

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama menjalani program magang, penulis telah berhasil menyelesaikan seluruh kewajiban sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak universitas, yaitu menyelesaikan 640 jam kerja dalam kurun waktu 10 Februari 2025 hingga 10 Agustus 2025. Program magang ini dilaksanakan di Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, yang berlokasi di Jalan Pantai Indah Utara 1 No.17, Kapuk Muara, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, DKI Jakarta 14460, Indonesia. Lokasi hotel yang berada di kawasan strategis Pantai Indah Kapuk ini juga menjadi tempat yang dinamis untuk belajar langsung tentang industri perhotelan, terutama di bidang pemasaran dan komunikasi.

Dalam pelaksanaan magang ini, penulis ditempatkan di bawah *divisi Marketing Communication*, yang merupakan salah satu departemen penting dalam kegiatan promosi dan pencitraan brand hotel. Divisi ini dipimpin langsung oleh *Director of Marketing Department*, sedangkan dalam keseharian, penulis dibimbing secara intensif oleh *Marketing Communication Manager* Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Beliau merupakan sosok yang sangat berperan dalam memberikan arahan, pengarahan, serta pemahaman lebih dalam mengenai tugas-tugas yang berkaitan dengan dunia kerja di bidang pemasaran perhotelan.

Sejak awal masa magang, penulis didorong untuk aktif berkontribusi dalam berbagai kegiatan yang dijalankan oleh tim Marketing Communication. Tugas-tugas yang diberikan meliputi perencanaan konten media sosial, pelaksanaan kegiatan promosi, pengelolaan akun media sosial, hingga monitoring dan pelaporan hasil kinerja media sosial secara rutin. Dalam setiap aktivitas tersebut, penulis tidak hanya belajar dari teori, tetapi juga mengalami langsung

bagaimana dinamika kerja tim dan tuntutan profesionalisme dalam dunia kerja nyata.

Penulis juga selalu memastikan bahwa setiap pekerjaan yang dikerjakan telah mendapat persetujuan terlebih dahulu dari supervisor. Hal ini dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab sekaligus upaya menjaga kualitas kerja agar tetap selaras dengan standar dan citra profesional Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Sikap ini juga menunjukkan pentingnya komunikasi dua arah dan keterbukaan dalam proses kerja, terutama dalam lingkungan yang serba cepat seperti divisi marketing.

Sebagai bagian dari sistem pelaporan, penulis secara konsisten mencatat dan melaporkan seluruh kegiatan harian yang telah dilakukan melalui website MBKM UMN. Laporan ini berfungsi sebagai dokumentasi resmi sekaligus alat evaluasi perkembangan magang. Dengan adanya pelaporan ini, supervisor dapat memantau kemajuan penulis dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan, serta memastikan bahwa penulis selalu berada di jalur yang benar dalam menyelesaikan tanggung jawabnya.

Secara keseluruhan, penulis berusaha untuk menjalankan setiap tugas yang diberikan dengan penuh dedikasi, kedisiplinan, dan tanggung jawab. Penulis percaya bahwa pengalaman magang ini bukan hanya tentang menyelesaikan kewajiban akademik, tetapi juga kesempatan untuk berkembang secara profesional dan pribadi. Selama enam bulan ini, penulis merasa telah memberikan kontribusi yang positif bagi tim Marketing Communication, dan di saat yang sama mendapatkan banyak pembelajaran berharga yang tidak bisa diperoleh hanya dari bangku kuliah.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Penulis melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di salah satu perusahaan perhotelan ternama, yaitu Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, yang berada di bawah naungan jaringan *AccorHotels*. Selama program magang berlangsung, penulis ditempatkan di departemen *Marketing Communication* dengan posisi sebagai *Marketing Communication Trainee*. Program magang ini dimulai pada tanggal 10 Februari 2025 dan berakhir pada 10 Agustus 2025, dengan total durasi selama enam bulan.

Selama periode magang tersebut, penulis berkesempatan untuk secara langsung terlibat dalam berbagai kegiatan pemasaran dan komunikasi yang dijalankan oleh tim *Marketing Communication* Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Penulis tidak hanya berperan sebagai observer, tetapi juga dilibatkan aktif dalam mendukung pelaksanaan berbagai proyek, acara, dan kampanye promosi yang sedang berlangsung. Sejak hari pertama magang, penulis telah diberikan tanggung jawab yang jelas dan relevan dengan latar belakang pendidikan di bidang pemasaran dan komunikasi.

Berbagai kegiatan yang dilakukan oleh penulis mencakup bantuan dalam penyusunan materi promosi, pembuatan *press release*, pengelolaan *photoshoot* dan *videoshoot*, koordinasi dengan pihak eksternal seperti KOL dan media, serta pengumpulan dan penyusunan informasi yang akan digunakan dalam komunikasi brand. Penulis juga sering kali berinteraksi langsung dengan berbagai pihak internal maupun eksternal dalam rangka menjalankan tugas-tugas tersebut, yang tentunya menjadi pengalaman berharga dalam memahami dunia kerja nyata.

