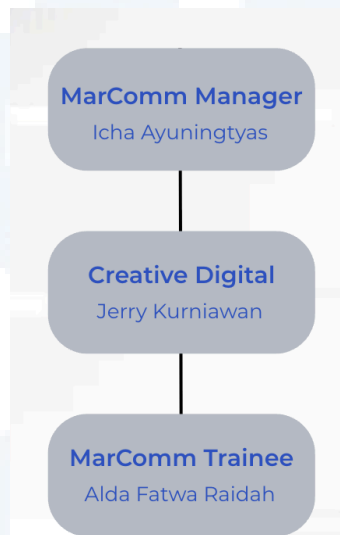


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada pelaksanaan kerja magang, penulis berkesempatan untuk melaksanakan magang di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, yang berlokasi di Tangerang Selatan. Penulis melaksanakan magang pada posisi Marketing Communication Trainee, di bawah bimbingan langsung oleh Riza Ayuningtyas selaku Marketing Communication Manager.



Gambar 3.1 Struktur Marketing Communication

Sumber : Data Perusahaan

Selama menjalani masa magang, penulis menjadi bagian dari tim Marketing Communication yang terdiri dari tiga orang, yaitu Riza Ayuningtyas sebagai Marketing Communication Manager, Jerry Kurniawan sebagai Creative Digital Marketing, dan penulis sendiri sebagai Marketing Communication Trainee. Dalam pelaksanaan tugas sehari-hari, penulis berkoordinasi langsung dengan Riza Ayuningtyas untuk mendapatkan arahan kerja serta melakukan diskusi dan kolaborasi bersama Jerry Kurniawan dalam proses produksi konten visual dan kebutuhan komunikasi digital lainnya.

Selama melakukan tanggung jawab sebagai *Marketing Communication Trainee*, penulis juga diberikan kepercayaan untuk membantu tim sales untuk sales call dan membantu Wedding Sales Manager, Cynthia Deviana, untuk mengelola akun DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya pada platform Weddingku dan BrideStory.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Berikut merupakan tugas yang dilakukan penulis selama 640 jam kerja magang di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya :

No	Tugas	Divisi	Koordinasi	Frekuensi
1.	Mengelola Instagram	<i>Marketing Communication</i>	Riza Ayuningtyas & Jerry Kurniawan	Rutin
2.	<i>Copywriting</i>	<i>Marketing Communication</i>	Riza Ayuningtyas & Jerry Kurniawan	Rutin
3.	Merancang dan Menjalankan <i>Campaign</i>	<i>Marketing Communication</i>	Riza Ayuningtyas & Jerry Kurniawan	Rutin
4.	<i>KOL Management</i>	<i>Marketing Communication</i>	Riza Ayuningtyas & Jerry Kurniawan	Rutin
5.	<i>Video Editing</i>	<i>Marketing Communication</i>	Riza Ayuningtyas &	Rutin

			Jerry Kurniawan	
6	<i>Digital Menu Formatting & Design</i>	<i>Marketing Communication</i>	Riza Ayuningtyas & Jerry Kurniawan	Rutin
7.	Mengelola platform website wedding	<i>Sales & Marketing</i>	Cynthia Deviana	Non-Rutin
8.	<i>Sales call</i>	<i>Sales & Marketing</i>	Cynthia Deviana	Non-Rutin
9.	Menyiapkan kebutuhan <i>Wedding Event</i>	<i>Sales & Marketing</i>	Cynthia Deviana	Non-Rutin

Tabel 3.1 Tugas Utama dan Tugas Tambahan

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Dalam melaksanakan proses kerja magang pada divisi *Marketing Communication* di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, penulis mengerjakan beberapa pekerjaan baik yang menjadi tugas utama maupun tugas tambahan. Berikut uraian secara rinci mengenai pekerjaan yang penulis lakukan selama proses kerja magang berlangsung.

1.) Tugas Utama

a. Mengelola Instagram DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya

Instagram merupakan *platform* media sosial yang digunakan oleh banyak orang, dimulai dari anak-anak, remaja, dewasa dan hingga beberapa orang tua juga saat ini menggunakan aplikasi ini untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan (Yulianti et al., 2023). Diantara berbagai *platform* media sosial yang

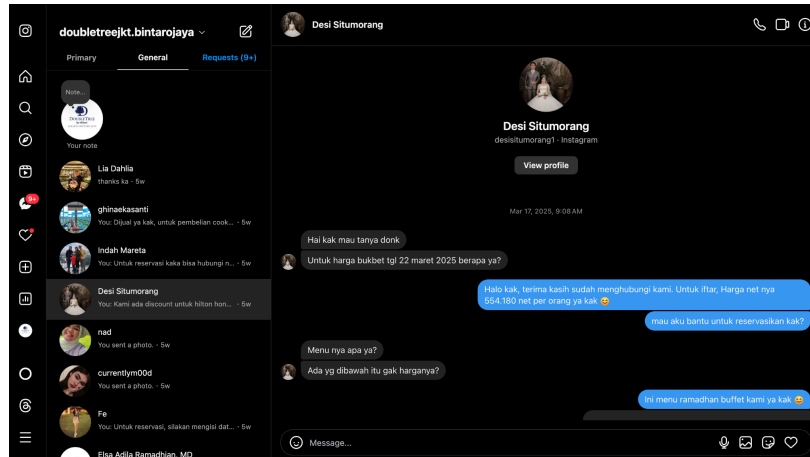
tersedia pada saat ini, Instagram dinilai sebagai salah satu yang paling populer karena kemampuannya dalam menyampaikan informasi melalui visual gambar, yang dianggap lebih efektif dibandingkan hanya menggunakan teks saja (Rahmah et al., 2022). Visual memiliki kekuatan untuk membentuk kedisiplinan publik melalui penekanan pada prinsip-prinsip estetika serta penerapan praktik-praktik kreatif (Saputra, 2021). Oleh karena itu, promosi melalui media sosial terutama berbasis visual seperti Instagram menjadi sangat efektif, karena mampu menarik perhatian audiens sekaligus membentuk persepsi dan kebiasaan konsumsi publik melalui tampilan yang estetis dan kreatif.

Selama menjalani kegiatan kerja magang, penulis memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan media sosial Instagram resmi DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, khususnya dalam aspek komunikasi dan konten. Tugas utama penulis adalah membalas pesan yang masuk melalui Direct Message (DM) Instagram setiap harinya. Penulis bertanggung jawab untuk memberikan respon yang cepat dan membantu menjawab pertanyaan dari calon tamu maupun tamu yang telah menginap.



Gambar 3.2 Kegiatan membalas Direct Message Instagram

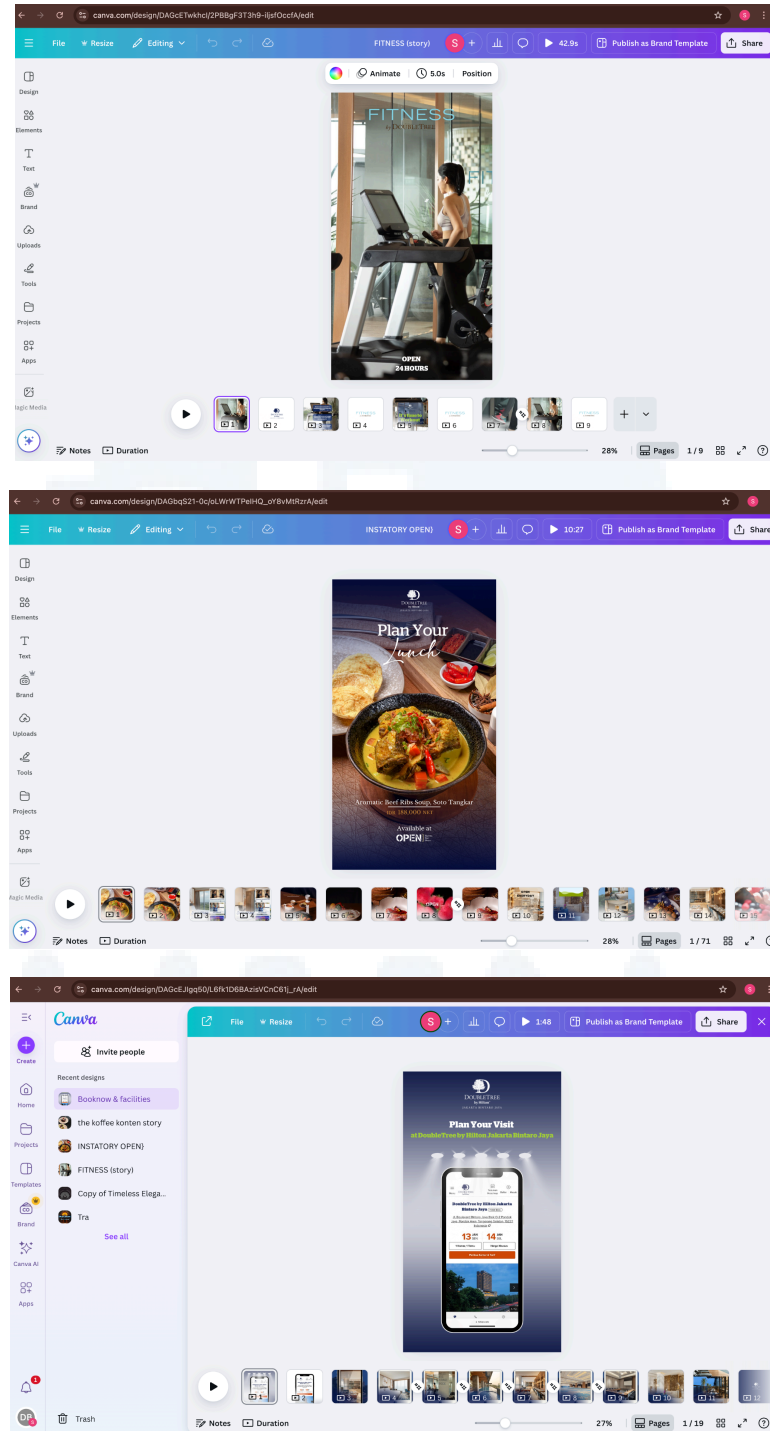
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.3 Bukti Penulis membalas Direct Message Instagram

