

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Dalam pelaksanaan program kerja magang di Parador Hotels & Resorts, penulis menempati posisi sebagai Marketing Communication Intern yang berada di bawah koordinasi langsung Putri Baihaqi selaku Corporate Marketing Communication Manager, yang juga bertindak sebagai pembimbing selama masa magang berlangsung. Tugas-tugas utama yang dibebankan dan dikoordinasikan oleh pembimbing lapangan mencakup pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran, mulai dari mendukung produksi konten promosi untuk media sosial hotel-hotel di bawah naungan Parador Hotels & Resorts, melakukan dokumentasi berbagai kegiatan internal untuk keperluan publikasi, hingga berkontribusi dalam penyusunan materi promosi. Melalui tanggung jawab tersebut, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam dunia kerja profesional, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran di industri perhotelan, serta memahami bagaimana strategi komunikasi dikembangkan dan dijalankan secara terstruktur.

Adapun berikut uraian timeline pembagian tugas selama penulis melakukan praktik magang di Parador Hotels & Resorts.

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan				
		FEB	MAR	APR	MEI	JUN
1	Marketing Journey: KOL specialist, content creator	■	■			
2	CRM: Membuat database pelanggan	■	■	■		
3	Marketing Journey: <i>News monitoring</i>			■	■	■
4	Marketing Journey: Review konten, <i>copywriting</i>	■	■	■	■	■
5	CRM: Mengelola WhatsApp API	■	■	■	■	■

Tabel 3.1 Timeline Kerja Magang
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama menjalani program magang yang berlangsung selama empat bulan, mulai dari tanggal 03 Februari 2025 hingga 13 Juni 2025, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam berbagai jenis pekerjaan yang berada di bawah koordinasi tim Marketing Communication Parador Hotels & Resorts. Pekerjaan yang dilakukan mencakup tahap perencanaan hingga pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran, dan seringkali melibatkan kerjasama baik dengan tim internal maupun dengan unit-unit hotel.

Meskipun tidak terlibat secara penuh dalam seluruh lingkup pekerjaan divisi Marketing Communication, penulis secara aktif memberikan kontribusi dalam beberapa tugas yang menjadi bagian dari strategi komunikasi digital perusahaan dengan membantu tim media sosial untuk berkolaborasi dengan KOL *Influencer*, melakukan pengecekan terhadap konten yang dibuat oleh *Influencer*, dan melakukan take video untuk konten media sosial. Selain itu, penulis membantu membuat *copywriting*, dan membuat media monitoring untuk unit hotel setiap minggu. Adapun penulis mendapatkan tanggung jawab untuk mengelola WhatsApp API (*Application Programming Interface*) resmi milik Parador Hotels & Resorts serta membuat pelanggan customer dari WhatsApp API.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Sebagai Marketing Communication Intern, penulis melakukan 7 (tujuh) jenis tugas yang bertujuan dalam mendukung aktivitas Marketing Communication di Parador Hotels & Resorts.

KOL Specialist	Melakukan pencarian, seleksi, dan koordinasi dengan <i>influencer</i> yang ingin diajak kerja sama.
Review Konten Influencer	Melakukan proses pengecekan konten <i>influencer</i> sesuai dengan brief yang telah diberikan.
Content Creator	Membuat konten untuk keperluan media sosial dengan melakukan pengambilan video/foto ketika acara berlangsung.
Copywriting	Membuat teks promosi yang bertujuan untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan secara persuasif.

<i>News Monitoring</i>	Membuat laporan berita yang tayang pada setiap minggu untuk unit hotel yang berada di bawah Parador Hotels & Resorts.
Mengelola WhatsApp API	Memantau pesan yang masuk, memberikan respon, dan meneruskan pesan ke unit hotel sesuai kebutuhan pelanggan.
Membuat Database Pelanggan	Melakukan penyusunan dan pembaruan nomor telepon pelanggan dari WhatsApp API.

Tabel 3.2 Tugas Marketing Communication Intern
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Sesuai dengan yang tertera dalam tabel 3.2, penulis menjalankan berbagai tugas sebagai Marketing Communication Intern. Tugas-tugas ini tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga strategis dalam mendukung kinerja tim Marketing Communication di lingkungan Parador Hotels & Resorts. Berikut uraian pelaksanaan kerja magang secara lebih rinci:

A. KOL Specialist

KOL Specialist memiliki tanggung jawab dalam melakukan pencarian dan seleksi *influencer* yang sesuai dengan target audiens unit hotel. Kriteria penilaian meliputi jumlah followers, tingkat *engagement*, kesesuaian karakter dengan brand, serta riwayat kerja sama sebelumnya. Sesuai dengan yang disampaikan oleh De Veirman et al (2017), KOL (Key Opinion Leader) atau *influencer* adalah individu yang memiliki pengaruh kuat terhadap keputusan audiens melalui konten yang mereka bagikan, terutama di media sosial. Dengan begitu, penting bagi seorang KOL Specialist untuk dapat memilih KOL (*Key Opinion Leader*) atau *influencer* mana yang sesuai dan dapat meningkatkan *brand awareness* serta *engagement*. Tidak hanya itu, menurut Ellora (2019) *influencer* juga terbagi menjadi beberapa jenis kelompok sesuai dengan jumlah pengikutnya di media sosialnya, yaitu sebagai berikut:

- *Nano Influencer*: 1.000 - 10.000 pengikut.
- *Micro Influencer*: 10.000 - 100.000 pengikut.
- *Macro Influencer*: 100.000 - 1.000.000 pengikut.
- *Mega Influencer*: > 1.000.000 pengikut.

Dalam praktiknya, penulis terlebih dahulu memahami tujuan utama dari kerja sama KOL yang akan dilakukan, apakah untuk meningkatkan eksposur, promosi kamar, atau memperkenalkan fasilitas baru di hotel. Setelah memahami kebutuhan tersebut, penulis melakukan pencarian *influencer* yang sesuai dengan kriteria dengan melihat kualitas konten, jumlah pengikut, serta tingkat interaksi (*engagement rate*) dari akun *influencer* tersebut. Untuk mempermudah monitoring, penulis membuat daftar *influencer* dalam format Google Spreadsheet (Gambar 3.1).

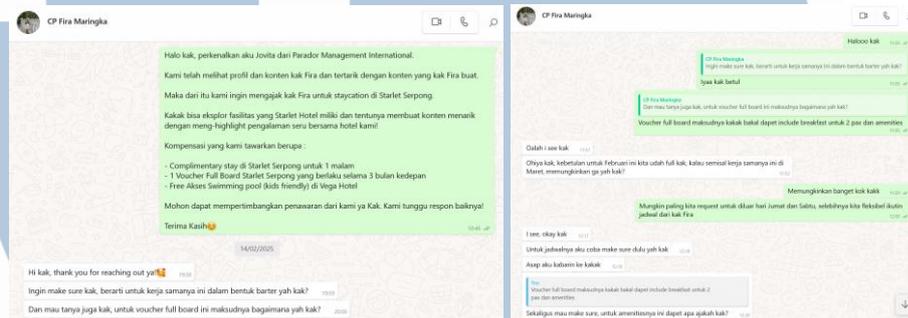
A1	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Username IG	Followers IG	Username Tiktok	Followers Tiktok	ER	No Telp					
2	@kalalaa_	290k	@kalalaa_	88.6k	3.63%	085714196385					
3	@jpkh26	85k	@injoeng	568.7k	19.65%	-					
4	@kiaravinyy	254k	@kiaravr	2.4m	34.29%	08118131484					
5	@elisabethkho	33.2k	@elisabethkho	480.5k	4.81%	082249625113					
6	@jenniferchristie	1m	@jenniferchristie	2.9m	15.77%	081928909109					
7	@wynnmeug	27.1k	@wynnmeug	323.6k	1.29%	085219726921					
8	@hendrikbopen	267k	@hendrikbopen	3.2m	3.97%	-					
9	@reginaaphx	562k	@reginaphx	713.3k	2.44%	082116309885					
10	@vellaania	215k	@vellaania	1.3m	2.84%	082124536413					
11	@valerapanatra	76.7k	@akuvale	560.4k	4.15%	085881771268					
12	@devinaactaria	54.4k	@devvwies	234.6k	3.42%	085179804787					
13	@tekinziee	23.9k	@tekinziee	205.9k	2.73%	081517043820					
14	@yundacintani	29.4k	@yundacintani	279.3k	3.8%	083874481830					
15	@joelchrista_	71	@joelchrista	44.3k	3.9%	081807885678					
16	@dimasriandhi	1,587	@dimdilms	171.8k	6.69%	-					
17	@sherymira	5.162	@sheryajach	35.4k	1.43%	-					
18	@onebitebigbite	535k	@onebitebigbite	542.8k	8.24%	08119398987					
19	@kuliner1menit	1m	@kuliner1menit	4.4m	0.34%	08784802636					
20	@makanlurr	103k	@makanlurr	975.6k	4.29%	085133136369					
21	@tanboy_kun	1.6m	@tanboykun_asli	4.2m	3.37%	082110683570					
22	@kulinersamaci	566k	@kulinersamaci	6.0m	2.81%	08788901421					
23	@ajanbeken	508k	@ajanbeken	1.0m	4.45%	08179796796					
24	@separuhakulemak	618k	@separuhakulemak	872.2k	3.26%	081295350713					

