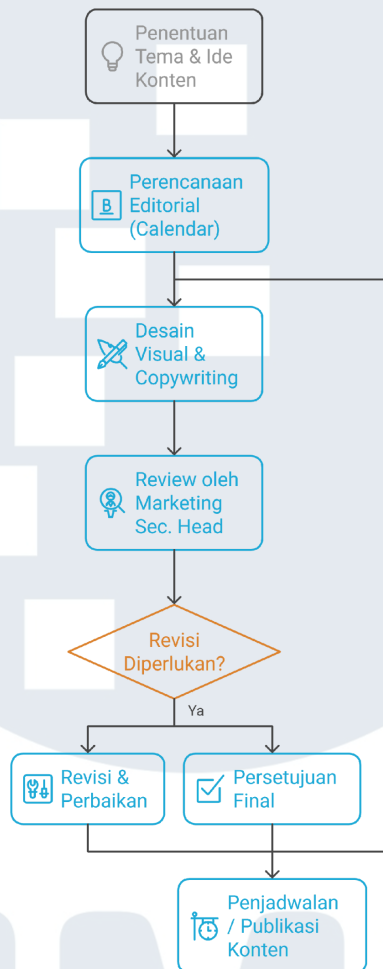
3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalankan kegiatan magang, penulis berperan sebagai Design Marketing Intern dan berada langsung di bawah supervisi Azza Thalib selaku Marketing Secretary Head. Kegiatan magang dilaksanakan di kantor PT Dharma Sumber Nusantara, yang merupakan unit dari PT Dharma Sumber Nusantara, dan berlokasi di Jl. Jalur Sutera Kav. 29B No. 36–37, Pakualam, Serpong Utara, Tangerang Selatan, Banten 15320.

Sebagai bagian dari divisi pemasaran, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam mendukung aktivitas komunikasi visual dan konten digital yang berkaitan dengan kampanye promosi TEKA Parquet, baik dari sisi strategi konten maupun desain grafis. Pekerjaan penulis tidak hanya terbatas pada pembuatan desain, tetapi juga meliputi perencanaan editorial bulanan, pengolahan copywriting, dan kolaborasi lintas fungsi dalam rangka peluncuran produk, dokumentasi event, serta kampanye musiman yang dijalankan oleh tim marketing.

Penulis memulai alur pekerjaan dengan menyusun ide konten berdasarkan arahan dari Marketing Secretary Head dan tema komunikasi yang telah ditentukan. Konten kemudian dirancang menggunakan pendekatan visual yang sesuai dengan brand identity TEKA, termasuk tone warna, layout, serta gaya penyampaian pesan. Dalam proses perencanaan konten, penulis menyusun jadwal menggunakan editorial calendar berbasis Google Spreadsheet yang terintegrasi dengan tim lain, untuk memastikan alur kerja berjalan efisien.

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

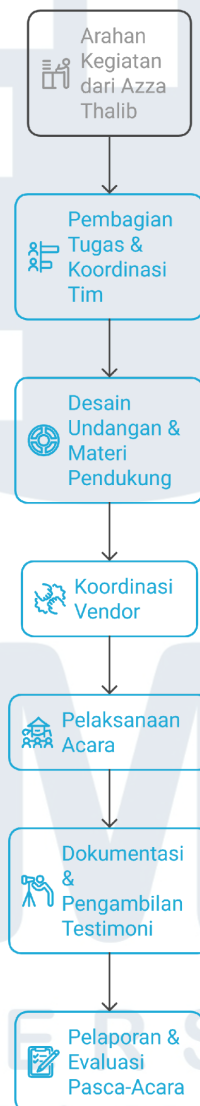


Gambar 3.1 Alur Perencanaan dan Produksi Konten TEKA Parquet

Sumber: Dokumentasi Internal Penulis (2025)

Setelah visual dan caption konten dirancang, penulis akan mengunggah draft final ke dalam folder khusus yang digunakan tim untuk review. Setiap konten yang sudah siap kemudian akan diperiksa oleh Marketing Secretary Head dari sisi estetika visual, narasi, dan kesesuaian dengan tujuan kampanye. Jika dinyatakan lolos review, konten tersebut akan dijadwalkan untuk diunggah melalui Meta Business Suite (Instagram & Facebook) dan media lain seperti LinkedIn atau display advertisement untuk digunakan dalam iklan.

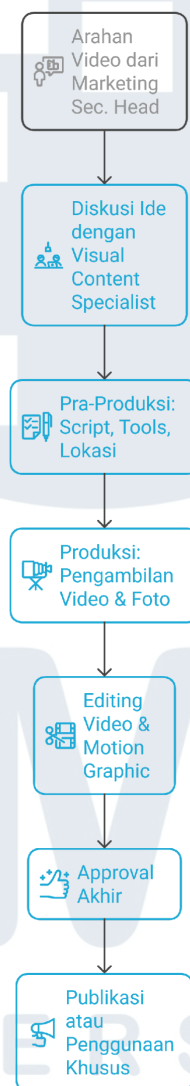
Selain mendukung aktivitas konten digital, penulis juga terlibat dalam pelaksanaan berbagai event dan aktivitas brand activation yang dilaksanakan oleh TEKA, seperti Open Gallery, Intimate Dinner bersama konsultan, hingga partisipasi TEKA dalam IFEX 2025. Dalam kegiatan ini, penulis mendapatkan tugas tambahan seperti membuat kartu undangan digital, dokumentasi acara, pembuatan video testimoni, hingga menjadi PIC (Person in Charge) untuk mendampingi jalannya kegiatan secara langsung.



Gambar 3.2 Alur Pelaksanaan Event TEKA Parquet

Sumber: Data Olahan Penulis (2025)

Proses dokumentasi yang dilakukan penulis mencakup pembuatan konten video, motion graphic, dan publikasi pasca acara. Penulis juga membantu Visual Content Specialist dalam proses produksi video promosi, mulai dari pra-produksi (konsep & storyboard), produksi (pengambilan gambar), hingga pasca-produksi (editing, motion, transisi, dan musik). Beberapa video digunakan untuk kebutuhan promosi koleksi produk baru seperti Heritage Collection, dokumentasi event, serta teaser konten musiman seperti Idul Fitri dan Tahun Baru.



Gambar 3.3 Alur Produksi Konten Video dan Animasi TEKA

Sumber: Data Lapangan Penulis (2025)

Secara keseluruhan, penulis menjalani kegiatan magang dengan mengikuti

alur kerja yang sistematis dan terstruktur. Tugas harian disesuaikan dengan kebutuhan tim marketing dan sering kali menuntut kemampuan multitasking dalam berpindah dari desain grafis ke tugas dokumentasi atau administrasi konten. Kejelasan peran, arahan yang konsisten dari supervisor, serta koordinasi yang solid dengan tim lain memungkinkan penulis untuk menjalankan seluruh pekerjaan dengan efektif. Dengan demikian, pengalaman magang ini memberikan pembelajaran yang menyeluruh terkait bagaimana strategi pemasaran visual dan komunikasi merek dijalankan secara profesional dalam industri kreatif furnitur.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani masa kerja magang di PT Dharma Sumber Nusantara, unit dari PT Dharma Sumber Nusantara, penulis diberikan kepercayaan untuk menjalankan berbagai tugas yang terkait langsung dengan proses perancangan, produksi, dan distribusi konten pemasaran digital, serta turut mendukung pelaksanaan acara dan dokumentasi kegiatan internal. Kegiatan magang ini berlangsung selama enam bulan, dimulai dari tanggal 20 Januari 2025 hingga 20 Juli 2025, dan dilaksanakan secara Work from Office (WFO) di galeri resmi TEKA yang berlokasi di Jl. Jalur Sutera Kav. 29B No. 36–37, Pakualam, Serpong Utara, Tangerang Selatan.

Dalam pelaksanaannya, penulis berada di bawah bimbingan langsung Azza Thalib selaku Marketing Secretary Head, dan tergabung dalam tim kecil yang terdiri dari dua orang intern: penulis sendiri sebagai *Design Marketing Intern*, dan satu rekan lain sebagai *Social Media Intern*. Koordinasi, arahan pekerjaan, hingga evaluasi dilakukan langsung oleh Azza Thalib, yang bertindak sebagai pemimpin dan penanggung jawab konten serta strategi komunikasi digital dari TEKA.

berikut beberapa tugas yang menjadi tanggung jawab dari sang penulis selama menjalani magang sebagai berikut :

No.	Pekerjaan	Tujuan Pekerjaan	Koordinasi
1.	Membuat konten marketing untuk Instagram story yang akan ditayangkan dengan tema Imlek	Menciptakan konten marketing yang relevan dengan audience, yang berfokus pada tema spesial pada tanggal tersebut.	Ibu Azza

	dan Isra Mi'raj.	Sepeti Imlek dan Isra Mi'raj. Pembuatan konten ini bertujuan untuk meningkatkan brand awareness serta meningkatkan engagement melalui platform Instagram.	
2.	Membuat rancangan editorial content digital untuk bulan maret	berfokus fokus pada tema yang relevan dengan brand dan audiens Teka Paquet, membuat kalender konten yang disesuaikan dengan momen spesial, memilih jenis konten yang sesuai dengan platform, serta mengoptimalkan SEO dan engagement untuk mendukung tujuan pemasaran Teka Parquet.	Ibu Azza
3.	Membuat konten carousel untuk TEKA yang menampilkan informasi tentang Engineered Wood Floor	Mengedukasi audiens tentang keunggulan produk TEKA, dan mengklarifikasi bahwa produk selain itu bukan produk resmi TEKA, dengan desain visual yang menarik dan informatif.	Ibu Azza
4	Membuat undangan untuk acara offline yang akan dilaksanakan pada Rabu, 12 Februari 2025	Membuat card memastikan informasi yang disampaikan jelas, menarik, dan sesuai dengan tema acara, serta menciptakan undangan yang dapat menarik perhatian audiens yang diundang.	Ibu Azza
5	Membuat konten Instagram feed yang menyoroti keunggulan dan manfaat Engineered Wood Floor TEKA , sebagai solusi lantai kayu yang tahan lama dan ramah lingkungan .	Membuat konten Instagram feed yang menarik dan informatif tentang keunggulan dan mengedukasi konsumen terhadap manfaat Engineered Wood Floor TEKA , dari pembuatan konten ini untuk meningkatkan <i>awareness</i> dan minat audiens terhadap produk TEKA.	Ibu Azza
6	Persiapan untuk acara Open Gallery yang akan dilaksanakan pada tanggal 12 Februari 2025.	Memastikan semua aspek acara berjalan lancar, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan, serta menciptakan pengalaman yang menarik dan berkesan	Ibu Azza

