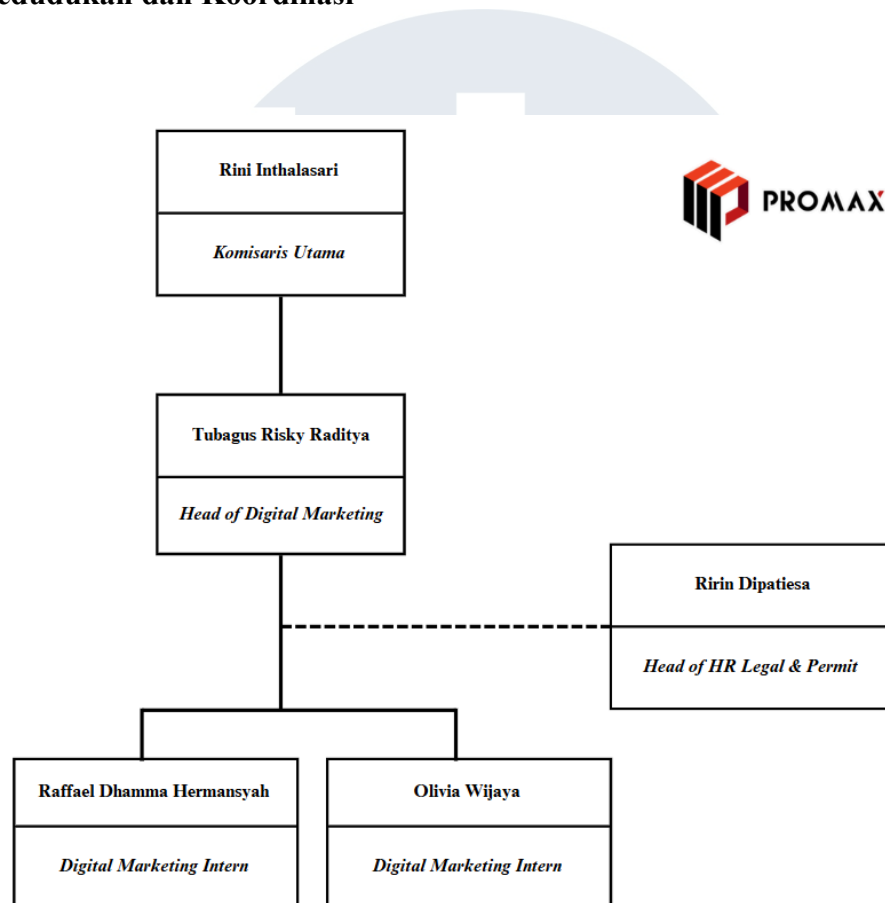


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Struktur Kedudukan dan Organisasi - Departemen *Digital Marketing* PT Promax Premier Indonesia

Sumber: Penulis, 2025

Selama menjalani program magang di PT Promax Premier Indonesia, penulis bergabung dengan departemen Marketing dan menempati posisi sebagai *Digital Marketing Intern*. Bapak Tubagus Risky Raditya sebagai Head of *Digital Marketing* bertanggung jawab sebagai supervisi penulis selama program kerja magang yang dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih 4 bulan. Dalam

menjalani proses magang, penulis dibimbing langsung oleh Ibu Nosica Rizkalla, namun penulis juga kerap berdiskusi dan berkoordinasi dengan rekan kerja lainnya seperti Olivia Wijaya sebagai *Digital Marketing Intern*, seperti Ibu Ririn Dipatiesa sebagai *Head of HR Legal & Permit*

Sebagai *Digital Marketing Intern*, penulis bertanggung jawab dalam beberapa tugas yang berkaitan erat dengan upaya mengoptimalkan pemasaran dari kinerja perusahaan. Namun penulis juga sering kali dilibatkan dalam diskusi departemen lain, seperti departemen Building Management bahkan terlibat dalam diskusi intens bersama *CEO* perusahaan. Sehingga penulis dapat memperoleh banyak wawasan oleh pihak lain diluar dari departemen *Digital Marketing Intern*, salah satunya yaitu dikoordinasi secara langsung oleh Ibu Rini Inthalasari selaku *Chief Executive Officer* dari PT Promax Premier Indonesia.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Bagian Tujuan berisi hal-hal yang dilakukan selama periode kerja magang.

Bagian Uraian berisi penjelasan secara umum mengenai pekerjaan yang dilakukan selama proses kerja magang

Pekerjaan Utama				
No.	Peran dan Tugas	Tujuan Pekerjaan	Koordinasi	Hasil
1.	Mengelola sosial media Promax Premier	Kegiatan ini bertujuan meningkatkan brand awareness melalui konten menarik dan relevan untuk membangun citra positif dan	Bapak Tubagus Risky Raditya	Mendapatkan followers baru di akun sosial media perusahaan .

		mempermudah komunikasi dengan customer.		
2.	Mengelola website Promax Premier	Upaya ini dilakukan untuk membangun kekuatan merek yang meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui citra profesional dan kredibel, sekaligus mengintegrasikan informasi terbaru yang relevan dengan industri building management.	Bapak Tubagus Risky Raditya	Meningkatkan jumlah pengunjung website, dan memberikan informasi bagi para pengunjung.
3.	Mengelola website Cendana Park	Kegiatan ini bertujuan meningkatkan brand awareness guna membangun citra merek yang kuat dan positif, sehingga masyarakat lebih mengenal nilai,	Bapak Tubagus Risky Raditya	Membuat orang banyak mengetahui informasi dari Cendana Park.

		identitas, dan keunggulan perusahaan.		
4.	Membuat <i>content plan</i> untuk Promax Premier dan Promax Estate	Langkah ini dilakukan untuk memudahkan pembuatan konten ke depan melalui perencanaan dan pedoman yang jelas, sehingga tim dapat bekerja lebih efisien dan menghasilkan konten yang terstruktur, konsisten, serta mudah dipahami audiens.	Bapak Tubagus Risky Raditya	Memudahkan dalam pembuatan konten dan meningkatkan viewers dari hasil konten yang dibuat.
5.	Membuat artikel untuk website	Meningkatkan <i>awareness</i> dari para pengunjung website. Strategi ini bertujuan untuk menarik perhatian pengunjung baru dan menjaga	Bapak Tubagus Risky Raditya	Meningkatkan pengunjung website.

		keterlibatan pengunjung yang sudah ada.		
--	--	---	--	--

Tabel 3.1 Tugas Utama yang Dilakukan Penulis

Sumber: Penulis, 2025

3.2.1 Tugas Utama

A. Mengelola sosial media Promax Premier

Dalam rangka meningkatkan *followers* dan engagement, penulis merapikan sosial media dari perusahaan. Upaya ini diharapkan dapat memudahkan dan menarik viewers sosial agar mengikuti akun perusahaan. Dalam pelaksanaannya, penulis diharuskan untuk menaikkan *followers* dari akun sosial media tersebut selama periode magang perusahaan. Penulis diharuskan bisa mengikuti tren terbaru mulai dari lagu yang *hype*, video yang menarik, dan video edukasi-edukasi yang menarik. Dalam menjalankan tugas ini penulis juga membuat report dari setiap kenaikan *followers* maupun kenaikan viewers dari penonton untuk diberikan kepada supervisor. Penulis membuat dalam format PPT untuk nantinya diserahkan kepada supervisor yang nantinya akan melingkup diagram-diagram insight dari sosial media perusahaan. Penulis juga tentunya harus fast respon ketika terdapat Direct Message yang masuk melalui sosial media perusahaan.

Mengelola sosial media juga bisa dikatakan gampang-gampang susah, karena viewers dari setiap unggahan penulis berubah-ubah. Hal ini membuat penulis harus semakin rajin dalam melihat konten-konten menarik. Tujuan utama penulis ketika memegang sosial media perusahaan adalah ingin meningkatkan *followers* perusahaan yang tergolong masih sangat sedikit dan juga penulis seringkali mengadakan *story* atau *polling* dan respon dari *followers* masih sangat sedikit bisa dikatakan masih lumayan rendah. Penulis sudah mulai merasakan ada kenaikan *followers* dan juga partisipasi dari para *followers* ketika konten yang dibuat penulis sudah mencapai angka seribu *viewers* lebih.

Angka tersebut tergolong masih rendah ketika dibandingkan dengan konten diluar sana, namun seribu viewers lumayan berarti untuk sosial media perusahaan Promax Premier. Penulis juga mendapatkan notice dari supervisi ketika konten yang dibuat mencapai seribu lebih viewers. Penulis merasakan awalnya supervisi dan juga konten yang berada di sosial media perusahaan bersifat jadul karena hanya mengandalkan instrumen musik sederhana dan juga *editing* yang masih kurang menarik. Akan tetapi penulis bisa mengubah sudut pandang dari supervisi terutama dari segi penggunaan lagu untuk setiap konten yang dibuat oleh penulis dan juga rekan kerja intern lainnya.

Saat ini, akun sosial media milik perusahaan sudah mulai menggunakan lagu-lagu yang sedang trending atau hype. Penulis juga kerap mendapatkan beberapa direct message maupun pesan whatsapp dari beberapa perusahaan yang tujuannya ingin mengenal Promax Premier bahkan ingin mengajak kerja sama bersama Promax Premier.

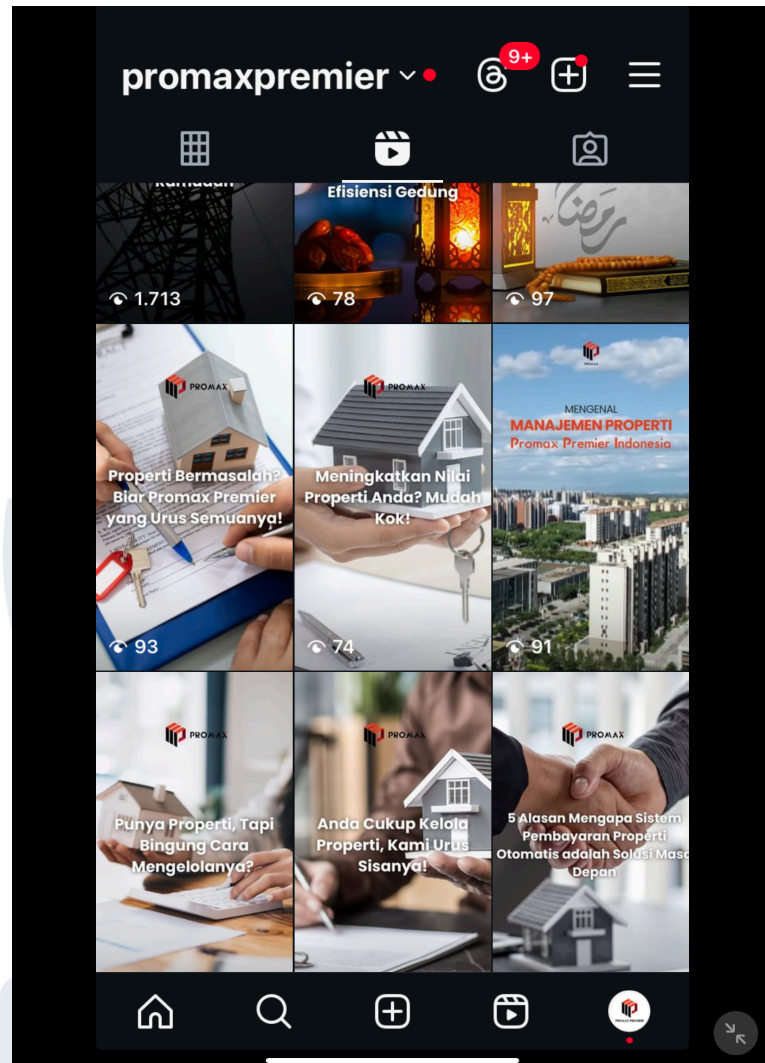
1. Penulis terlebih dahulu ditugaskan untuk bertanggung jawab untuk memegang akun sosial media perusahaan.
2. Penulis melihat isi dari sosial media sebelum-sebelumnya untuk bisa melihat referensi konten yang sudah ada.