Gambar 3.1 Daftar *Influencer*

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Dalam gambar 3.1, penulis mencatat seluruh *influencer* yang akan diajak bekerjasama. Isi dari daftar *influencer* berisi akun Instagram, jumlah pengikut Instagram, akun Tiktok, jumlah pengikut di Tiktok, *engagement rate*, dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Selanjutnya, penulis mulai menyusun *wording approach* yang dimana merupakan pesan pendekatan yang digunakan untuk menghubungi *influencer* melalui *direct message* atau nomor telepon yang tertera di akun media sosial *influencer*. Dalam penulisannya, penulis menggunakan bahasa yang cukup formal agar pesan terkesan profesional. Isi dari pesannya adalah perkenalan diri, ajakan kerja sama, serta penjelasan keuntungan yang diberikan.

Setelah *wording approach* disetujui oleh supervisor, penulis mengirimkan pesan tersebut dan melakukan proses komunikasi dua arah untuk melakukan negosiasi, dan tanya jawab terkait kerja sama hingga akhirnya ajakan kerjasama disetujui oleh pihak *influencer*. Seluruh proses dilakukan dengan tetap berkonsultasi kepada supervisor guna memastikan bahwa kerja sama berjalan sesuai dengan standar brand dan ekspektasi perusahaan. Pada gambar 3.2, terlampir salah satu isi chat negosiasi penulis dengan KOL.



Gambar 3.2 Tampilan Chat
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Dalam gambar 3.2, penulis melakukan ajakan kerjasama dengan Fira Maringka untuk keperluan promosi di Starlet Hotel Serpong. Untuk mengawalinya, penulis memberikan pesan yang berisi sapaan, perkenalan diri, ajakan kerja sama, dan *benefit* yang akan diberikan kepada *influencer*. Setelahnya, tim dari *influencer* tersebut membalas pesan untuk menanyakan sistem dari kerja sama yang akan dilakukan. Pada tugas ini, penulis bukan hanya harus memiliki kemampuan komunikasi yang baik, namun juga dapat memahami setiap informasi dari kerja sama yang dilakukan mulai dari bagaimana bentuk kerja sama yang akan dilakukan, hingga *benefit* yang diberikan satu sama lain agar dapat mempermudah proses negosiasi. Tugas ini relevan dengan mata kuliah Advertising Business & Management karena mata kuliah tersebut mempelajari bagaimana suatu kampanye iklan dirancang dan dijalankan oleh agensi, termasuk melalui kerja sama dengan KOL (Key Opinion Leader) untuk meningkatkan efektivitas pesan promosi. Dalam prosesnya, pencarian KOL dilakukan berdasarkan jumlah followers, engagement rate, serta kesesuaian karakter dengan brand.

B. Review Konten *Influencer*

Penulis berperan dalam mengecek konten hasil kerja sama dengan KOL, termasuk visual, *copy*, dan *voice over* yang digunakan. Menurut Brown & Fiorella (2013), pengawasan terhadap kualitas konten *influencer* sangat penting agar pesan brand tersampaikan dengan akurat dan sesuai nilai perusahaan. Maka dari itu, proses review memiliki peranan yang besar untuk memastikan bahwa semua elemen sesuai dengan brief, tidak mengandung isu sensitif, serta mencerminkan citra hotel secara profesional.

Setiap unit di bawah naungan Parador Hotels & Resorts memiliki tujuan dan target audiens yang berbeda, sehingga briefing untuk masing-masing *influencer* akan berbeda. Oleh karena itu, sebelum melakukan proses review, penulis harus memahami terlebih dahulu isi dari brief yang diberikan oleh hotel terkait agar dapat menilai apakah konten yang dibuat sudah sesuai dengan briefing sebelumnya. Dalam prosesnya, tim media sosial akan mengirimkan tautan Google Drive berisi kumpulan video hasil kerja sama dengan *influencer*.

Setelah memahami brief dan membuka setiap konten, penulis kemudian melakukan review menyeluruh dari konten tersebut. Proses review dilakukan dengan cermat dengan memperhatikan berbagai aspek seperti, penyebutan brand, footage yang ditampilkan, kesesuaian informasi, penulisan teks dalam video, dan *voice over*. Apabila ditemukan ketidaksesuaian, penulis akan mencatat bagian-bagian yang perlu direvisi untuk diberikan kepada pihak *influencer* dan diperbaiki. Daftar revisi biasanya dibuat dalam format Google Docs yang berisi tangkapan layar (*screenshot*) bagian konten yang harus direvisi, waktu atau detik kemunculan bagian tersebut, serta penjelasan revisi yang dibutuhkan (Gambar 3.3).

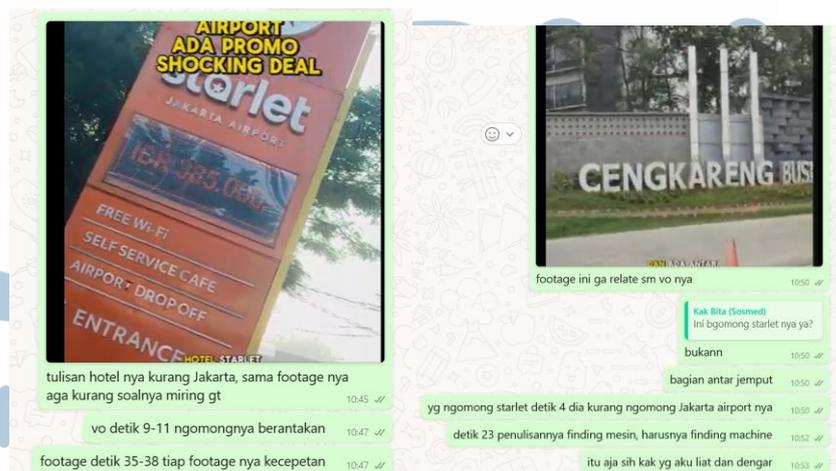
REVISI KONTEN INFLUENCER

Nama Influencer	Durasi	Revisian
Adam	0.15 - 0.16	Harga dari 118rb -> 120rb
	0.42 - 0.43	Penulisan "JAJASA" salah, yang benar "JHOAJA"
Afgan	0.00 - 0.05	Penulisan Diderah dipisah -> Di daerah

Gambar 3.3 Daftar Revisi

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Dalam gambar 3.3, penulis melakukan pengecekan dan revisi konten yang dibuat oleh Adam dan Afgan untuk promosi buka puasa di Starlet Hotel BSD City. Pada pengecekan dan revisi yang dilakukan, penulis menemukan beberapa hal yang perlu diperbaiki, yakni penulisan dan penyebutan harga yang salah, dan penulisan kata yang salah. Selain itu, dalam kondisi tertentu, penulis juga melakukan proses penyampaian revisi secara langsung melalui chat, terutama jika hal yang perlu direvisi bersifat minor dan dapat disampaikan secara cepat dan informal.



Gambar 3.4 Tampilan Chat

Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Pada gambar 3.4, penulis melakukan pengecekan dan memberikan hal yang perlu di revisi di dalam konten yang berisi tentang pemasaran Starlet Hotel

Jakarta Airport. Penulis mengirimkannya melalui Whatsapp kepada tim sosial media untuk diteruskan kepada *influencer* yang bersangkutan. Dalam pengecekannya, penulis menemukan adanya penulisan nama hotel yang salah, *voice over* yang kurang jelas, *footage* video yang terlalu cepat, dan penulisan kata yang salah.