		bagi para tamu undangan.	
7	Membuat konten iklan yang akan digunakan untuk <i>Display Ad</i>	Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk meningkatkan <i>leads</i> dan <i>brand awareness</i> ke target <i>audiens</i> dari produk kami	Ibu Azza
8	Melakukan pembuatan konten undangan untuk acara intimate dinner bersama konsultan	Untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan klien kami	Ibu Azza
9	Melakukan sesi pemotretan untuk konten pemasaran yang bertema “Kenal Lebih Dekat dengan TEKA”	Konten ini akan digunakan untuk memperkenalkan TEKA secara lebih mendalam kepada <i>audiens</i> , meningkatkan brand awareness, dan membangun hubungan yang lebih dekat antara TEKA dan pelanggan.	Ibu Azza
10	Melakukan koordinasi dengan konsultan Grain and Green untuk persiapan acara undangan makan malam.	Memastikan konsultan Grain and Green dapat hadir mengikuti acara yang kami selenggarakan.	Ibu Azza
11	Membuat konten dengan tujuan <i>objective awareness</i> tentang TEKA Parquet, yang akan membuka booth di acara IFEX.	Membuat untuk mempromosikan kehadiran TEKA di acara IFEX dan menarik perhatian audiens untuk mengunjungi booth TEKA selama acara tersebut.	Ibu Azza
12	Membuat konten undangan buka puasa bersama konsultan	Untuk melakukan menjalin intimasi dengan hubungan dengan beberapa pelanggan	Ibu Azza
13	Melakukan koordinasi dengan beberapa vendor mengain mengenai price list dan juga menjelaskan kebutuhan dari acara kami. berikut beberapa vendor yang saya kontek seperti: vendor catering, vendor meja, dan vendor dekorasi untuk acara tanggal 11 dan 12	Agar acara berjalan sesuai dengan rancangan yang telah dibuat dan acara berjalan dengan lancar	Ibu Azza
14	Membuat kartu selamat datang untuk acara “Noble Oak — An Evening of Grace”.	Untuk memberikan sambutan yang hangat dan profesional kepada tamu acara, meningkatkan kesan positif	Ibu Azza

		tentang acara dan merek yang diselenggarakan.	
15	Melakukan dekorasi dan persiapan acara “Noble Oak” (dari Day 1 hingga Day 2), membuat video testimoni selama acara, dan menjadi PIC agar acara berjalan lancar.	Untuk memastikan bahwa acara berlangsung dengan baik, terorganisir dengan rapi, dan memiliki dokumentasi berupa video testimoni yang dapat digunakan untuk promosi lebih lanjut.	Ibu Azza
16	Membuat konten untuk survei di iklan (konten voting)	Untuk membuat konten yang menarik dalam bentuk survei atau voting, yang dapat melibatkan audiens dan memberikan data yang berguna untuk evaluasi atau perbaikan produk/layanan	Ibu Azza
17	Membuat konsep acara untuk mengundang ulang leads yang diperoleh dari IFEX.	Untuk merancang acara yang dapat menarik kembali leads yang didapat dari IFEX, guna membina hubungan lebih lanjut dan meningkatkan peluang konversi	Ibu Azza
18	Membuat konten ucapan untuk Idul Fitri.	Untuk menyampaikan ucapan Idul Fitri yang tepat kepada audiens atau pelanggan, mempererat hubungan dan menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap nilai-nilai budaya.	Ibu Azza
19	Mengorganisir acara buka puasa “Bersama seluruh tim TEKA.”	Untuk mempererat hubungan antar anggota tim TEKA melalui acara berbuka puasa bersama, sebagai bentuk kebersamaan dan semangat kerja tim. (saya diberi tanggung jawab sebagai PIC yang memegang acara tersebut)	Ibu Azza
20	Merancang dan membuat konten editorial untuk bulan April 2025.	Untuk merancang konten yang relevan dan menarik bagi audiens di bulan April 2025, guna mendukung kegiatan pemasaran dan komunikasi merek secara efektif	Ibu Azza
21	Membuat konten Instagram untuk highlight Arch ID dalam kolaborasi dengan Millimeter Manifesto	membuat unggahan atau Story Instagram yang akan disimpan di bagian Highlight di profil Instagram Arch ID. Konten ini khusus untuk menyoroti atau mempromosikan Arch ID, dan proses pembuatannya dilakukan bersama	Ibu Azza

		dengan Millimeter Manifesto (mereka adalah mitra atau pihak yang berkolaborasi dalam proyek ini).	
22	Melakukan event Tekarec	Melaksanakan sebuah acara yang bernama Tekarec. Ini bisa mencakup semua tahapan mulai dari perencanaan, persiapan, pelaksanaan, hingga evaluasi event tersebut.	Ibu Azza

Tabel 3.1 Tanggung Jawab Utama yang Dilakukan Penulis

No	Pekerjaan	Tujuan Pekerjaan	Koordinasi
1.	Melanjutkan penyusunan daftar 20 arsitek dan 20 desainer interior di wilayah Tangerang Selatan (Tangsel) dan Tangerang, sambil memeriksa portofolio mereka untuk menilai kesesuaian proyek-proyek tersebut dengan TEKA, serta mempertimbangkan daya beli pemilik proyek. Minggu depan, data ini akan digabungkan dengan database yang sudah ada sebagai persiapan untuk aktivasi offline.	Untuk mengidentifikasi dan memilih profesional yang proyeknya sesuai dengan TEKA, serta memastikan bahwa pemilik proyek memiliki daya beli yang tepat, guna mempersiapkan aktivasi offline.	Ibu Azza
2.	Menyusun Forum Open Gallery – Sebuah Undangan Eksklusif.	Untuk mengorganisir acara khusus yang memberikan undangan eksklusif, dengan tujuan memperkenalkan atau mempromosikan produk atau layanan TEKA kepada audiens tertentu.	Ibu Azza
3.	Melakukan laporan pengaduan terkait toko-toko yang menjual produk TEKA di platform toko online, mengingat saat ini TEKA belum menerima pemesanan melalui toko online.		Ibu Azza
4	Mengatur data pelanggan untuk	Untuk mengelola dan memperoleh	Ibu Azza

	memperoleh detail informasi mengenai pelanggan tersebut.	informasi yang lebih terperinci mengenai pelanggan, guna mendukung keputusan pemasaran atau pelayanan yang lebih personal dan efektif.	
5	Melakukan pelatihan mengenai merk TEKA secara berkala.	Untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan tim mengenai merek TEKA, sehingga kami dapat menyampaikan pesan merek dengan lebih efektif dan konsisten dalam kegiatan pemasaran atau penjualan.	Ibu Azza
7	Mengelola data pelanggan untuk memperoleh detail informasi mengenai pelanggan yang diperoleh melalui <i>LED di IFEX</i>	Untuk mengelola data pelanggan yang terkumpul melalui pameran IFEX, agar dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut dan strategi pemasaran yang lebih terarah.	Ibu Azza

Tabel 3.2 Tanggung Jawab Tambahan yang Dilakukan Penulis

Berdasarkan periode waktu selama melakukan pekerjaan dalam menyelesaikan beberapa tugas dan tanggung jawab yang diberikan, berikut adalah uraian pekerjaan atau tanggung jawab yang dilakukan penulis sebagai *Design Marketing Intern*:

3.2.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama menjalani masa kerja magang di PT Dharma Sumber Nusantara, unit dari PT Dharma Sumber Nusantara, penulis diberikan kepercayaan untuk menjalankan berbagai tugas yang terkait langsung dengan proses perancangan, produksi, dan distribusi konten pemasaran digital, serta turut mendukung pelaksanaan acara dan dokumentasi kegiatan internal. Kegiatan magang ini berlangsung selama enam bulan, dimulai dari tanggal 20 Januari 2025 hingga 20 Juli 2025, dan dilaksanakan secara *Work from Office (WFO)* di galeri resmi TEKA yang berlokasi di Jl. Jalur Sutra Kav. 29B No. 36–37, Pakualam, Serpong Utara, Tangerang Selatan.

Dalam pelaksanaannya, penulis berada di bawah bimbingan langsung Azza Thalib selaku Marketing Secretary Head, dan tergabung dalam tim kecil yang terdiri dari dua orang intern: penulis sendiri sebagai *Design Marketing Intern*, dan

satu rekan lain sebagai *Social Media Intern*. Koordinasi, arahan pekerjaan, hingga evaluasi dilakukan langsung oleh Azza Thalib, yang bertindak sebagai pemimpin dan penanggung jawab konten serta strategi komunikasi digital dari TEKA.

Tugas-tugas yang dijalankan oleh penulis selama periode kerja magang ini dapat dikelompokkan menjadi empat bagian besar, yaitu:

- (A) Perancangan dan Pengelolaan Strategi Konten Digital,
- (B) Dukungan Pelaksanaan Event dan Aktivasi Merek,
- (C) Eksekusi Konten Digital Khusus Produk dan Kampanye, dan
- (D) Dokumentasi dan Pelaporan Kegiatan.

Masing-masing bagian memiliki alur kerja, bentuk tanggung jawab, serta kompleksitas yang berbeda, namun saling berkaitan dalam mendukung aktivitas pemasaran merek TEKA Parquet sebagai produsen lantai kayu berkualitas tinggi.

A. Perancangan dan Pengelolaan Strategi Konten Digital

Tugas utama penulis berada pada bidang pengelolaan konten untuk media sosial TEKA Parquet, yang mencakup pembuatan desain visual, penulisan caption, hingga pelaksanaan editorial planning secara berkala. Strategi konten yang dikembangkan difokuskan pada dua jenis audiens utama, yaitu:

Indirect customer, yang terdiri dari arsitek, desainer interior, konsultan properti, dan developer proyek.

Direct customer, yaitu pemilik rumah atau pengguna langsung yang membeli lantai kayu untuk kebutuhan pribadi atau bisnis.

Penulis memulai setiap pekerjaan dengan proses brainstorming ide, baik berdasarkan kalender tematik, momentum kampanye, maupun insight dari konten sebelumnya yang telah terbit. Riset dilakukan melalui penelusuran konten pesaing di Instagram, inspirasi desain dari platform seperti Pinterest dan Cosmos, serta referensi internal TEKA.

Setelah menentukan arah konten, penulis menyusun editorial plan dalam format Google Spreadsheet yang dibagikan bersama dengan Marketing Secretary Head. Dalam file tersebut, penulis mencantumkan tanggal publikasi, jenis konten, platform tujuan (Instagram feed, story, carousel, display ad), serta keterangannya. Penggunaan sistem spreadsheet ini memudahkan supervisor untuk melakukan review dan tracking secara efisien.

Visual konten dirancang menggunakan perangkat lunak desain seperti Adobe Illustrator dan Canva Pro, disesuaikan dengan identitas merek TEKA

yang mengusung estetika alami, modern, dan profesional. Sementara itu, copywriting disusun dalam bahasa Indonesia dan Inggris dengan gaya bahasa yang edukatif, hangat, dan tetap informatif.

Beberapa contoh konten yang dirancang antara lain:

1. Konten tema Imlek dan Isra Mi'raj (Instagram story dan feed)
2. Konten carousel edukatif tentang keunggulan Engineered Wood Floor
3. Konten kampanye awareness menjelang partisipasi TEKA di IFEX 2025
4. Konten Idul Fitri greeting dan voting interaktif untuk Display Ads

Setiap konten yang telah disusun kemudian dikumpulkan dalam folder Google Drive untuk direview oleh supervisor. Jika diperlukan revisi, supervisor akan memberikan komentar langsung melalui spreadsheet atau chat. Konten yang telah disetujui kemudian dijadwalkan menggunakan Meta Business Suite (untuk Instagram dan Facebook) atau diunggah langsung oleh Social Media Intern ke platform seperti LinkedIn atau YouTube.