Gambar 3.2 Tampilan Sosial Media Perusahaan

Sumber: Penulis, 2025

3. Dari konten yang sudah ada dan sangat template, penulis merancang bagaimana caranya agar akun sosial media bisa hidup. Dalam proses ini penulis seringkali berdiskusi dengan Bapak Risky selaku supervisor untuk membahas konten kedepannya.
4. Penulis mencoba untuk membuat sebuah *reels* agar sosial media perusahaan tidak hanya berisikan feeds yang membosankan, hal ini juga tentunya sudah penulis diskusikan dengan supervisor dan dibolehkan.



Gambar 3.3 Tampilan Lama Sosial Media Perusahaan

Sumber: Penulis, 2025

5. Penulis kemudian mencoba untuk sering mengupload konten setiap harinya agar semakin banyak viewers yang mengunjungi sosial media perusahaan.
6. Penulis mencoba untuk membuat sebuah *reels* dengan menggunakan cuplikan dan lagu yang sedang hype. Secara cepat viewers *reels* tersebut meningkat dan membuat penulis semakin giat dalam proses pembuatan konten.
7. Penulis mencari video yang sedang trend di sosial media,

kemudian penulis mencoba untuk berkreasi untuk menciptakan video yang menarik dan berperan dalam pembuatan video konten tersebut.



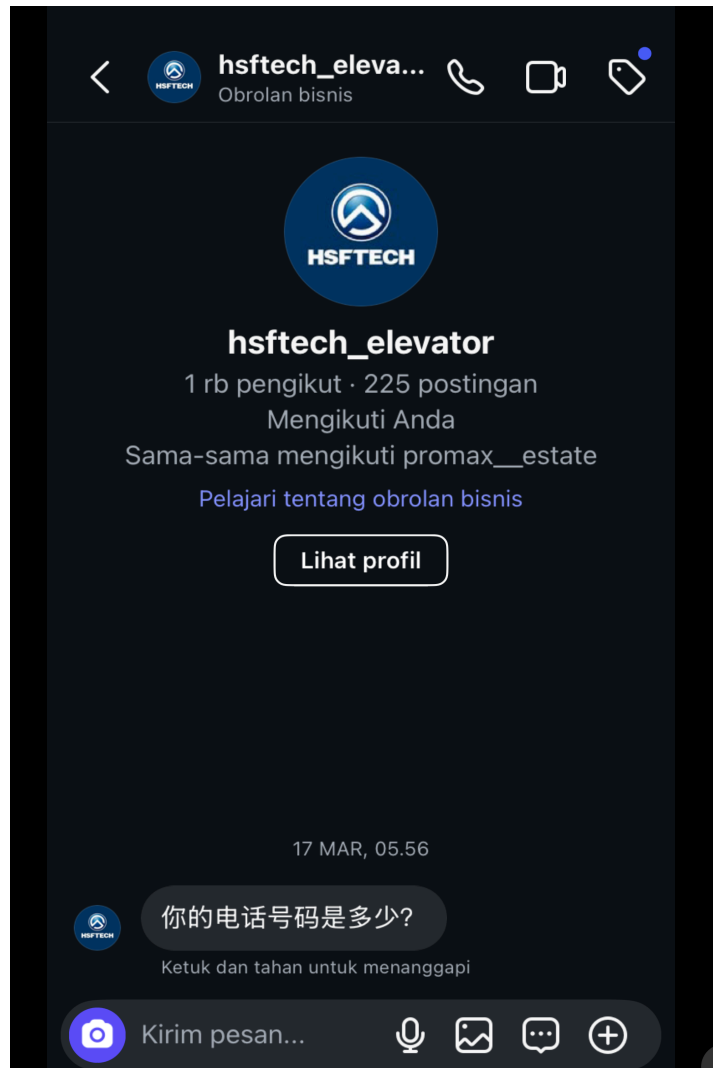
Gambar 3.4 Contoh Konten Sosial Media

Sumber: Penulis, 2025

8. Penulis juga harus selalu siap jika terdapat pesan masuk melalui sosial media perusahaan maupun nomor whatsapp perusahaan. Penulis juga harus bisa merespon setiap kemauan dari para customer.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.5 Customer Menghubungi Promax Premier

Sumber: Penulis, 2025

B. Mengelola Website Promax Premier

Selama menjalani proses magang di PT Promax Premier Indonesia, penulis diberikan tanggung jawab yang cukup besar dan strategis, yaitu mengelola serta mengembangkan website resmi milik perusahaan. Tugas ini mencerminkan kepercayaan perusahaan terhadap kemampuan penulis dalam hal teknis dan komunikasi digital. Dalam pelaksanaannya, penulis diberikan akses langsung ke

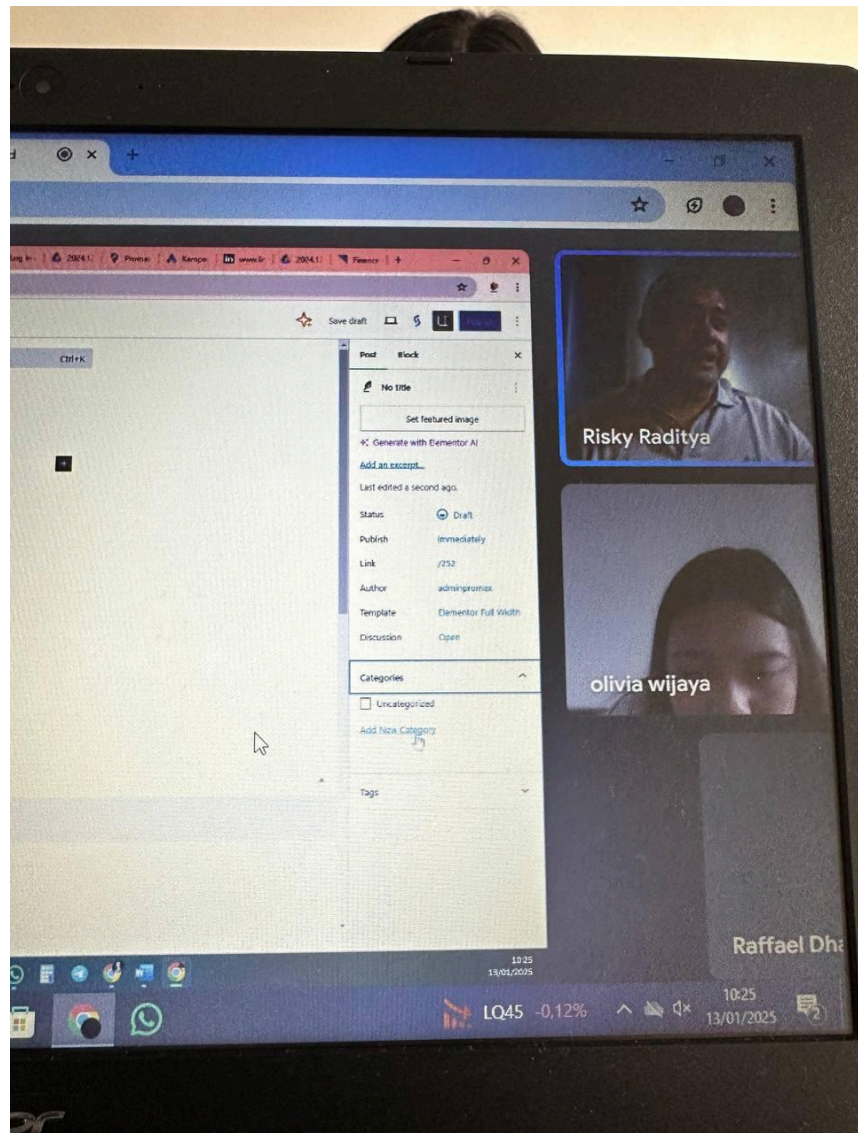
akun website milik perusahaan, sehingga dapat melakukan berbagai penyesuaian, perbaikan, serta penambahan konten yang dianggap penting dan relevan. Beberapa elemen yang perlu diperbaiki telah disiapkan sebelumnya oleh tim internal perusahaan, namun eksekusi dan penyempurnaan tetap menjadi tanggung jawab penulis, dengan tetap mempertimbangkan arahan serta masukan yang diberikan oleh atasan. Dalam hal ini, penulis juga dituntut untuk bersikap terbuka terhadap evaluasi dan kritik yang bersifat membangun, agar hasil akhir dari pengelolaan website benar-benar sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan perusahaan.

Selain menjalankan fungsi teknis, penulis juga diharapkan untuk selalu up to date terhadap berita dan informasi terbaru yang relevan dengan dunia properti, manajemen gedung, dan layanan yang ditawarkan oleh PT Promax Premier Indonesia. Informasi-informasi tersebut dapat diolah dan disajikan dalam bentuk artikel, update berita perusahaan, atau bahkan konten visual yang mendukung branding dan citra profesional perusahaan di mata publik. Hal ini menjadi bagian penting dari strategi digital perusahaan, karena website bukan hanya sekadar platform informasi, tetapi juga merupakan wajah dan representasi perusahaan di ranah online.

Dalam proses pengerjaannya, penulis menggunakan platform *WordPress*, yang telah digunakan oleh perusahaan sebagai basis pengelolaan website. *WordPress* dipilih karena memiliki sistem yang relatif mudah digunakan namun tetap kaya fitur, sehingga memungkinkan pengguna untuk mengatur tampilan, menambahkan plugin, memperbarui konten, dan melakukan berbagai penyesuaian tanpa harus melakukan coding dari awal. Fitur-fitur ini sangat membantu dalam efisiensi kerja penulis, karena tidak perlu membangun ulang struktur website dari nol. Penulis hanya perlu fokus pada pengembangan konten, optimasi visual, serta peningkatan pengalaman pengguna (*user experience*) agar tampilan website menjadi lebih menarik, navigasi lebih intuitif, dan informasi yang ditampilkan lebih mudah diakses oleh pengunjung.

Tujuan utama dari penugasan ini adalah untuk menciptakan tampilan website perusahaan yang lebih informatif dan profesional. Dengan website yang baik, perusahaan dapat meningkatkan kredibilitasnya di mata calon klien dan mitra bisnis. Website yang dirancang dengan baik juga memiliki peran penting dalam memberikan keyakinan kepada customer untuk melakukan kerja sama dengan PT Promax Premier Indonesia. Melalui tampilan yang jelas, konten yang relevan, dan struktur informasi yang rapi, pengunjung dapat dengan mudah memahami layanan apa saja yang ditawarkan oleh perusahaan, melihat portofolio kerja yang telah dilakukan, serta mendapatkan informasi kontak yang dibutuhkan. Website ini juga diharapkan dapat menjadi jembatan komunikasi yang efektif antara perusahaan dan customer, memudahkan proses tanya jawab, konsultasi, maupun penjadwalan kerja sama. Dengan demikian, pengelolaan website ini tidak hanya menjadi tugas teknis semata, tetapi juga merupakan bagian dari strategi pemasaran dan pelayanan yang memiliki dampak langsung terhadap pertumbuhan dan keberhasilan perusahaan di era digital.