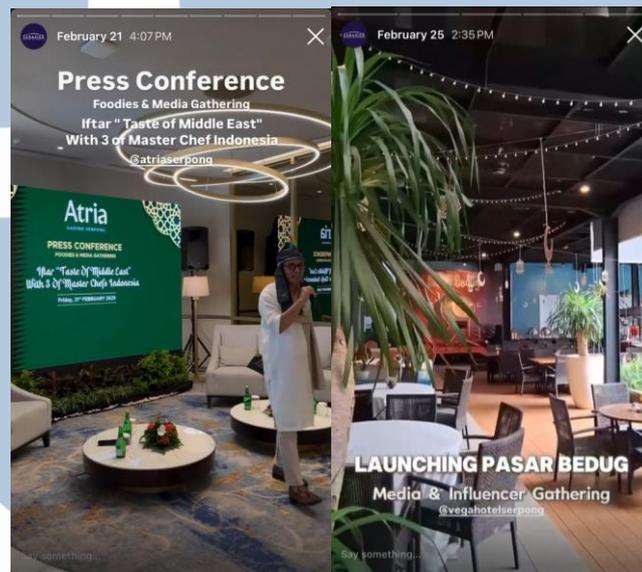
Tugas ini melatih ketelitian penulis serta pemahaman terhadap *brand guideline* yang berbeda-beda. Dalam praktiknya, tugas review konten *influencer* ini relevan dengan mata kuliah Social Media & Mobile Marketing Strategy karena mata kuliah ini membahas strategi dalam mengelola media sosial, termasuk membuat dan mengevaluasi konten yang dibuat. Dengan begitu, pemahaman terhadap konten media sosial dapat membantu dalam menilai apakah hasil konten sudah sesuai dengan strategi yang dibuat atau tujuan yang ingin dicapai.

C. Content Creator

Tugas ini masih berkaitan dengan tim media sosial, di mana penulis turut membantu dalam proses pembuatan konten visual seperti video. Pembuatan konten dilakukan pada momen-momen tertentu, khususnya ketika unit hotel menyelenggarakan event, peluncuran promosi, atau kegiatan lainnya yang memiliki nilai publisitas. Konten yang dihasilkan biasanya berupa video dokumentasi acara, video *highlight*, hingga cuplikan yang dapat digunakan kembali untuk keperluan promosi di media sosial. Menurut Hudson et al (2016), pembuatan konten visual merupakan strategi utama dalam digital marketing karena memiliki kekuatan untuk menciptakan *emotional connection* antara brand dan audiens.

Dalam praktiknya, penulis melakukan pengambilan gambar dan video secara langsung, pengambilan gambar dan video harus dilakukan dengan mempertimbangkan angle dan elemen visual yang sesuai dengan citra brand. Selanjutnya, penulis akan melakukan proses editing bersamaan dengan

melakukan koordinasi bersama tim media sosial agar sesuai dengan apa yang diinginkan. Setelah menyelesaikan proses editing dan disetujui oleh tim media sosial, hasil konten akan diunggah di akun sosial media resmi Parador Hotels & Resorts. Pada gambar 3.5, terlampir beberapa konten yang dibuat dan diunggah di akun instagram Parador Hotels & Resorts.



Gambar 3.5 Hasil Konten
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Gambar 3.5 menunjukkan hasil pembuatan konten yang penulis buat. Untuk gambar sebelah kiri merupakan konten yang berisi kegiatan *press conference* yang dilaksanakan pada 27 Februari 2025 untuk memperkenalkan menu makanan yang akan disediakan untuk kegiatan iftar selama bulan puasa di Atria Hotel Gading Serpong, kegiatan ini dihadiri oleh tiga kontestan Masterchef Indonesia, *influencer*, dan media. Gambar sebelah kanan merupakan konten yang berisi kegiatan *press conference* untuk *launching* Pasar Bedug yang merupakan acara iftar selama bulan puasa di Vega Hotel Gading Serpong, kegiatan ini dihadiri oleh *influencer*, dan juga media.

Seluruh proses ini bertujuan untuk meningkatkan brand awareness dari hotel-hotel yang berada dibawah naungan Parador Hotels, sekaligus memperkaya aset konten yang dapat digunakan untuk strategi pemasaran digital kedepannya. Tugas content creator ini berhubungan juga dengan mata kuliah

Social Media & Mobile Marketing Strategy, dimana dalam mata kuliahnya terdapat praktik mengelola media sosial termasuk membuat konten untuk media sosial. Mata kuliah tersebut membekali pengetahuan mengenai karakteristik konten yang efektif, sehingga mempermudah praktek pembuatan konten dalam tugas content creator selama masa magang.

D. Copywriting

Pada tugas ini, penulis bertanggung jawab dalam membuat teks promosi atau caption yang digunakan untuk berbagai keperluan komunikasi pemasaran di media sosial atau di website pribadi unit-unit hotel yang berada di bawah naungan Parador Hotels & Resorts. Mengacu pada Kotler & Keller (2016), *copywriting* merupakan penyusunan pesan persuasif yang bertujuan mempengaruhi keputusan audiens secara strategis. Dalam konteks industri perhotelan, kemampuan *copywriting* sangat penting untuk membangun citra brand, menarik minat calon tamu, serta menyampaikan keunggulan layanan secara efektif.

Sebelum menyusun teks-teks tersebut, penulis harus memahami konteks informasi yang akan disebarkan dan menyesuaikan dengan gaya serta citra hotel masing-masing agar *copy* yang dihasilkan tetap konsisten dengan identitas brand. Misalnya, untuk hotel bintang empat seperti Atria Hotel, gaya penulisan dibuat lebih formal dan elegan, sementara untuk hotel bintang dua seperti Fame Hotel, gaya bahasa disusun lebih santai dan komunikatif. Penulis juga dituntut untuk menyusun kalimat yang ringkas, menarik, dan persuasif, sesuai dengan format masing-masing platform.

Penulis melakukan *copywriting* untuk berbagai jenis kebutuhan, mulai dari deskripsi kamar hotel dan deskripsi makanan yang akan digunakan di website hotel masing-masing. Selain itu penulis juga seringkali menyusun teks untuk blast WhatsApp Business terkait promosi yang sedang berjalan di unit hotel. Beberapa hasil *copywriting* dapat dilihat pada gambar 3.6.

<p>Bancakan English</p> <p>Short A Sundanese feast with cone-shaped rice, fried chicken, tofu, tempeh, fresh vegetables, and sambal. Long A delightful Sundanese feast featuring fragrant cone-shaped rice, tasteful fried chicken, seasoned tofu and tempeh, fresh vegetables, and spicy sambal. A perfect blend of authentic flavors, best enjoyed with family and friends.</p> <p>Indo Short Hidangan khas Sunda dengan nasi tumpang, ayam goreng, tahu, tempe, lalapan, dan sambal. Long Sajian khas Sunda yang menggugah selera, terdiri dari nasi tumpang yang wangi, ayam goreng berempah, tahu dan tempe berbumbu, aneka lalapan segar, serta sambal pedas yang menggugah selera. Perpaduan rasa autentik yang sempurna untuk dinikmati bersama keluarga atau teman.</p> <p>Grilled Oxtail English</p> <p>Short Tender grilled oxtail with rich seasoning, served with warm rice, sambal, and fresh greens. Long Juicy and tender oxtail, perfectly grilled to bring out its rich, smoky flavor. Marinated with a blend of savory spices, this dish is served with fragrant warm rice, spicy sambal, and fresh vegetables. Every bite offers a delicious balance of soft, smoky meat, zesty sambal, and refreshing sides, making it a hearty and satisfying meal.</p>	<p>Judul RAMADAN GATHERING PACKAGE</p> <p>Short Description Rayakan kebersamaan Ramadhan dengan paket spesial Ramadhan Gathering Package di Starlet Serpong Tangerang! Hanya Rp 109.000 net/orang.</p> <p>Long Description Jadikan momen Ramadhan lebih bermakna dengan Ramadhan Gathering Package di Starlet Serpong Tangerang! Cocok untuk acara berbuka bersama keluarga, teman, komunitas, atau rekan kerja dengan suasana yang nyaman dan fasilitas lengkap.</p> <p>Harga Spesial: Rp 109.000 net/person Minimum Order: 30 orang Includes: - Meeting room usage selama 3 jam (17.00 - 20.00 WIB) - LCD Projector & Standard Sound System - Microphone (1 set, 2 unit)</p> <p>★ T&C: Booking minimal H-3 sebelum acara.</p> <p>☎ Hubungi kami untuk reservasi: +62 21 3889 4999 +62 811 1901 8999</p>
---	--

Gambar 3.6 Hasil *Copywriting*
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Dapat dilihat pada gambar 3.6, penulis membuat *copywriting* untuk deskripsi makanan di unit hotel Atria Hotel Magelang. Penulis juga membuat *wordingan* yang berisi penawaran Ramadan Gathering Package di Starlet Hotel Serpong untuk dikirim melalui WhatsApp API. Penulis juga turun membantu dalam melakukan koreksi atau penyempurnaan *copywriting* yang sudah dibuat oleh unit hotel agar sesuai dengan standar Parador Hotels & Resorts. Koreksi tersebut mencakup aspek tata bahasa, gaya penulisan, serta ketepatan informasi. Biasanya koreksi dilakukan di Google Sheets yang diberikan oleh pihak hotel (Gambar 3.7).