Tugas ini dijalankan secara berulang tiap minggu dengan alur kerja yang jelas dan sistematis. Penulis juga memiliki tanggung jawab untuk mengarsipkan seluruh aset visual, dokumentasi konten, serta insight engagement sebagai bahan evaluasi bulanan.

Dari ide - ide konten yang telah dirancang, penulis menggunakan *Google Spreadsheet* untuk mencatat dan mengatur penjadwalan konten yang disebut *Editorial plan*. Penggunaan *Google Spreadsheet* juga bertujuan agar setiap konten yang akan dibuat tertata dengan rapi dan agar dapat mengambil keputusan secara efektif untuk mendapatkan Leads dari content TEKA Parquet, serta dapat membantu supervisi saya atau *Marketing Sec. Head* dalam melakukan evaluasi konten efektif. Setelah tanggal dan konten yang dirancang dan ditetapkan, penulis mulai mencari visual yang akan menggambarkan ide konten tersebut. Visual yang digunakan dapat berupa foto-foto yang sudah ada dan disesuaikan dengan format tertentu, atau mengajukan kepada *Marketing Sec. Head* (untuk format foto) dan Visual Content Specialist (untuk format video). Konten kemudian akan diunggah melalui drive dan diberikan shortcut ke dalam Microsoft Excel.

Dengan visual yang telah dipilih, penulis mulai membuat caption untuk mendeskripsikan informasi yang dikemas sebagai konten tersebut. Seperti yang telah disebutkan, konten yang dipublikasikan oleh TEKA Parquet akan mencakup berbagai informasi yang akan disajikan untuk audiens yang terdiri dari berbagai stakeholder. Caption yang dibuat akan mendukung

visual dengan menjelaskan maksud konten dan memberikan informasi yang relevan.

Platform	Date	Pillar	Content	Content type	Content image	Reference
		Informative	Ensure comfort for every corner	Feeds		Indoor outdoor
		Informative	A warm welcome - with a warmish floor	Feeds		warm welcome
		Informative	Uncover the layer; top, core, bottom	Feeds		layer
		Project Reference	nike hq/ritz cariton/pertiwi	Feeds/Reels		
		Entertain - Informative	Mind your steps	Reels		Acoustic

Story

Platform	Date	Pillar	Content	Content image
		Conversational	Have u cleaned your floor today? -- link to article	
		Conversational	Choose your surface feature; brushed, handscraped, ridges -- make polling	
		Informative	Refinish our product	

Article

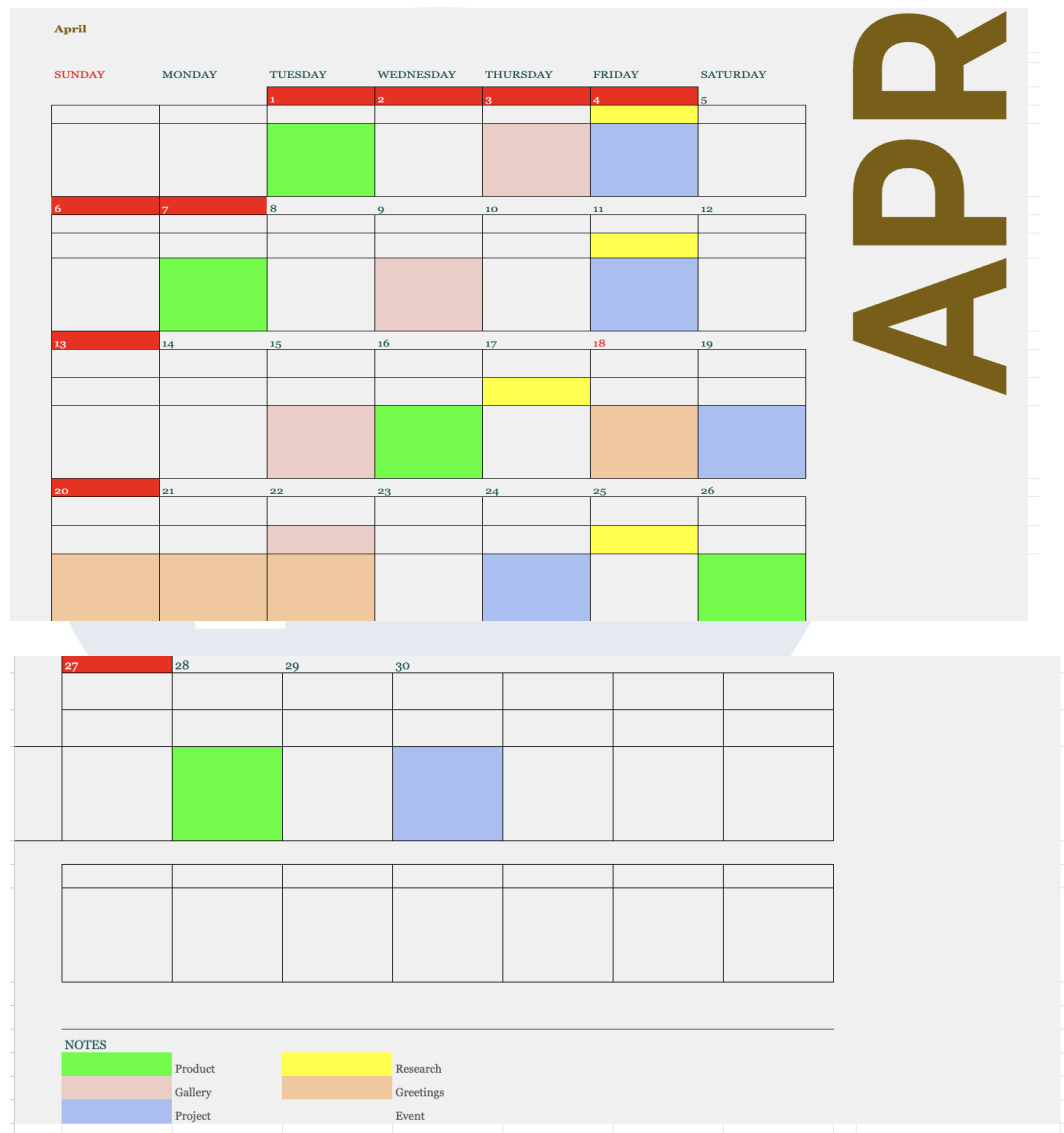
Date	Pillar	Title	Topic	Content link
	Issue-Informative	Is Your TEKA Parquet Genuine? The Subtle Clues to Look for	authentic teka's selling points	
		Stop Ruining Your Engineered Wood Floor: Tips on How to Maintain It!	how to maintain	
		TEKA Parquet vs SPC: Find the Best Flooring for Your Home! 🌟	comparison	

Gambar 3.4 Spreadsheet Editorial Plan – Kolom Feeds dan Referensi

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

Gambar ini menunjukkan tampilan Google Spreadsheet yang digunakan oleh penulis sebagai acuan editorial plan konten media sosial TEKA Parquet. Pada spreadsheet ini, setiap baris mencerminkan strategi konten, mulai dari platform, jenis konten, hingga referensi visual dan copywriting. Format editorial ini mempermudah tim marketing dalam melakukan review, perencanaan posting, serta pengaturan narasi dan visual

yang sesuai dengan tema dan waktu unggah.



Gambar 3.5 Kalender Editorial Bulanan – April 2025

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

Kalender editorial ini berisi jadwal konten yang telah disusun oleh penulis bersama tim marketing. Setiap warna pada kalender memiliki kode tertentu, seperti hijau untuk *product*, merah muda untuk *gallery*, dan biru untuk *project*. Sistem visual ini memudahkan tim untuk melihat proporsi konten yang akan dipublikasikan selama satu bulan penuh dan mengevaluasi konsistensi tema serta distribusi konten.

Platform	Instagram & Facebook	Instagram & Facebook	Instagram & Facebook	Instagram & Facebook
Day / Date / Time	April 1, 2025	April 3, 2025	April 4, 2025	April 7, 2025
Pillar & Sub Pilar	Product	Gallery	Project	Gallery
Content	Inspiration - Minimalist	Have u clean ur floor?	Daun Muda	Comfort for Your Pets
Image				
Caption	This year, the focus is on minimalism and sustainability—two trends shaping the way we design our spaces. People are moving towards cleaner, simpler interiors that emphasize natural materials and eco-conscious choices. With this shift, wood has become the standout material, bringing warmth and authenticity to modern homes. But how can you make these trends work in your space? TEKA is the perfect solution—combining timeless design with sustainable materials to create a chic, welcoming ambiance in any room. Ready to embrace the trend? TEKA is here to make it happen!		Nestled in the newest, hippest area of Kelapa Gading, Jakarta, Daun Muda Soulfood brings the warmth of home into a vibrant dining experience. With a blend of soulful Indonesian cuisine, light-colored engineered wood flooring, and warm emerald tones, every corner exudes comfort and style. Thoughtfully designed, the ambiance seamlessly merges modern elegance with tradition, creating a place where memories are made. For spaces that inspire and endure, TEKA is the solution! #TEKAParquet #TEKAWoodflooring #EngineeredWoodFlooring #WoodFlooring #TEKAproject #restaurant #restaurantJakarta	TEKA Parquet wood flooring offers a comfortable, durable, and pet-friendly solution for homes. It is eco-friendly, scratch-resistant, and easy to maintain, making it the perfect choice for homes with active pets. With flexible installation options, TEKA Parquet enhances both the aesthetic and functional aspects of your home while ensuring a safe and comfortable environment for your pets. #TEKAParquet #PetFriendlyFlooring #EcoFriendlyLiving #ComfortForPets #ScratchResistant #DurableFloors #EasyToClean #WoodFlooring #HomeComfort #PetSafeFlooring #FlooringForPets #SustainableLiving
link Design content				Comfort for Your Pets
Status	Scheduled		Scheduled	

**Gambar 3.6 Brief Caption dan Konten Siap Publikasi – TEKA Parquet
April 2025**

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

B. Sebagai Event Support

Selama menjalani program magang di PT Dharma Sumber Nusantara, penulis tidak hanya mengerjakan tanggung jawab desain visual dan pengelolaan konten digital, tetapi juga dilibatkan secara aktif dalam proses event support dan aktivasi merek TEKA. Dalam konteks ini, penulis memainkan peran sebagai bagian dari tim pelaksana marketing, khususnya dalam mendukung kegiatan-kegiatan offline yang berkaitan dengan branding, promosi, dan hubungan eksternal perusahaan.

Peran sebagai Event Support melibatkan berbagai kegiatan lapangan, mulai dari perencanaan acara, pengelolaan teknis, koordinasi vendor, hingga

supervisi pada hari pelaksanaan. Selama masa magang, penulis dipercaya untuk ikut serta dalam sejumlah event yang sangat penting bagi reputasi dan eksistensi TEKA sebagai produsen lantai kayu rekayasa terkemuka di Indonesia. Berikut ini adalah penjabaran dari masing-masing event yang dilaksanakan:

Selama menjalani masa magang sebagai Design Marketing Intern di PT Dharma Sumber Nusantara—dengan merek dagang penulis tidak hanya terlibat dalam aktivitas rutin seperti penyusunan editorial konten dan pembuatan desain visual, tetapi juga memainkan peran krusial dalam proses pelaksanaan event dan aktivasi merek yang dilaksanakan oleh divisi marketing. Kegiatan ini memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam menghadapi dinamika dunia kerja profesional, khususnya dalam konteks komunikasi pemasaran terpadu dan operasional di balik penyelenggaraan acara korporat maupun partisipasi pameran berskala nasional.