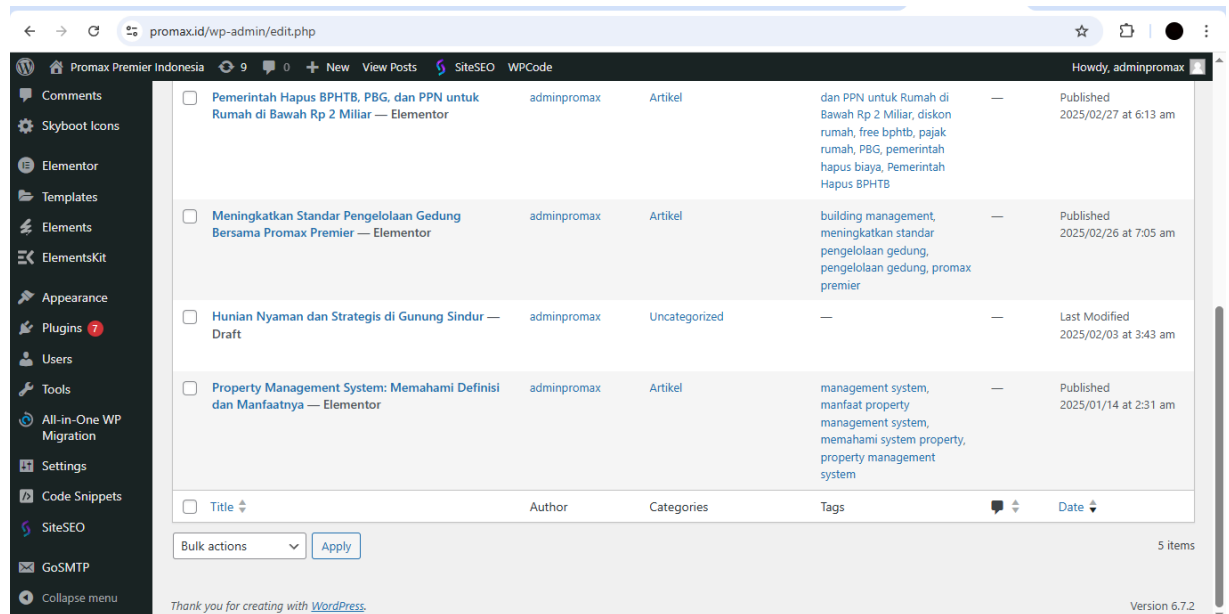
1. Penulis diberikan kepercayaan dan tanggung jawab untuk mengelola website dari Promax Premier, perusahaan menggunakan Wordpress untuk pembuatan website.
2. Penulis diberikan panduan oleh Bapak Tubagus Risky Raditya selaku supervisi untuk menggunakan Wordpress, penulis kemudian mencoba langkah-langkah yang sudah diajarkan oleh supervisi



Gambar 3.6 Mempelajari Penggunaan Website

Sumber: Penulis, 2025

3. Penulis mencoba untuk membuat sebuah materi random untuk memastikan apakah sudah berjalan dengan baik di dalam tampilan website tersebut.
4. Penulis mempelajari apa saja fitur-fitur yang ada di dalam wordpress perusahaan, penulis juga melihat dan mempelajari postingan-postingan sebelumnya dari website tersebut.



Gambar 3.7 Tampilan Website Promax Premier

Sumber: Penulis, 2025

5. Penulis juga membantu beberapa rekan kerja intern lain untuk mengoperasikan dan mengupload setiap postingan terbaru di dalam website. Akan tetapi rekan kerja lain tidak diberi tanggung jawab untuk memegang wordpress oleh supervisi.
6. Penulis mencari materi-materi dari berita yang sedang ramai diperbincangkan agar isi dari website bisa semakin menarik.
7. Penulis diberikan kesempatan oleh supervisi untuk mengupload minimal satu konten untuk setiap bulannya.

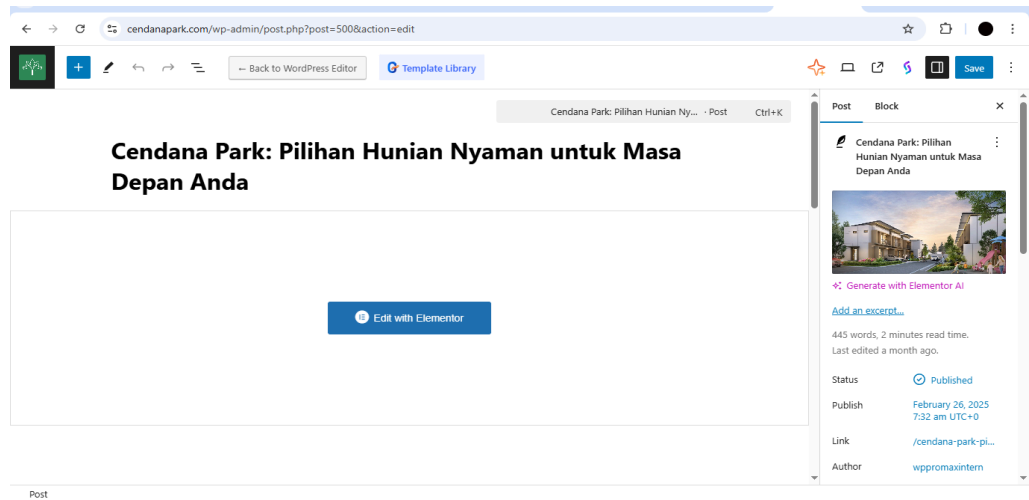
C. Mengelola Website Cendana Park

Penulis juga diberi tanggung jawab untuk mengelola sebuah website dari Cendana Park, website ini tergolong masih sangat baru. Karena ini merupakan sebuah project dari PT Promax Premier Indonesia untuk kedepannya. Penulis tidak merasa kesulitan dalam pengoperasian website tersebut, karena Cendana Park masih sama menggunakan Wordpress sebagai media dalam pembuatan website tersebut. Penulis tentunya harus lebih up to date, karena Cendana Park

merupakan sebuah nama dari perumahan yang pastinya banyak orang yang mengunjungi website tersebut. Penulis harus membuat cara agar website bisa hidup dan memiliki fitur yang memudahkan para pengunjung website.

Penulis diminta untuk mencari beberapa keyword menarik untuk dimasukkan ke dalam postingan website Cendana Park. Tujuan utama dari pekerjaan ini hampir sama dengan mengelola Promax Premier, yang menjadi pembeda hanyalah inti dari product yang ditawarkan. Dimana Promax Premier menyediakan jasa pengelolaan gedung sedangkan Cendana Park merupakan sebuah brand perumahan. Website Cendana Park masih tergolong sangat baru karena merupakan sebuah proyek terbaru dari PT Promax Premier Indonesia. Hal ini membuat penulis harus bisa menghidupkan isi dari website dengan isi-isi yang menarik dan juga informatif seputaran dengan properti. Penulis juga harus bisa mempermudah para customer yang ingin menghubungi Cendana Park lewat website yang sudah ada. Website ini juga tentunya akan meyakinkan para customer dan juga website ini dapat mempermudah para customer, karena isi website sangat lengkap mulai dari lokasi rumah, ukuran, hingga spesifikasi yang didapatkan dalam pembelian unit Cendana Park.

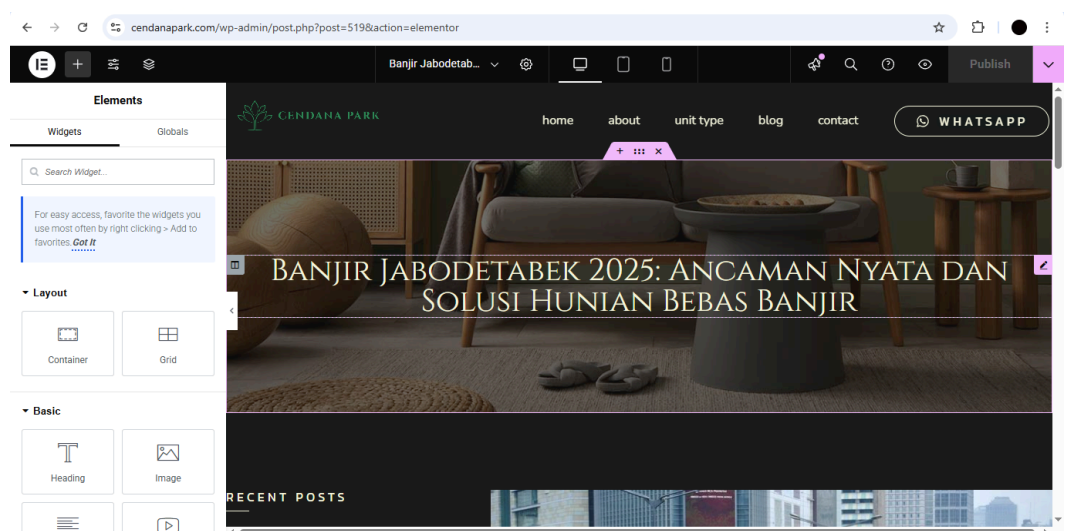
1. Penulis bersama rekan kerja magang lain diberi kesempatan untuk memegang akun wordpress Cendana Park.
2. Penulis membantu rekan kerja magang lain dalam proses pengunggahan konten yang akan di post.



Gambar 3.8 Tampilan Website Cendana Park

Sumber: Penulis, 2025

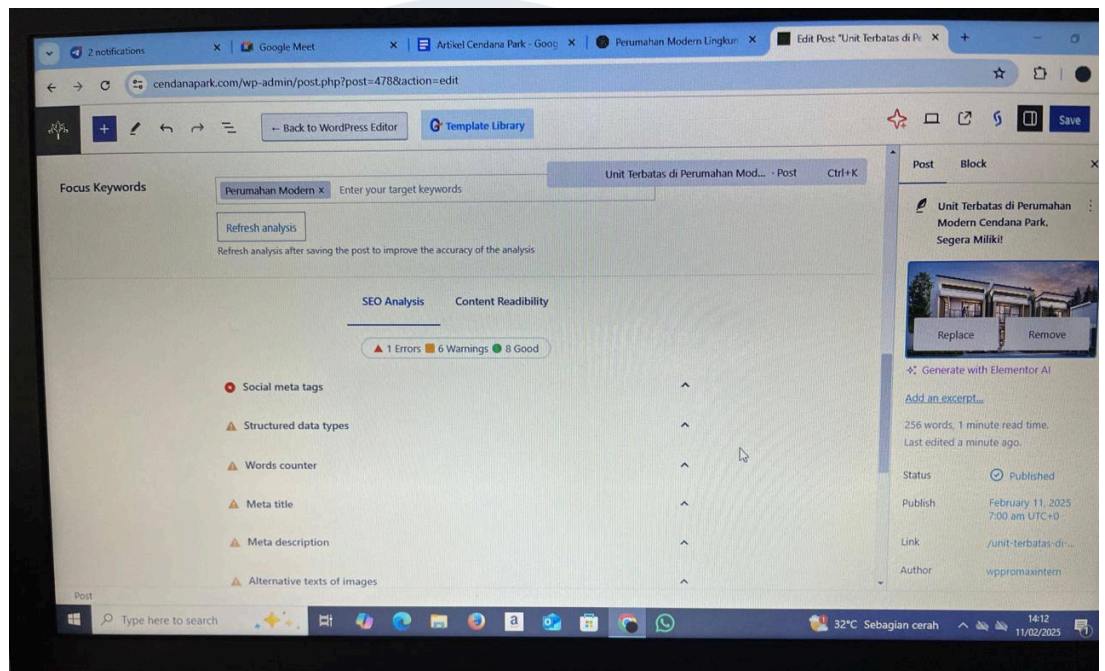
3. Penulis bersama rekan kerja magang lain harus bisa mengetahui berita terbaru terkait dengan sebuah perumahan, seperti berita terbaru terkait banjir yang melanda kota Depok tahun 2025.