No	Item	Description	Price
2	Americano	Mix of double shot of espresso with hot water	28
3	Kopi Hitam dengan campuran Espresso dan air mineral	A double shot of espresso mixed with hot water	
4	Kopi Hitam dengan campuran dua shot espresso dan air mineral	Kopi hitam dari campuran dua shot espresso dan air mineral	
5	Caffe Latte	In Italian, "latte" is coffee and "latte" is milk. espresso based coffee with milk and a bit of foam make this coffee lighter than cappuccino	28
6	Dalam Bahasa Italia Caffe (kopi) dan Latte (Susu), kopi susu dengan foam tipis membuat kopi ini lebih light dibanding Cappuccino	In Italian, "latte" means coffee and "latte" means milk. An espresso-based coffee with milk and a bit of foam makes this coffee lighter than a cappuccino	
7	Dalam bahasa Italia, "latte" berarti kopi dan "latte" berarti susu. Kopi berbasis espresso dengan susu dan sedikit foam ini membuat kopi ini lebih ringan dibanding cappuccino	Kopi berbasis espresso dengan susu dan sedikit foam, menjadikannya lebih ringan dibanding cappuccino	
8	Caramel Macchiato	Coffee with a sweet taste from a combination of espresso, milk, vanilla & caramel sauce	35
9	Kopi susu dengan rasa cendrung manis dari perpaduan kopi, susu, vanilla & saos karamel	Coffee with a sweet taste from the combination of espresso, milk, vanilla, and caramel sauce	
10	Kopi susu dengan rasa manis dari perpaduan espresso, susu, vanilla, dan saos karamel		
11	Cafe Mocha	Mix of Espresso, cocoa, milk and foam to get more gentle flavor	35
12	Kopi susu dengan rasa yang menghasilkan rasa yang gentle	A blend of espresso, cocoa, milk, and foam for a smoother flavor	
13	Espresso dengan cocoa, susu, dan foam, untuk rasa yang lebih lembut	Campuran espresso dengan cocoa, susu, dan foam, untuk rasa yang lebih lembut	
14	Iced Black Tea	Black Tea drink that is very suitable to be paired with any food	
15	Teh Hitam yang sangat cocok dipadukan dengan makanan apapun		
16	A black tea drink that pairs perfectly with any meal.		
17	Teh hitam dingin yang menyenangkan dan nikmat disajikan bersama hidangan apa pun.	Teh hitam dingin yang menyenangkan dan nikmat disajikan bersama hidangan apa pun.	

Gambar 3.7 Daftar Revisi
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Dalam gambar 3.7, penulis melakukan pengecekan terhadap hasil *copywriting* yang telah dibuat oleh tim Vega Gading Serpong tentang deskripsi

food & beverage yang mereka tawarkan. Untuk hasil penulisan yang diperlukan revisi, penulis akan memberikan hasil tulisan yang benar di sebelah hasil penulisan yang salah. Tugas ini berhubungan kembali dengan mata kuliah Social Media & Mobile Marketing Strategy. Dalam mata kuliah ini, mengelola media sosial tidak hanya terbatas pada pembuatan konten visual, tetapi juga mencakup penyusunan *copywriting*. Pemahaman terkait *copywriting* yang diperoleh dari mata kuliah ini mencakup mengenali karakteristik audiens digital, menyusun pesan yang relevan, serta menentukan *tone of voice* yang tepat. Seluruh pemahaman yang didapat dari mata kuliah tersebut sangat membantu dalam menyusun *copywriting* yang informatif.

E. News Monitoring

News Monitoring merupakan salah satu tanggung jawab penulis selama dua bulan terakhir masa magang. Dalam tugas ini, penulis secara rutin menyusun laporan rekapitulasi berita mingguan yang dikerjakan setiap hari Jumat. Berita yang dikumpulkan adalah seluruh pemberitaan media apapun yang memuat informasi terkait unit-unit hotel yang berada di bawah naungan perusahaan, baik berupa liputan kegiatan, pencapaian, kerja sama, maupun pemberitaan umum yang menyebutkan nama hotel.

Menurut Smith (2017), dokumentasi berita adalah salah satu bentuk dasar dari *media content analysis* yang bertujuan untuk mencatat sejauh mana organisasi tampil di ruang publik melalui media massa. Dalam tugas yang dijalankan selama magang, penulis bertanggung jawab melakukan rekapitulasi berita yang diberikan oleh unit hotel setiap minggu. Namun sebelumnya, setiap unit hotel telah memberikan rencana berita mingguan (*weekly news plan*) yang berisi tema berita dan jadwal tayang yang direncanakan.

Hotel	Tema	No	Link News
AHOS	Hawaiian Buffet	1	https://www.starad1073fm.com/atna-hotel-gading-serpong-hadirkan-sensasi-baru-bersantap/
AROS	Mediterranean Buffet	1	https://wartajakarta.com/atna-residences-gading-serpong-hadirkan-cita-rasa-istimewa-all-you-can-eat-mediterranean-buffet-di-bianco-support-ditalia/
		2	https://wartabisnis.biz.id/2025/05/17/all-you-can-eat-mediterranean-buffet-di-bianco-support-ditalia-hadir-di-atna-residences-gading-serpong-dengan-cita-rasa-istimewa/
		3	https://www.suarainvestor.com/atna-residences-gading-serpong-pernah-sensasi-dengan-cita-rasa-istimewa/
		4	https://www.kompas.com/read/2025/05/17/bersantap-pernah-sensasi-dengan-cita-rasa-istimewa-di-atna-residences-gading-serpong-garut-parepare-hulir?
		5	https://indotrans.com/index.php/2025/05/17/mekawall-you-can-eat-mediterranean-buffet-di-atna-residences-gading-serpong/
		6	https://goyatrend.com/2025/05/17/atna-residences-gading-serpong-hadirkan-cita-rasa-istimewa-all-you-can-eat-mediterranean-buffet-di-bianco-support-ditalia/
		7	https://mediasinasnews.co.id/atna-residences-gading-serpong-hadirkan-cita-rasa-istimewa/
		8	https://gnews.com/2025/05/17/atna-residences-gading-serpong-hadirkan-cita-rasa-istimewa/
		9	https://www.starad1073fm.com/atna-residences-gading-serpong-hadirkan-cita-rasa-istimewa/

Gambar 3.8 Daftar Berita Rilis
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

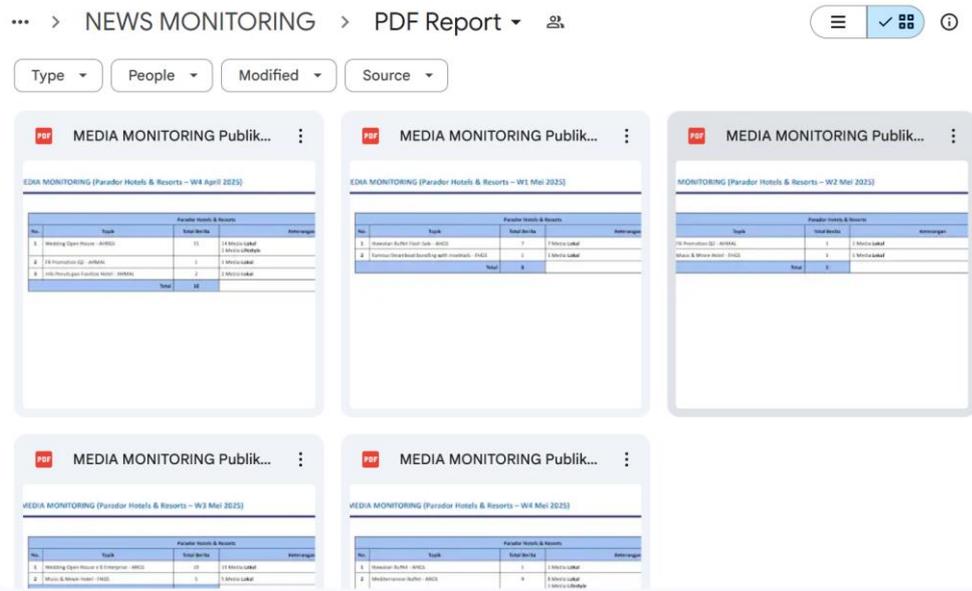
Gambar 3.8 merupakan kumpulan berita yang dirilis dari seriap unit hotel. Untuk berita yang sudah masuk dalam rekapitulasi berita mingguan, akan diberikan tanda hijau agar tidak terjadi pengulangan rekapitulasi. Setelah menerima seluruh berita yang rilis pada minggu tersebut, penulis akan menyusun laporan rekap mingguan seluruh berita yang ada dalam format Google Docs.