Peran penulis dalam mendukung pelaksanaan event dibagi ke dalam dua kategori utama, yaitu dukungan pra-acara dan pelaksanaan di lapangan *offline* serta pengelolaan komunikasi dan konten digital terkait event *online*. Pembagian ini dilakukan guna memastikan keterpaduan antara citra yang ingin dibangun melalui media digital dan pengalaman langsung yang dirasakan oleh audiens dalam acara fisik. Setiap aspek dari pelibatan penulis akan dijelaskan secara rinci berdasarkan kronologi dan struktur kerja yang dijalankan.

1. Kegiatan Open Gallery (15 Februari 2025)

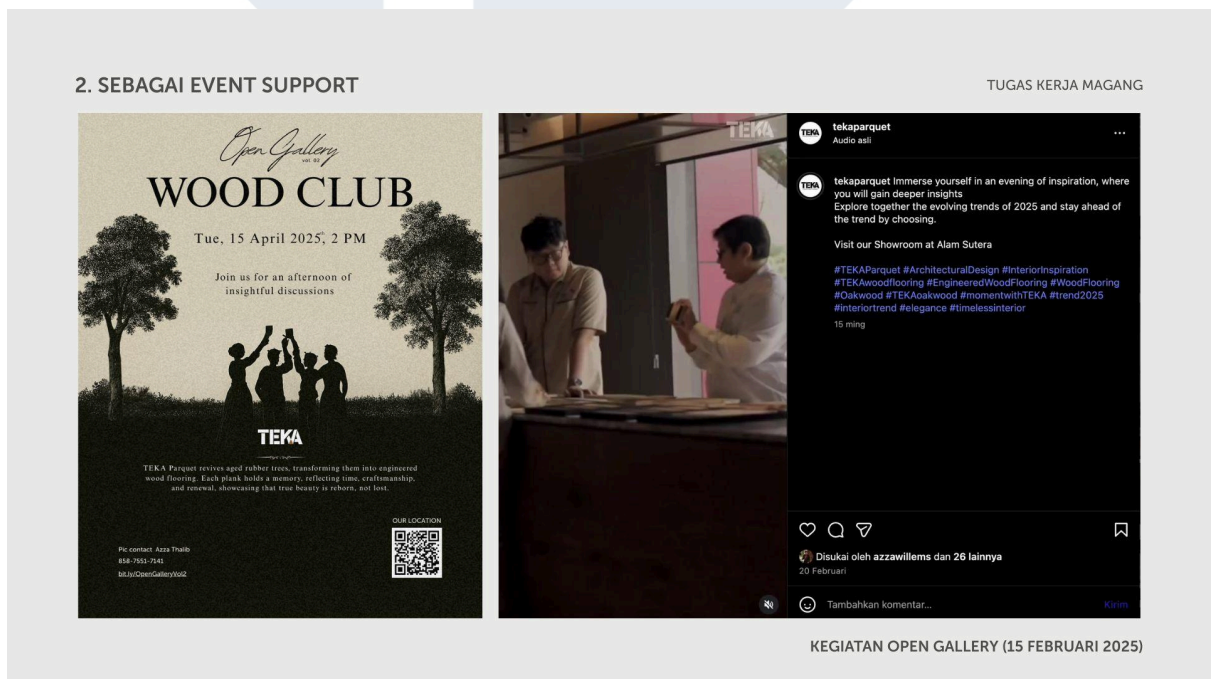
Kegiatan ini merupakan program rutin tahunan yang bertujuan memperkenalkan galeri TEKA kepada publik dengan pendekatan storytelling yang lebih personal dan intimate. Penulis dipercaya oleh supervisor (Azza Thalib selaku Marketing Secretary Head) untuk mengelola pembuatan materi promosi acara. Hal tersebut dimulai dari:

- a. Merancang undangan digital yang merepresentasikan visual

branding TEKA secara profesional namun tetap humanis;

- b. Menyusun kartu selamat datang untuk tamu yang hadir sebagai bagian dari customer touch point;
- c. Melakukan koordinasi dengan vendor dekorasi, catering, dan dokumentasi agar seluruh kebutuhan acara dapat tersinkronisasi secara logistik dan estetika;
- d. Memastikan layout galeri tertata sesuai dengan flow event;
- e. Turut serta dalam pengambilan gambar dan pendokumentasian video selama acara berlangsung, termasuk pengambilan testimoni dari tamu.

Penulis juga ikut terlibat dalam pengelolaan rundown dan menjadi Person in Charge (PIC) yang bertanggung jawab memastikan jalannya acara tetap sesuai dengan rencana waktu dan tidak terjadi bottleneck di titik-titik penting seperti jalur keluar-masuk tamu dan area coffee corner.



Gambar 3.7 Content dan undangan digital dari Open Gallery yang dibuat oleh penulis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

2. Acara Noble Oak – An Evening of Grace (Day 1 & Day 2)

Acara ini merupakan peluncuran khusus untuk koleksi kayu **“Noble Oak”** yang diselenggarakan dalam dua hari berturut-turut, menasar klien-klien korporat dan arsitek profesional. Dalam kegiatan ini, penulis memiliki tanggung jawab yang lebih luas dibandingkan event sebelumnya. Kegiatan yang dilakukan oleh penulis antara lain:

- a. Menyusun dan mendesain backdrop utama acara yang digunakan sebagai latar presentasi dan dokumentasi foto tamu;
- b. Melakukan briefing dengan konsultan desain acara yaitu Grain and Green, terkait elemen estetika interior, pergerakan tamu, serta skema warna acara;
- c. Mengelola checklist logistik dekorasi dan menjadi runner untuk pergerakan item dekoratif dari galeri menuju venue;
- d. Menjadi PIC dokumentasi harian, yang mencakup pengambilan video testimoni, suasana interaksi tamu, serta footage informal yang kemudian digunakan untuk konten Instagram dan laporan akhir kegiatan.

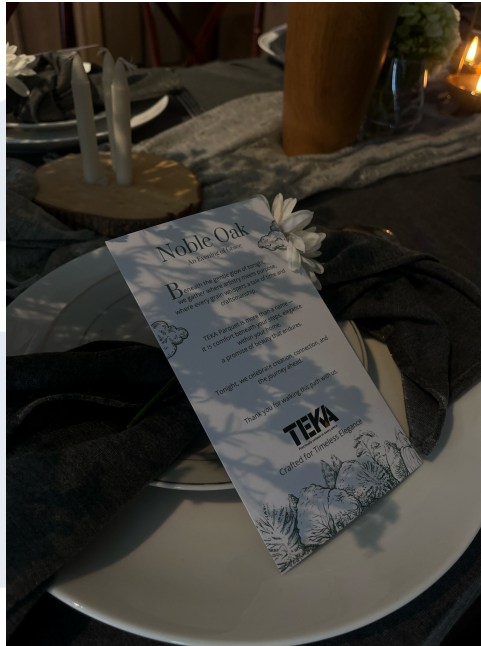
Keterlibatan dalam acara ini membuat penulis semakin memahami pentingnya komunikasi lintas fungsi—mulai dari vendor, EO, tim desain, hingga pemasaran—guna memastikan acara berjalan tidak hanya rapi, tetapi juga berdampak terhadap citra merek TEKA sebagai premium engineered wood company yang memiliki sensitivitas terhadap estetika dan pengalaman pengguna.





Gambar 3.8 Persiapan event Noble Oak day 1 and 2

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)



Gambar 3.9 Kartu kariya penulis *Noble Oak day 1 and 2*

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)



Gambar 3.10 Melakukan *shooting* video testimoni mengenai acara
Noble Oak day 1 and 2

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

3. Intimate Dinner bersama Konsultan

Sebagai bagian dari upaya membangun brand intimacy dan loyalitas mitra kerja, TEKA mengadakan jamuan makan malam eksklusif bersama beberapa konsultan interior dan arsitek yang telah atau berpotensi bekerja sama. Dalam acara ini, penulis bertugas untuk:

- a. Membuat desain undangan eksklusif dengan gaya visual yang menggabungkan wood texture dan contemporary elegance;
- b. Menyusun name tag dan place card untuk tamu undangan;
- c. Mengatur layout table set-up dengan prinsip eye balance dan harmonic line;
- d. Membantu supervisor melakukan koordinasi dengan vendor makanan dan dokumentasi;
- e. Menyusun draft konten media sosial untuk pasca acara, termasuk highlight visual dan narasi testimoni tamu.

Kegiatan ini mengajarkan kepada penulis bahwa penyusunan acara tidak hanya soal visual dan logistik, tetapi juga soal manajemen emosi dan komunikasi non-verbal, seperti memahami tone of event, menghargai waktu tamu, serta memperhatikan detail-detail kecil yang secara kolektif membentuk brand impression

4. Partisipasi TEKA di IFEX 2025

Dalam pameran furnitur berskala internasional ini, TEKA hadir sebagai exhibitor dengan booth sendiri serta memberikan dukungan kepada mitra brand lainnya seperti Millimeter Manifesto. Penulis bertugas secara penuh selama empat hari pelaksanaan dengan peran sebagai brand guardian sekaligus pelaksana konten dan dokumentasi.

Tanggung jawab utama yang dijalankan antara lain:

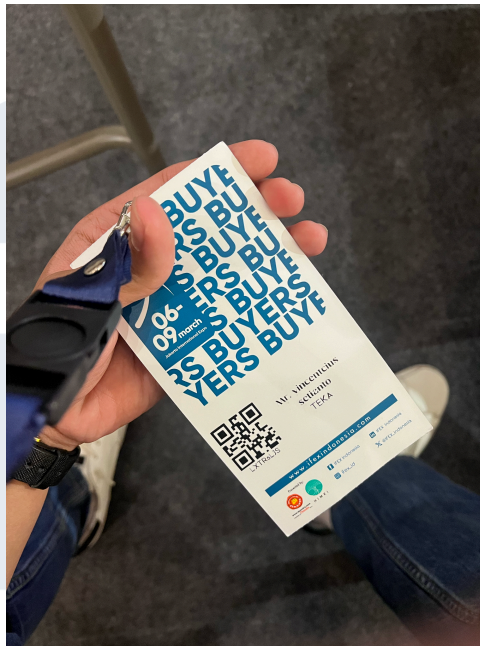
- a. Membuat konten Instagram Pre-Event untuk mengumumkan partisipasi TEKA di IFEX 2025;
- b. Menjaga booth dan menjelaskan key selling point produk TEKA kepada pengunjung;
- c. Menerima dan mendokumentasikan leads digital yang masuk via

- scan QR code pengisian form minat;
- d. Mengambil footage video dan foto untuk dokumentasi harian dan konten recap pameran;
- e. Berkoordinasi dengan vendor logistik untuk proses loading in dan out selama acara.