Gambar 3.9 Template Website Cendana Park

Sumber: Penulis, 2025

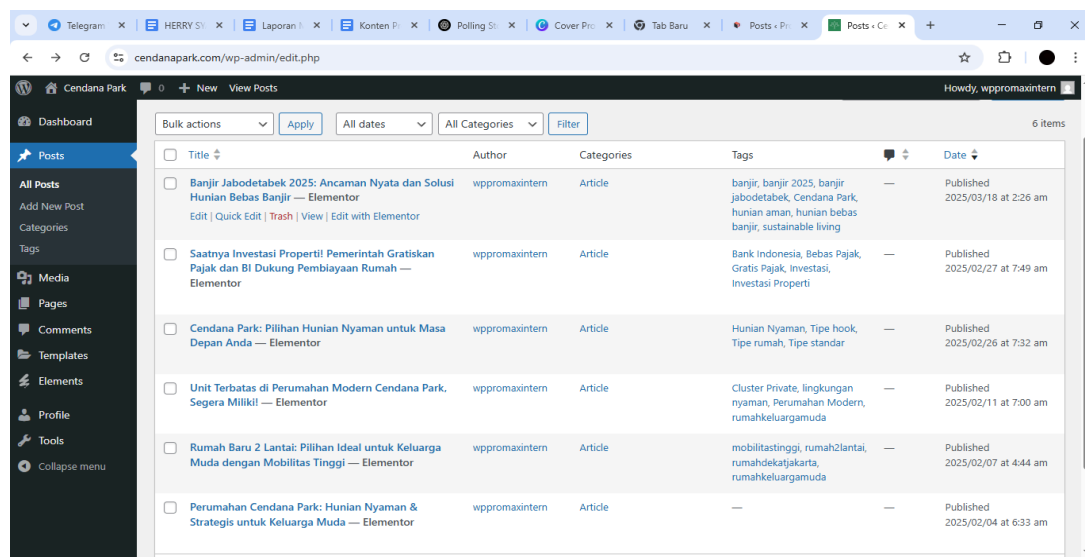
4. Penulis juga seringkali mendapatkan masalah error atau warning dari website, karena kesalahan dalam penguploadan kalimat maupun tagar. Penulis seringkali berdiskusi dengan Bapak Tubagus Risky Raditya untuk mengatasi permasalahan error tersebut.



Gambar 3.10 Error Pada Website

Sumber: Penulis, 2025

5. Penulis menyesuaikan tags agar setiap postingan bisa tertuju dan tepat sasaran, tags yang banyak dan sesuai dengan isi konten postingan dapat memberikan value yang baik.



Gambar 3.11 Dashboard Website Cendana Park

Sumber: Penulis, 2025

6. Penulis beserta rekan kerja lain diwajibkan melakukan postingan minimal satu kali dalam satu bulan.

D. Membuat Content Plan untuk Promax Premier dan Promax Estate

Penulis kemudian diberikan kepercayaan lebih oleh perusahaan untuk menangani salah satu aspek penting dalam dunia pemasaran digital, yaitu menyusun content plan atau perencanaan konten untuk sosial media perusahaan. Tugas ini tidak hanya menunjukkan kepercayaan perusahaan terhadap kemampuan penulis dalam strategi komunikasi digital, tetapi juga menjadi tantangan sekaligus peluang untuk berkontribusi lebih besar terhadap peningkatan citra dan keterlibatan audiens perusahaan. Tujuan utama dari pembuatan content plan ini adalah untuk meningkatkan interaksi dan engagement dari para viewers di sosial media perusahaan, sehingga akun-akun yang dikelola dapat berkembang secara organik dan menjangkau target pasar yang lebih luas. Dalam menjalankan tugas ini, penulis tidak hanya ditugaskan untuk satu akun saja, melainkan diminta untuk membuat dua content plan sekaligus untuk dua akun sosial media aktif

milik PT Promax, yang masing-masing memiliki karakteristik dan sasaran audiens yang berbeda.

Dalam proses penyusunan content plan ini, penulis harus mampu membaca dan memahami situasi dan kondisi aktual, baik dari sisi tren sosial media maupun momentum tertentu yang terjadi di masyarakat. Misalnya, saat berada di bulan Ramadan, penulis perlu menyesuaikan isi konten dengan nuansa Ramadan agar lebih relevan dan menarik perhatian audiens. Tema Ramadan dapat diangkat dalam berbagai bentuk konten seperti tips kerja produktif selama puasa, inspirasi kegiatan sosial, atau kutipan-kutipan positif yang sesuai dengan suasana bulan suci. Dengan begitu, konten yang disajikan terasa lebih personal, kontekstual, dan mampu menciptakan hubungan emosional dengan *followers*. Hal ini juga menunjukkan bahwa perencanaan konten bukan sekadar menyusun jadwal, tetapi juga membutuhkan kreativitas dan kepekaan terhadap momen yang sedang berlangsung.

Sebelum content plan dieksekusi, penulis wajib menyerahkannya terlebih dahulu kepada Pa Risky, selaku supervisor yang bertanggung jawab untuk melakukan peninjauan dan memberikan persetujuan atas konten yang akan dibuat. Tahapan ini sangat penting untuk memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi sesuai dengan nilai, tujuan, serta identitas perusahaan. Peninjauan ini juga mencegah potensi kesalahan, duplikasi, atau konten yang tidak relevan, sehingga semua postingan dapat dikontrol dan terjaga kualitasnya. Salah satu manfaat utama dari adanya content plan ini adalah menghindari terjadinya pengulangan konten (*repeat content*) yang sebelumnya pernah dipublikasikan. Dengan adanya catatan dan perencanaan yang rapi, tim sosial media bisa mengetahui konten apa saja yang sudah pernah tayang dan menghindari topik yang serupa secara berulang-ulang.

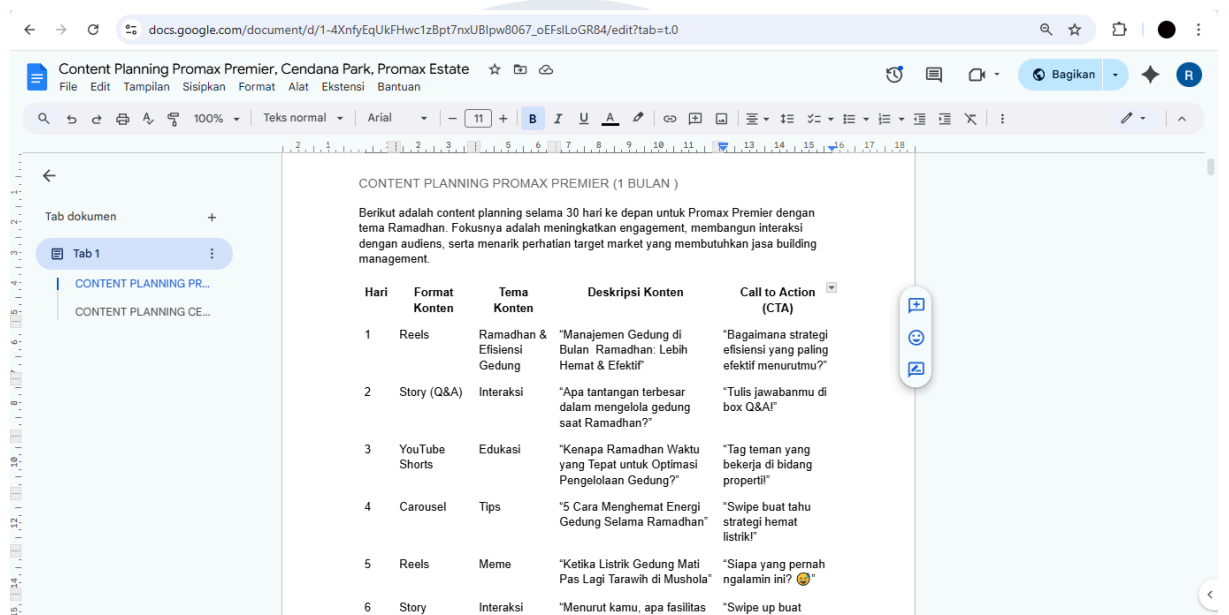
Content plan ini juga memiliki nilai strategis lainnya, yakni menjadikan sosial media perusahaan lebih terstruktur dan tertata. Setiap konten yang akan diunggah telah direncanakan berdasarkan kategori tertentu, seperti postingan

feeds, *reels*, dan carousel, yang masing-masing memiliki keunggulan dan bentuk penyampaian yang berbeda. Penulis berusaha untuk membuat content plan yang bervariasi dan kreatif, sehingga tidak membosankan bagi *followers* yang sudah mengikuti akun, maupun menarik bagi viewers baru yang melihat konten untuk pertama kali. Pemilihan format dan isi konten yang beragam diharapkan bisa meningkatkan peluang engagement, baik dalam bentuk likes, shares, maupun komentar.

Selain itu, PT Promax Premier Indonesia sendiri memiliki tiga akun aktif yang dikelola secara paralel, yaitu akun Promax Premier, Promax Estate, dan Cendana Park. Masing-masing akun memiliki fokus konten yang berbeda, namun karena tema besar dari ketiganya masih dalam satu naungan perusahaan, maka seringkali muncul kesamaan ide konten antara penulis dan rekan kerja intern lainnya. Hal ini dapat menimbulkan benturan jika tidak ada koordinasi yang baik. Oleh karena itu, keberadaan *content plan* yang disusun secara sistematis sangat membantu dalam mencegah terjadinya bentrok ide dan konten antar akun. Setiap tim intern dapat mengetahui konten apa saja yang akan dibuat dan dipublikasikan oleh rekan lainnya, sehingga tercipta sinergi dan koordinasi yang lebih baik antar sesama tim kreatif. Dengan begitu, hasil akhir dari seluruh proses perencanaan konten ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kualitas sosial media, tetapi juga memperkuat kerjasama tim dan efektivitas strategi komunikasi perusahaan secara keseluruhan.

1. Penulis diberi tanggung jawab untuk melakukan planning konten kedepannya untuk sosial media perusahaan, Promax Premier dan Promax Estate.
2. Penulis mencari ide-ide konten dari sumber seperti tiktok maupun instagram yang bertujuan untuk melihat trend yang sedang ramai dibuat.