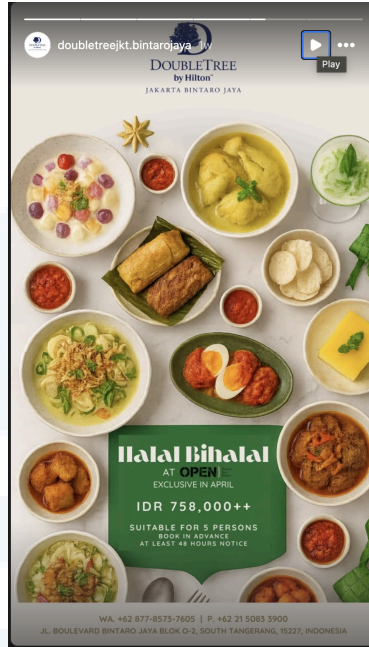
Sumber : Dokumentasi Pribadi

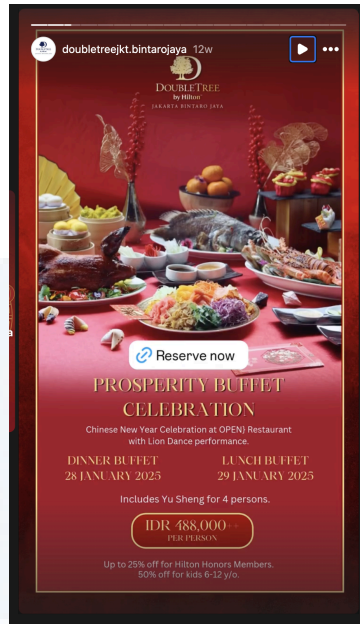
Penulis juga secara rutin melakukan unggahan Instagram Story setiap hari, termasuk mengedit dan menyiapkan konten yang akan dipublikasikan seperti konten room, OPEN} Restaurant, fasilitas hotel, THE KOFFEE, maupun informasi promosi yang sedang berjalan. Penulis biasanya membuat stok konten story untuk beberapa hari kedepan agar proses unggahan lebih terstruktur dan efisien. Selain itu, penulis juga berperan di dalam mengedit beberapa postingan untuk feed Instagram, dalam format carousel, mulai dari memilih foto atau video yang akan digunakan, menyusun urutan konten agar menarik, hingga menyesuaikan desain visual agar konsisten dengan identitas brand DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya.



**Gambar 3.4 Bukti penulis membuat konten untuk di posting di Instagram Story
DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya**

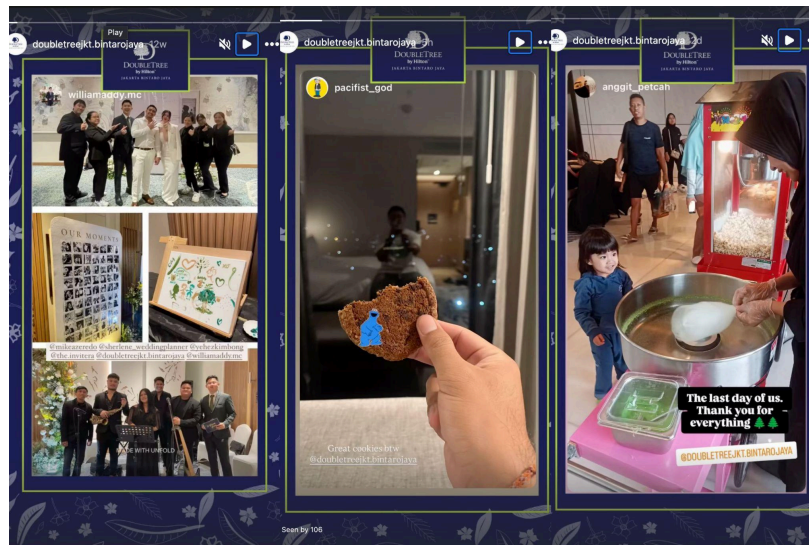
Sumber : Dokumentasi Pribadi





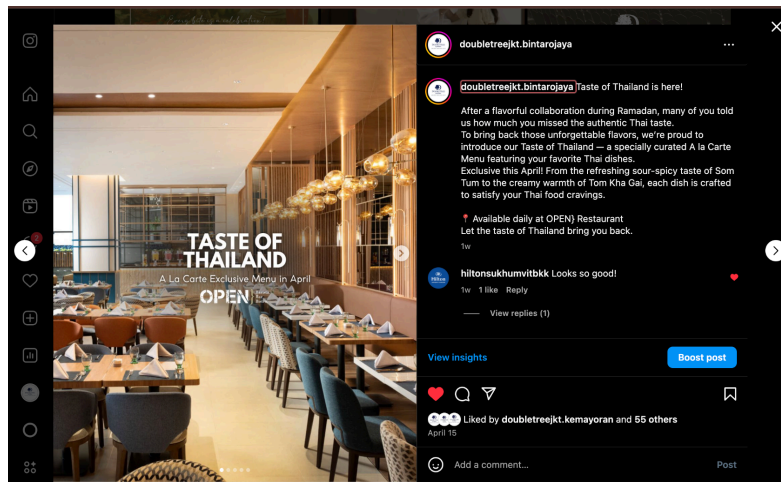
Gambar 3.5 Bukti Promosi yang penulis posting secara berkala saat promosi sedang berjalan

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.6 Bukti kegiatan repost Instagram Story tamu yang menggunakan frame resmi DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.7 Salah satu bukti hasil editan penulis untuk konten di Instagram DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya

Sumber : Dokumentasi Pribadi

b. Copywriting

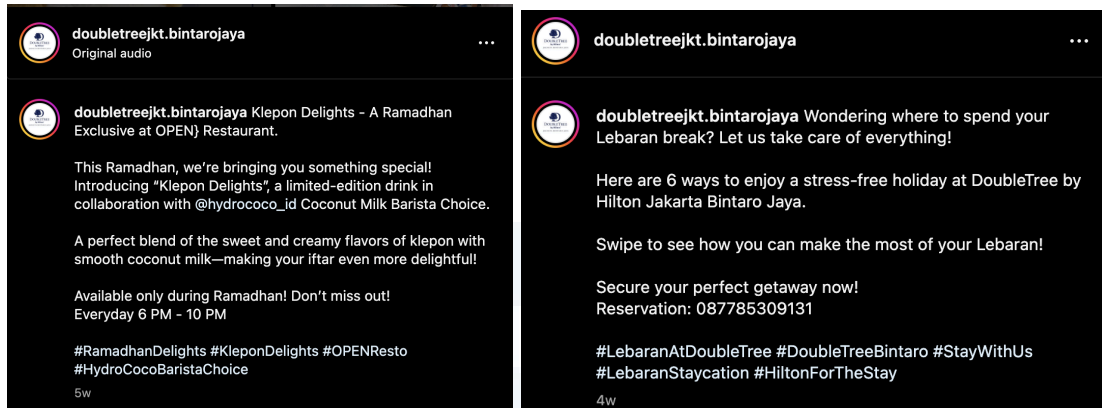
Copywriting merupakan keterampilan dari merangkai kata secara kreatif sehingga menghasilkan elemen yang mampu memberikan daya tarik persuasif. Teknik *copywriting* ini memiliki hubungan yang kuat dengan aktivitas promosi sebagai bagian dari strategi *branding*. Penguasaan teknik *copywriting* menjadi salah satu faktor penting dalam keberhasilan penjualan. Tanpa *copywriting*, unggahan di media sosial akan kurang menarik perhatian dari audiens (Maulana et al., 2022)

Dalam *copywriting*, penulis memiliki tanggung jawab untuk membuat caption pada berbagai unggahan di akun Instagram DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. Penulis menyusun caption tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memastikan informasi yang disampaikan kepada audiens tersampaikan dengan jelas dan efektif, sekaligus tetap mencerminkan identitas brand yang elegan dan profesional. Penulis juga berusaha untuk membangun koneksi emosional dengan audiens yang bertujuan untuk meningkatkan interaksi dan engagement.