Melalui pameran ini, penulis belajar bahwa keberhasilan booth bukan hanya diukur dari keramaian atau desain yang estetik, tetapi dari seberapa efektif booth tersebut dalam mengundang interaksi yang bermakna dan menciptakan conversion opportunity jangka panjang.

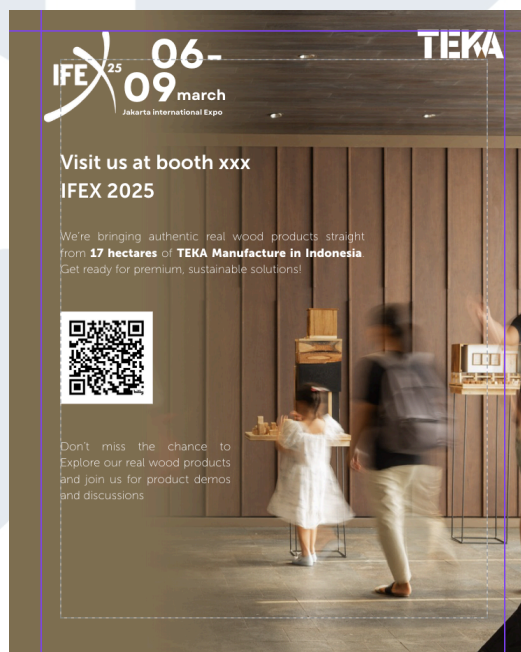


U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 3.11 Melakukan penjagaan booth id IFEX 2025

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)



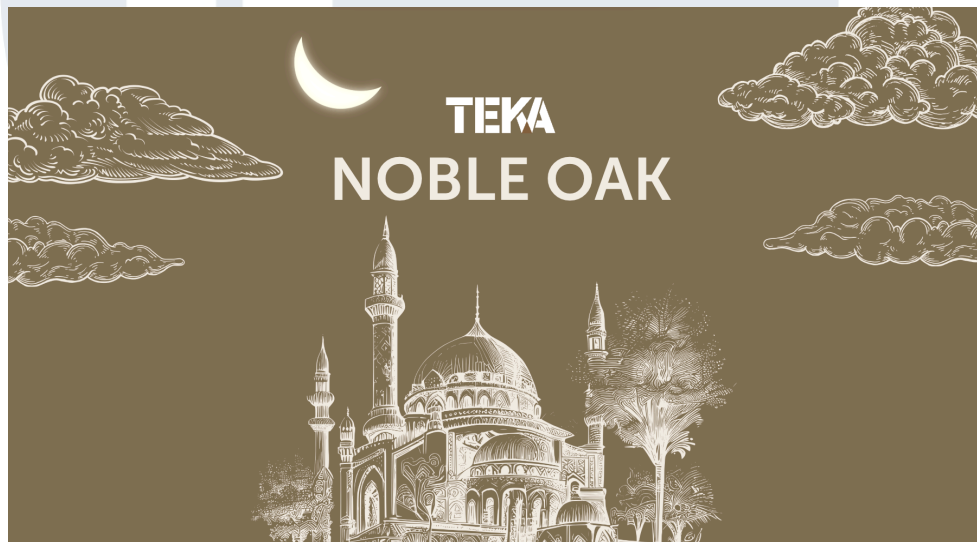
Gambar 3.12 konten Instagram Pre-Event yang dibuat oleh penulis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

5. Acara Buka Puasa Bersama (TEKA NOBLE OAK) Bersama Tim TEKA

Kegiatan internal ini menjadi ajang untuk membangun employee engagement serta mempererat ikatan antar karyawan di luar konteks pekerjaan rutin. Penulis dipercaya menjadi PIC dengan cakupan kerja:

- a. Mengelola pemesanan makanan dan dekorasi venue.
- b. Merancang dan Menyusun rundown agar kegiatan berjalan lancar tanpa tumpang tindih.
- c. Membuat PPT untuk acara
- d. Menjadi panitia yang menjaga alur acara.



Gambar 3.14 PPT yang di rancang oleh penulis untuk acara TEKA NOBLE OAK

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

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



Gambar 3.14 Photo bersama dengan tim TEKA pada acara

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

6. ARCH:ID 2025 (8–11 Mei 2025)

Salah satu momen terbesar yang melibatkan peran penulis secara menyeluruh terjadi dalam kegiatan pameran arsitektur nasional, ARCH:ID 2025, yang diadakan di ICE BSD. Pada event ini, TEKA berpartisipasi sebagai sponsor aktif untuk dua entitas sekaligus, yaitu BYO Living & Bitte Design Studio, serta Millimeter Manifesto. Peran TEKA bukan hanya sebagai penyedia material lantai kayu rekayasa, tetapi juga sebagai pendukung utama dari sisi pemasaran, brand positioning, dan dokumentasi visual.

Penulis dipercaya sebagai anggota tim marketing lapangan yang terjun langsung ke lokasi. Secara garis besar, penugasan penulis dibagi menjadi dua lini besar: (a) produksi dan pengelolaan konten digital (online) dan (b) operasional acara di lokasi (offline).

a. Online Content Production

Penulis bertanggung jawab untuk membuat beberapa materi digital utama yang diunggah di media sosial resmi TEKA maupun partner:

1) Konten "Support Bitte"

Menampilkan bentuk dukungan TEKA terhadap desain keberlanjutan yang diusung oleh Bitte Design Studio. Konten ini tidak hanya memperlihatkan kerja sama, tetapi juga menjelaskan nilai-nilai sustainability yang dimiliki bersama oleh kedua entitas.

2) Konten "Booth Bitte"

Menyajikan tampilan visual booth yang disusun oleh Bitte dan didukung TEKA. Penulis mengambil visual, melakukan seleksi foto, dan menyusun narasi visual sesuai editorial plan TEKA.

3) Konten "Talkshow Bitte"

Pada sesi talkshow Bitte di panggung utama, penulis mencatat highlight pembicaraan, menyusun draft caption, serta memilih frame visual terbaik untuk publikasi konten recap talkshow.

4) Pembuatan Brosur "HERITAGE"

Sebagai bagian dari rangkaian launching koleksi terbaru, penulis mendesain dan menyusun materi untuk brosur HERITAGE, koleksi baru TEKA dari kayu Hevea brasiliensis bersertifikasi berkelanjutan. Desain disesuaikan dengan standar branding TEKA: bersih, profesional, namun tetap artistik.

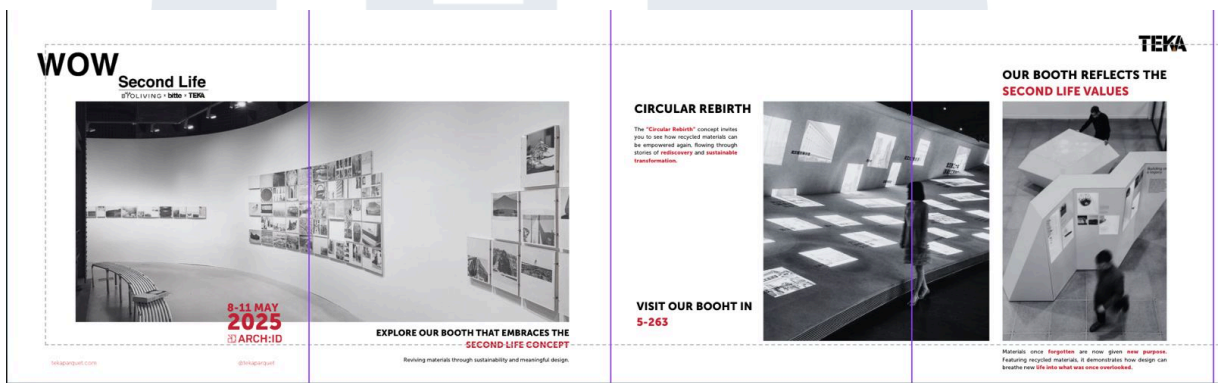
5) Konten Rikep acara di ARCH:ID 20205

Setelah acara ARCH:ID 2025 sudah berakhir, penulis di mitan membuat rikep mengenai acara yang telah berlangsung dan membuat apresiasi kepada beberapa partner (Bitte design studio dan millimeter manifesto) yang telah di support oleh TEKA



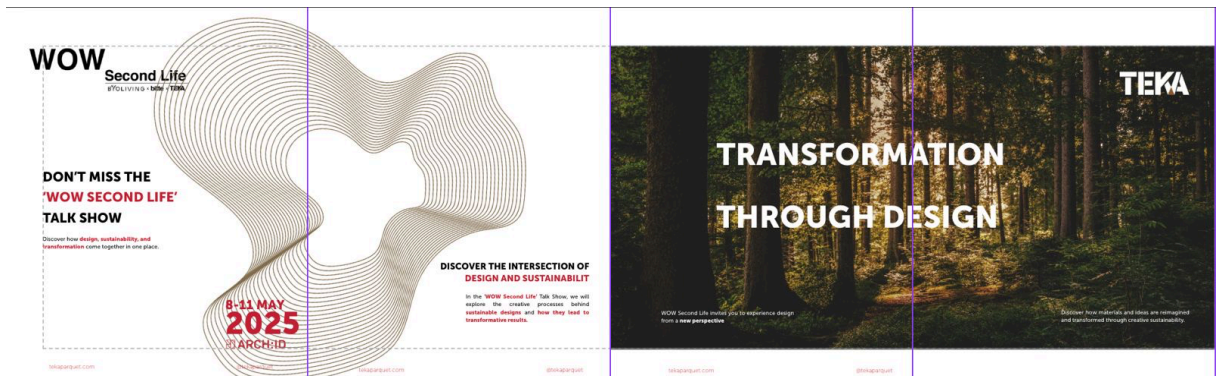
Gambar 3.15 Konten Support Bitte yang dibuat oleh penulis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)



Gambar 3.16 Konten Booth Bitte yang di buat oleh penulis

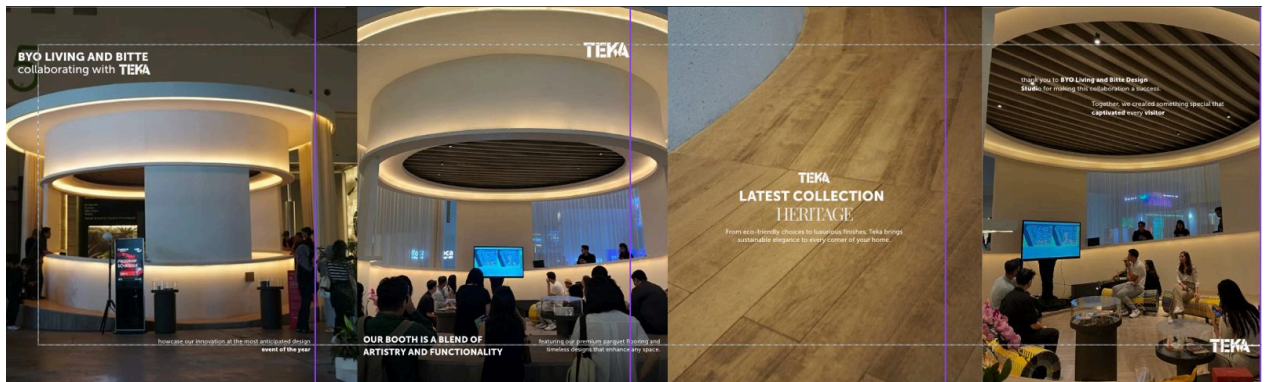
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)