No	MEDIA NAME	PAGE	SOURCE / LINK NEWS
1	WARTAJAKARTA.COM Media Online 17 Mei 2025 "Atna Residences Gading Serpong Hadirkan Cita Rasa Istimewa: All-You-Can-Eat Mediterranean Buffet di Bianco Support D'Italia"	1	https://wartajakarta.com/atna-residences-gading-serpong-hadirkan-cita-rasa-istimewa-all-you-can-eat-mediterranean-buffet-di-bianco-support-ditalia/
2	WARTABISNIS.BIZ.ID Media Online 17 Mei 2025 "All-You-Can-Eat Mediterranean Buffet di Bianco Support D'Italia, Hadir di Atna Residences Gading Serpong dengan Cita Rasa Istimewa"	1	https://wartabisnis.biz.id/2025/05/17/all-you-can-eat-mediterranean-buffet-di-bianco-support-ditalia-hadir-di-atna-residences-gading-serpong-dengan-cita-rasa-istimewa/
3	WENTRAD1073FM Media Online 17 Mei 2025 "Bersantap pernah sensasi dengan Cita Rasa Istimewa di Atna Gading Serpong"	3	https://wentrad1073fm.com/atna-residences-gading-serpong-hadirkan-cita-rasa-istimewa-all-you-can-eat-mediterranean-buffet-di-bianco-support-ditalia/
4	GAYATREND.COM Media Online 17 Mei 2025 "Atna Residences Gading Serpong Hadirkan Cita Rasa Istimewa: All-You-Can-Eat Mediterranean Buffet di Bianco Support D'Italia"	1	https://goyatrend.com/2025/05/17/atna-residences-gading-serpong-hadirkan-cita-rasa-istimewa-all-you-can-eat-mediterranean-buffet-di-bianco-support-ditalia/
5	MEDIASINASNEWS.COM Media Online 17 Mei 2025 "Atna Residences Gading Serpong Hadirkan Cita"	1	https://mediasinasnews.co.id/atna-residences-gading-serpong-hadirkan-cita-rasa-istimewa/

Gambar 3.9 Hasil Rekapitulasi Berita
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Seperti yang terlampir pada gambar 3.9, penulis menyusun rekapitulasi berita yang berisi tanggal rilis berita, nama media, jumlah halaman/lembar, tautan berita, judul berita, dan isi berita dalam bentuk tangkapan layar

(*screenshots*). Setelah rekapitulasi berita dari masing-masing unit hotel selesai dikerjakan, penulis akan menyerahkan kepada supervisor untuk dilakukan pengecekan. Jika seluruh isi sudah sesuai, maka penulis akan mengunggah file rekapitulasi tersebut dalam bentuk PDF dan mengunggahnya di Google Drive yang nantinya akan diserahkan kembali kepada tim media (Gambar 3.10).



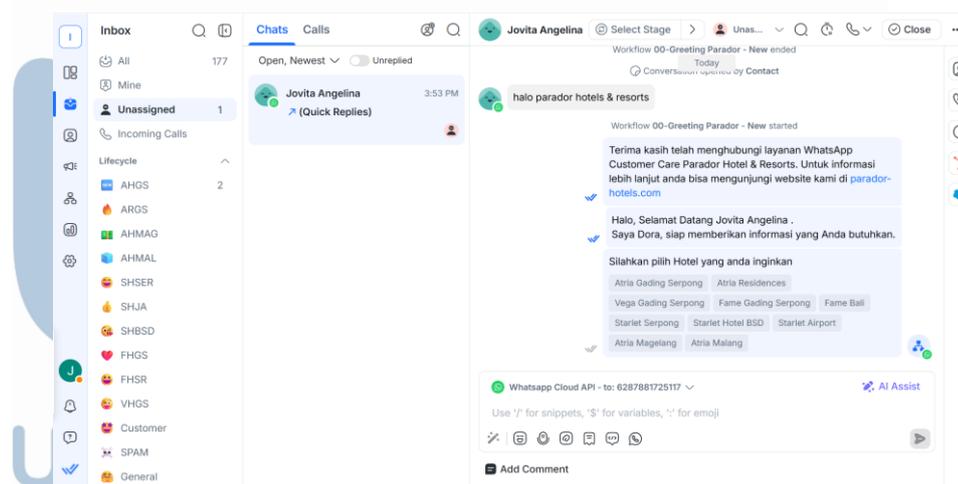
Gambar 3.10 Tampilan Google Drive
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Melalui kegiatan ini, penulis tidak hanya belajar mengelola data secara rapi dan sistematis, tetapi juga memahami pentingnya proses pelacakan media sebagai dasar pengambilan keputusan komunikasi yang berbasis data. Dalam praktiknya, tugas ini relevan dengan mata kuliah Media Planning & The Consumer Journey karena dalam mata kuliah ini dipelajari bagaimana melakukan perencanaan media yang efektif hingga melakukan proses evaluasi media. Proses *news monitoring* yang dilakukan, merupakan bagian dari media tracking yang dapat digunakan untuk mengevaluasi eksposur media yang telah dicapai.

F. Mengelola WhatsApp API

WhatsApp Business API (*Application Programming Interface*) merupakan layanan yang dirancang oleh WhatsApp untuk memfasilitasi komunikasi antara bisnis skala menengah hingga besar dengan pelanggannya secara otomatis, aman, dan efisien. Berbeda dengan WhatsApp Business biasa, WhatsApp API ini digunakan dengan sistem integrasi, yang dimana biasanya terhubung dengan CRM (*Customer Relationship Management*), chatbot, atau dashboard pihak ketiga agar komunikasi dapat ditangani oleh beberapa orang/akun secara serempak. Dalam konteks ini, Chaffey & Ellis-Chadwick (2019) menegaskan bahwa saluran komunikasi langsung seperti chatbot dan WhatsApp API memainkan peran penting dalam menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, karena memungkinkan *brand* memberikan layanan yang cepat dan responsif.

Dalam program magang, penulis diberikan tanggung jawab penuh untuk mengelola WhatsApp API Parador Hotels & Resorts. Dengan akun yang telah dibuat dan didaftarkan di WhatsApp API, penulis bertugas untuk melakukan pemantauan pesan yang masuk setiap hari. Berikut dijelaskan terkait workflow dari WhatsApp API.



Gambar 3.11 Tampilan WhatsApp API
Sumber: WhatsApp API Parador Hotels & Resorts

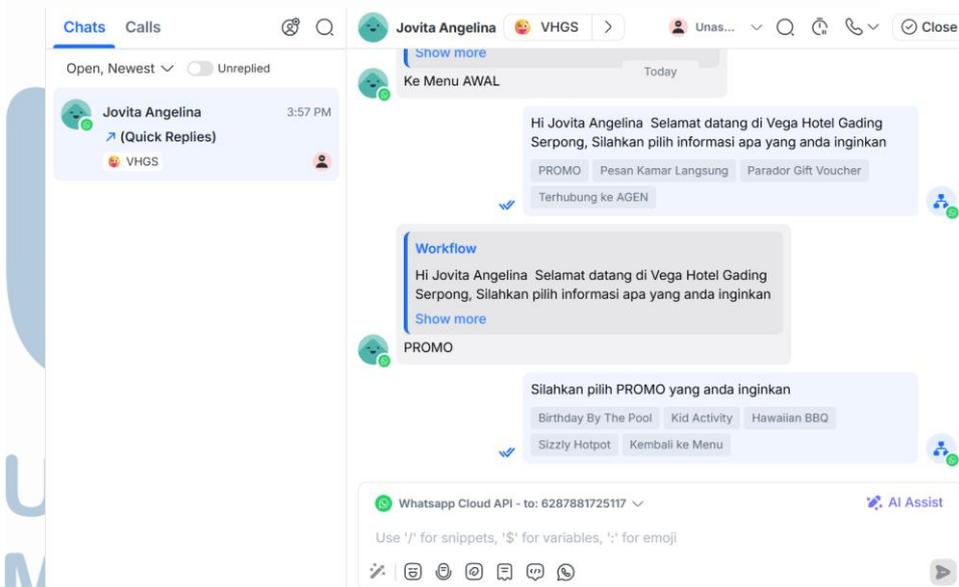
Pada gambar 3.11 dapat dilihat, ketika pesan masuk dari pelanggan, sistem WhatsApp API secara otomatis akan mengaktifkan bot yang mengirimkan

pesan balasan awal. Dalam pesan tersebut pelanggan diminta untuk memilih unit hotel mana yang ingin mereka tuju.