Selain menyusun caption, penulis juga berperan dalam membuat tagline atau headline singkat yang sering kali digunakan di dalam konten visual, terutama pada Instagram Story. *Tagline* ini biasanya penulis sesuaikan dengan apa yang sedang ingin dipromosikan. Dengan demikian, setiap konten visual yang diunggah di Instagram Story tidak hanya memberikan informasi saja, tetapi juga memperkuat pesan keseluruhan yang ingin disampaikan oleh brand DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya.

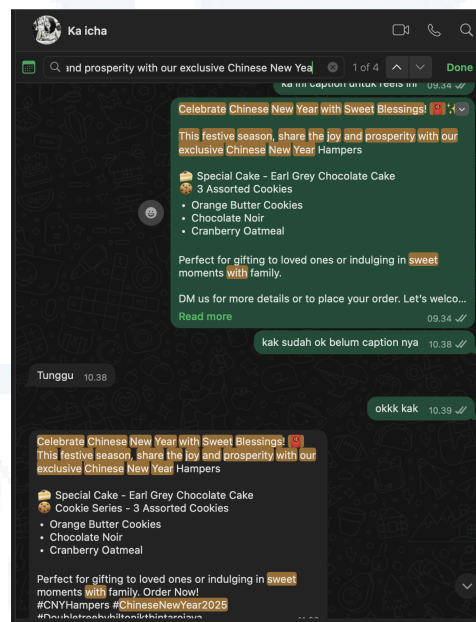
Dalam *copywriting*, penulis memiliki tanggung jawab untuk membuat caption di beberapa unggahan di Instagram DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. penulis menyusun caption yang menarik, informasi tersampaikan, dan sesuai dengan identitas brand. Caption yang penulis buat biasanya tidak hanya berisikan informasi saja, tetapi juga penulis rancang untuk membangun koneksi emosional dengan audiens dan meningkatkan engagement. Pada proses pembuatan caption, penulis selalu mengajukan caption yang penulis sudah buat kepada supervisor untuk mendapatkan persetujuan sebelum di publikasi. Jika caption itu sudah sesuai dan disetujui, maka caption tersebut bisa langsung diunggah. Namun, jika ada feedback atau revisi yang diperlukan, penulis akan melakukan perbaikan sesuai dengan arahan dari supervisor.

Selain menyusun caption, penulis juga membuat tagline atau headline singkat yang biasanya digunakan di dalam konten visual yang akan penulis unggah di Instagram Story.



Gambar 3.8 Caption yang sudah penulis buat dan sudah di unggah di Instagram DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya.

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.9 Bukti percakapan penulis dengan supervisor terkait pengajuan dan persetujuan caption sebelum dipublikasikan di Instagram

Sumber : Dokumentasi Pribadi

c. Merancang dan Menjalankan *Campaign*

Campaign merupakan rangkaian aktivitas komunikasi yang disusun secara sistematis dengan tujuan untuk memberikan pengaruh tertentu kepada target audiens secara konsisten dalam kurun waktu tertentu. Adapun tujuan yang ingin dicapai melalui kegiatan *campaign* adalah membangun kesadaran, menumbuhkan pemahaman, memberikan pemahaman yang lebih mendalam, serta mendorong dan memotivasi audiens untuk mengambil tindakan sesuai dengan pesan yang disampaikan di dalam suatu *campaign* (Rosady, 2006).

Menurut Charles U. Larson, dalam Normawati, Maryam, S., & Priliantini (n.d.), ada tiga jenis *campaign*, yaitu :

1. *product-Oriented Campaigns*

Campaign ini umumnya dilakukan di dalam lingkungan bisnis *commercial* untuk mempromosikan suatu produk baru. Motivasi yang mendasari nya ialah memperoleh keuntungan *financial*.

2. *Candidate -Oriented Campaigns*

Campaign ini biasanya digunakan untuk pemilihan umum atau politik untuk memenangkan dukungan dari masyarakat terhadap seorang kandidat.

3. *Ideologically or Cause-Oriented Campaign*

Campaign ini memiliki tujuan untuk mengubah perilaku dan sikap masyarakat luas terhadap masalah sosial atau isu tertentu.

Dari ketiga jenis *campaign* tersebut, *campaign* yang paling relevan dan sesuai dengan kegiatan yang penulis jalani selama kerja magang adalah *Product-oriented campaigns*. Hal ini dikarenakan seluruh dari aktivitas *campaign* yang penulis rancang dan jalankan berfokus kepada promosi produk atau layanan yang ada di hotel, seperti restoran, event spesial, hingga penawaran kamar. Hal ini memiliki tujuan untuk meningkatkan ketertarikan konsumen serta memberikan dampak terhadap keuntungan finansial perusahaan.

Selama menjalankan program kerja magang sebagai *Marketing Communication* di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, penulis terlibat langsung di dalam perancangan dan pelaksanaan berbagai campaign promosi. Penulis menjalankan campaign *Prosperity Buffet Celebration* dalam rangka menyambut *Chinese New Year*. campaign ini berlangsung pada tanggal 28 Januari 2025 untuk *Dinner Buffet* dan 29 Januari 2025 untuk *Lunch Buffet* di OPEN} Restaurant. Acara dibuka dengan penampilan *Lion Dance* di Lobby Hotel.



Gambar 3.10 Penampilan *Lion Dance* di Lobby Hotel

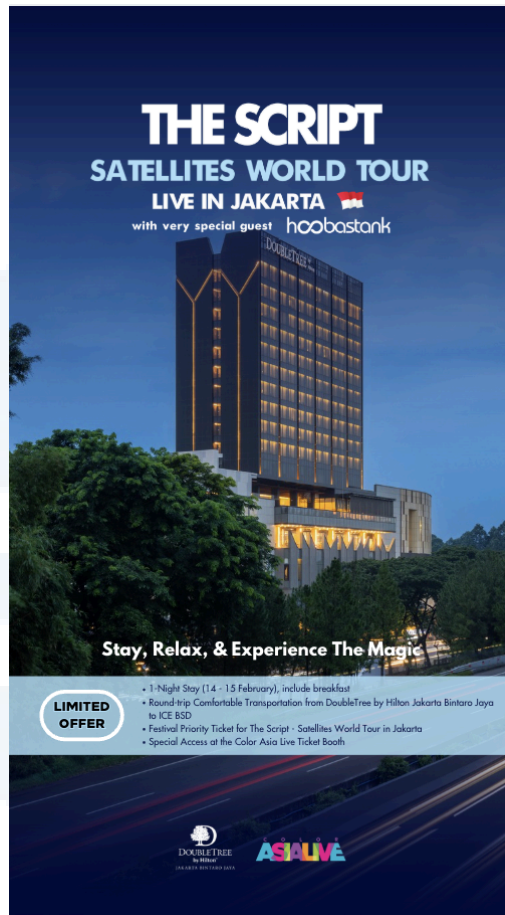
Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada saat campaign ini berjalan, penulis bertanggung jawab pada bagian promosi digital di Instagram DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, termasuk mengedit video dari hasil *Photoshoot* dan *Video Shoot* untuk di unggah di Instagram. Selain itu, penulis juga membantu mencatat dan meneruskan reservasi yang masuk via *Direct Message* Instagram kepada tim OPEN} Restaurant. Pada hari saat acara berlangsung, penulis melakukan *video shoot buffet* secara langsung di OPEN} Restaurant dan mengunggahnya dalam bentuk *live report* di Instagram *Story* DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya.

Campaign selanjutnya pada pertengahan bulan Januari, DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya menjalin kerja sama dengan promotor konser The Script bernama Color Asia Live. Di dalam kerja sama tersebut, terdapat bintang tamu spesial yaitu Hoobastank, yang selama berada di Jakarta menginap di Hotel DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. Selain itu, pada hari konser yang berlangsung pada tanggal 14 Februari 2025 di ICE BSD, pihak hotel mendapatkan kesempatan untuk membuka *booth* promosi di area konser serta menayangkan *video profile* hotel selama acara berlangsung.

Penulis diberikan tanggung jawab untuk mempromosikan *Special Concert Package* yang dibuat khusus untuk momen konser The Script. Paket tersebut terdiri dari menginap 1 malam di hotel, mendapatkan 1 *Festival Priority Ticket*, serta diberikan *layanan* shuttle langsung dari hotel menuju lokasi konser di ICE BSD. Promosi ini dimulai pada tanggal 20 Januari 2025.





Gambar 3.11 Poster promosi kolaborasi dengan promotor The Script

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Selama *campaign* berlangsung, tim MarComm juga mengadakan *giveaway* pada tanggal 27 Januari 2025 yang akan membagikan dua tiket *festival priority*. Penulis diberikan tanggung jawab untuk melakukan pencatatan dan melakukan pemantauan harian terhadap jalannya *giveaway* tersebut. Tugas penulis meliputi pencatatan peserta yang mengikuti *giveaway*, melihat tingkat interaksi mereka di akun Instagram hotel seperti komentar dan likes, serta melakukan verifikasi apakah peserta sudah memenuhi persyaratan yang ditentukan. Untuk

mempermudah proses pemantauan, penulis membuat daftar rekapitulasi menggunakan Google Sheets.