Gambar 3.17 Konten Talkshow Bitte yang di buat oleh penulis

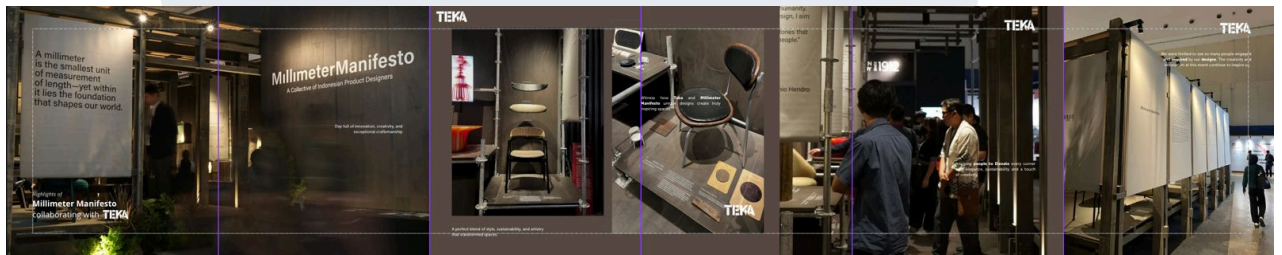
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.18 Konten Rikep acara di ARCH:ID 20205 (Bitte design studio) yang dibuat oleh penulis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)



Gambar 3.18 Konten Rikep acara di ARCH:ID 20205 (millimeter manifesto) yang di buat oleh penulis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

b. Operasional dan Koordinasi Offline

- 1) Penulis bertugas melakukan penjagaan booth baik pada booth Bitte maupun Millimeter Manifesto, menjelaskan latar belakang kolaborasi kepada pengunjung, serta mengatur alur QR code leads.
- 2) Penulis juga menjadi salah satu tim dokumentasi, bertugas mengambil video testimoni dari arsitek, pengunjung, hingga perwakilan studio desain.
- 3) Tugas logistik lainnya yang dijalankan oleh penulis termasuk melakukan pengecekan material display, membantu pelabelan produk, serta memastikan urutan acara sesuai rundown.
- 4) Penulis dipercaya menjadi koordinator teknis, yang mengawasi

proses loading barang sebelum acara dimulai, termasuk visual props, furniture kecil, hingga rak brosur.

Penugasan ini merupakan salah satu titik penting dalam masa magang penulis, karena tidak hanya menantang secara fisik dan teknis, tetapi juga memperkuat keterampilan interpersonal dalam berkoordinasi dengan vendor, mitra profesional, serta kolega internal dari berbagai divisi.





Gambar 3.19 Dokumen tasi selama ARCH:ID 20205

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

7. Press Conference TEKA × Millimeter Manifesto (9 Mei 2025)

Hanya satu hari setelah ARCH:ID berakhir, penulis kembali menjalankan tugas dalam acara Press Conference yang digelar di showroom PT Dharma Sumber Nusantara. Acara ini merupakan bentuk penegasan dari kolaborasi

antara TEKA dan studio Millimeter Manifesto, yang sebelumnya tampil dalam ARCH:ID. Penulis mendapat tanggung jawab dalam:

1. Menyusun membuat layouting untuk penyusunan acara **Press Conference** dan peluncuran resmi koleksi **HERITAGE**
2. Mengelola jalannya acara mulai dari setup ruang hingga pengaturan flow tamu dan media.
3. Mengambil dokumentasi video dan foto selama acara berlangsung, termasuk sesi wawancara media.

Selain itu, pada hari yang sama, dilakukan pula peluncuran resmi koleksi “HERITAGE”, sehingga penulis juga harus mendampingi tim marketing untuk memberikan materi informasi kepada tamu, membantu display produk baru, serta menyiapkan rangkuman visual untuk media sosial TEKA.



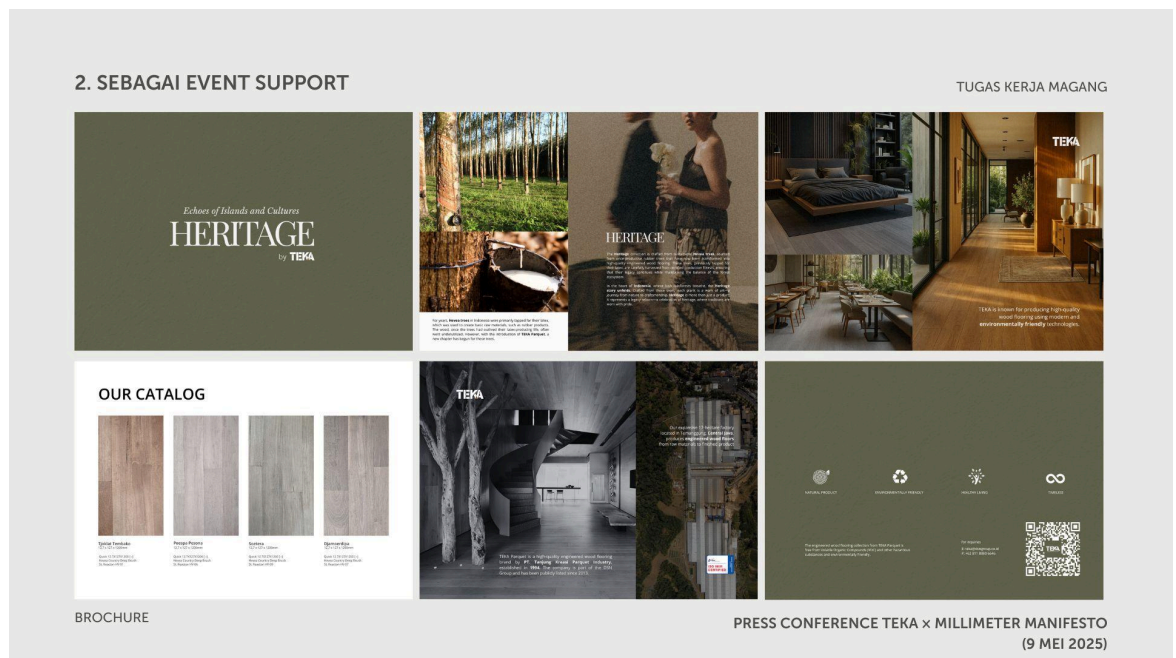
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



**Gambar 3.20 Dokumentasi Press Conference TEKA × Millimeter
Manifesto**

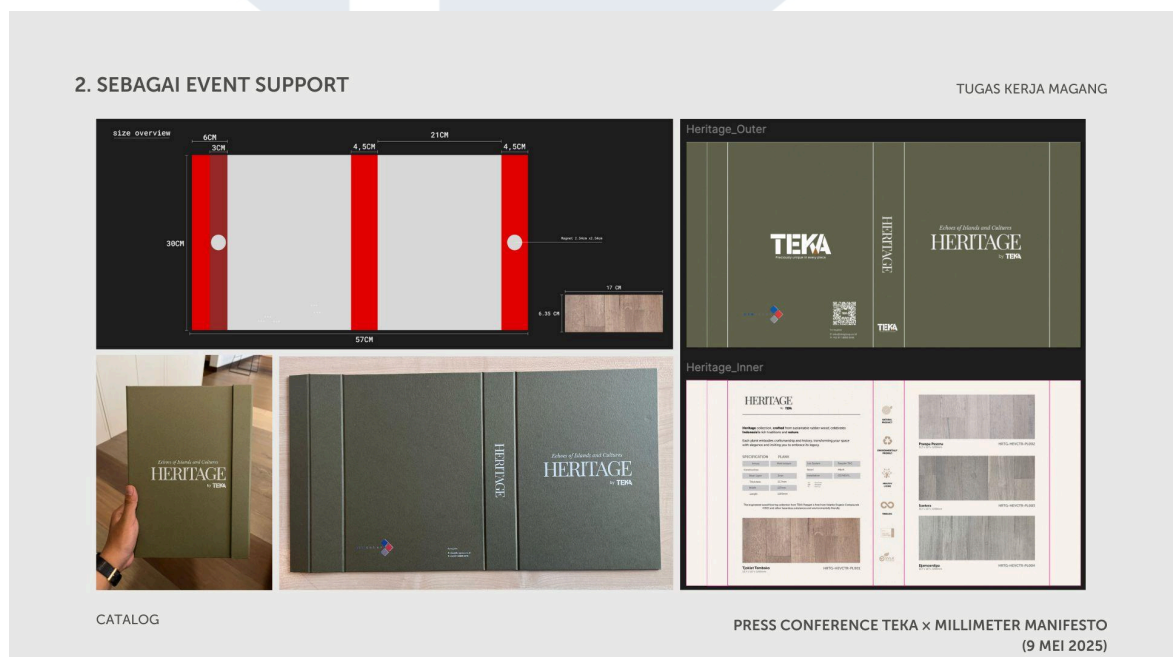
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)





Gambar 3.21 Brochure Heritage yang dibuat oleh penulis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)



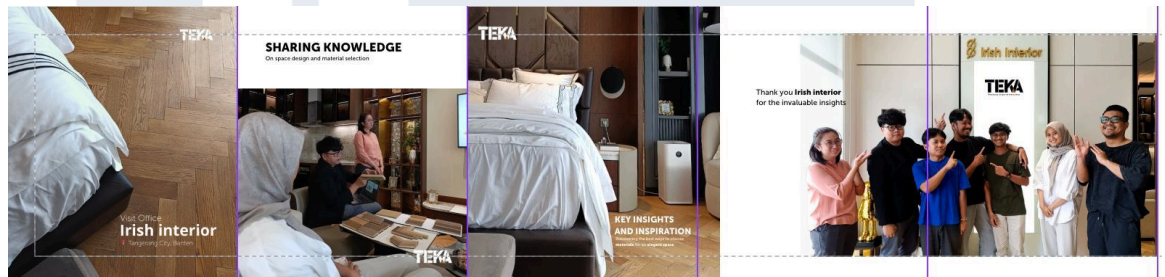
Gambar 3.22 Catalog Heritage yang dibuat oleh penulis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

8. Kunjungan ke I Rish Interior (15 Mei 2025)

Sebagai bagian dari program Corporate Outreach, TEKA melakukan kunjungan ke kantor I Rish Interior di Jakarta. Penulis turut serta dalam kegiatan ini sebagai dokumentator dan observer. Penulis bertugas mendokumentasikan suasana diskusi, merekam kutipan-kutipan penting yang dapat digunakan untuk konten LinkedIn, serta menyiapkan rangkuman kegiatan dalam bentuk artikel ringan untuk internal report.

Dari kegiatan ini, penulis mendapatkan pemahaman bahwa membangun hubungan B2B yang efektif tidak hanya bergantung pada produk atau harga, tetapi pada komunikasi, kolaborasi, dan nilai yang ingin dibangun bersama. Peluang konten dari kegiatan seperti ini sangat tinggi jika diolah secara kreatif dan relevan.