Melalui berbagai tanggung jawab yang diemban selama masa magang, penulis merasa mendapatkan banyak pengalaman baru, tidak hanya dalam hal teknis pekerjaan, tetapi juga dalam keterampilan komunikasi, kerja tim, dan

kedisiplinan. Kegiatan magang ini memberikan gambaran yang nyata tentang bagaimana sebuah strategi pemasaran dijalankan di industri perhotelan, serta bagaimana peran seorang Marketing Communication dalam membangun dan menjaga citra serta hubungan baik dengan publik dan pelanggan.

Berikut ini merupakan rangkuman tugas dan tanggung jawab yang telah dijalankan oleh penulis selama mengikuti program magang di Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk:

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Koordinasi
1	Membuat Konten social media	3x seminggu	Marketing Manager
2	Memposting konten social media	3x seminggu	Marketing Manager
3.	Membuat social media planning	1x seminggu	Marketing Manager
4.	Membuat caption social media	3x seminggu	Marketing Manager
5.	Membalas Direct Message Instagram	Setiap hari	Marketing Manager
6.	Membalas WhatsApp Business	Setiap hari	Marketing Manager
7.	Memposting flyer promosi di Instagram story	Setiap hari	Marketing Manager
8.	Membyat konten Giveaway dan mendata peserta giveaway	Setiap ada Giveaway	Marketing Manager
9.	Menangani event	Setia pada event	Marketing Manager
10.	Membuat list dan approach KOL untuk visit restoran	Setiap minggu	Marketing Manager
11.	Membuat list KOL untuk diundang	Setiap ada event	Marketing Manager
12.	Membuat press release untuk media	Setiap ada event	Marketing Manager
13.	Membuat dan mengirimkan talking point kepada KOL	Setiap ada event	Marketing Manager

14.	Membantu photoshoot/videoshoot dari external	Setiap ada request	Marketing Manager
15.	Membantu photoshoot/videoshoot dari internal	Setia pada launching promo	Marketing Manager
16.	Membuat daily report	Setiap hari	Marketing Manager
17.	Membantu membuat monthly report	Setiap ada request	Marketing Manager
18.	Membantu untuk membuat dan memberikan dokumen kepada divisi finance	Setiap ada request	Marketing Manager
19.	Membuat memo/voucher untuk <i>influencer</i>	Setiap kali ada influencer	Marketing Manager
20.	Memperbaharui catalog WhatsApp Business dan highlight Instagram	Setiap ada promo baru	Marketing Manager
21.	Membuat <i>petty cash</i> , <i>cash advance</i> dan <i>entertainment form</i>	Setiap kali ada request	Marketing Manager

Tabel 3.1 Detail pekerjaan yang dilakukan

Dalam melaksanakan kegiatan magang nya, penulis mengerjakan beberapa tugas yang menjadi tanggung jawab selama magang:

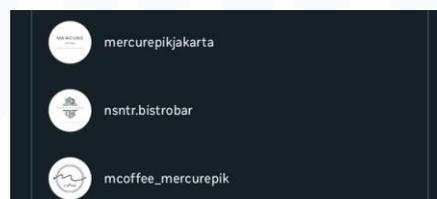
Selama menjalani program magang di Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, salah satu tanggung jawab utama yang dipercayakan kepada penulis adalah menangani pengelolaan akun media sosial resmi milik perusahaan. Adapun akun-akun yang dikelola meliputi akun Instagram utama hotel, yaitu @mercurepikjakarta, serta dua akun lainnya yang mewakili outlet F&B yang berada di bawah naungan hotel, yaitu @nsntr.bistrobar (untuk restoran dan bar Nusantara) dan @mcoffee_mercurepik (untuk M Coffee, kafe milik hotel).

Dalam menjalankan tugas ini, penulis terlibat secara langsung dalam berbagai aspek pengelolaan media sosial, mulai dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan konten. Penulis membantu dalam menyusun *content plan* mingguan

hingga bulanan, membuat ide-ide konten yang sesuai dengan tema promosi, menyusun *caption* yang informatif dan menarik, serta memberikan masukan dalam pemilihan visual yang akan digunakan untuk posting. Tak hanya fokus pada aspek estetika, penulis juga mempertimbangkan *tone of voice* dan *brand personality* dari masing-masing akun agar komunikasi tetap konsisten dan sesuai dengan target audiens.

Selain membuat dan merencanakan konten, penulis juga bertugas untuk memantau aktivitas di akun-akun tersebut secara rutin. Hal ini mencakup pemantauan *direct message* (DM) maupun komentar yang masuk dari para tamu atau calon pelanggan. Penulis memastikan bahwa setiap pertanyaan atau permintaan informasi yang masuk dapat ditanggapi dengan cepat dan sopan, terutama yang berkaitan dengan produk, layanan hotel, reservasi restoran, atau promo yang sedang berlangsung. Tugas ini penting karena media sosial menjadi salah satu saluran komunikasi utama antara Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk dan para tamu.