The screenshot shows a Google Sheet titled "GIVEAWAY LISTING" with a menu bar (File, Edit, View, Insert, Format, Data, Tools, Extensions, Help) and a storage notification. The sheet contains a table with the following data:

Tr	USERNAME IG	POSTING STORY	COMMENT & TAG	FOLLOW IG	NOTES
2	@sanayu_s	YES	YES	YES	komen di postingan
3	@patrickpradipradik	YES	YES	YES	
4	@aprilil_49	YES	YES	YES	boom likes ig post story terus
5	@rafelaa.id	YES	YES	YES	
6	@diyaana93	YES	YES	YES	
7	@devpages_	YES	YES	YES	
8	@syaf_tajar248	YES	YES	YES	
9	@nadiarahmani	YES	YES	YES	boom likes dan komen di beberapa postingan lain
10	@ariaapiandari	YES	YES	YES	
11	@instarkmlyd	YES	YES	YES	
12	@jowgrc	YES	YES	YES	
13	@fmb_gallery	YES	YES	YES	
14	@mcaesilla	YES	YES	YES	
15	@nicoputra	YES	NO	YES	dia komen tapi bukan ngetag orang tapi cuma reply comment
16	@music_travel_concert	YES	YES	YES	
17	@deahunny30	YES	YES	YES	
18	@shetadella	YES	YES	YES	followers nya 43,4k

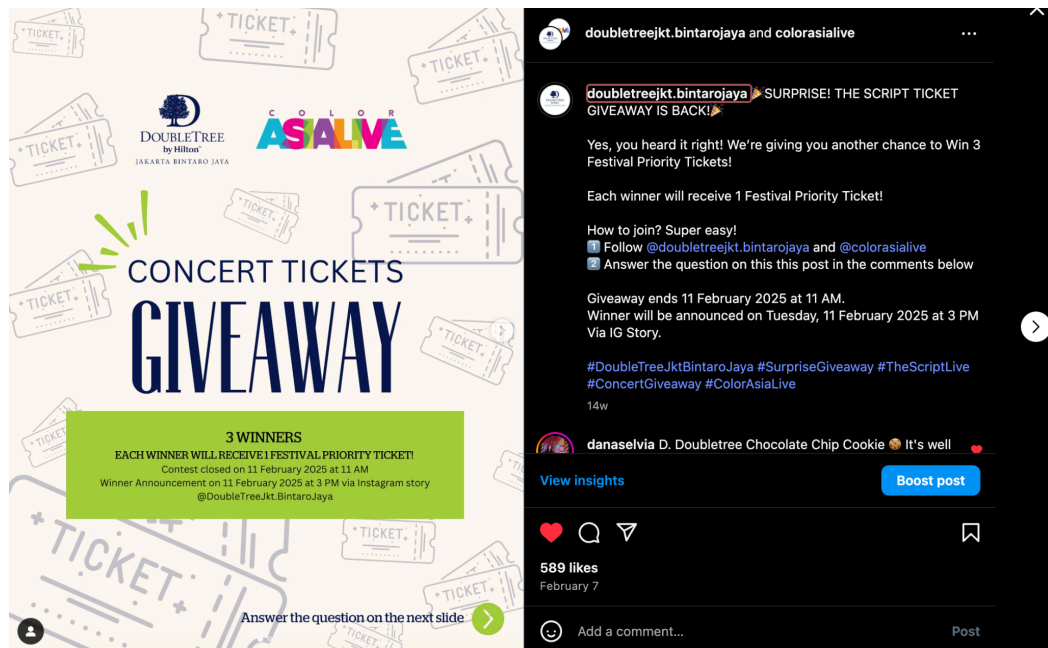
Gambar 3.12 Pencatatan peserta yang mengikuti *giveaway*

Sumber : Data pribadi

Pemenang *giveaway* dilakukan pada tanggal 2 Februari 2025. Penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat *wheel of name* untuk mengundi pemenang. Setelah pemenang sudah ditentukan, penulis membantu proses pengumpulan data dari para pemenang sebagai syarat untuk penukaran tiket, seperti alamat email dan foto KTP dari pemenang.

Setelah itu, diadakan Kembali *giveaway* kolaborasi dengan Instagram Color Asia Live selaku promotor konser The Script. Pada *giveaway* kali ini, jumlah peserta *giveaway* sebanyak 406 orang. Berbeda dengan *giveaway* sebelumnya peserta hanya berjumlah 18 orang. Penulis diberikan tanggung jawab untuk mencatat seluruh nama peserta, mencetak nama tersebut, menggunting nama tersebut, dan memasukkannya ke dalam wadah untuk proses pengundian.

Pengumuman pemenang kali ini dilakukan secara Live di Instagram DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya.



Gambar 3.13 Giveaway kedua kolaborasi dengan Color Asia Live

Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Penulis juga membantu dalam proses pengumuman secara live di Instagram hotel. Setelah pemenang ditentukan, penulis selanjutnya menghubungi para pemenang untuk mengumpulkan dokumen persyaratan penukaran tiket dan penulis juga memberikan informasi terkait regulasi dari penukaran tiket tersebut.



Gambar 3.14 Pengumuman *giveaway* kedua di *live* Instagram

Sumber : Dokumentasi Perusahaan

Campaign berikutnya adalah Valentine's Day Campaign. Penulis ikut berkontribusi di dalam kegiatan photo dan video taking, serta melakukan proses editing untuk kemudian diunggah di akun instagram DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. penulis juga membantu menjawab pesan masuk dari pelanggan yang menanyakan mengenai Valentine's Dinner tersebut. Saat acara berlangsung pada tanggal 14 Februari 2025, karena dua anggota tim lainnya bertugas di lokasi berbeda, penulis mengambil alih peran untuk mendokumentasikan suasana dinner tersebut dan kemudian diunggah sebagai live report di Instagram Story Hotel.



Gambar 3.15 Penulis mendokumentasikan sebelum acara valentine's dimulai

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada akhir bulan Februari, penulis bersama tim MarComm fokus mempersiapkan campaign Ramadhan. Keunikan pada campaign ini adalah DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya mengundang langsung dua chef dari DoubleTree by Hilton Phuket Banthai untuk menghadirkan sensasi kuliner khas Thailand pada bulan Ramadhan di OPEN} Restaurant. Campaign ramadhan ini bernama "Symphony of Flavors".



Gambar 3.16 Foto bersama dengan Chef dari Thailand

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Sebelum memasuki bulan Ramadhan, pada 26 Februari penulis dan tim mengadakan acara Ramadhan Menu Launching. Di dalam acara ini, penulis diberikan tanggung jawab untuk mengundang beberapa influencer untuk turut hadir dan membantu mempromosikan menu Ramadhan di OPEN} Restaurant. Penulis bertanggung jawab untuk mencari dan menghubungi 20 influencer yang relevan untuk hadir di dalam acara Ramadhan Menu Launching. Proses ini meliputi mencari influencers yang sesuai dengan kriteria, mencari nomor kontak yang bisa dihubungi, hingga konfirmasi kehadiran. Setelah proses tersebut, penulis membantu menyiapkan listing nama influencer untuk keperluan table name.



Gambar 3.17 Menyiapkan *Table Name* untuk influencer saat Ramadhan Menu Launching

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Menjelang acara berlangsung, penulis melakukan pengecekan langsung ke OPEN} restaurant, mengambil video beberapa hidangan yang akan disajikan, dan kemudian melakukan proses editing video untuk diunggah ke akun Instagram resmi DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. Saat acara berlangsung, penulis menyambut para tamu undangan, khusus nya para influencer, serta melakukan interaksi langsung untuk mengetahui kesan mereka terhadap menu yang disajikan. Selain itu, penulis juga memberikan press release kepada tamu undangan sebagai bagian dari kegiatan promosi. Setelah acara selesai, penulis diberikan tanggung jawab untuk memastikan bahwa influencer yang hadir melakukan unggahan sesuai dengan tanggal yang telah disepakati sebagai bagian dari kerjasama promosi ini.



Gambar 3.18 Penulis sedang berinteraksi langsung dengan influencers

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada bulan April, *campaign* yang dijalankan yaitu *Easter Sunday Brunch*. Dalam kegiatan ini, penulis diberikan tanggung jawab untuk membantu proses *photoshoot* dan *video shoot* yang akan digunakan sebagai materi pada poster promosi.



Gambar 3.19 Proses *photoshoot* dan *Video Shoot Easter Sunday Brunch*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Penulis juga bertanggung jawab dalam kegiatan promosi melalui media sosial, antara lain dengan mengunggah konten di *Instagram Story* dan *Instagram Feed*. tidak hanya itu, penulis turut membantu dalam merespons pesan-pesan yang masuk terkait reservasi tempat melalui *direct message* (DM) Instagram. Pesan-pesan tersebut kemudian diteruskan oleh penulis kepada tim OPEN} Restaurant.

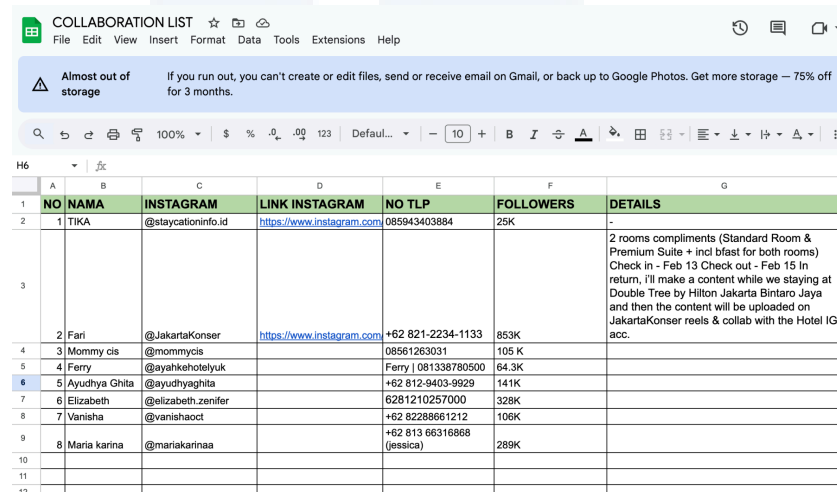
d. *KOL Management*

Key Opinion Leader (KOL) merupakan individu yang memiliki pengaruh besar, sehingga setiap tindakan maupun pernyataan mampu menarik perhatian dan membantu opini banyak orang (Baharsyam, 2022). Karena memiliki pengaruh yang besar terhadap pengikutnya, banyak perusahaan yang memilih bekerjasama dengan KOL dalam menyampaikan informasi mengenai produk mereka. KOL dianggap lebih efektif di dalam membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui konten yang dibagikan di akun media sosial pribadinya. Hal ini menjadikan kolaborasi dengan KOL sebagai bagian penting di dalam strategi promosi dan pemasaran digital (Permana et al., 2024).

Selama menjalankan kerja magang sebagai *Marketing Communication* di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, penulis diberikan tanggung jawab untuk menangani kegiatan KOL (*Key Opinion Leader*) *Management* sebagai bagian dari promosi dan komunikasi yang akan mendukung berbagai *campaign* hotel. Dalam tugas ini, penulis bertanggung jawab untuk mencari dan mengelola kerjasama dengan para influencer yang sesuai dengan kebutuhan *campaign* yang sedang berjalan.

Pencarian influencer dilakukan melalui platform Instagram dan TikTok, dengan memperhatikan beberapa kriteria seperti jumlah pengikut, kualitas *insight*, banyaknya viewers pada konten mereka, serta tingkat keaktifan para pengikutnya. Selain itu, penulis juga menerima banyak *direct message* (DM) dari influencer

yang mengajukan kerja sama atau sistem barter melalui akun Instagram resmi DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. untuk setiap influencer yang mengajukan kerjasama, penulis mencatat nama akun Instagram influencer tersebut, berapa pengikut nya, dan nomor telepon yang bisa dihubungi. Data ini kemudian disusun menjadi *list* influencer yang sewaktu-waktu dapat dihubungi ketika diperlukan untuk mendukung *campaign* tertentu.



NO	NAMA	INSTAGRAM	LINK INSTAGRAM	NO TLP	FOLLOWERS	DETAILS
1	TIKA	@staycationinfo.id	https://www.instagram.com/staycationinfo.id	085943403884	25K	-
2	Fari	@JakartaKonser	https://www.instagram.com/JakartaKonser	+62 821-2234-1133	853K	2 rooms compliments (Standard Room & Premium Suite + incl blast for both rooms) Check in - Feb 13 Check out - Feb 15 In return, I'll make a content while we staying at Double Tree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya and then the content will be uploaded on JakartaKonser reels & collab with the Hotel IG acc.
3	Mommy cis	@mommycis		08561263031	105 K	
4	Ferry	@ayahkehatelyuk		Ferry 081338780500	64.3K	
5	Ayudhya Ghita	@ayudhyaghita		+62 812-9403-9929	141K	
6	Elizabeth	@elizabeth.zenifer		6281210257000	328K	
7	Vanisha	@vanishaoct		+62 82288661212	106K	
8	Maria karina	@mariakarinaa		+62 813 66316868 (jessica)	289K	

Gambar 3.20 Pencatatan influencer yang mengajukan kerjasama ke *Direct Message* Instagram DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya

Sumber : Data Pribadi

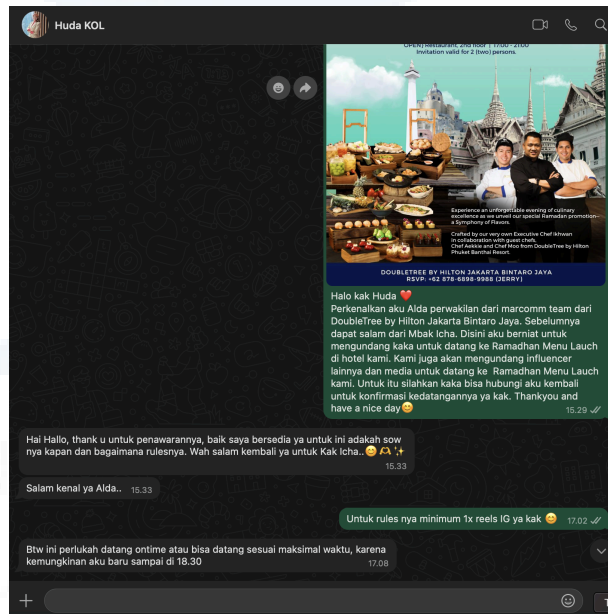
Pada saat proses pencarian para influencer, penulis selalu mendata informasi penting seperti nama akun, jumlah *followers* baik di Instagram maupun TikTok, serta nomor telepon yang dapat dihubungi. Data ini penulis kumpulkan untuk mempermudah proses seleksi. Setelah terkumpul cukup banyak data di dalam satu hari, penulis kemudian mulai menghubungi para influencer tersebut satu per satu untuk menawarkan kerja sama sesuai dengan *campaign* yang sedang berjalan.

	A	B	C	D	E
	NAME	IG - FOLLS	TikTok - FOLLS	CONTACT	TRACK
1	Duo Pengacara	@duopengacara - 120k		+62 819-4763-5101 - Shinta	Not Confirm
2	Yudha Pangestu	@yudhapangestu - 715k	@Yudhapangestu24 - 4.6M	087751675964 (Laelia)	Not Confirm
3	Serly		@oneblebigbite - 517.6k		Not Yet
4	Rachel	@rachierca - 2k @jessicarachela - 21.3k (junya dari ig)	@rachierca - 171.1k		In Progress
5	Nanda samsu	@mandasamsu - 2.7k	@mandasamsu - 77.8k	+6281230808024	In Progress
6	Tita	@christatita - 39.3k	@christatita - 310.5k	081905355647 - lassya	In Progress
7	Bely Culinary	@belyculinary - 77.9k	@belyculinary - 101.3k	081284663842 (Cindy)	Not Confirm
8	Adi	@makansamaci - 14.9k	@makansamaci - 46.6k	+62 877 7824 3130 (maureen)	Not Confirm
9	Jeffri Leo	@jdelicacy - 144k	@jdelicacy1 - 87.2k	jdelicacy@gmail.com	In Progress
10	Guma	@gumaeats - 7k	@gumaeats - 19.4k	085155238891	Not Confirm
11	Francisco Diaz	@foodbudgetid 98.9k	@foodbudgetid - 21k	+62 812 84324370.	Confirm
12	Jean	@jeansummy - 11.6k	@jeansummy - 24.7k	udah ci dm di tiktok (DM tiktok for ins)	In Progress
13	Rika Augusta	2k	@rickaugusta - 96.2k	dm for ins	In Progress
14	Pretty Kusnadi	@blessingnomy - 46.1k		085215599706	Confirm
15	Adynda Kemala	@adynktr - 60.6k		08117000393, (dari dm ig)	Confirm

Gambar 3.21 Data di Google Sheets pada saat proses pencarian influencer

Sumber : Data pribadi

Pada saat *campaign Ramadhan Menu Launching*, penulis mengirimkan undangan resmi kepada influencer terpilih, melengkapi informasi terkait acara seperti waktu pelaksanaan, serta merespons berbagai pertanyaan dari influencer tersebut. Penulis juga membuat daftar kedatangan di dalam Google Sheets



Gambar 3.22 Bukti saat penulis memberikan undangan kepada Influencer untuk datang ke *Ramadhan Menu Launching*

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Pada acara *Ramadhan menu launching*, tercatat sebanyak 17 influencer beserta pasangan atau rekan mereka hadir di dalam acara tersebut yang diselenggarakan pada bulan februari.

Kemudian, pada bulan April direncanakan akan diselenggarakannya *campaign Launching of Sunday Brunch*. Dalam *campaign* ini, penulis kembali melakukan pencarian influencer dengan kriteria yang sedikit berbeda, yaitu lebih fokus pada *food vlogger*, *mom-fluencer*, baik berhijab maupun tidak, serta pria maupun wanita. Proses pencarian influencer dilakukan dengan cara yang serupa seperti acara *Ramadhan Menu Launching*. Namun, satu minggu sebelum acara berlangsung, pihak internal memutuskan untuk menunda *campaign* yang sudah berjalan sebelumnya. Akibatnya sebanyak 17 influencer yang sebelumnya telah mengkonfirmasi kehadiran terpaksa dibatalkan partisipasinya oleh penulis.