Gambar 3.23 Kontent rikep kunjungan ke I Rish Interior yang di buat oleh penylis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

9. Tekarch 2025 (23 Mei 2025)

Event ini merupakan program aktivasi brand berbasis edukasi, yang digagas oleh TEKA dengan menggandeng mahasiswa dan dosen dari Fakultas Desain Interior Universitas Tarumanegara (UNTAR). Mengusung tema “Sustainable Interior Practice”, acara ini menghadirkan Adianto Salim, S.Sn., M.A. sebagai narasumber utama. Total peserta mencapai 60 orang mahasiswa/i aktif angkatan 2024.

Penulis bertugas dalam dua lini utama:

1. Online Support

Menyusun konten pra-acara untuk media sosial, menyiapkan highlight post-acara, serta menyusun copywriting yang mengangkat peran TEKA dalam mendukung pendidikan arsitektur berkelanjutan di Indonesia.

2. Offline Execution

Berperan sebagai PIC lapangan yang mengatur flow acara, termasuk pergerakan peserta, sesi tanya jawab, serta waktu untuk pengambilan dokumentasi. Penulis juga mengoordinasikan seluruh kebutuhan visual untuk presentasi dan backdrop. Penulis juga di minta untuk membuat pelakata acara dan membuat backdrop dari acara **Tekarch 2025**.

Melalui Tekarch, penulis belajar bagaimana merancang acara edukatif dengan tetap menjaga nilai brand yang profesional, informatif, dan inspiratif. Acara ini juga menuntut kemampuan pengelolaan waktu yang tepat, karena berlangsung dengan skenario multipoint (presentasi – diskusi – tur galeri).



Gambar 3.24 Dokumentasi Tekarch 2025

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

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



Gambar 3.25 Hasil akhir dari plakat Tekarch 2025 yang dibuat oleh penulis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)



Gambar 3.26 Hasil akhir dari Backdrop Tekarch 2025 yang di buat oleh penulis

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

- **Evaluasi Pasca-Acara**

Setelah acara selesai, evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan dan efektivitas acara tersebut. Proses evaluasi mencakup pengumpulan umpan balik dari peserta, pemangku kepentingan, dan pihak yang terlibat untuk memahami berbagai aspek yang dapat diperbaiki atau ditingkatkan di acara mendatang. Evaluasi ini memberikan insight yang berharga dalam meningkatkan kualitas acara ke depannya. Penulis dan tim Marketing selalu melakukan evaluasi ini setelah paskah event selai event yang diselenggarakan selsia.

Dalam konteks pelaksanaan *Special Event*, penulis bertanggung jawab untuk mengorganisir acara yang memperingati momen tertentu, yang memiliki nilai dan tujuan yang jelas. Acara ini dirancang untuk menciptakan interaksi yang lebih dekat dengan audiens, sehingga perusahaan dapat meraih berbagai manfaat, seperti peningkatan awareness, publikasi, citra positif, serta memperluas jaringan koneksi. Hal ini tercermin dalam kegiatan seperti pembuatan undangan acara, koordinasi dengan konsultan dan vendor, serta pelaksanaan acara yang diharapkan dapat membangun hubungan lebih kuat dengan audiens dan pemangku kepentingan.

Sebagai contoh, dalam peran *Event Support*, penulis berperan dalam merencanakan, mengkoordinasikan, dan melaksanakan acara yang efektif, baik secara offline maupun online. Penulis juga terlibat dalam perencanaan acara seperti "*Noble Oak — An Evening of Grace*", serta melakukan koordinasi dengan konsultan dan vendor untuk memastikan kelancaran acara tersebut. Dengan demikian, peran penulis dalam *Special Event* sangat penting untuk memastikan acara berjalan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, seperti membangun *awareness* dan menciptakan citra positif bagi perusahaan.

C. Sebagai bagian dari Digital Execution

Penulis berperan dalam mengimplementasikan dan mengoptimalkan konten serta kampanye pemasaran digital dari *Editorial Planning* yang telah dirancang. penerapan konten digital terbagi dalam beberapa platform seperti Website dan media sosial. Tugas dari penulis mencakup pembuatan konten video, infogravis, dan lainnya yang relevan dengan audience dari Teka Parquet, yang akan dipublikasikan di dalam platform official Teka parquet.

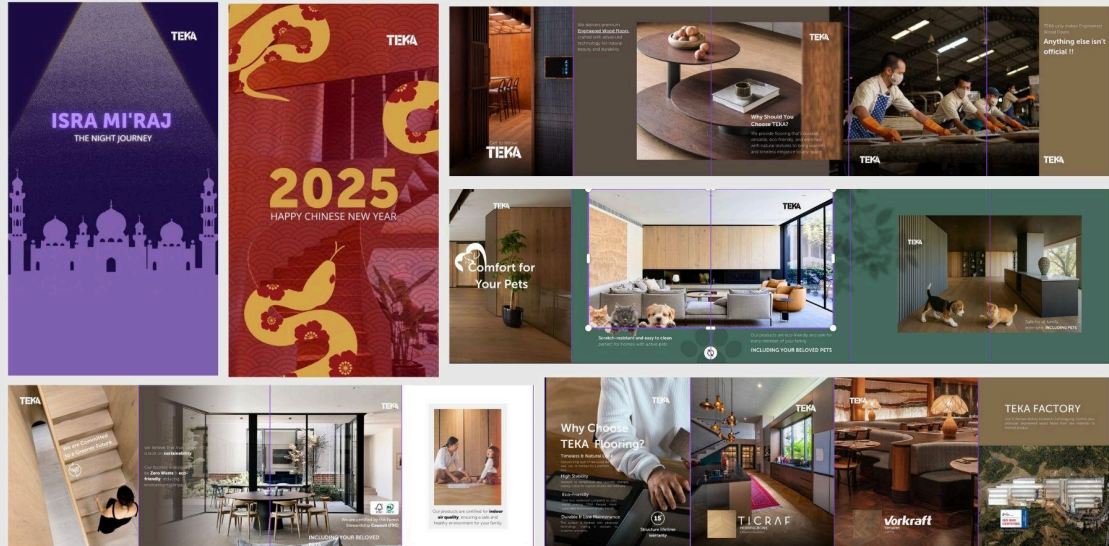
Penulis diminta untuk membuat desain dan ikut andil dalam pelaunchingan produk baru dari Teka Parquet yaitu **Heritage**, Koleksi **Heritage** merupakan lantai kayu berkualitas tinggi yang terbuat dari pohon Hevea berkelanjutan, yang sebelumnya merupakan pohon karet produktif. Kayu ini dipanen dengan hati-hati dari hutan produksi bersertifikat di Indonesia, menjaga keseimbangan ekosistem hutan sambil menghidupkan kembali warisan alam. Dengan mengubah kayu yang sebelumnya dibuang menjadi produk fungsional dan indah, **Heritage** tidak hanya memperpanjang umur kayu, tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan. Setiap papan kayu menceritakan kisah sejarah tanah Indonesia, membawa keindahan dan koneksi dengan masa lalu ke dalam ruang hidup Anda. Dari penjelasan secara singkat yang telah dijabarkan, Penulis diminta oleh supervisor untuk membuat Booklet Heritage, Catalog Heritage, dan content yang membahas pelaunchingan dari Teka parquet.

Content marketing adalah strategi pemasaran yang berfokus pada pembuatan dan distribusi konten yang relevan dan bernilai untuk menarik audiens yang ditargetkan. Pulizzi (2014) menjelaskan bahwa konten yang disampaikan dengan cara yang menarik dan edukatif tidak hanya meningkatkan kesadaran merek tetapi juga memperkuat hubungan dengan pelanggan. Dalam konteks pekerjaan Anda, pembuatan dan distribusi konten yang tepat sesuai dengan audiens target adalah kunci untuk keberhasilan kampanye digital. Kemudahan dalam pembuatan Content marketing juga membutuhkan SEO dan SEM yang kuat. *Search Engine Optimization (SEO)* dan *Search Engine Marketing (SEM)* merupakan dua teknik utama dalam pemasaran digital yang membantu meningkatkan visibilitas online sebuah perusahaan. Ramos (2013) mencatat bahwa SEO meningkatkan peringkat situs web di hasil pencarian organik mesin pencari, sedangkan SEM menggunakan iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas. Dalam peran Anda, penerapan teknik SEO yang efektif dapat membantu menarik audiens yang lebih relevan dan meningkatkan tingkat konversi.

Penulis juga diberi tanggung jawab dalam membuat konten mengenai ads dan juga mempublikasi mengenai Teka Parquet yang memiliki topik dari produk Teka Parquet, mengenai gallery Teka, dan Proyek yang sedang di buat oleh Teka Parquet.

3. SEBAGAI BAGIAN DARI DIGITAL EXECUTION

TUGAS KERJA MAGANG

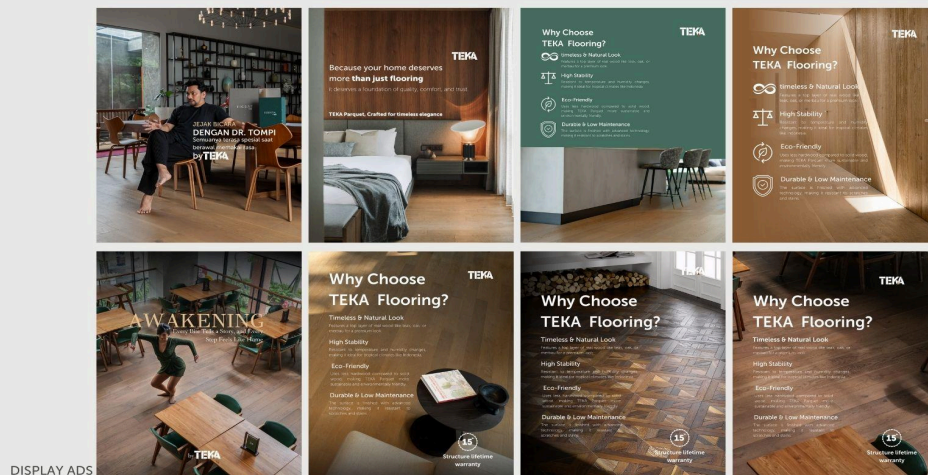


Gambar 3.27 *Content yang dirancang oleh penulis untuk kebutuhan konten instagram dan facebook dari Teka Parquet*

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

3. SEBAGAI BAGIAN DARI DIGITAL EXECUTION

TUGAS KERJA MAGANG



Gambar 3.28 *Content yang dirancang oleh penulis untuk kebutuhan Ads konten instagram dan facebook dari Teka Parquet*

Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

D. Dokumentasi Kegiatan

Meskipun bukan bagian dari deskripsi kerja utama, penulis secara berkala diberi kepercayaan untuk membantu proses dokumentasi kegiatan dan event yang diselenggarakan oleh tim marketing. Dokumentasi ini sangat penting karena akan menjadi aset visual untuk laporan internal, publikasi konten, serta bahan promosi TEKA ke depan.

Penulis menjalankan proses dokumentasi mulai dari tahap persiapan alat, pengambilan gambar, hingga backup data. Alat dokumentasi yang digunakan antara lain kamera DSLR, lensa tambahan, gimbal stabilizer, dan microphone eksternal.

Tugas dokumentasi penulis terbagi menjadi tiga bagian utama:

A. Dokumentasi Acara Khusus (Special Event):

Seperti Open Gallery, Intimate Dinner, dan Noble Oak. Penulis bertugas mengambil foto-foto candid, suasana venue, serta momen penting selama acara berlangsung.