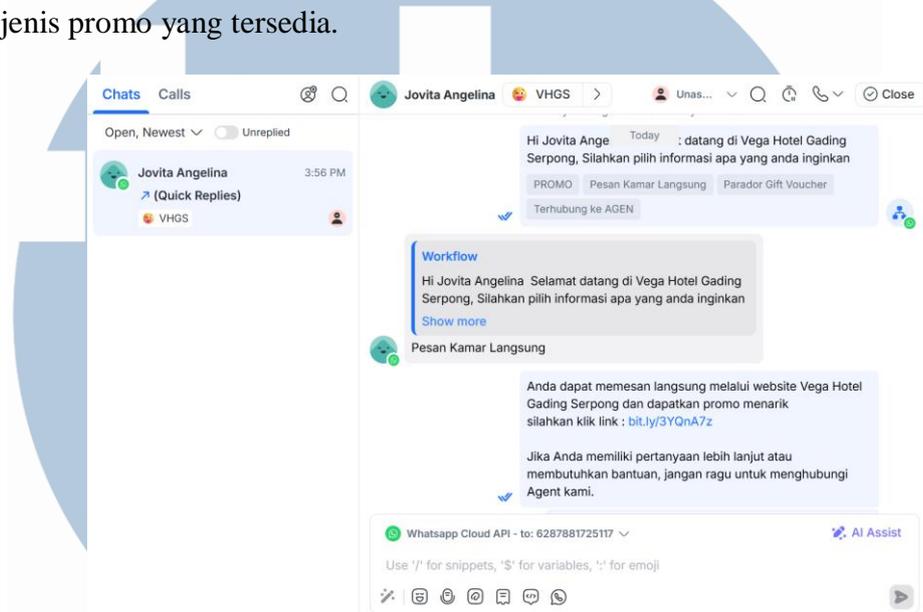
Gambar 3.12 Tampilan *Workflow* Hotel
Sumber: WhatsApp API Parador Hotels & Resorts

Gambar 3.12 menjelaskan bahwa setelah memilih unit hotel yang dituju, bot akan secara otomatis mengubah alur (*workflow*) menuju unit hotel yang dipilih dan secara otomatis mengirimkan pesan berisi pilihan kebutuhan pelanggan, seperti “Promo”, “Pesan Kamar Langsung”, atau “Terhubung ke Agen”.



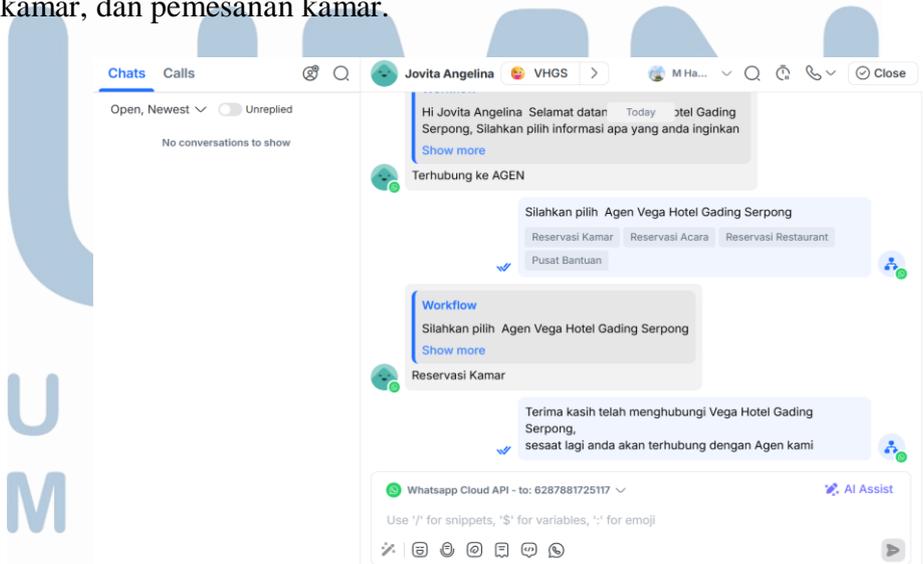
Gambar 3.13 Tampilan *Workflow* Promo
Sumber: WhatsApp API Parador Hotels & Resorts

Gambar 3.13 menunjukkan bahwa disetiap opsi yang dipilih oleh pelanggan akan memicu respons lanjutan yang berbeda sesuai dengan topik yang dipilih. Misalnya, jika pelanggan memilih “Promo”, maka bot akan mengirim berbagai jenis promo yang tersedia.



Gambar 3.14 Tampilan *Workflow* Pesan Kamar Langsung
Sumber: WhatsApp API Parador Hotels & Resorts

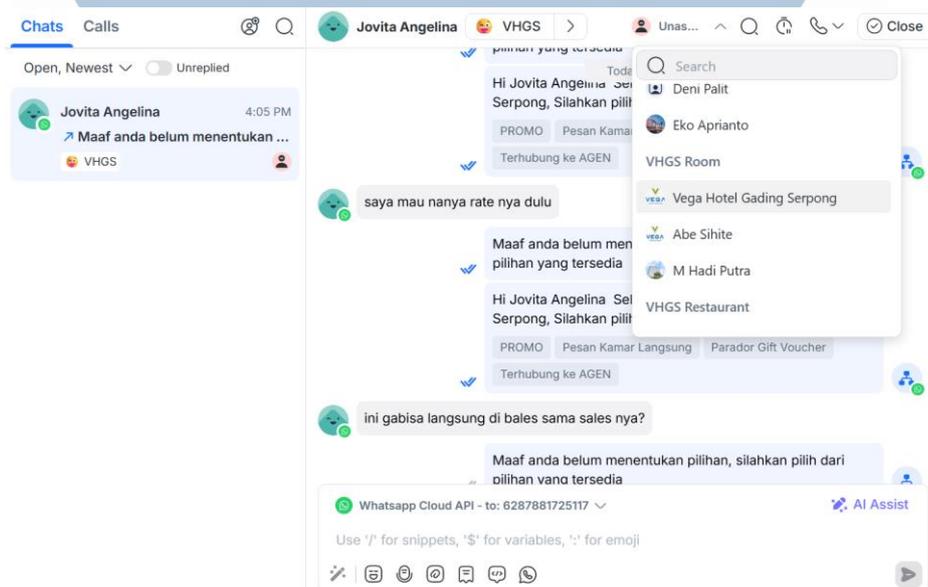
Pada gambar 3.14 dijelaskan jika pelanggan memilih “Pesan Kamar Langsung”, bot akan mengirim link berisi informasi ketersediaan kamar, jenis kamar, dan pemesanan kamar.



Gambar 3.15 Tampilan *Workflow* Terhubung ke Agen
Sumber: WhatsApp API Parador Hotels & Resorts

Gambar di atas menunjukkan, jika pelanggan memilih opsi “Terhubung ke Agen”, maka bot akan mengirimkan pesan berupa pilihan kebutuhan pelanggan. Setelah dipilih salah satunya, bot akan secara otomatis mengirim pesan pelanggan tersebut kepada agen hotel masing-masing sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan akan dilanjutkan oleh agen unit hotel masing-masing.

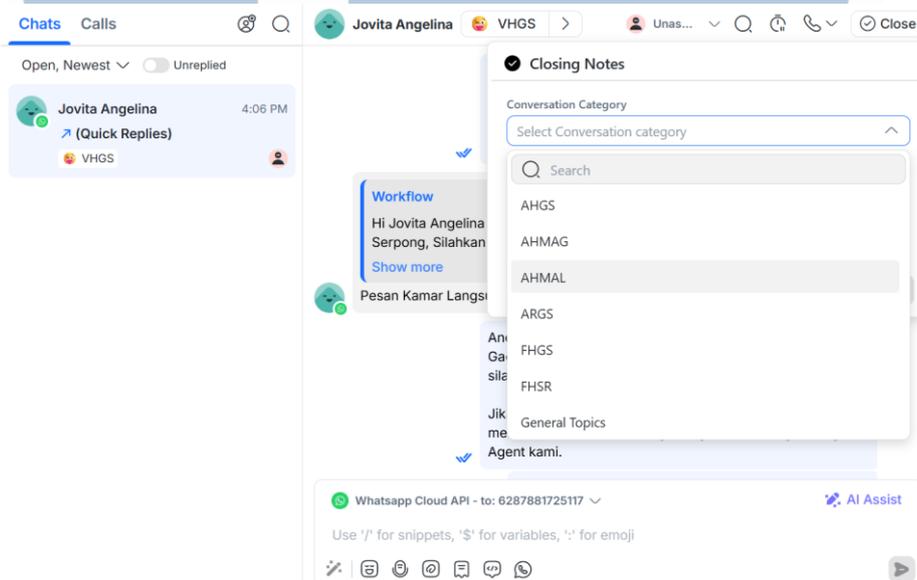
Namun, seringkali tidak semua pelanggan langsung memahami alur yang disediakan, atau terkadang pesan yang dikirimkan oleh sistem belum sepenuhnya menjawab kebutuhan spesifik pelanggan. Dalam kondisi tersebut, penulis akan secara manual meninjau isi pesan pelanggan. Penulis akan membaca dan memahami kebutuhan yang disampaikan, lalu menggunakan fitur *assign* kontak untuk meneruskan pesan tersebut ke kontak agen hotel yang relevan.