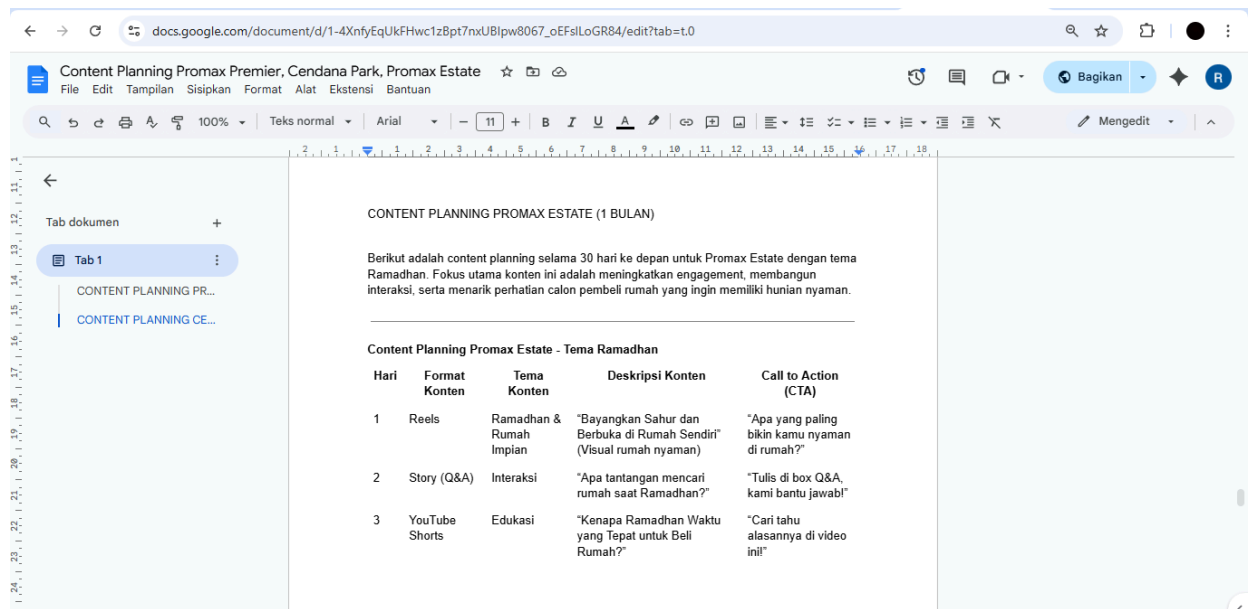
- Penulis membuat *content plan* dengan periode sekitar satu bulan dan *content* harus menyesuaikan dengan suasana yang sedang berlangsung, semisal ketika musim ramadhan maka *content* akan bertemakan ramadhan.



CONTENT PLANNING PROMAX PREMIER (1 BULAN)

Berikut adalah content planning selama 30 hari ke depan untuk Promax Premier dengan tema Ramadhan. Fokusnya adalah meningkatkan engagement, membangun interaksi dengan audiens, serta menarik perhatian target market yang membutuhkan jasa building management.

Hari	Format Konten	Tema Konten	Deskripsi Konten	Call to Action (CTA)
1	Reels	Ramadhan & Efisiensi Gedung	"Manajemen Gedung di Bulan Ramadhan: Lebih Hemat & Efektif"	"Bagaimana strategi efisiensi yang paling efektif menurutmu?"
2	Story (Q&A)	Interaksi	"Apa tantangan terbesar dalam mengelola gedung saat Ramadhan?"	"Tulis jawabanmu di box Q&A!"
3	YouTube Shorts	Edukasi	"Kenapa Ramadhan Waktu yang Tepat untuk Optimasi Pengelolaan Gedung?"	"Tag teman yang bekerja di bidang properti!"
4	Carousel	Tips	"5 Cara Menghemat Energi Gedung Selama Ramadhan"	"Swipe buat tahu strategi hemat listrik!"
5	Reels	Meme	"Ketika Listrik Gedung Mati Pas Lagi Tarawih di Mushola"	"Siapa yang pernah ngalamin ini? 🤔"
6	Story	Interaksi	"Menurut kamu, apa fasilitas"	"Swipe up buat"



CONTENT PLANNING PROMAX ESTATE (1 BULAN)

Berikut adalah content planning selama 30 hari ke depan untuk Promax Estate dengan tema Ramadhan. Fokus utama konten ini adalah meningkatkan engagement, membangun interaksi, serta menarik perhatian calon pembeli rumah yang ingin memiliki hunian nyaman.

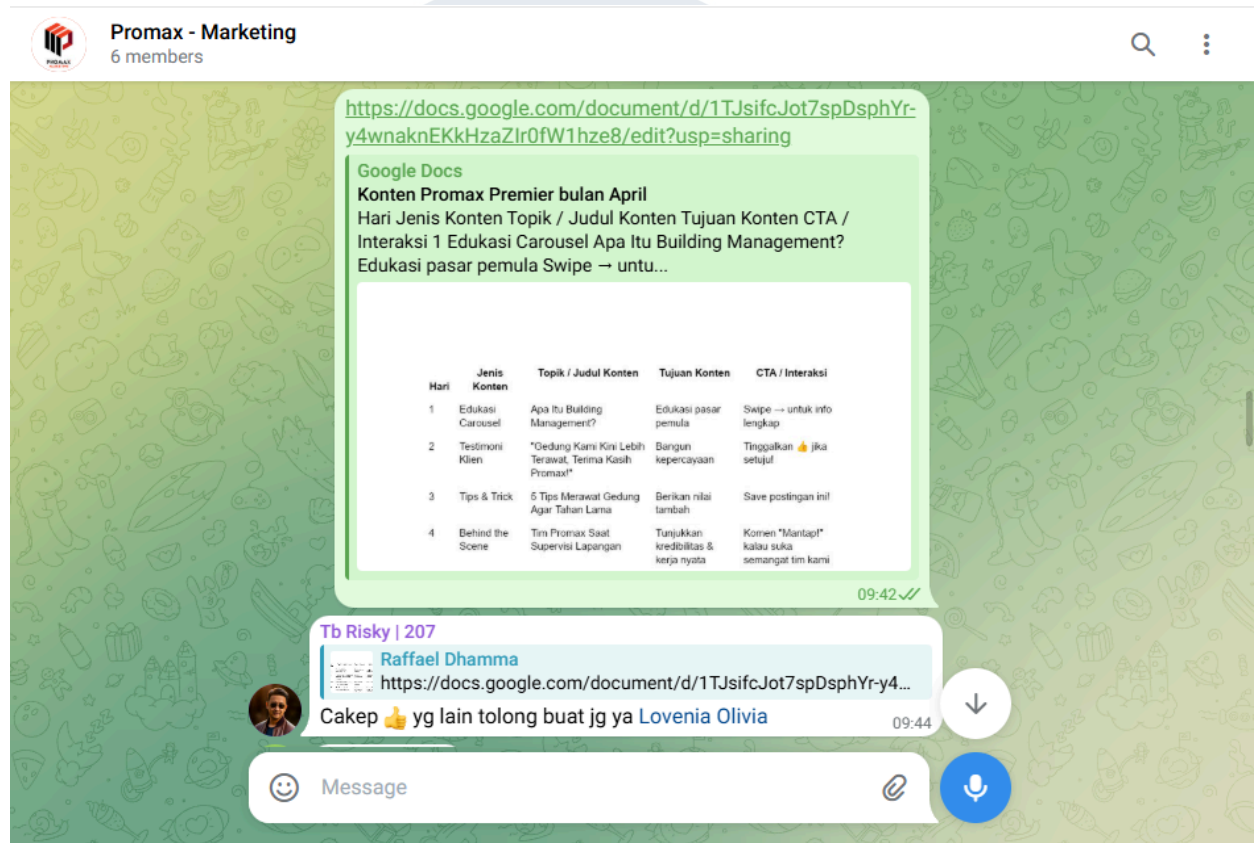
Content Planning Promax Estate - Tema Ramadhan

Hari	Format Konten	Tema Konten	Deskripsi Konten	Call to Action (CTA)
1	Reels	Ramadhan & Rumah Impian	"Bayangkan Sahur dan Berbuka di Rumah Sendiri" (Visual rumah nyaman)	"Apa yang paling bikin kamu nyaman di rumah?"
2	Story (Q&A)	Interaksi	"Apa tantangan mencari rumah saat Ramadhan?"	"Tulis di box Q&A, kami bantu jawab!"
3	YouTube Shorts	Edukasi	"Kenapa Ramadhan Waktu yang Tepat untuk Beli Rumah?"	"Cari tahu alasannya di video ini!"

Gambar 3.12 Content Plan Sosial Media Perusahaan

Sumber: Penulis, 2025

4. Penulis juga sering berdiskusi dengan Pak Risky untuk bertanya apakah *content plan* yang dibuat sudah memenuhi standar sebelum dilakukannya pembuatan konten tersebut.



Gambar 3.13 Hasil Review *Content Plan*

Sumber : Penulis, 2025

5. Penulis harus mempersiapkan *content plan* untuk akun sosial media perusahaan setiap awal bulan, dan harus bersifat variatif.

Hari	Jenis Konten	Topik / Judul Konten	Tujuan Konten	CTA / Interaksi
1	Edukasi Carousel	Apa Itu Building Management?	Edukasi pasar pemula	Swipe → untuk info lengkap
2	Testimoni Klien	"Gedung Kami Kini Lebih Terawat, Terima Kasih Promax!"	Bangun kepercayaan	Tinggalkan 🍌 jika setuju!
3	Tips & Trick	5 Tips Merawat Gedung Agar Tahan Lama	Berikan nilai tambah	Save postingan ini!
4	Behind the Scene	Tim Promax Saat Supervisi Lapangan	Tunjukkan kredibilitas & kerja nyata	Komen "Mantap!" kalau suka semangat tim kami
5	Fun Fact	Fakta: 60% kerusakan lift terjadi karena...	Edukasi ringan	Share ke teman yang perlu tahu ini!
6	Polling Story	"Menurutmu, apa paling penting dalam kelola gedung?"	Bangun interaksi	Polling: Keamanan / Kebersihan / Sistem IT
7	Q&A (Story/Feed)	Tanya Tim Promax: Apa yang ingin kamu tahu	Ajak audiens aktif	Kirim pertanyaan di kolom komentar

Gambar 3.14 Pembuatan *Content Plan* Awal Bulan

Sumber: Penulis, 2025

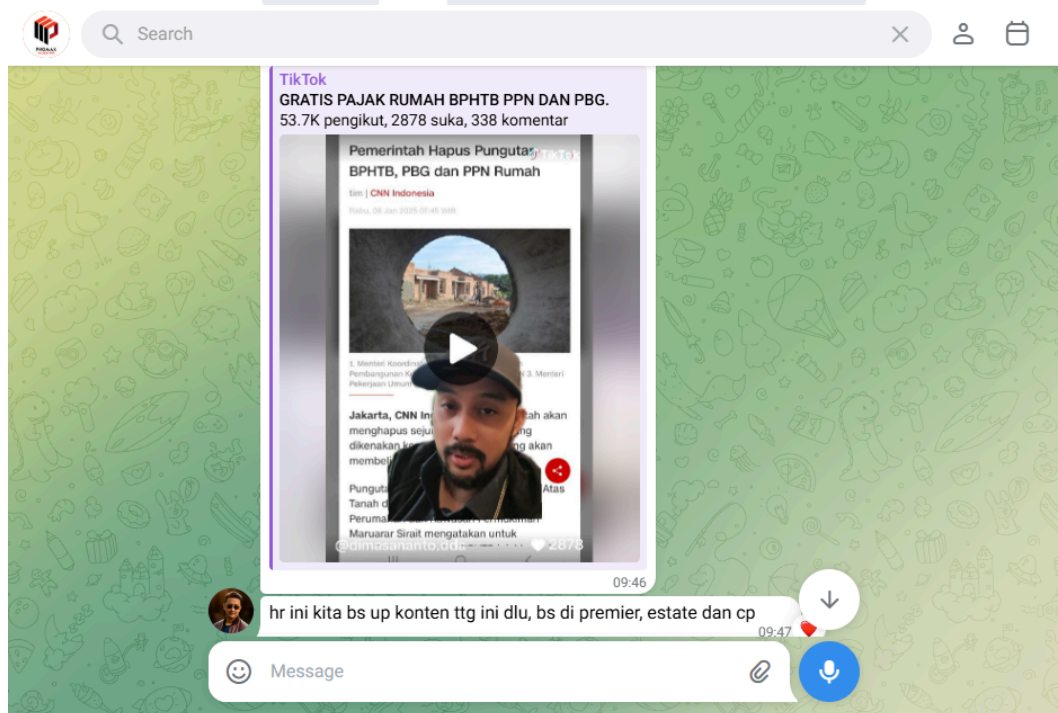
E. Membuat Artikel Untuk Website

Penulis diberi tugas oleh supervisi untuk melakukan pembuatan artikel. Tujuan utama dari pembuatan artikel ini adalah untuk diunggah ke dalam setiap website perusahaan. Penulis dibebaskan dalam pembuatan artikel, namun dalam artikel tersebut harus terdapat inisi dari perusahaan. Penulis membuat artikel untuk Promax Premier yang bertemakan pengelolaan gedung, seperti tips mengelola gedung, mengoptimalkan pengelolaan gedung, dan definisi-definisi dari building management. Penulis juga harus mencari info terbaru yang menarik dan sesuai dengan building management. Sebagai contoh, ketika terdapat berita yang ramai diperbincangkan mengenai PPN 0% untuk rumah dibawah 2 miliar. Topik tersebut tergolong menarik apabila dibuat dalam bentuk artikel, penulis juga dapat dengan mudah untuk mencari berita dan sumber-sumber karena topik tersebut masih hangat diperbincangkan.