B. Dokumentasi Produksi Konten (Shooting Konten):

Misalnya, saat membuat video testimoni pelanggan, atau shooting video teaser kampanye Heritage. Penulis membantu menentukan angle, arah pencahayaan, hingga menjadi *co-director* dalam proses pengambilan gambar.

C. Backup dan Arsip:

Setelah dokumentasi selesai, penulis mengelola file dengan struktur rapi, mengunggah ke cloud drive bersama, serta mengisi log dokumentasi agar tim lain dapat menggunakan aset tersebut kapanpun dibutuhkan.

Selain itu, penulis juga sesekali membantu proses editing video ringan menggunakan CapCut dan Adobe Premiere, misalnya untuk teaser kampanye, konten highlight event, atau reel Instagram yang bersifat cepat dan ringan.

Dari sisi pembelajaran, tanggung jawab dokumentasi ini memberikan pengalaman teknis sekaligus membentuk keterampilan

situational awareness yang penting dalam dunia kerja kreatif. Penulis juga belajar untuk bekerja cepat, menjaga komunikasi dengan berbagai pihak, dan menghasilkan materi visual yang sesuai dengan standar brand.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalankan masa kerja magang di PT Dharma Sumber Nusantara, penulis tidak terlepas dari berbagai tantangan dan kendala yang harus dihadapi dalam pelaksanaan tugas sehari-hari. Kendala-kendala tersebut muncul dalam berbagai bentuk, baik yang berasal dari keterbatasan pengetahuan awal, kapasitas kerja tim yang terbatas, hingga situasi dinamis yang menuntut adaptasi cepat di lingkungan kerja profesional. Berikut adalah uraian beberapa kendala utama yang dihadapi penulis selama periode magang:

- **Keterbatasan Pengetahuan Awal Terkait Brand dan Dunia Arsitektur**

Salah satu kendala utama yang penulis hadapi sejak awal masa magang adalah minimnya pengetahuan tentang brand TEKA Parquet, serta kurangnya pemahaman mengenai istilah dan konteks di dunia arsitektur dan desain interior. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang lantai kayu rekayasa premium, komunikasi pemasaran TEKA kerap menggunakan terminologi teknis seperti *engineered wood*, *UV coating*, *microbevel*, hingga *sustainable sourcing*, yang sebelumnya tidak akrab bagi penulis.

Kondisi ini berdampak pada lambatnya proses adaptasi saat menyusun konten edukatif atau menyiapkan materi katalog produk. Penulis memerlukan waktu lebih panjang dalam riset dan validasi informasi, terutama untuk konten yang bersifat teknis atau menyasar profesional seperti arsitek dan desainer interior. Dalam beberapa kasus, kesalahan dalam memahami istilah bahkan mengakibatkan revisi berulang oleh supervisor.

- **Kapasitas Tim yang Terbatas**

Kendala kedua yang cukup signifikan adalah terbatasnya jumlah anggota tim marketing, yang secara struktur hanya terdiri dari tiga orang, yaitu supervisor (Marketing Secretary Head), penulis sebagai Design

Marketing Intern, dan satu rekan Social Media Intern. Keterbatasan ini menyebabkan beban kerja menjadi sangat padat, terutama saat menghadapi proyek besar seperti peluncuran koleksi Heritage, pelaksanaan event Noble Oak, dan partisipasi TEKA dalam IFEX 2025.

Karena tim inti sangat ramping, penulis sering kali diberikan tanggung jawab yang berada di luar deskripsi tugas sebagai intern, seperti mengurus vendor event, melakukan shooting video secara mandiri, hingga mengarsipkan data pelanggan. Di satu sisi, hal ini menjadi peluang belajar yang sangat berharga. Namun di sisi lain, kondisi tersebut juga menimbulkan tekanan kerja dan mengharuskan penulis untuk cepat beradaptasi dan meningkatkan efisiensi pribadi dalam mengelola waktu.

- **Dinamika Brief yang Berubah di Tengah Proses**

Kendala lain yang cukup sering terjadi adalah perubahan brief atau arahan di tengah proses produksi konten. Hal ini terutama terjadi saat pembuatan konten untuk kampanye besar seperti iklan Display Ads atau peluncuran koleksi Heritage. Misalnya, terdapat situasi di mana konsep visual yang awalnya telah disetujui berubah karena masukan dari manajemen di level atas, atau adanya kebutuhan untuk menyesuaikan konten dengan tren yang sedang berkembang di media sosial.

Perubahan mendadak ini sering kali mengakibatkan pengulangan proses kerja dari tahap awal, sehingga pekerjaan yang sebelumnya telah selesai perlu dirombak ulang dalam waktu singkat. Dalam beberapa momen, situasi ini membuat penulis harus menyelesaikan revisi desain dan copywriting dalam waktu semalam agar dapat memenuhi tenggat waktu publikasi. Hal ini menuntut kemampuan manajemen stres dan keluwesan dalam berpikir cepat dari penulis sebagai bagian dari tim kreatif.

- **Perbedaan Gaya Komunikasi antar Tim dan Vendor**

Dalam kegiatan event, penulis juga menghadapi tantangan berupa perbedaan ekspektasi dan gaya komunikasi antara tim internal marketing TEKA dan pihak vendor eksternal. Misalnya, pada saat koordinasi untuk acara *Intimate Dinner bersama Konsultan*, terdapat ketidaksesuaian

pemahaman mengenai detail waktu, jumlah tamu, dan kebutuhan visual dekorasi antara TEKA dan vendor catering.

Penulis yang bertindak sebagai penghubung antara supervisor dan vendor harus memastikan semua informasi tersampaikan dengan jelas, sering kali melalui diskusi via WhatsApp, telepon, hingga pertemuan langsung. Kurangnya pengalaman awal dalam mengelola vendor membuat penulis sempat mengalami kesulitan dalam menyusun brief yang sistematis. Namun seiring waktu, kendala ini berhasil diatasi dengan menyusun *checklist koordinasi* dan melakukan konfirmasi berulang untuk memastikan akurasi.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Dalam menghadapi berbagai kendala selama pelaksanaan kerja magang di PT Dharma Sumber Nusantara, penulis tidak hanya berusaha menyelesaikan tugas dengan hasil akhir yang baik, tetapi juga berupaya untuk mengidentifikasi penyebab utama hambatan, sekaligus merumuskan solusi yang bersifat jangka pendek dan jangka panjang. Solusi ini diperoleh baik melalui pengalaman langsung, bimbingan supervisor, maupun refleksi pribadi setelah menyelesaikan suatu pekerjaan atau menghadapi situasi tertentu.

Berikut merupakan solusi utama yang berhasil diterapkan penulis selama periode kerja magang untuk mengatasi kendala utama:

1. Meningkatkan Pemahaman Produk dan Istilah Teknis secara Proaktif

Untuk mengatasi keterbatasan pengetahuan awal terkait produk, brand, serta dunia arsitektur dan desain interior, penulis secara aktif meluangkan waktu di luar jam kerja untuk mempelajari materi-materi dasar yang relevan.

Beberapa langkah konkret yang dilakukan antara lain:

1. Membaca ulang seluruh booklet produk TEKA, katalog teknis, dan laporan presentasi internal.
2. Menelusuri artikel, video edukatif, serta white paper tentang engineered wood flooring, *UV coating*, dan prinsip keberlanjutan dalam industri kayu.

3. Mengikuti media sosial kompetitor dan akun arsitektur ternama (seperti ArchDaily, Dezeen, atau akun desainer interior lokal) untuk memahami *tone* dan *visual style* yang digunakan dalam komunikasi industri.

Dengan memperkuat pemahaman dasar secara mandiri, penulis menjadi lebih percaya diri dalam menyusun konten teknis, membuat infografis, serta melakukan koordinasi lintas tim.

2. Menyusun Sistem Manajemen Tugas Pribadi dan Kolaboratif Membiasakan Komunikasi Terbuka dan Klarifikasi Brief

Untuk mengatasi perubahan brief mendadak atau ketidaksesuaian ekspektasi dalam pekerjaan desain, penulis mulai membiasakan untuk:

1. Mengirimkan *draft awal* lebih cepat agar supervisor memiliki waktu memberi umpan balik sebelum finalisasi
2. Menyusun checklist brief secara tertulis sebelum mengerjakan desain atau konten baru
3. Bertanya secara langsung dan aktif kepada supervisor jika terdapat bagian dari brief yang masih ambigu atau berubah di tengah jalan

Dengan komunikasi yang lebih terbuka dan dokumentasi brief yang lebih sistematis, revisi konten bisa diminimalkan dan pekerjaan menjadi lebih terarah.

3. Membiasakan Komunikasi Terbuka dan Klarifikasi Brief

Untuk mengatasi perubahan brief mendadak atau ketidaksesuaian ekspektasi dalam pekerjaan desain, penulis mulai membiasakan untuk:

1. Mengirimkan *draft awal* lebih cepat agar supervisor memiliki waktu memberi umpan balik sebelum finalisasi
2. Menyusun checklist brief secara tertulis sebelum mengerjakan desain atau konten baru
3. Bertanya secara langsung dan aktif kepada supervisor jika terdapat bagian dari brief yang masih ambigu atau berubah di tengah jalan

Dengan komunikasi yang lebih terbuka dan dokumentasi brief yang

lebih sistematis, revisi konten bisa diminimalkan dan pekerjaan menjadi lebih terarah.

4. Belajar Koordinasi Vendor secara Terstruktur

Untuk menjawab tantangan dalam mengelola komunikasi lintas tim dan vendor eksternal, penulis menyusun strategi berupa:

1. Pembuatan dokumen rundown dan kebutuhan vendor, seperti jumlah kursi, kebutuhan konsumsi, dan tema dekorasi dalam satu halaman PDF
2. Menyusun template konfirmasi dan reminder kepada vendor minimal H-3, H-1, dan hari H acara
3. Melakukan double-check dengan supervisor sebelum vendor mengeksekusi pesanan (dekorasi, makanan, layout ruangan)

Dengan pendekatan ini, penulis berhasil mengurangi miskomunikasi yang sempat terjadi di awal magang, serta memastikan pelaksanaan acara berjalan lebih lancar.

5. Adaptasi dalam Menangani Kendala Teknis

Terkait kendala teknis yang terjadi saat desain dan dokumentasi, penulis menerapkan beberapa langkah mitigasi sebagai berikut:

1. Melakukan backup file harian ke Google Drive untuk menghindari kehilangan data akibat crash aplikasi
2. Membiasakan membuat dua versi file desain, satu untuk proses kerja, satu untuk preview supervisor
3. Mempelajari software alternatif ringan (misalnya Canva Pro untuk desain cepat dan CapCut untuk video ringan) jika perangkat utama tidak berjalan optimal
4. Meminjam alat dokumentasi cadangan dari rekan Visual Content Specialist saat alat utama bermasalah
5. Membuat checklist dokumentasi untuk memastikan alat (kamera, baterai, tripod, lensa) telah siap sebelum peliputan

Langkah-langkah ini membantu penulis untuk tetap produktif meskipun menghadapi keterbatasan alat dan waktu di lapangan.