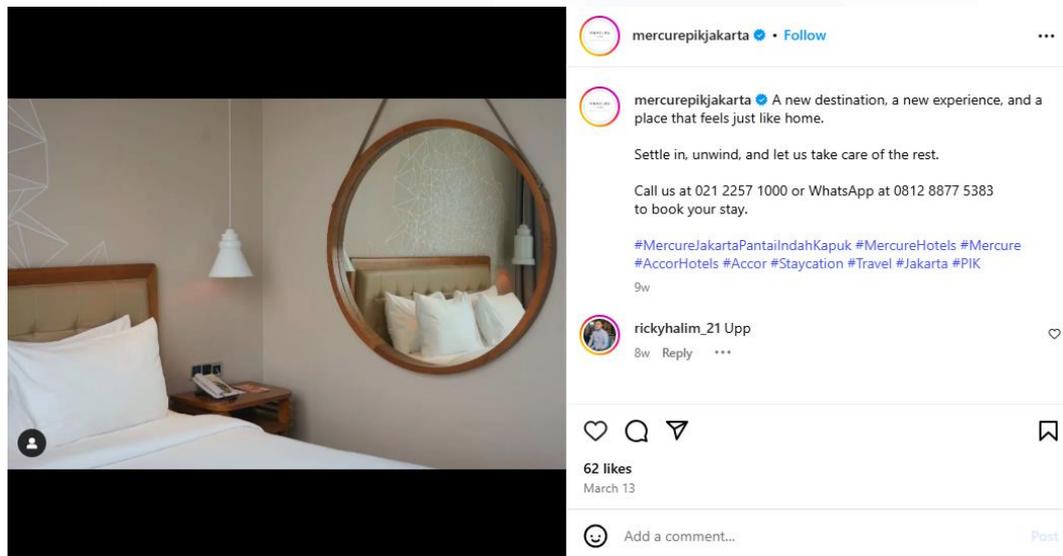
Melalui pengalaman ini, penulis mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai strategi komunikasi digital dan pentingnya media sosial dalam dunia pemasaran modern. Penulis juga belajar bagaimana menyampaikan pesan secara efektif, menjaga interaksi positif dengan pelanggan, serta mengelola media sosial secara profesional agar tetap aktif, relevan, dan sesuai dengan citra brand.



Gambar 3.1 Akun Instagram

Dalam pembuatan konten penulis bertanggung jawab penuh untuk mencari ide dari sebuah konten, melakukan perencanaan postingan, melakukan pengambilan konten, mengedit dan memposting konten dalam bentuk *reels* maupun *feeds*, untuk materi konten sendiri biasanya akan berpusat pada promo yang sedang ada di

restoran, promo untuk menginap ataupun dapat mengambil dari pengalaman tamu yang di unggah di social media. Tanggung jawab ini dilakukan oleh penulis secara konsisten untuk mulai dari mencari ide hingga pengalaman tamu.



Gambar 3.2 Konten social media

Dari gambar di atas merupakan salah satu contoh konten yang penulis lakukan selama kerja magang, proses pembuatan konten dimulai dari *brainstorming* ide konten, mengambil cuplikan dan melakukan pengeditan. Dalam pembuatan konten ini penulis banyak menggunakan aplikasi pengeditan seperti Capcut untuk mengatur klip, pemotongan klip, efek klip, suara latar belakang klip hingga menjadi sebuah konten utuh yang dapat di unggah ke social media.

Untuk perencanaan social media sendiri penulis lakukan selama 1x dalam seminggu, perencanaan ini dilakukan untuk ketiga akun Instagram dari Mercure, diman masing-masing akun harus mengunggah sebanyak 3 postingan dalam 1 minggu. Perencanaan ini biasanya akan dimasukkan ke dalam canva, foto dan video biasa nya masih berupa mentah ide dari *Pinterest* sebagai referensi dari konten yang nanti nya akan dibuat. Perencanaan konten ini juga sekaligus menunggu persetujuan akan referensi konten yang dibuat, perencanaan konten juga termasuk dengan caption yang akan disertakan dalam postingan. Perencana ini kemudian akan

ditinjau oleh supervisi untuk memastikan bahwa seluruh postingan tetap sesuai dengan standar ketentuan hotel.

Page 3 - MONTHLY SCHEDULE

MONTHLY CONTENT CALENDAR

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	WEEK	MONTH	May
				1	2	3	1	YEAR	2025
	4	5	6	7	8	9	2	<ul style="list-style-type: none"> @mercurepkjakarta @nsnr.bistrobar @mcoffee_mercurepk 	
10	11	12	13	14	15	16	3	New additional post can be added*	
17	18	19	20	21	22	23	4		
24	25	26	27	28	29	30	5		
31									

Gambar 3.3 Monthly content plan

Page 6 - WEEK 4

WEEKLY CONTENT CALENDAR

WEEK 3

Monday	Tuesday	Wednesday	Thursday	Friday	Saturday	Sunday
						
3 March	4 March	5 March	6 March	7 March	8 March	9 March
<p>Instagram Story</p> <p>Top left corner to be visible, bottom right to be visible of your story.</p> <p>When it's available, please go to a post after every 24 hours to get notified for your next story.</p> <p>Register your name within 10 minutes. Once you're done, you'll receive the post key.</p> <p>Contact us through WhatsApp at 0811 2011 2011.</p> <p>#MercurePKJakarta @mercurepkjakarta @nsnr.bistrobar @mcoffee_mercurepk</p>	<p>Caption:</p> <p>Embrace the essence of @mercurepkjakarta</p> <p>Immerse yourself in the local charm every step of the way.</p> <p>@mercurepkjakarta</p>	<p>Caption:</p> <p>Craving new flavors and want to try combinations you've never experienced before? Our bartenders at @mercurepkjakarta use local products to come up with their signature cocktails that will blow you away.</p> <p>#DiscoverLocal @mercurepkjakarta #fieldcocktail</p> <p>@mercurepkjakarta @nsnr.bistrobar</p>	<p>Caption:</p> <p>Enjoy a comfortable dining experience here, where delicious flavors and a warm atmosphere come together in one place.</p> <p>Book your seat and reserve by calling 021 7557 1000 or WA 0811 90000921</p> <p>#NSNR @nsnr.bistrobar @mercurepkjakarta @mcoffee_mercurepk</p> <p>@nsnr.bistrobar</p>	<p>Caption:</p> <p>From Tokyo to Jakarta eps 3</p> <p>Take your favorite on-the-go dining experience from Tokyo to Jakarta! Enjoy more All You Can Eat with less than 100k. A perfect choice for weekend brunch and family time.</p> <p>Available in: Mer. PK, Sen. PK, NSNR, NSNR+ @mercurepkjakarta @nsnr.bistrobar @mcoffee_mercurepk</p> <p>Call us at 021 7557 1000 or WhatsApp at 0811 90000921 to book your seats.</p> <p>@mercurepkjakarta @nsnr.bistrobar</p>	<p>Caption:</p> <p>Quick bites, big flavor! Discover our Grab and Go delights today.</p> <p>#MercurePKJakarta #GrabAndGo</p> <p>@mercurepkjakarta @mcoffee_mercurepk</p>	<p>Caption:</p> <p>After a day of exploring Jakarta, unwind with our refreshing cocktails 🍹 at Nusantara Urban and The Chess to the perfect end to your adventure 🌟</p> <p>#Style2Life #NusantaraUrban #MercureJakartaPK</p> <p>@mercurepkjakarta @mcoffee_mercurepk</p>

Gambar 3.4 Weekly content plan

Membalas *Direct Message Instagram* dan *WhatsApp Business* dari tamu merupakan salah tanggung jawab dalam mengelola social media, tugas ini mengharuskan penulis untuk terus memantau social media sehingga dapat terjalin sebuah hubungan yang positif antara Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk dengan para pengunjung. Penulis bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh pesan dan komentar yang dikirimkan oleh tamu dapat terbalas dengan baik, hal ini juga berlaku untuk *WhatsApp Business* dari Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Dalam menangani pertanyaan dari tamu, penulis diwajibkan untuk sudah mengetahui informasi lengkap mengenai harga restoran, detail menu, reservasi baik restoran maupun kamar serta seluruh informasi umum yang biasanya di ajukan oleh tamu. Penulis juga harus memberikan informasi yang akurat dan terperinci kepada para tamu sehingga informasi yang diberikan dapat dipahami oleh tamu, hal ini penting untuk menjaga kepuasan dari tamu akan pengalaman mereka di Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, hal kepuasan tamu juga menyangkut dalam bagaimana cara penulis untuk menjaga sopan santun dan tata krama Bahasa dalam membalas, penulis harus menggunakan sapaan, panggilan serta menjelaskan dengan sopan dan terperinci.



Gambar 3.5 Direct Message Instagram



Gambar 3.6 WhatsApp Business

Dalam mempromosikan layanan produk dan jasa dari Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk sendiri penulis lebih banyak menggunakan social media sebagai tempat untuk mempromosikan nya, dalam hal ini penulis juga membangun sebuah *awareness* kepada *audience* social media dari Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, hal ini berhubungan dengan memposting flyer promosi dari sebuah produk maupun promo yang sedang berlaku di hotel. Penulis bertanggung jawab untuk menyebarkan seluruh informasi terkait yang ditawarkan oleh hotel. Tidak hanya itu saja, demi memperluas jangkauannya kepada target pasar, Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk juga mengadakan kolaborasi bersama dengan berbagai brand lain, untuk meningkatkan rasa penasaran dari target pasar Mercure yang ada di social media, biasanya Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk juga akan membuat segmen *Giveaway* yang interaktif karena hal tersebut bisa menaikkan *engagement* dari Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk maupun brand yang bersangkutan. Dalam kerjasama ini, penulis bertanggung jawab untuk membuat konten mengenai *Giveaway* yang akan diadakan oleh Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk dengan *brand* terkait, pembuatan konten termasuk dalam membuat permainan *interactive* yang mudah dan dapat diikuti oleh seluruh *audience* Mercure Jakarta Pantai Indah

Kapuk, kemudian penulis juga bertanggung jawab untuk membuat peraturan dari games tersebut, kemudian pada saat masa berlaku games sudah selesai penulis bertanggung jawab untuk mendata seluruh peserta *Giveaway* yang mengikuti games dan mengumumkan peserta yang memenangkan *Giveaway*.



Gambar 3.7 Konten Giveaway



Gambar 3.8 Event Launching Culinary Journey



Gambar 3.9 List KOL

Salah satu strategi yang digunakan oleh Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk dalam memperkenalkan promosi produk terbaru mereka adalah dengan menyelenggarakan sebuah acara yang melibatkan berbagai pihak eksternal, seperti media dan *Key Opinion Leader* (KOL). Melalui acara ini, perusahaan tidak hanya mengandalkan kanal promosi internal, tetapi juga memperluas jangkauan informasi melalui platform lain yang dimiliki oleh para mitra tersebut. Strategi ini dinilai sangat efektif karena memungkinkan promosi yang sedang berjalan untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas dan beragam, terutama melalui jaringan sosial media para KOL dan publikasi dari media yang hadir.

Acara ini menjadi momen penting bagi Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk untuk membangun eksposur, menciptakan *buzz*, dan menarik perhatian publik terhadap produk atau layanan yang sedang ditawarkan. Selain menjadi sarana promosi, kegiatan ini juga berfungsi sebagai ajang untuk menjalin hubungan baik dengan pihak luar, yang ke depannya dapat membuka peluang kerja sama lebih lanjut.

Selama persiapan dan pelaksanaan acara tersebut, penulis mendapatkan tanggung jawab langsung dalam beberapa hal penting. Tugas utama penulis antara

lain adalah mencari dan menyeleksi KOL yang relevan dengan target *audiens* hotel, menyusun daftar KOL yang akan diundang, serta mendata tamu-tamu lainnya yang direncanakan hadir. Penulis juga turut berkoordinasi dengan berbagai pihak internal dan eksternal yang terlibat, mulai dari tim *event organizer*, bagian operasional hotel, hingga vendor penyedia perlengkapan acara. Tidak hanya itu, penulis memastikan bahwa semua kebutuhan teknis dan logistik untuk mendukung jalannya acara telah tersedia dan dalam kondisi siap pakai.

Melalui pengalaman ini, penulis belajar banyak mengenai proses manajemen acara dari awal hingga pelaksanaan, serta pentingnya komunikasi dan koordinasi yang solid antar tim agar semua rencana dapat berjalan dengan lancar. Keterlibatan langsung dalam acara ini menjadi salah satu pengalaman paling berkesan selama masa magang karena penulis tidak hanya belajar teori, tetapi juga langsung terlibat dalam implementasi strategi pemasaran di dunia nyata.

Example no.	Please complete these details	Example	Please complete the details for your offer in this column	ID translation
1	Offer Title Title (Offer name and Restaurant Name)	Reunion sunset dinner at Skybar	Celebrate the spirit of Ramadan with Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk's exclusive hampers, made in collaboration with Melts. Filled with signature treats and traditional Lapis Legit, the perfect gift for sharing the joy of the season	Rayakan semangat Ramadan dengan hampers eksklusif dari Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, hasil kolaborasi dengan Melts. Dipenuhi dengan camilan khas dan Lapis Legit tradisional, hadiah sempurna untuk berbagi kebahagiaan di bulan suci.
2	Offer Banner Title (Offer name and Restaurant Name)	Reunion sunset dinner at Skybar	Celebrate the spirit of Ramadan with Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk's exclusive hampers, made in collaboration with Melts. Filled with signature treats and traditional Lapis Legit, the perfect gift for sharing the joy of the season	Rayakan semangat Ramadan dengan hampers eksklusif dari Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, hasil kolaborasi dengan Melts. Dipenuhi dengan camilan khas dan Lapis Legit tradisional, hadiah sempurna untuk berbagi kebahagiaan di bulan suci.
3	Offer Subtitle	10% off reunion sunset dinner at Skybar	up to 20% off for Ramadan Hampers	Diskon hingga 50% untuk <i>Buka Puasa</i>
		Gather around for some deliciousness at Skybar at ibis Styles Yogyakarta! Find your taste with the special barbecue menu while <i>crucial moment</i> , and be delighted with the <i>beach</i> of	Share the warmth of Ramadan with Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk's exclusive Ramadan Hampers, crafted in collaboration with Melts. Filled with an exquisite selection of signature delights, including the timeless Lapis Legit, these hampers make a heartfelt gift to cherish the spirit of	Bagikan kehangatan Ramadan dengan Hampers eksklusif dari Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, hasil kolaborasi dengan Melts. Diperkaya dengan pilihan camilan istimewa, termasuk Lapis Legit klasik, hampers ini menjadi hadiah bermakna untuk merayakan

Gambar 3.10 Pembuatan Press Release

Selain terlibat dalam kegiatan acara, penulis juga memiliki tanggung jawab untuk membantu dalam pembuatan *press release* setiap kali Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk mengadakan *event* besar atau meluncurkan promosi baru. Beberapa momen penting yang sempat penulis terlibat di antaranya adalah saat bulan Ramadan, perayaan *Valentine's Day*, serta saat hotel memperkenalkan menu baru atau promosi produk tertentu.

Dalam proses penyusunannya, penulis bertugas mengumpulkan poin-poin penting selama acara berlangsung, mulai dari susunan kegiatan, tamu yang hadir, hingga pesan utama yang ingin disampaikan kepada publik. Poin-poin ini kemudian dirangkum dan disusun menjadi kerangka awal *press release* yang lebih terstruktur. Meskipun penulis belum menulis versi finalnya secara langsung, hasil kerja ini menjadi dasar penting yang kemudian akan diteruskan ke supervisor untuk ditinjau lebih lanjut.

Setelah dilakukan pengecekan oleh supervisor—baik dari sisi isi, gaya bahasa, maupun ketepatan informasi—*press release* yang sudah final akan dikirimkan ke berbagai media nasional seperti Kompas, Femina, Tempo, dan beberapa platform media lainnya. Tujuan dari pengiriman ini adalah agar informasi mengenai kegiatan atau promosi yang sedang berlangsung di Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk bisa sampai ke target pasar dengan cara yang lebih profesional dan terverifikasi.

Melalui pengalaman ini, penulis belajar bahwa menyusun *press release* bukan hanya soal menulis, tetapi juga tentang menyampaikan informasi secara akurat dan strategis. Penulis juga menjadi lebih terbiasa bekerja dengan tenggat waktu, serta memahami pentingnya detail dalam setiap informasi yang akan dipublikasikan ke publik.



Gambar 3.11 Photoshoot dan videoshoot



Gambar 3.12 Photoshoot produk



Gambar 3.13 Videoshoot promo Easter

Selain tugas administratif dan penyusunan materi komunikasi, penulis juga turut dilibatkan dalam proses pelaksanaan *photoshoot* dan *videoshoot* yang dilakukan oleh tim Marketing Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Kegiatan ini biasanya dilakukan dalam rangka memperkenalkan promo terbaru, menu baru, atau kampanye visual yang akan ditayangkan di media sosial maupun materi promosi lainnya.

Dalam kegiatan ini, peran penulis cukup beragam, tergantung dari kebutuhan di lapangan. Untuk sesi *photoshoot* dan *videoshoot* internal, penulis membantu tim marketing dalam menyiapkan segala kebutuhan teknis maupun estetis. Beberapa tugas yang biasa dilakukan antara lain membantu menata letak produk agar tampil menarik di kamera, mengatur pencahayaan agar hasil visual lebih maksimal, serta sesekali menjadi model tangan jika dibutuhkan untuk memperlihatkan produk secara lebih nyata dan humanis. Pengalaman ini membuat penulis menyadari bahwa proses kreatif di balik sebuah konten visual memerlukan perhatian terhadap detail yang sangat tinggi dan kerja sama tim yang solid.

Setelah seluruh foto dan video selesai diambil oleh tim internal, penulis juga diberi tanggung jawab untuk mengirimkan hasil dokumentasi tersebut kepada *Director of Marketing*. Proses pengiriman ini sangat penting karena menjadi bagian dari tahap validasi sebelum konten dipublikasikan atau dilanjutkan ke tahap berikutnya. Jika hasil yang dikirimkan sudah sesuai dan disetujui, maka proses dapat berlanjut ke tahap desain atau distribusi konten. Namun, apabila terdapat revisi, arahan baru, atau ketidaksesuaian terhadap standar visual yang ditetapkan, penulis harus segera mengomunikasikan hal tersebut kepada tim internal dan berdiskusi untuk melakukan penyesuaian sesuai dengan masukan yang diberikan oleh *Director of Marketing*.

Melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan ini, penulis mendapatkan banyak pembelajaran baru, terutama tentang bagaimana proses kreatif berjalan dalam dunia industri perhotelan. Tidak hanya soal estetika visual, tetapi juga pentingnya ketepatan informasi, konsistensi branding, dan kemampuan untuk merespons arahan dengan cepat dan tepat. Pengalaman ini juga membantu penulis untuk menjadi lebih teliti, terorganisir, serta terbiasa bekerja dalam tekanan waktu yang sering kali cukup ketat.

Dalam strategi pemasarannya, *Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk* menjadikan kolaborasi dengan *KOL (Key Opinion Leader)* sebagai salah satu pendekatan yang cukup efektif untuk memperkenalkan produk dan jasa yang

ditawarkan. Penggunaan KOL dalam kegiatan promosi bukan hanya sekadar tren, tetapi sudah menjadi bagian penting dari strategi komunikasi yang lebih personal dan menjangkau langsung target pasar melalui platform media sosial.

Selama masa magang, penulis diberi kepercayaan untuk terlibat langsung dalam proses awal kolaborasi dengan KOL. Salah satu tanggung jawab utama penulis adalah membuat daftar KOL yang sekiranya cocok dan relevan dengan citra serta target audiens Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Dalam menyusun daftar ini, penulis mempertimbangkan berbagai aspek, seperti bidang dari KOL (apakah fokus pada *lifestyle*, *food & beverage*, atau *hospitality*), jumlah pengikut, *engagement rate*, dan tentunya kesesuaian dengan nilai brand hotel.

Setelah daftar disusun, penulis akan mengajukan nama-nama tersebut kepada supervisor untuk mendapatkan persetujuan. Proses ini penting agar setiap KOL yang akan diajak kerja sama benar-benar mewakili citra profesional dan kualitas yang diinginkan oleh hotel. Jika nama-nama KOL sudah disetujui, penulis akan menghubungi mereka secara langsung. Biasanya, komunikasi awal dilakukan melalui *Direct Message (DM)* di *Instagram*, terutama jika belum memiliki kontak pribadi dari KOL tersebut. Namun, jika nomor telepon sudah tersedia, pendekatan bisa dilakukan melalui *WhatsApp* agar lebih cepat dan formal.

Dalam proses komunikasi ini, KOL umumnya akan memberikan respon dan mulai berdiskusi dengan penulis terkait waktu kunjungan yang sesuai dengan jadwal mereka. Penulis berperan sebagai penghubung antara pihak hotel dan KOL dalam proses negosiasi awal, mulai dari menentukan tanggal kedatangan hingga jumlah orang yang akan dibawa oleh KOL—apakah hanya datang sendiri, membawa pasangan, teman, atau tim konten mereka.

Setelah tanggal dan detail kehadiran dikonfirmasi, penulis memiliki tanggung jawab untuk menyusun informasi lengkap mengenai KOL tersebut. Informasi ini meliputi nama dan akun media sosial KOL, jenis produk atau layanan yang akan dicoba (misalnya menu baru di restoran hotel, fasilitas kamar, atau treatment spa), serta jumlah orang yang akan hadir. Seluruh informasi ini kemudian

diajukan kepada pihak manajemen hotel untuk mendapatkan izin dan penjadwalan internal.

Kegiatan ini mengajarkan penulis banyak hal, terutama mengenai bagaimana membangun komunikasi yang profesional dengan pihak eksternal, menjaga citra brand dalam setiap interaksi, serta pentingnya ketelitian dalam mencatat dan menyampaikan informasi secara akurat. Selain itu, penulis juga belajar tentang dinamika kerja sama dengan KOL, yang tidak selalu bisa diprediksi dan sering kali memerlukan fleksibilitas serta pemahaman terhadap kebutuhan kedua belah pihak.

Pengalaman ini menjadi salah satu hal yang paling berkesan selama menjalani masa magang, karena penulis benar-benar merasa dilibatkan secara langsung dalam proses nyata dari strategi pemasaran yang dijalankan oleh hotel. Kerjasama apa yang akan dilakukan, tanggal berapa mereka akan datang, dimana mereka akan datang serta hal yang akan didapatkan oleh Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk dari kedatangan KOL tersebut.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam menjalani kegiatan magang di Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, penulis merasakan banyak sekali pengalaman berharga yang menjadi pembelajaran baru sekaligus menjadi kesempatan untuk menerapkan teori-teori yang telah didapatkan selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia kerja. Melalui berbagai aktivitas di lapangan, penulis mulai memahami bagaimana strategi pemasaran dijalankan secara langsung dalam industri perhotelan yang dinamis dan kompetitif. Namun, di balik semua pembelajaran yang diperoleh, tentu saja kegiatan magang ini tidak lepas dari tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh penulis dalam menjalankan tugas-tugasnya sehari-hari.

Salah satu kendala yang cukup sering dihadapi oleh penulis adalah dalam hal pengumpulan dan pengelolaan materi visual untuk konten media sosial, khususnya

dalam bentuk foto. Pada awal masa magang, penulis mengalami kesulitan dalam menemukan dan mengakses foto-foto dokumentasi milik Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Hal ini disebabkan oleh sistem penyimpanan internal berupa folder-folder yang tidak tersusun dengan rapi, sehingga menyulitkan proses pencarian file. Waktu yang seharusnya bisa digunakan untuk proses editing dan perencanaan konten pun akhirnya tersita hanya untuk memilah-milah folder demi menemukan materi yang sesuai.

Selain itu, tantangan lainnya juga muncul dari terbatasnya dokumentasi aktivitas dari para KOL (*Key Opinion Leader*) yang pernah bekerja sama dengan Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Tidak semua KOL secara aktif membagikan pengalaman mereka selama berada di hotel melalui media sosial, atau bahkan jika ada, tidak semua konten tersebut dapat diakses dan digunakan untuk keperluan promosi ulang. Hal ini menyebabkan penulis harus lebih kreatif dan aktif dalam mencari cara lain untuk mendapatkan visual yang dibutuhkan—termasuk dengan mengambil foto sendiri menggunakan kamera, mengatur ulang sesi dokumentasi, hingga mencari momen-momen yang bisa diabadikan secara langsung saat ada kegiatan di hotel.

Tantangan selanjutnya datang dari permintaan tim atasan, seperti supervisor maupun director, yang mengharapkan feed Instagram hotel memiliki tampilan visual yang konsisten dan estetik, terutama dalam hal warna dan urutan konten. Permintaan ini tentu menuntut penulis untuk memiliki sensitivitas estetika dan pemahaman akan tone branding dari hotel secara keseluruhan. Dalam praktiknya, penulis merasa cukup kesulitan untuk menyesuaikan satu per satu postingan agar tetap selaras secara visual, terutama karena keterbatasan materi yang tersedia dan waktu yang seringkali cukup terbatas.

Dari sisi non-teknis, penulis juga menghadapi tantangan dalam proses adaptasi terhadap lingkungan kerja di industri perhotelan, baik secara internal dengan tim marketing maupun secara lintas departemen. Sebagai seorang intern yang baru

terjun ke dunia perhotelan, penulis perlu waktu untuk memahami dinamika kerja antar divisi, budaya kerja yang berlaku, serta istilah-istilah khusus yang sering digunakan dalam komunikasi sehari-hari. Kesulitan dalam menjalin komunikasi efektif, bertukar informasi, serta memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan menjadi hambatan awal yang cukup signifikan. Namun, seiring berjalannya waktu dan melalui interaksi yang terus dibangun, penulis perlahan mulai bisa menyesuaikan diri dan meningkatkan kemampuan dalam bekerja sama dengan rekan-rekan kerja dari berbagai divisi.

Melalui kendala-kendala ini, penulis justru memperoleh pelajaran yang sangat penting mengenai pentingnya fleksibilitas, komunikasi yang efektif, inisiatif, serta kemampuan untuk bekerja secara mandiri dalam situasi yang serba cepat dan dinamis. Tantangan-tantangan tersebut menjadi bagian dari proses pembentukan mental dan profesionalisme penulis sebagai individu yang sedang mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja secara penuh di masa depan.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Menghadapi kendala selama kegiatan magang adalah hal yang penting untuk dapat penulis lakukan dengan baik, penulis juga harus banyak belajar dari setiap permasalahan yang terjadi selama kegiatan magang, karena apabila penulis dapat mengatasi seluruh masalah yang terjadi saat magang maka penulis akan mencapai keberhasilan dalam aktivitas magang nya. Berikut ini adalah hal-hal yang penulis lakukan dalam mengatasi kendala maupun tantangan:

Dalam melakukan pengambilan konten, biasanya penulis akan banyak berkonsultasi dengan supervise penulis maupun dengan tim marketing lain nya yang sudah lebih berpengalaman dalam mengambil foto atau video untuk hotel, selain itu penulis juga lebih aktif untuk mencari pengalaman dari KOL yang datang ke Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, tidak hanya itu tetapi setiap KOL yang datang juga akan diberikan sebuah *talking point* beserta dengan tenggat waktu untuk memposting kegiatan mereka selama di Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk. Penulis juga banyak menggunakan *Tools* seperti *Canva*, *Picsart* dan edit manual

untuk menyesuaikan warna dari postingan di social media Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk.

Selama masa magang, penulis juga banyak belajar untuk dapat menyesuaikan diri dengan tim *Marketing* maupun dengan departemen lain, penulis meluangkan waktu untuk banyak berbincang pada saat jam makan siang, penulis juga memilih untuk makan siang bersama dengan tim agar dapat mendengarkan serta membagikan cerita masing-masing, penting juga bagi penulis untuk memahami sudut pandang dari setiap orang dari berbagai departemen. Dalam berkomunikasi, penulis juga lebih banyak menerapkan struktur Bahasa yang jelas sehingga dapat dimengerti dan dipahami oleh orang lain.