Penulis juga membuat artikel untuk website dari Cendana Park, karena Cendana Park adalah sebuah hunian. Penulis merasa bahwa mencari berita terkait

hunian jauh lebih mudah ketimbang harus mencari berita bertemakan pengelolaan gedung. Seperti akhir-akhir ini terdapat berita BBM di oplos hal ini tentunya bisa dijadikan untuk ide artikel yang menarik. Selain itu berita banjir sedang ramai diperbincangkan, hal ini tentunya cocok dan bisa untuk dibuat sebagai artikel dan bisa meningkatkan value dari Cendana Park.

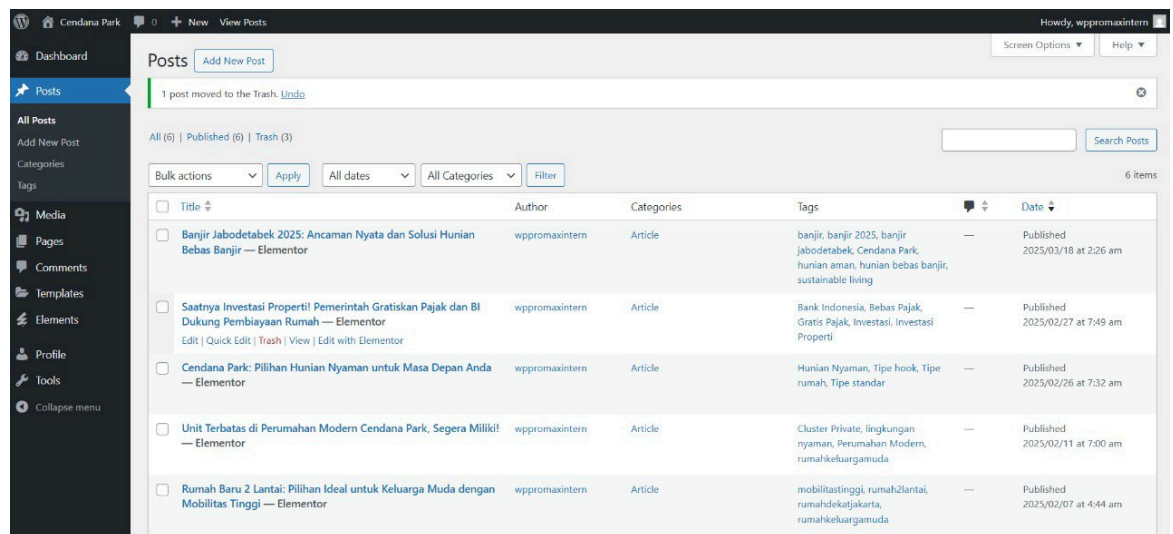
1. Penulis diberikan tugas oleh supervisi untuk melakukan pembuatan artikel untuk dimasukan ke dalam website perusahaan.
2. Penulis harus membuat setiap artikel dengan mengaitkan berita terbaru, Bapak Tubagus Risky Raditya selaku supervisi penulis juga seringkali membantu penulis untuk merekomendasikan berita yang menarik dan hangat dibicarakan.



Gambar 3.15 Ide Konten dari Berita Terkini

Sumber: Penulis, 2025

3. Penulis harus bisa merancang setiap judul yang menarik untuk artikel yang akan dibuat di dalam website.



Gambar 3.16 Website untuk Mengupload Artikel

Sumber: Penulis, 2025

4. Penulis membuat artikel sebanyak satu kali dalam satu bulan, dan setiap artikel yang dibuat harus disetujui oleh supervisi penulis.

Pekerjaan Tambahan				
No.	Pekerjaan	Tujuan Pekerjaan	Koordinasi	Hasil
1.	Melakukan Business Development	Langkah dalam kegiatan ini bertujuan memperkenalkan Promax Premier kepada khalayak luas, khususnya calon mitra bisnis, dengan menyampaikan profil perusahaan,	Bapak Tubagus Risky Raditya	Melakukan interaksi dengan calon customer.

		layanan, dan keunggulan kompetitif di bidang building management.		
2.	Melakukan Product Knowledge	Salah satu kegiatan selama magang adalah mempelajari secara mendalam produk perumahan terbaru perusahaan, mencakup konsep pengembangan, fitur unggulan, spesifikasi teknis, dan nilai jual utamanya.	Bapak Tubagus Risky Raditya	Mendapatkan pengetahuan dari spesifikasi product terbaru.
3.	Panitia Sidang Terbuka S3	Kegiatan ini mencakup persiapan sidang terbuka program doctoral di kampus Binus Anggrek, meliputi aspek teknis dan non-teknis seperti penataan ruangan,	Ibu Rini Inthalasari	Mendapatkan pengetahuan dari proses berlangsungnya sidang S3.

		pengecekan perlengkapan presentasi, dan koordinasi dengan pihak terkait.		
4.	Syuting Rumah Contoh	Kegiatan ini mencakup tahapan mulai dari persiapan lokasi, pengaturan pencahayaan, hingga pendampingan pengambilan gambar atau video untuk menghasilkan materi visual promosi yang digunakan di media sosial, website, maupun presentasi kepada calon konsumen.	Ibu Ririn	Mendapatkan ilmu untuk menggunakan drone dan perekaman secara profesional.

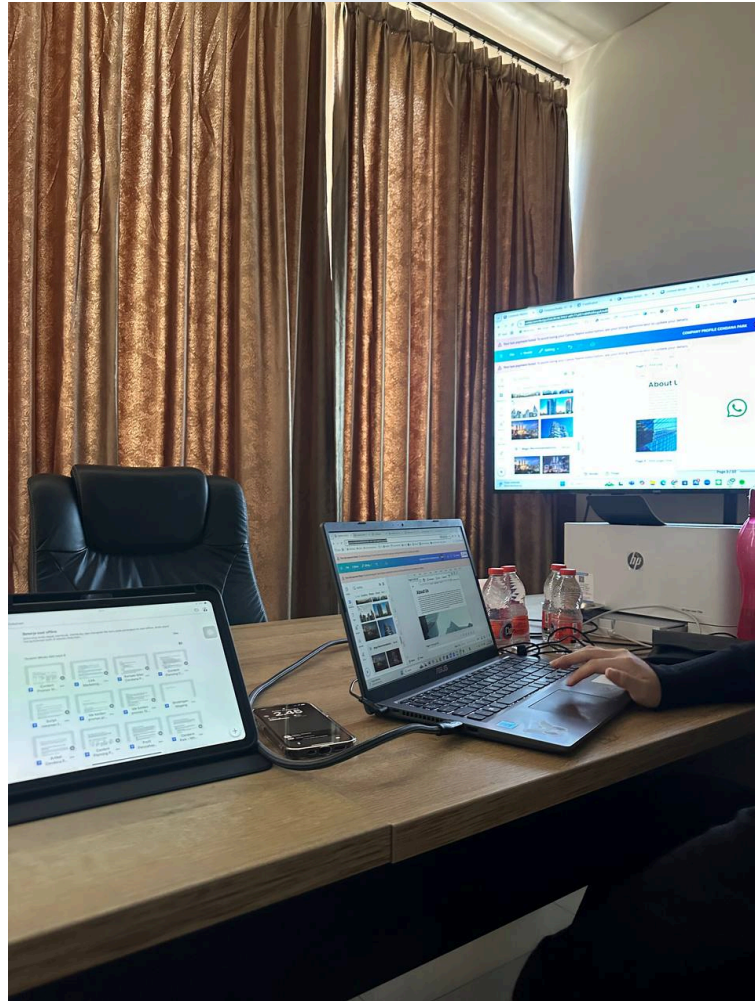
Tabel 3.2 Tugas Tambahan yang Dilakukan

Sumber: Penulis, 2025

A. Melakukan Business Development

Penulis bersama dengan Bu Rini Inthalasari selaku CEO dari PT Promax Indonesia melakukan diskusi mendalam terkait dengan inti perusahaan. Tujuan

dari pekerjaan ini adalah CEO berharap penulis bisa paham dengan detail terkait dengan inti perusahaan. Penulis juga seringkali mengadakan meeting bersama CEO untuk membahas progress dari setiap hal yang sudah dilakukan. CEO juga mengajarkan dan membimbing penulis dengan sangat baik, sehingga membuat penulis bisa paham dengan apa saja layanan yang diberikan oleh perusahaan.

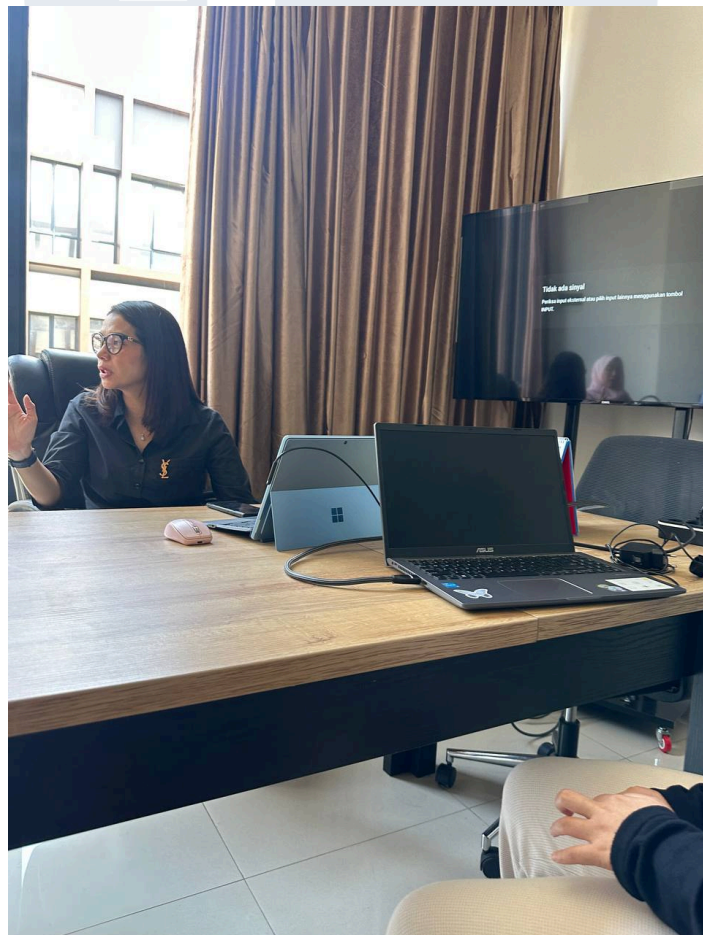


Gambar 3.17 Rapat Bersama Rekan Tim Business Development

Sumber : Penulis, 2025

Penulis mendapat tanggung jawab menjadi business development di PT Promax Premier Indonesia, sehingga penulis harus bisa bergerak dengan cepat atas setiap perintah atau arahan yang diberikan oleh CEO. Penulis juga sering kali

bertanya terkait hal-hal yang harus dikerjakan, dan setiap pekerjaan tentunya memerlukan sebuah persetujuan dari CEO. Penulis sering melakukan mapping yang bertujuan untuk memetakan sebuah gedung-gedung yang berada di daerah Gading Serpong, BSD, Alam Sutera, dan daerah sekitaran kantor Promax berdiri. Penulis juga dibantu oleh rekan intern lain untuk melakukan mapping dan menjalankan business development. Penulis juga melakukan pencarian email maupun nomor contact untuk bisa menawarkan produk jasa dari Promax Premier. Setelah mendapatkan email dari setiap perusahaan yang akan dituju, penulis bersama rekan intern mengirimkan *company profile* dan proposal perkenalan dari PT Promax Premier Indonesia.