Gambar 3.16 Tampilan *Work Assgin* Menuju Unit Hotel
Sumber: WhatsApp API Parador Hotels & Resorts

Gambar 3.19 merupakan contoh, jika pelanggan ingin melakukan reservasi restoran di Vega Hotel, maka penulis akan secara manual mengirimkan pesan pelanggan tersebut ke kontak agen restoran di Vega Hotel, dan setelahnya akan ditangani oleh agen yang bersangkutan.

Selain melakukan proses *assign* ke kontak agen hotel yang relevan, penulis juga bertanggung jawab untuk menutup percakapan (*close conversation*) apabila pelanggan sudah tidak membutuhkan lanjutan interaksi atau tidak pernah membalas kembali setelah menggunakan layanan bot, dan tidak ada kebutuhan untuk diteruskan ke pihak hotel. Proses penutupan percakapan ini dilakukan menggunakan fitur dari WhatsApp API, dimana setiap percakapan yang ditutup harus diberi kategori yang sesuai. Penulis wajib menentukan jenis percakapan berdasarkan konteks pesan pelanggan, misalnya apakah termasuk kategori unit hotel, promo hotel, atau pesan umum yang tidak mengarah ke kebutuhan spesifik manapun.



Gambar 3.17 Tampilan *Close Conversation*
 Sumber: WhatsApp API Parador Hotels & Resorts

Gambar 3.17 menunjukkan contoh ketika pesan dari pelanggan mengarah ke unit hotel Atria Hotel Malang, jika pelanggan sudah tidak menjawab pesan atau kebutuhan pelanggan sudah terpenuhi, maka penulis akan melakukan *close conversation* dengan kategori “AHMAL”. Dalam tugas ini, penulis mengelola pesan pelanggan sebelum pesan tersebut diarahkan kepada agen hotel masing-masing dan menjadi tanggung jawab masing-masing. Dengan terlibat langsung dalam proses pengelolaan WhatsApp API, penulis tidak hanya mempelajari alur kerja sistem otomatisasi komunikasi pelanggan, tetapi juga mengembangkan

kepekaan dalam memahami kebutuhan pelanggan secara cepat dan akurat. Tugas ini relevan dengan mata kuliah Direct Marketing & Customer Relationship Management, karena mata kuliah ini mempelajari bagaimana membangun dan mengelola hubungan langsung dengan pelanggan, baik melalui pendekatan personal maupun sistematis. Pengelolaan WhatsApp API selama magang memberikan pengalaman langsung dalam menerapkan prinsip komunikasi dua arah yang efektif, penggunaan teknologi dalam otomasi pemasaran, serta pentingnya respons cepat dan relevan dalam menjaga kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas terhadap brand.



G. Membuat Database Pelanggan

Tugas ini berkaitan erat dengan proses pengelolaan data pelanggan berdasarkan interaksi yang terjadi melalui WhatsApp API. Menurut Kotler & Keller (2016), database pelanggan merupakan aset paling penting yang memungkinkan perusahaan untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan. Dengan adanya data yang akurat dan terorganisir, perusahaan dapat membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan melalui pendekatan yang lebih personal.

Penulis bertanggung jawab untuk menyusun dan memperbarui database pelanggan yang berasal dari interaksi di WhatsApp API. Dalam praktiknya, penulis menerima data mentah yang dikirimkan oleh seluruh unit hotel dalam bentuk dokumen PDF atau Google Spreadsheets dengan format sederhana dan cenderung tidak terorganisir (Gambar 3.18).

Row	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
39	Mr. Iina	Iina	ciolialina0970@gmail.com	08561151178	ID	12/31/23	01/01/24	0705	Tiket.com	500,00	KARAWACI RESIDENCE BLOK A 43 RT007/RW032 BOJONG NANGKA KELAPA DUA KABUPATEN	
40	Mr. Febraska	Madindan	fmadin.172923@guest.booking.com		ID	12/31/23	01/01/24	0706	Booking.cor	500,00	SIM-06021205500078 JL. CUCUR BARAT I BLK B/2 RT 03/09 JAKARTA	
41	Mr. ANGGA JONIA		jojo4fain@gmail.com	0812 9357 9287	ID	12/31/23	01/01/24	0708	INDIVIDUAL	890,00	VILLA MUTIARA JLN. JRAH II P/7 RT002/RW002 SAWAH BA RU, CIPUTAT KOTA TANGERANG SELATAN	
42	Mr. Jessica	Claudia	jolaud.281020@guest.boi	+82 821-8067-7810	ID	12/31/23	01/01/24	0800	Booking.cor	0,00	JL. RADEN INTAN NO 43 B 000/00 12092001 BANDAR LAMPUNG 1871065209010003	
43	Mr. Freddi Haloho		taraa.syahda2000@gmail	+82 815-1984-0014	ID	12/31/23	01/01/24	0802	ATRIA HOT	881,00	JLN. PENGAYOMAN SELATAN RT002/RW009 BUARAN INDAH TANGERANG	
44	Mr. Ridhani		m.ridhani71@gmail.com	086946524779	ID	12/31/23	01/01/24	0803	INDIVIDUAL	861,00	TAMAN TERATAI BLOK E 15-1 RT004/RW012 BUGEL, KARA WACI KOTA TANGERANG	
45	Mr. Andi	Kesumanegara	deny	+82 812-0965-793	ID	12/31/23	01/01/24	0805	INDIVIDUAL	421,00	JL. CIREMAI RAYA/ 71 006/006 KARANG TENGAH TANGERANG-BANTEN	
46	Mr. Denaldy	Selawan	aldys2826@gmail.com	081218223407	ID	12/31/23	01/01/24	0806	INDIVIDUAL	861,00	JL.PETAMBURAN RT/RW : 004/006 26051959	
47	Mr. STEVEN		ogyegendut@gmail.com	08998103973	ID	12/31/23	01/01/24	0809	INDIVIDUAL	090,00	JL DR MUWARDI II NO 16 A 001/002 317302260930001 29091983 JAKARTA	
48	Mr. HENRY	MASTRADA	henry@mastrada.com	08178537875	ID	12/31/23	01/01/24	0810	INDIVIDUAL	490,00	SIM-12667500006139 27/06/1875 CITRA GARDEN 2 RT 1/19 JAKARTA	
49	Mr. Natalia	Suryawidi	n.suryawidi@gmail.com	081905059055	ID	12/31/23	01/01/24	0900	Booking.cor	0,00	State: ID	
50	Mr. William		maimunadaeli@yahoo.co	081315755020	ID	12/31/23	01/01/24	0901	INDIVIDUAL	890,00	JL SUNGAI SAMBAS VII/13 006/005 31740724018000100 24011989 JKT	
51	Mr. Yi Youngho		ervina.kulli@lqe.com	+821064129177	ID	12/31/23	01/01/24	0912	INDIVIDUAL	890,00	KOREA - M878T8817 07081987	
52	Mr. Natalia	Suryawidi	nsurya.252994@guest.booking.com		ID	12/31/23	01/01/24	0917	Booking.cor	0,00	State: ID	
53	Mr. Chopin Pranoto		galaxy.chopin@gmail.com	08113338554	ID	12/30/23	01/01/24	0918	EXPEDIA.C	0,00	MULYOSARI UTARA 15 001/001 KALISARI 29051989 SURABAYA 3578282905800003	
54	Mr. Natalia	Suryawidi	nsurya.widi@guest.booki	081905059055	ID	12/31/23	01/01/24	0919	Booking.cor	0,00	KTR-3174028912040002 JAKARTA 28/12/1984 JL. BANGKA RAYA / 99 C RT 013/007 PELA MAMPANG JAKARTA SELATAN	
55	Mrs. Dinushi	Ariyaratne	dinushi.ariyaratne@gmail	+82 856-4647-5887	ID	12/31/23	01/01/24	0920	Booking.cor	0,00	SUTERA JINGGA VI NO 10 ALAM SUTERA TANSEL	
56	Mr. Karina	Fortunata	karinafortunata@gmail.c	081959999932	ID	12/31/23	01/01/24	0921	Expedia	0,00	JL MOCH TOHA 004/013 3671075009920001	
57	Mr. Imelda	Widyastuti	gioangie803@gmail.com	08112884188	ID	12/30/23	01/01/24	0922	Expedia	0,00	105916992 TNG	
58	Mr. Desy	Kartika	desykartika31284@gmail	085218800180	ID	12/31/23	01/01/24	0926	Hotelbeds	0,00	JL PANORAMA P NO 3 GRAHA CANDI GOLF 008/002 3374018712780002 27121978 SEMARANG	
59	Mr. Desy	Kartika	desykartika31284@gmail	085218800180	ID	12/31/23	01/01/24	0926	Hotelbeds	0,00	JL PANORAMA P NO 3 GRAHA CANDI GOLF 008/002 3374018712780002 27121978 SEMARANG	
60	Mr. Septyan	Achsaani Putra	septyanachsaniputra@gm	083875940385	ID	12/31/23	01/01/24	1002	Expedia	0,00	PEJURENAN 004/004 317404081900005 08011990 JAKARTA	

Gambar 3.18 Data Mentah Unit Hotel
Sumber: Unit Hotel (2025)

Data tersebut kemudian diolah kembali oleh penulis dalam format Google Spreadsheets menjadi database yang sistematis dan terorganisir. Proses pengolahan ini mencakup pencatatan nama pelanggan, nomor telepon aktif, dan keterkaitan dengan unit hotel tertentu. Dalam pengolahan database, angka “0” pada awal nomor telepon pelanggan diubah menjadi kode negara Indonesia, yakni “+62”. Untuk nomor telepon di luar Indonesia, diawal nomor telepon akan ditambahkan tanda “+”. Jika dalam penulisan nomor telepon terdapat spasi, tanda “-”, atau tanda lain selain “+” di awal nomor, maka penulis akan menghapusnya. Nomor yang tidak lengkap atau terlihat tidak benar akan dihapus bersamaan dengan nama pelanggan yang bersangkutan. Database pelanggan yang diterima dan diolah mencakup periode tahun 2024 hingga Januari-Maret 2025. Perkiraan jumlah data yang diolah penulis mencapai ±200.000 entri pelanggan.

No	Nama Depan	Nama Belakang	Phone Number	Tags
1	DR. ASEP EMA PRAWIRADILAGA		+62816824276	AHGS
2	Lina	Aurelia	+628125713998	AHGS
3	YUDHI DHARMA		+6287824003406	AHGS
4	Fani	Yulia Astri	+6281993456058	AHGS
5	LILY	HUSADA	+628122433624	AHGS
6	Meita Veronica		+628118747455	AHGS
7	LILY	HUSADA	+628122433624	AHGS
8	Rani	Himayani	+62811793956	AHGS
9	Pangkun	Pangkun	+628219998810	AHGS
10	Sang Young	Park	+6910172423142	AHGS
11	Albert Wiguna Purwatanu		+628229849393	AHGS
12	SILVIA	TUNGGGA	+6281296812162	AHGS
13	SILVIA	TUNGGGA	+6281296812162	AHGS
14	CECILIA		+6281188002232	AHGS
15	CECILIA		+6281188002232	AHGS
16	Ziyang	Zheng	+13570537759	AHGS
17	Yunita Permatasari		+6281769653555	AHGS
18	Bonifacio	Terri Tanala	+628170255222	AHGS
19	Supardi	Supardi	+628128286918	AHGS
20	Agung	Jaya Pratama	+6281272059000	AHGS
21	Agung Jaya	Pratama	+6281272059000	AHGS
22	WENPING	WANG	+6282160420924	AHGS
23	Deni	Andra	+6281289821414	AHGS
24	DEWI	DEWI	+6281722978832	AHGS
25	Sandra Amelia	Putri	+6281784966683	AHGS
26	Dandy	Sucahyo	+6281277686666	AHGS
27	TANTAN	SUPARLAN	+6281380803377	AHGS

Gambar 3.19 Hasil Pengolahan Database
Sumber: Olahan Pribadi (2025)

Dalam Gambar 3.19, terlampir hasil pengolahan database pelanggan dari unit hotel Atria Hotel Gading Serpong. Pada database ini, penulis memisahkan nama depan dan nama belakang karena menyesuaikan dari data mentah yang

diberikan unit hotel, penulis juga memasukan nomor telepon yang bersangkutan sesuai dengan format yang sudah ditentukan. Pengolahan database pelanggan dilakukan secara khusus untuk mendukung kegiatan departemen Sales & Marketing, dimana tim Sales akan menggunakan database tersebut untuk menghubungi pelanggan secara langsung dengan tujuan menawarkan promo hotel dan program khusus lainnya. Selain itu, database pelanggan digunakan untuk mengirimkan broadcast pesan ke ribuan pelanggan secara otomatis melalui WhatsApp API. Dengan database yang rapi, lengkap, dan terorganisir, akan membantu proses pemasaran secara langsung (*direct marketing*) agar berjalan secara efisien dan efektif.

Tugas ini berkaitan kembali dengan mata kuliah Direct Marketing & Customer Relationship Management. Dimana mata kuliah ini mempelajari pentingnya hubungan brand dengan pelanggan, termasuk bagaimana membangun komunikasi yang lebih personal. Pemahaman tersebut sangat mendukung dalam proses pengolahan database pelanggan yang nantinya digunakan untuk strategi pemasaran langsung secara lebih efektif.

3.2.3 Kendala Utama

Selama menjalani praktik magang sebagai Marketing Communication Intern di Parador Hotels & Resorts, kendala yang dihadapi oleh penulis adalah kurangnya pengalaman dalam menggunakan platform baru, yaitu WhatsApp API. Di awal masa magang, penulis belum terbiasa dengan tampilan dan sistem kerja WhatsApp API, sehingga membutuhkan waktu adaptasi untuk memahami fitur-fiturnya, terutama dalam pengelolaan pesan massal dan balasan otomatis. Di sisi lain, pengelolaan WhatsApp API juga menjadi tantangan ketika traffic pesan dari pelanggan sedang tinggi. Mengingat pengelolaan dilakukan sendiri, penulis sempat kewalahan ketika banyak pesan masuk dalam waktu bersamaan. Ditambah penulis harus dengan teliti membaca dan memahami isi pesan pelanggan agar dapat ditangani dengan benar.

Kendala lainnya yang dihadapi adalah pengerjaan *news monitoring* yang sering tertunda akibat tim Marketing setiap unit hotel cenderung kurang inisiatif dalam memberikan update berita yang rilis pada minggu tersebut. Selain itu, beberapa berita tidak terlaksana atau tidak rilis sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Hal ini menyebabkan timeline yang sudah disiapkan harus diundur atau dibatalkan, sehingga menghambat alur kerja.

Selanjutnya, kendala yang dihadapi penulis adalah banyaknya permintaan copywriting dari unit hotel maupun dari supervisor dalam waktu yang berdekatan. Hal tersebut menyebabkan penulis mengalami creative block, yaitu kondisi ketika kehabisan ide atau sulit menemukan kata-kata yang menarik untuk diolah. Kendala terakhir yang dihadapi penulis terkait dengan kualitas data dari unit hotel yang sering kali tidak konsisten, tidak rapi, atau tidak lengkap. Hal ini menyebabkan penulis perlu bekerja lebih teliti dan memakan waktu lebih lama dalam proses pengolahan data agar hasil database dapat digunakan secara efektif.

Selain kendala teknis dan operasional tersebut, penulis juga menghadapi tantangan yang berkaitan antara pembelajaran di kampus dengan praktik kerja di lapangan. Materi perkuliahan yang diperoleh cenderung fokus pada konsep-konsep teoritis. Namun dalam praktiknya, penulis dituntut untuk mampu mengaplikasikan keterampilan teknis secara langsung.

3.2.4 Solusi

Solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala-kendala tersebut adalah dengan berkonsultasi dengan supervisor terkait cara penggunaan WhatsApp API dan bertanya jika ada hal yang perlu ditanyakan, hal tersebut dilakukan secara bersamaan dengan praktik langsung agar lebih mengerti dan lebih menguasai penggunaan WhatsApp API. Selain itu, penulis juga menerapkan kebiasaan untuk membuka WhatsApp API secara lebih rutin dan secepat mungkin merespon atau menangani pesan pelanggan agar tidak menumpuk, sehingga tidak kewalahan dan respon pelanggan menjadi lebih cepat. Kendala terkait *news monitoring* diatasi dengan secara rutin mengingatkan dan melakukan follow-up secara berkala agar setiap tim marketing unit hotel dapat memberikan list berita yang rilis secara tepat

waktu dan atau memberikan kabar jika terdapat rencana berita yang tidak tayang pada minggu tersebut.

Selain itu, kendala dalam tugas *copywriting* biasanya diatasi dengan melakukan istirahat sejenak bersamaan dengan mencari referensi di internet atau melihat *copywriting* yang telah dibuat sebelumnya untuk dijadikan referensi. Terkadang penulis juga melakukan brainstorming dengan supervisor untuk mendapatkan ide-ide baru. Untuk kendala terkait data mentah yang tidak rapi, penulis menyiasati hal tersebut dengan melakukan pengecekan berulang kali dan mencari rumus dalam Google Spreadsheets yang dapat membantu pekerjaan menjadi lebih efisien dan tidak memakan lebih banyak waktu. Kendala terakhir untuk mengatasi kurangnya teori praktikal di perkuliahan, penulis berinisiatif untuk melakukan pembelajaran mandiri di luar materi perkuliahan. Penulis juga aktif berdiskusi dengan supervisor dan rekan kerja untuk memahami alur kerja.