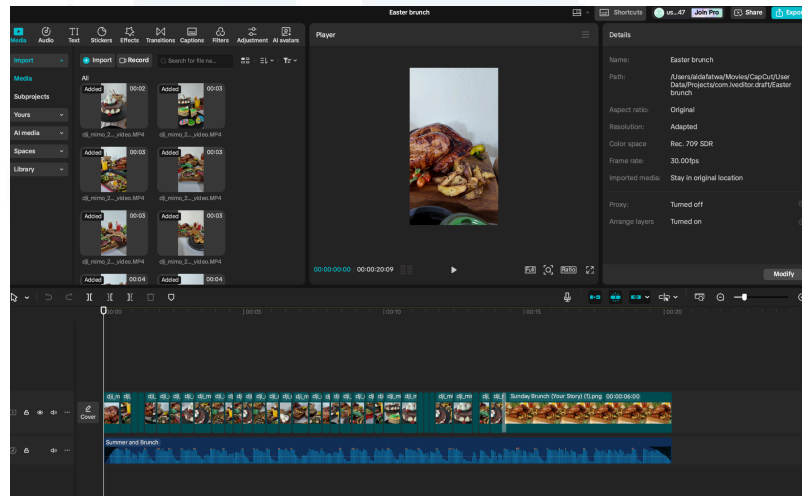
e. Video Editing

Video editor merupakan individu yang bertugas untuk memilih, menyusun, mengatur ulang, serta memodifikasi cuplikan video yang telah direkam agar dapat dirangkai menjadi sebuah alur cerita yang sesuai dengan konsep dan tujuan yang telah ditetapkan (Saragih, 2020). Seorang video editor memiliki tanggung jawab utama di dalam proses pengolahan materi video yang telah direkam sebelumnya. Tugasnya mencakup pemilihan potongan video yang relevan, penyusunan alur video tersebut, serta melakukan proses pengeditan visual dan audio untuk menghasilkan satu kesatuan video yang utuh.

Selama menjalani kerja magang di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, penulis diberikan tanggung jawab yang berkaitan dengan proses pengeditan video untuk keperluan konten media sosial atau promosi. Penulis mengelola konten video mulai dari proses pengambilan gambar hingga tahap akhir pengeditan. Video yang dibuat ini kemudian dipublikasikan melalui media sosial DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya seperti Instagram atau TikTok. Tujuan utama dari pembuatan konten video adalah untuk meningkatkan engagement

dengan audiens media sosial, memberikan variasi dalam materi promosi digital, serta menarik perhatian followers melalui konten yang kreatif.

Proses pembuatan konten video dimulai dengan pengambilan gambar yang dilakukan di berbagai lokasi dalam hotel. Lokasi ini disesuaikan dengan ketersediaan ruangan atau area yang ada. Setelah itu, penulis mengedit video menggunakan aplikasi CapCut atau Canva.

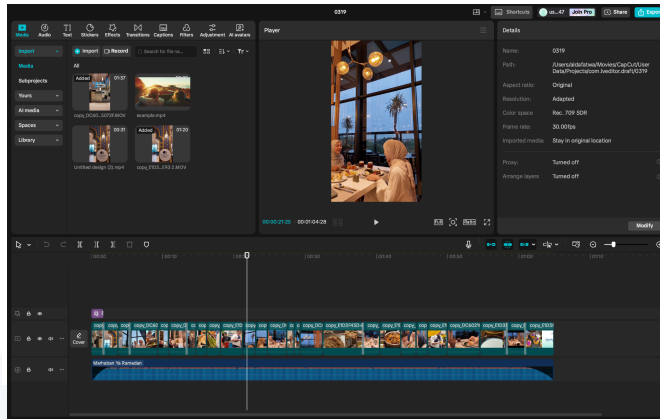


Gambar 3.23 Proses edit video melalui platform CapCut

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Hasil video yang sudah diedit oleh penulis biasanya dikirimkan kepada manajer untuk mendapatkan persetujuan sebelum diunggah ke Instagram. Jika masih terdapat revisi, penulis akan memperbaikinya hingga video dinyatakan layak untuk diunggah di media sosial.

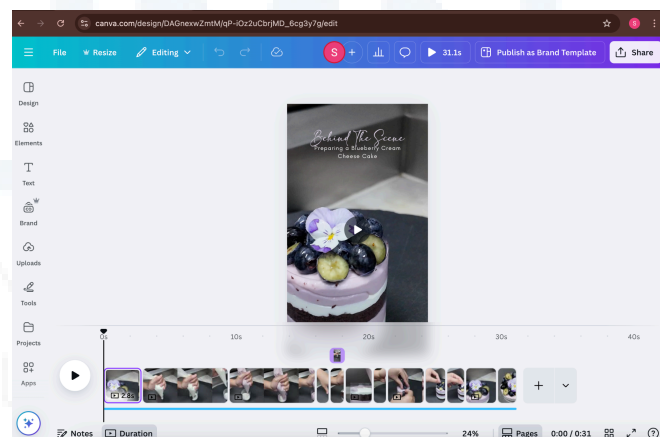
Selama masa magang, penulis telah mengerjakan berbagai jenis konten video. Beberapa di antaranya adalah video promosi untuk restoran OPEN} seperti Prosperity Buffet Celebration saat perayaan Imlek, Valentine's Dinner, Symphony of Flavors saat bulan Ramadhan, dan Easter Sunday Brunch saat perayaan Paskah.



Gambar 3.24 Proses pengeditan video Ramadhan *Promotion* pada *platform CapCut*

Sumber : Dokumentasi pribadi

Selain itu, penulis juga membuat konten harian seperti video behind the scene saat pengambilan foto maupun proses pembuatan kue di dapur. Untuk konten TikTok, penulis membuat video dengan pendekatan yang lebih santai dan tidak terlalu formal agar lebih sesuai dengan karakteristik pengguna TikTok yang lebih kasual dan menghibur.



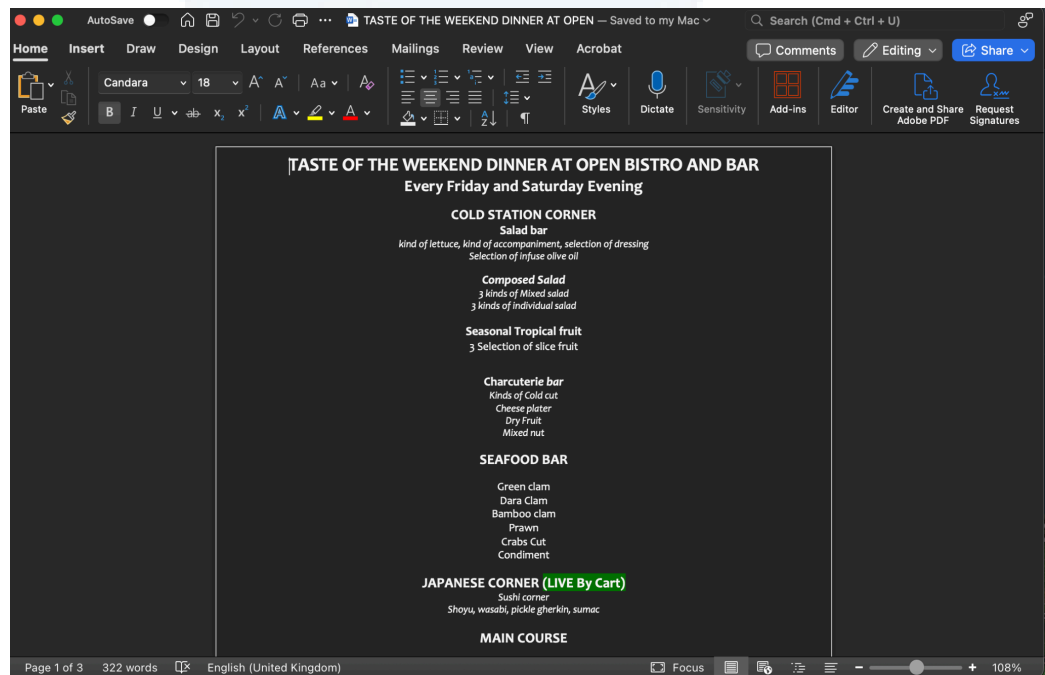
Gambar 3.25 Proses *editing* konten *Behind the scene* untuk di upload di *platform* TikTok menggunakan *platform* Canva

Sumber : Dokumentasi pribadi

f. *Digital Menu Formatting & Design*

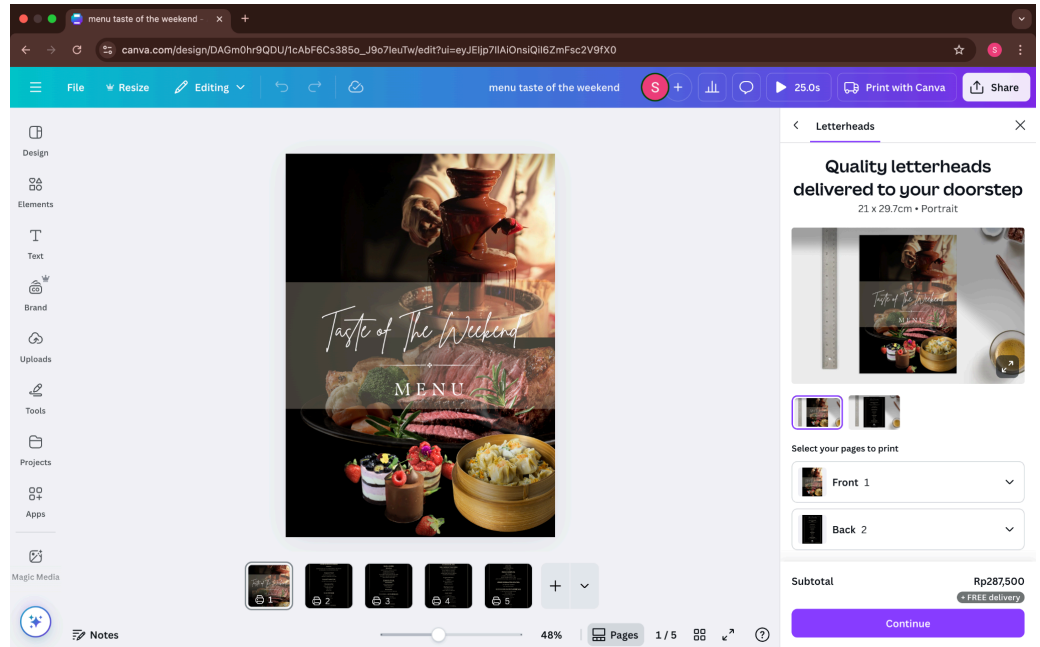
Selama menjalani kerja magang di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, penulis ikut terlibat dalam pembuatan digital menu yang digunakan oleh pihak OPEN} Restaurant. Menu digital ini dibutuhkan oleh team OPEN} Restaurant, baik untuk menjawab pertanyaan tamu secara langsung maupun untuk kebutuhan promosi melalui media sosial.

Penulis diberikan tanggung jawab untuk mengubah menu dari format Microsoft Word ke dalam bentuk desain visual menggunakan aplikasi Canva, sehingga tampilan menu menjadi lebih menarik dan profesional. Penulis membuat digital menu untuk berbagai *campaign*, seperti Chinese New Year, Valentine's Dinner, Ramadhan, Easter, dan *campaign* Taste of The Weekend.



Gambar 3.26 Menu dalam format Microsoft Word yang diberikan oleh *chef* OPEN} Restaurant

Sumber : Data perusahaan



Gambar 3.27 Proses pembuatan digital menu menggunakan platform Canva

Sumber : Dokumentasi pribadi

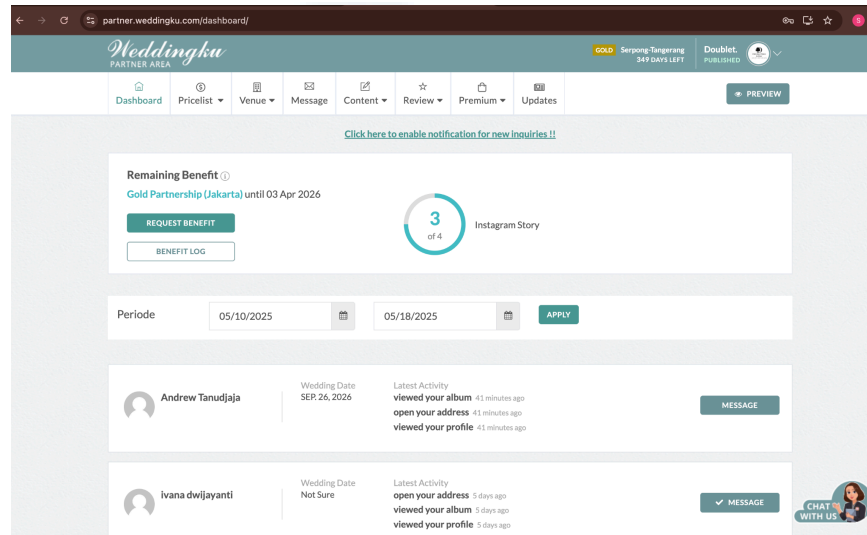
Tujuan pembuatan digital menu ini adalah untuk mempermudah komunikasi antara restoran dan tamu, meningkatkan kualitas dari promosi campaign melalui media sosial, serta menjaga konsistensi dari identitas brand DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. dengan adanya digital menu yang menarik dan mudah diakses, diharapkan tamu dapat memperoleh informasi yang jelas dan dapat lebih efektif dalam mempromosikan berbagai menu spesial pada setiap *campaign*.

2.) Tugas Tambahan

a. Mengelola Platform Website Wedding (Weddingku & BrideStory)

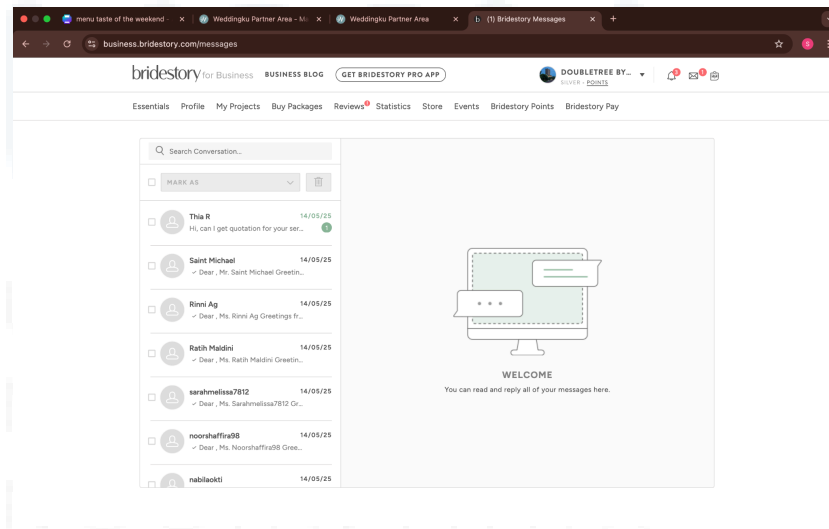
Selama menjalani kerja magang di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, penulis mendapatkan tugas tambahan dari tim *commercial*, yaitu Cynthia Deviana selaku Sales Wedding Manager. Penulis diminta untuk membantu mengelola platform WeddingKu dan BrideStory. Tugas ini meliputi pengecekan

secara berkala pada kedua platform tersebut untuk merespons chat atau pertanyaan yang masuk dengan menggunakan template yang sudah disediakan. Hampir setiap hari, penulis selalu membuka platform tersebut untuk memantau apakah ada pesan baru atau tidak.



Gambar 3.28 Pemantauan pesan di platform WeddingKu

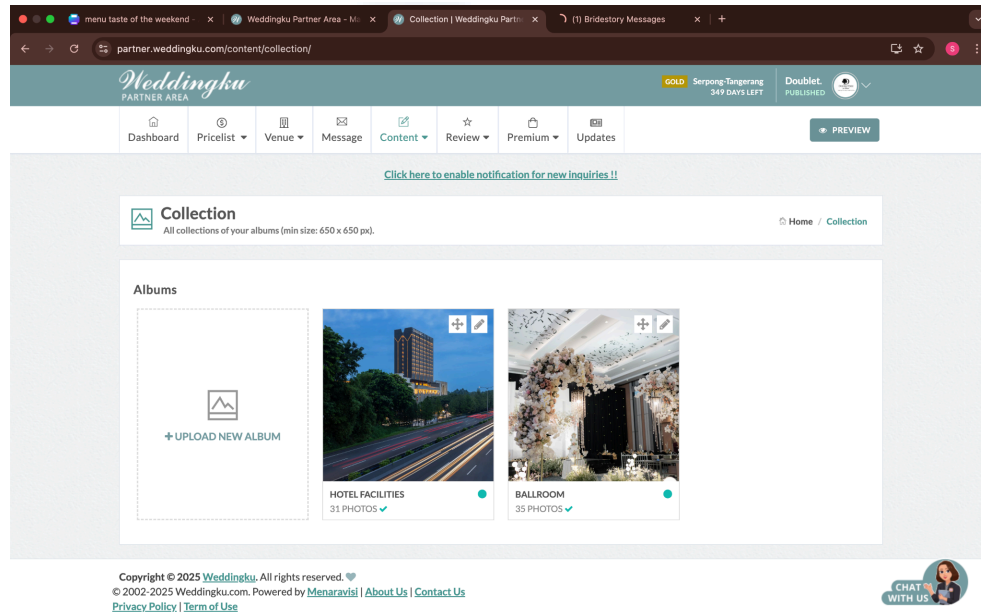
Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.29 Pemantauan pesan di platform BrideStory

Sumber : Dokumentasi pribadi

Selain itu, penulis juga diberikan tanggung jawab untuk mengunggah foto-foto portofolio terbaru dari acara wedding yang telah berlangsung. Foto-foto tersebut dimasukkan ke dalam platform WeddingKu dan BrideStory agar portofolio selalu terupdate dan dapat dilihat oleh calon pelanggan.



Gambar 3.30 Melakukan pengunggahan foto terbaru untuk portofolio di platform WeddingKu.

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Melalui tugas ini, penulis memperoleh pengalaman yang berharga di dalam mengelola platform digital yang berkaitan dengan event wedding. Sebelumnya, penulis belum pernah memiliki kesempatan untuk mengenal atau mengatur platform tersebut, sehingga ini memberikan pemahaman baru yang bermanfaat untuk kedepannya.

b. Sales Call

Selama menjalani kegiatan kerja magang di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, penulis mendapatkan tugas tambahan dari Director of Sales & Marketing, Ibu Carla Marlina, untuk turut serta di dalam kegiatan *sales call*. Menurut Brush dan Hunt (2011:171) "*Sales call may be conceptualized as a process of constructing or filling in a belief structure relevant to the purchasing situation at hand.*" Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa *sales call* ini memiliki tujuan untuk membentuk keyakinan calon pelanggan terhadap produk atau layanan yang sedang ditawarkan. Dalam pelaksanaannya, *sales call* sangat melatih keterampilan komunikasi penulis di dalam meyakini calon pelanggan agar tertarik terhadap produk yang dipromosikan. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi yang efektif bisa menjadi kunci utama didalam proses ini agar penawaran dapat diterima dan produk dapat terjual.

Selama kerja magang, penulis mengikuti kegiatan *sales call* sebanyak dua kali. Pada kegiatan pertama, penulis bersama satu orang anggota tim *commercial* melakukan *sales call* untuk mempromosikan paket *meeting* sekaligus paket buka puasa di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya. Sasaran *sales call* kali ini berada di daerah Bintaro dan sekitar nya, yakni ke perusahaan Hyundai yang berlokasi di Emerald Bintaro, serta ke BMW Training Center di BSD. kunjungan ke BMW Training Center berlangsung lebih lama karena pihak BMW menunjukkan adanya ketertarikan yang besar untuk menjalin kerjasama dengan hotel kami.

Kegiatan *sales call* kedua juga dilakukan bersama satu orang anggota tim *commercial*, dengan target sekolah-sekolah yang berada di sekitar Bintaro. Penulis mengunjungi sekolah Budi Mulia Dua, Sekolah An-nisaa'Izada, dan sekolah Auliya.



Gambar 3.31 Kegiatan *sales call* ke Sekolah An-nisaa'Izada

Sumber : Dokumentasi pribadi



Gambar 3.32 Kegiatan *sales call* ke sekolah Auliya

Sumber : Dokumentasi Pribadi

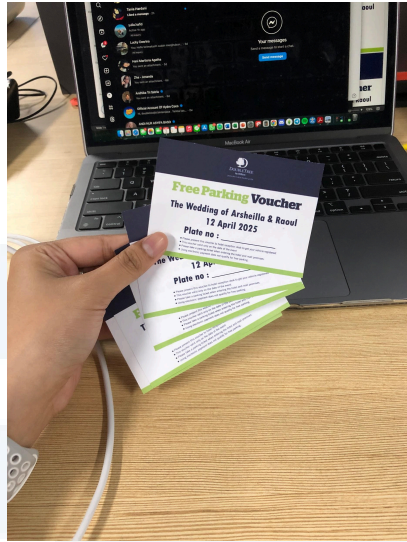
Fokus utama dari kunjungan ini masih sama, yaitu mempromosikan paket *meeting* dan buka puasa bersama. Namun, selain fokus utama tersebut, tim kami juga memanfaatkan kesempatan ini untuk memperkenalkan berbagai layanan lainnya, seperti kamar hotel dan paket pernikahan.

Pengalaman dalam mengikuti kegiatan *sales call* ini memberikan kontribusi besar terhadap pemahaman penulis mengenai praktik pemasaran langsung di industri perhotelan. Hal ini akan menjadi bekal berharga untuk pengembangan keterampilan di dunia kerja yang sesungguhnya.

c. Menyiapkan kebutuhan *Wedding Event*

Selama menjalani kegiatan kerja magang di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, penulis mendapatkan tugas tambahan dari Ibu Cynthia Deviana selaku *sales Wedding Manager*. Setiap kali terdapat acara *wedding* di *ballroom* hotel, terdapat fasilitas khusus yang diberikan kepada pengantin dan tamu undangan, seperti kartu parkir gratis untuk tamu VIP, buku tamu. *Tea gift* yang akan diberikan kepada pengantin sebagai hadiah, serta *photo frame* berisi foto pasangan pengantin sebagai kenang-kenangan dari pihak hotel.

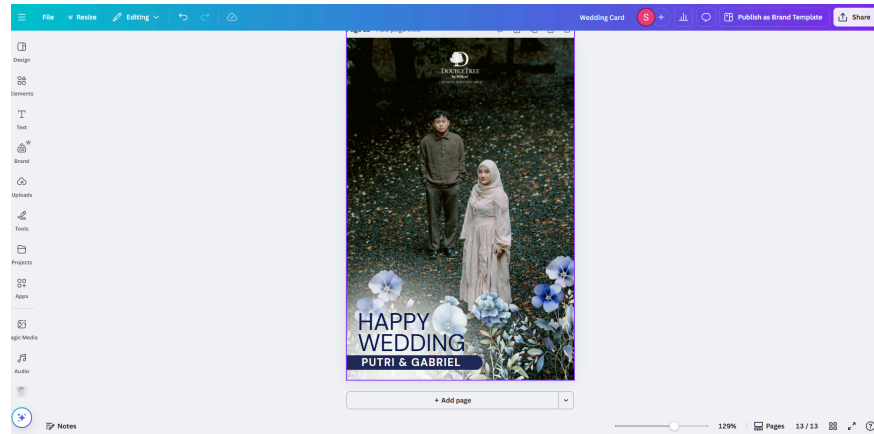
Dalam pelaksanaannya, penulis diberikan tanggung jawab untuk mengedit dokumen *free parking*, yaitu dengan mengganti nama kedua mempelai dan tanggal acara pernikahan mereka pada template yang sudah diberikan oleh Ibu Cynthia Deviana. Setelah sudah diperbarui, dokumen tersebut *print* dan dipotong, sebelum kemudian dibagikan kepada pihak terkait.



Gambar 3.33 *Free parking voucher* yang sudah dicetak sesuai jumlah dan dipotong sesuai dengan ukurannya

Sumber : Dokumentasi pribadi

Selanjutnya, penulis akan menerima foto pasangan pengantin dari ibu Cynthia untuk dimasukkan ke dalam template desain yang telah disiapkan sebelumnya. Setelah proses pengeditan selesai, foto dicetak sesuai dengan ukuran *frame* yang telah tersedia. Foto yang sudah dicetak, akan dimasukkan ke dalam bingkai foto yang akan diberikan kepada pengantuk sebagai bentuk apresiasi atas berlangsungnya acara mereka di *ballroom* DoubleTree by hilton Jakarta Bintaro Jaya.



Gambar 3.34 Foto pengantin yang telah dimasukkan ke dalam *template*.

Sumber : Dokumentasi Pribadi



Gambar 3.35 Foto pengantin yang sudah di cetak dan akan dimasukkan ke dalam bingkai foto

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Tugas selanjutnya yaitu mengambil *tea gift* dan buku tamu dari ruang penyimpanan. *Tea gift* akan diberikan kepada pengantin sebagai hadiah, sementara buku tamu akan digunakan pada saat acara berlangsung.



Gambar 3.36 Tea gift dan Buku tamu yang diambil dari gudang penyimpanan

Sumber : Dokumentasi pribadi

Setelah seluruh barang sudah disiapkan, penulis akan meletakkan semua barang tersebut di meja kerja Ibu Cynthia Deviana. Selanjutnya, barang-barang tersebut akan diinformasikan kepada tim *banquet* untuk diserahkan pada saat acara pernikahan berlangsung.



Gambar 3.37 Bukti penulis telah menyiapkan dan meletakkan seluruh perlengkapan acara pernikahan

Sumber : Dokumentasi pribadi

Dari pekerjaan tambahan ini, memperoleh wawasan baru bagaimana tim hotel bekerjasama untuk memberikan pelayanan terbaik dan memastikan setiap acara berjalan dengan lancar dan berkesan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani masa magang di DoubleTree by Hilton Jakarta Bintaro Jaya, penulis menghadapi beberapa tantangan khususnya dalam hal desain visual. Berikut kendala utama yang penulis hadapi :

- Kurangnya latar belakang dalam desain grafis.

- Kesulitan menyesuaikan gaya desain hotel yang formal.
- Perbedaan selera dan ekspektasi visual dengan atasan.
- Keterbatasan dalam penggunaan *tools* desain.
- Sering mengalami revisi berulang.

Meskipun menghadapi kendala tersebut penulis tetap berupaya beradaptasi dan belajar agar hasil kerja yang lebih baik.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi, penulis menerapkan beberapa strategi agar proses kerja menjadi lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan hotel. Berikut solusi yang dilakukan :

- Membagi tugas dengan tim, desain yang bersifat formal dikerjakan oleh atasan, sementara penulis fokus pada versi yang disesuaikan untuk media sosial.
- Membuat versi tambahan dari desain utama untuk Instagram Story, Reels, dan Feed agar konten tetap menarik dan informatif.
- Mempelajari desain yang digunakan atasan secara bertahap.
- Berperan aktif dalam mengubah ukuran yang digunakan atasan secara bertahap.
- Meningkatkan efisiensi kerja melalui pembagian tugas yang jelas.

Melalui solusi ini, penulis merasa proses kerja menjadi lebih terstruktur, kolaboratif, dan dapat membantu menghasilkan konten digital yang lebih optimal sesuai dengan kebutuhan promosi hotel.