Gambar 3.18 Meeting Bersama CEO Perusahaan

Sumber: Penulis, 2025

B. Melakukan Product Knowledge

Penulis bersama rekan tim intern lainnya mendapatkan kesempatan untuk mengikuti sebuah kegiatan penting bernama *Product Knowledge* atau yang biasa disingkat dengan PK, yang diselenggarakan langsung oleh pihak developer. Kegiatan ini merupakan salah satu bentuk pelatihan internal yang sangat krusial dalam dunia properti, terutama ketika perusahaan hendak memasarkan sebuah proyek perumahan baru kepada masyarakat. Dalam konteks perumahan, PK mencakup penjabaran dan pemaparan secara detail mengenai berbagai aspek penting dari proyek yang ditawarkan. Informasi yang disampaikan dalam kegiatan ini meliputi lokasi proyek perumahan, aksesibilitas terhadap fasilitas umum seperti sekolah, rumah sakit, jalan tol, dan pusat perbelanjaan, serta tipe-tipe unit yang tersedia dalam proyek tersebut. Tidak hanya itu, spesifikasi bangunan seperti material yang digunakan, layout ruangan, konsep desain, hingga legalitas tanah dan bangunan juga dibahas secara mendalam agar semua peserta mendapatkan pemahaman yang utuh.

Selain aspek teknis, dalam kegiatan PK juga dijelaskan mengenai fasilitas penunjang yang ditawarkan oleh proyek perumahan, seperti keamanan 24 jam, taman bermain anak, jogging track, club house, hingga konsep kawasan yang mendukung kenyamanan dan gaya hidup modern. Keunggulan kompetitif dari proyek tersebut dibandingkan dengan perumahan lainnya di kawasan serupa juga turut disampaikan, termasuk strategi harga, nilai investasi jangka panjang, dan potensi kenaikan nilai properti di masa depan. Tidak kalah penting, skema pembayaran seperti pembayaran tunai keras, KPR (Kredit Pemilikan Rumah), cicilan bertahap kepada developer, maupun promo dan diskon yang sedang berlangsung juga dijelaskan secara terperinci.

Tujuan utama dari diadakannya kegiatan PK ini adalah untuk meningkatkan kompetensi, kesiapan, serta kepercayaan diri seluruh tim yang terlibat dalam proses pemasaran produk, termasuk para intern. Dengan pemahaman yang mendalam terhadap produk, karyawan dan tenaga pemasaran

dapat menyampaikan informasi secara akurat dan menyeluruh kepada calon konsumen, menjawab setiap pertanyaan dengan tepat, dan membangun kepercayaan konsumen secara lebih efektif. Pengetahuan yang kuat terhadap produk menjadi modal penting dalam membentuk citra profesional serta kredibilitas perusahaan di mata konsumen. Hal ini secara langsung berdampak positif terhadap peningkatan peluang terjadinya penjualan.

Selain sebagai media pembelajaran, kegiatan PK juga memiliki fungsi strategis lainnya, yaitu untuk menyamakan persepsi dan pemahaman di antara seluruh tim pemasaran. Hal ini sangat penting agar tidak terjadi ketidaksesuaian informasi yang disampaikan kepada calon pembeli. Ketika seluruh tim memiliki pemahaman yang seragam dan sejalan dengan narasi pemasaran yang diinginkan perusahaan, maka proses komunikasi dengan calon konsumen akan menjadi lebih konsisten, profesional, dan tidak membingungkan.

Dalam proses launching sebuah proyek perumahan baru, kegiatan PK menjadi salah satu tahapan krusial yang harus dilakukan terlebih dahulu sebelum produk dipasarkan secara luas. Dengan PK, seluruh elemen pemasaran – baik internal perusahaan maupun mitra eksternal seperti agen properti – akan lebih siap dalam menghadapi dinamika pasar dan menjual produk dengan cara yang tepat dan efisien. Biasanya, kegiatan PK ini dapat diselenggarakan dalam dua bentuk, yaitu bersifat tertutup maupun terbuka. Jika bersifat tertutup, maka kegiatan ini hanya dapat diikuti oleh internal perusahaan dan agen properti resmi yang telah bekerja sama dengan developer. Dalam PK tertutup, informasi yang disampaikan bersifat eksklusif dan strategis, sehingga tidak semua pihak dapat mengaksesnya. Sebaliknya, jika PK bersifat terbuka, maka kegiatan ini juga dapat dihadiri oleh masyarakat umum, termasuk calon pembeli.



Gambar 3.19 Kegiatan Product Knowledge

Sumber: Penulis, 2025

C. Panitia Sidang Terbuka S3

Penulis bersama rekan tim intern lainnya diberikan tanggung jawab penting untuk turut serta dalam menyukseskan kegiatan panitia sidang terbuka yang akan diselenggarakan pada tanggal 20 Mei 2025. Acara ini merupakan momen spesial bagi perusahaan karena akan menampilkan Bu Rini, selaku CEO PT Promax Premier Indonesia, sebagai pembicara utama atau tokoh sentral dalam sidang terbuka tersebut. Penulis beserta tim intern lainnya dipercaya untuk mengelola sejumlah persiapan teknis dan logistik dalam kegiatan ini, mulai dari pengelolaan administrasi, pendataan tamu undangan, hingga penyediaan souvenir sebagai bentuk apresiasi untuk para tamu yang hadir. Lokasi pelaksanaan sidang terbuka ini berada di Universitas Bina Nusantara (BINUS), tepatnya di kawasan Kemanggisan, Jakarta Barat, yang tentunya memerlukan perencanaan transportasi dan distribusi yang juga matang.

Salah satu tanggung jawab yang dirasakan penulis dalam acara ini adalah mengurus pengadaan souvenir, yang akan dibagikan kepada tamu undangan sebagai simbol penghargaan atas partisipasi mereka. Bu Rini sebagai pimpinan perusahaan telah menetapkan anggaran khusus untuk kebutuhan souvenir ini, dan penulis ditugaskan untuk mencari produk souvenir yang tidak hanya sesuai dengan anggaran yang tersedia, tetapi juga tetap mempertahankan nilai estetik dan kesan eksklusif. Tugas ini tidak mudah, mengingat besaran budget yang terbatas, sementara ekspektasi kualitas dan ketepatan waktu tetap tinggi. Penulis dan rekan-rekan sempat mengalami kesulitan dalam menemukan vendor souvenir yang mampu memenuhi permintaan sesuai dengan spesifikasi, kuantitas, dan waktu pengerjaan yang dibutuhkan.



Gambar 3.20 Kegiatan Membungkus Barang

Sumber: Penulis, 2025

Tantangan lainnya muncul ketika vendor atau toko penjual souvenir yang berhasil ditemukan ternyata memiliki waktu produksi yang cukup lama, sehingga penulis bersama tim harus terus melakukan follow-up dan pengecekan progres secara berkala agar produk dapat selesai tepat waktu. Dalam situasi seperti ini, koordinasi dan komunikasi menjadi aspek yang sangat krusial. Selain itu, setelah souvenir selesai diproduksi dan diterima, pekerjaan tim belum selesai. Penulis dan

rekan-rekan masih harus melakukan proses pengemasan souvenir satu per satu ke dalam paper bag khusus yang telah disiapkan sebelumnya. Tidak semua souvenir bisa langsung dimasukkan begitu saja, karena terdapat beberapa item yang perlu dibungkus ulang menggunakan kertas pembungkus khusus demi menjaga kerapian dan memberikan kesan lebih elegan dan profesional saat diserahkan kepada tamu.





Gambar 3.21 Penyusunan Souvenir

Sumber: Penulis, 2025

Seluruh proses ini memerlukan kerja sama tim yang solid, ketelitian, serta manajemen waktu yang baik agar tidak terjadi keterlambatan atau kekurangan souvenir pada hari-H acara. Meskipun penuh tantangan, keterlibatan dalam kegiatan ini memberikan banyak pelajaran berharga bagi penulis, mulai dari pengelolaan anggaran, komunikasi dengan vendor, hingga detail eksekusi acara.

Kegiatan ini juga memperkuat keterampilan organisasi, kemampuan bekerja dalam tekanan, dan kepedulian terhadap kualitas serta kepuasan pihak yang terlibat dalam kegiatan resmi perusahaan. Diharapkan dengan persiapan yang matang dan kerja keras dari seluruh tim, kegiatan sidang terbuka ini dapat berjalan dengan lancar dan meninggalkan kesan positif bagi seluruh tamu undangan maupun pihak penyelenggara.



Gambar 3.22 Proses Berlangsungnya Acara

Sumber: Penulis, 2025

D. Syuting Rumah Contoh

Salah satu kegiatan yang penulis lakukan selama menjalani program magang di PT Promax Premier Indonesia adalah mengikuti proses syuting rumah contoh (show unit) yang berada di kawasan proyek perumahan yang dikelola oleh perusahaan. Kegiatan ini bertujuan untuk mendokumentasikan tampilan fisik dan interior dari rumah contoh yang sudah dibangun, guna keperluan promosi dan pemasaran melalui sosial media, website, maupun materi presentasi perusahaan kepada calon konsumen.

Dalam kegiatan syuting ini, penulis bersama tim bertugas untuk membantu proses persiapan lokasi, memastikan area rumah dalam kondisi bersih dan rapi sebelum pengambilan gambar dilakukan. Penulis juga turut mengatur properti-properti kecil agar tampilan interior terlihat lebih estetik dan sesuai dengan konsep rumah yang ingin ditampilkan. Selain itu, penulis membantu fotografer dan videografer dalam proses teknis, seperti mengatur pencahayaan tambahan, menjaga ketertiban selama proses syuting berlangsung, dan mencatat bagian-bagian penting rumah yang harus ditonjolkan dalam konten visual nantinya.

Dokumentasi yang dihasilkan dari kegiatan ini akan digunakan dalam bentuk foto maupun video *reels*, yang kemudian dijadikan konten promosi untuk akun sosial media perusahaan seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Penulis juga terlibat dalam proses *editing* ringan serta menyusun narasi atau *caption* yang sesuai dengan konten visual yang diambil, agar informasi yang disampaikan lebih menarik dan informatif bagi audiens.

Melalui kegiatan syuting rumah contoh ini, penulis tidak hanya memperoleh pengalaman teknis di lapangan, tetapi juga memahami bagaimana sebuah properti dipresentasikan secara profesional kepada publik. Kegiatan ini juga memperkaya wawasan penulis mengenai pentingnya estetika visual dalam

pemasaran properti serta kolaborasi antar divisi seperti marketing, desain, dan produksi konten untuk mencapai hasil yang maksimal.



Gambar 3.23 Proses Syuting Rumah Contoh

Sumber: Penulis, 2025

3.3 Kendala yang Ditemukan

A. Sulitnya Membuat *Content Plan*

Salah satu tantangan terbesar yang penulis hadapi selama menjalani masa magang di PT Promax Premier Indonesia adalah ketika terlibat dalam proses pembuatan *content plan* untuk divisi *Digital Marketing*. Tugas ini tampak sederhana, namun ketika dijalankan, penulis menyadari bahwa membuat rencana konten yang efektif ternyata memerlukan lebih dari sekadar ide kreatif. Pembuatan *content plan* membutuhkan perencanaan yang sangat matang, karena konten yang dihasilkan harus benar-benar relevan dengan target audiens, selaras dengan tujuan pemasaran perusahaan, dan mampu meningkatkan performa sosial media dalam jangka panjang. Tantangan pertama yang penulis alami adalah dalam menentukan tema konten yang tepat dan relevan dengan waktu atau momen tertentu, karena tema konten yang tidak tepat sasaran bisa berisiko membuat audiens kehilangan ketertarikan atau bahkan mengabaikan akun sosial media perusahaan.

Selain itu, penulis juga menghadapi kesulitan dalam mengatur jadwal posting yang konsisten. Penjadwalan ini sangat penting karena berkaitan erat dengan algoritma sosial media dan kebiasaan pengguna dalam mengakses platform tersebut. Ketidakteraturan dalam jadwal posting bisa menyebabkan penurunan engagement serta menjadikan performa akun menurun. Penulis juga perlu mempertimbangkan jenis konten yang tepat untuk masing-masing platform yang digunakan perusahaan, seperti Instagram, Facebook, atau TikTok. Setiap platform memiliki karakteristik audiens dan format konten yang berbeda-beda; misalnya, konten carousel lebih cocok untuk edukasi di Instagram, sementara video pendek lebih efektif untuk TikTok atau *reels*. Memahami perbedaan ini memerlukan riset, observasi, dan eksperimen yang tidak sedikit, apalagi dalam

konteks perusahaan yang memiliki beberapa akun aktif dengan fokus dan segmentasi audiens yang juga berbeda.

Lebih dari itu, proses penyusunan *content plan* juga menuntut kemampuan analitis dalam membaca trend pasar, memahami kebutuhan dan perilaku konsumen, serta memperhatikan strategi dari kompetitor yang sejenis. Penulis harus mampu menganalisis tren konten yang sedang viral dan menyesuaikannya dengan nilai dan identitas perusahaan agar tidak hanya mengikuti tren semata, tetapi tetap relevan dan mencerminkan profesionalisme bisnis. Hal ini tentunya menambah tantangan, karena penulis juga harus selalu memperbarui wawasan terkait strategi pemasaran digital yang dinamis dan terus berkembang seiring dengan perubahan perilaku konsumen di dunia maya.

B. Konsep Konten yang Harus Berbeda Setiap Harinya

Penulis mengalami sejumlah kendala yang cukup signifikan dalam proses menentukan konsep konten yang akan dibuat dan dipublikasikan di sosial media perusahaan. Kesulitan ini terutama muncul karena penulis dihadapkan pada tuntutan untuk senantiasa menciptakan konsep konten yang tidak hanya relevan dan sesuai dengan identitas perusahaan, tetapi juga harus variatif serta berbeda dari konten-konten yang sebelumnya telah diunggah. Rutinitas dalam mengelola akun sosial media memerlukan inovasi yang berkelanjutan, sehingga tidak memungkinkan untuk mengulang konsep yang sama dalam waktu yang berdekatan. Sebagai contoh, apabila pada hari sebelumnya penulis membuat dan mengunggah konten berupa *reels* yang bersifat informatif atau promosi, maka di hari selanjutnya penulis harus mengganti dengan jenis konten lain yang memiliki format dan pendekatan berbeda, seperti konten carousel, quotes, testimoni, atau konten edukasi yang bersifat interaktif.

Tuntutan variasi konten ini tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi penulis karena harus senantiasa melakukan riset, mengevaluasi performa konten

sebelumnya, serta memahami tren yang sedang berkembang di dunia digital. Selain itu, penulis juga dituntut untuk tetap menjaga kesinambungan antara satu konten dengan konten lainnya agar feed sosial media perusahaan tetap terlihat rapi, profesional, dan menarik secara visual. Hal ini tentu tidak mudah karena memerlukan kemampuan manajemen konten yang baik dan kesadaran terhadap *branding* perusahaan.

Keterbatasan waktu dan ide menjadi salah satu hambatan terbesar dalam menghadapi tantangan ini. Penulis dituntut untuk berpikir cepat namun tetap strategis dalam merancang konsep, mempersiapkan materi visual maupun *caption*, serta menyusun *timeline* publikasi yang terjadwal dan konsisten. Tidak jarang penulis merasa mengalami kebuntuan ide, terutama ketika beberapa ide konten yang dirancang ternyata telah digunakan sebelumnya atau kurang relevan dengan situasi dan momen saat ini. Dalam kondisi seperti ini, penulis perlu belajar untuk lebih adaptif, dengan mencari inspirasi dari berbagai sumber seperti akun sosial media perusahaan lain, tren di TikTok dan Instagram, hingga referensi dari situs pemasaran digital terpercaya. Selain itu, komunikasi dengan tim internal juga sangat penting agar ide-ide konten bisa dikembangkan bersama-sama dan mendapat masukan yang konstruktif.

C. Rekan Kerja dengan Respons yang Agak Lambat Dalam Beberapa Situasi

Selama menjalani masa magang di perusahaan, penulis menghadapi tantangan terkait komunikasi dan koordinasi dengan beberapa rekan kerja. Dalam beberapa situasi tertentu, penulis mengamati bahwa respons dari rekan kerja cenderung agak lambat, sehingga berdampak pada kelancaran proses kerja dan penyelesaian tugas. Keterlambatan tanggapan ini terkadang membuat penulis harus menunggu lebih lama untuk mendapatkan informasi atau arahan yang dibutuhkan, sehingga proses pekerjaan menjadi terhambat. Penulis menyadari bahwa keterlambatan tersebut bukan semata-mata karena ketidaksungguhan, tetapi bisa juga disebabkan oleh beban kerja yang tinggi, prioritas yang berbeda,

atau adanya kendala teknis yang dialami oleh rekan kerja. Selain itu, adanya perbedaan jadwal dan kesibukan yang tidak selalu sejalan juga menjadi faktor penyebab respons yang tidak dapat diberikan secara cepat.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

A. Sulitnya Membuat *Content Plan*

Untuk mengatasi kesulitan dalam membuat *content plan*, penulis mulai melakukan riset mengenai tren sosial media dan mempelajari konten dari kompetitor sebagai referensi. Penulis juga aktif berdiskusi dengan supervisor dan tim agar mendapat arahan yang jelas mengenai target dan tujuan konten. Dengan cara ini, penulis dapat menyusun rencana konten yang lebih terstruktur dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Proses ini juga membantu penulis meningkatkan kemampuan dalam membuat konten yang menarik dan tepat sasaran.

B. Konsep Konten yang Harus Berbeda Setiap Harinya.

Solusi yang dilakukan oleh penulis untuk mengatasi kendala dalam menentukan konsep konten adalah dengan melakukan brainstorming untuk mendapatkan ide-ide baru yang relevan dan menarik. Penulis juga secara aktif melakukan riset terhadap tren konten yang sedang populer di berbagai platform guna menemukan inspirasi dan referensi. Dengan cara ini, proses pembuatan konten menjadi lebih variatif dan tetap menyampaikan pesan kepada audiens.

C. Rekan Kerja dengan Respons yang Agak Lambat Dalam Beberapa Situasi

Sebagai langkah solusi, penulis berinisiatif untuk mengambil peran lebih aktif dalam menjalin komunikasi dengan rekan kerja. Penulis rutin melakukan follow-up secara sopan dan terjadwal untuk memastikan informasi yang dibutuhkan dapat diperoleh tepat waktu. Selain itu, penulis menggunakan berbagai media komunikasi yang tersedia, seperti pesan instan, email, maupun pertemuan langsung untuk memperjelas dan mempercepat penyampaian

informasi. Dengan cara ini, penulis berupaya meminimalisir kendala akibat keterlambatan respons dan menjaga agar alur kerja tetap berjalan efektif.

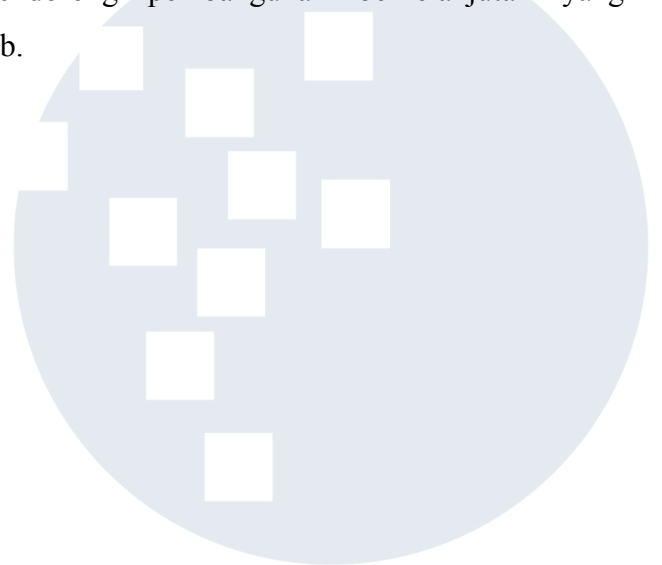
3.5 Tinjauan Etika Bisnis di PT Promax Premier Indonesia

PT Promax Premier Indonesia secara konsisten menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis yang kuat dalam seluruh aktivitas operasionalnya, dengan fokus tidak hanya pada aspek keuntungan, tetapi juga tanggung jawab sosial dan lingkungan. Salah satu aspek penting adalah perhatian terhadap kesejahteraan dan hak-hak karyawan. Perusahaan memastikan terciptanya lingkungan kerja yang aman, sehat, dan inklusif, dengan menyediakan fasilitas pendukung dan perlindungan yang memadai, sehingga mendorong produktivitas sekaligus meningkatkan kualitas hidup pekerja. Hal ini sejalan dengan SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, yang menekankan pentingnya kesempatan kerja yang adil dan kondisi kerja yang layak sebagai fondasi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Selain itu, PT Promax Premier Indonesia berkomitmen untuk mengimplementasikan praktik pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab dalam aktivitas manajemen gedungnya. Perusahaan berupaya keras mengurangi konsumsi energi melalui penggunaan teknologi hemat energi seperti lampu LED dan sistem pendingin udara yang efisien, serta melakukan pengelolaan limbah yang tepat melalui daur ulang dan pengurangan sampah. Upaya ini tidak hanya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, tetapi juga mendukung target dari SDG 12: Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab serta SDG 13: Penanganan Perubahan Iklim, dengan mengurangi emisi karbon dan memperbaiki kualitas lingkungan hidup.

Di sisi lain, dalam menjalankan hubungan bisnis dengan mitra, pelanggan, dan pihak terkait lainnya, perusahaan menempatkan transparansi dan integritas sebagai nilai utama. PT Promax Premier Indonesia menolak segala bentuk korupsi, kolusi, dan penyalahgunaan kekuasaan dengan menerapkan sistem pengelolaan yang transparan serta akuntabel. Hal ini berkontribusi dalam

memperkuat tata kelola perusahaan yang baik dan mendukung terciptanya masyarakat yang adil dan damai sesuai dengan semangat SDG 16: Perdamaian, Keadilan, dan Kelembagaan yang Tangguh. Dengan menerapkan etika bisnis yang komprehensif ini, PT Promax Premier Indonesia tidak hanya meningkatkan reputasi dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan, tetapi juga berperan aktif dalam mendorong pembangunan berkelanjutan yang inklusif dan bertanggung jawab.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA