

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pada tahun 2025, penulis berkesempatan untuk menjalani praktik kerja magang di salah satu program milik PT ProMark Strategies, yaitu program loyalitas pelanggan Sunway Moments yang diimplementasikan di Sunway Resort Hotel, Malaysia. Selama menjalankan praktik kerja magang, penulis menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi sehari-hari, baik dalam berinteraksi dengan rekan kerja, supervisor, maupun pihak internal dari Sunway Resort Hotel. Kemampuan berbahasa Inggris menjadi salah satu aspek penting yang menunjang proses komunikasi dan koordinasi selama bekerja secara profesional di lingkungan multinasional.

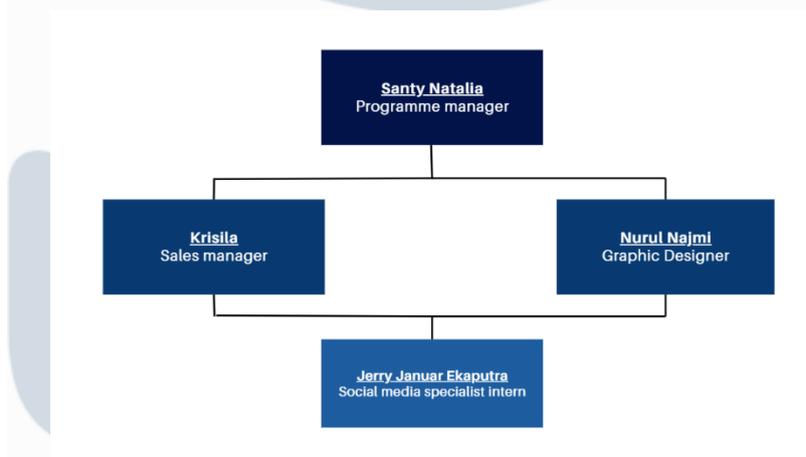
Sebelum menjalani aktivitas kerja secara resmi, penulis harus menjalani masa *training* intensif selama tiga hari, mulai dari jam 09.00 pagi hingga 18.00 sore MYT. Masa pelatihan ini bertujuan untuk membekali pemegang dengan pemahaman mendalam mengenai produk, layanan, serta etika kerja profesional yang berlaku di Sunway Resort Hotel.

Pada hari pertama *training*, penulis mendapatkan pemahaman mendalam mengenai identitas program dan posisi representatif. Penulis dipertegas bahwa dalam menjalankan tugas, pemegang bukan mewakili ProMark Strategies, melainkan sepenuhnya mewakili citra dan layanan dari Sunway Resort Hotel. Selain itu, penulis mempelajari informasi mendetail terkait produk Sunway Moments, termasuk manfaat dan keuntungan yang didapatkan oleh para *member*. Beberapa hal yang dipelajari antara lain kategori kamar hotel yang termasuk dalam *memberhsip*, daftar outlet restoran yang tersedia bagi *member*, fasilitas - fasilitas yang dimiliki oleh hotel, semua *complimentary*, diskon dan keuntungan lainnya dapat didapatkan oleh *member* Sunway Moments dengan harga RM 858.00.

Pada hari kedua, pelatihan lebih bersifat eksploratif. Penulis diajak untuk mengamati dan mengenal ruang kerja dari *Sales Consultant* yang bertugas untuk melakukan telemarketing dalam mempromosikan keanggotaan. Penulis juga aktif

berdiskusi dengan para senior mengenai strategi komunikasi persuasif yang efektif untuk meyakinkan calon pelanggan agar bergabung menjadi bagian dari Sunway Moments. Setelah itu, penulis turut serta dalam *room tour* ke beberapa tipe kamar unggulan yang terdapat dalam benefit program Sunway Moments, guna memahami fasilitas eksklusif apa saja yang menjadi daya tarik utama dari Sunway Resort hotel.

Hari ketiga merupakan tahap evaluasi, dimana penulis mengikuti ujian yang mencakup seluruh materi yang telah dipelajari selama dua hari sebelumnya. Setelah berhasil menyelesaikan *training* dan lulus ujian, penulis secara resmi menjalani tugas magang sebagai *Social Media Specialist Intern* yang berada di bawah divisi Digital Marketing. Selama masa magang, penulis berada dalam pengawasan langsung dari *Graphic Designer* dari kantor pusat PT ProMark Strategies, serta dibantu oleh supervisi harian dari tim internal Sunway Moments, yaitu Krisila yang menjabat sebagai *Sales Manager* dan menjadi pembimbing langsung penulis selama kegiatan magang berlangsung. Program ini dipimpin oleh Santy Natalia, selaku *Programme Manager* dari Sunway Moments.



Gambar 3. 1 Alur Koordinasi Magang PT ProMark Strategies

Sumber: Olahan Data Pribadi (2025)

Berdasarkan gambar pada 3.1, menjelaskan bagaimana alur komunikasi antara penulis sebagai *internship student* dengan kedua supervisor yang membantu dalam pemasaran digital untuk Sunway Moments. Penulis lebih banyak berkoordinasi dengan supervisor utama, untuk melakukan presentasi hasil dari

konten ataupun dari supervisor yang memberikan briefing untuk tugas berikutnya. Dalam menjalankan aktivitas kerja harian, penulis tidak hanya berkoordinasi dengan supervisor utama, tetapi juga berinteraksi secara intens dengan berbagai anggota tim lainnya. Penulis juga melakukan koordinasi dengan tim *admin* dan *sales*, khususnya dalam proses penyusunan materi promosi dan pengumpulan informasi terkait kebutuhan konten. Mengenai *room rate* atau *pricelist* dari *participating outlet* yang dimiliki Sunway Moments. Alur kerja magang dijalankan secara terstruktur, dimulai dari briefing tugas oleh supervisor, kemudian penulis melakukan proses riset, perencanaan konten, dan pembuatan materi secara mandiri atau kolaboratif.

Penulis juga berkoordinasi dengan kak Nurul Najmi, selaku *Graphic Designer* yang menangani berbagai perancangan visual untuk konten media sosial. Kak Nurul membantu penulis untuk kebutuhan desain grafis untuk setiap konten yang akan diunggah di media sosial. Supervisor Nurul dapat memberikan panduan dalam penggunaan *brand guidelines* dan memastikan bahwa semua materi visual yang digunakan di media sosial selaras dengan identitas brand Sunway Moments dan ProMark Strategies. Kolaborasi ini memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui media sosial tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual. Setiap hasil pekerjaan yang telah selesai akan dikirimkan kembali kepada supervisor untuk dilakukan *review* terlebih dahulu dan memberikan evaluasi. Setelah itu, supervisor akan mengajukan hasil dari konten tersebut kepada *Programme Manager* terkait hasil akhir dari konten yang dibuat oleh penulis. Proses ini memungkinkan penulis mendapatkan umpan balik yang konstruktif serta memastikan bahwa konten yang diproduksi sesuai dengan standar brand Sunway Moments dan sesuai dengan standar hotel sebelum dipublikasikan di media sosial resmi.

Pola kerja yang dijalani mencerminkan pentingnya koordinasi antara penulis dan pembimbing dalam mendukung performa tim, serta berkontribusi terhadap pencapaian target perusahaan, khususnya dalam membangun *brand awareness* dan meningkatkan jumlah anggota program loyalitas. Kedudukan penulis sebagai *intern* di divisi *digital marketing* ini memberikan kesempatan untuk memahami secara langsung bagaimana strategi pemasaran digital diimplementasikan dalam konteks program loyalitas perhotelan, serta bagaimana

setiap divisi saling berkoordinasi untuk mencapai tujuan bersama.

### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama 80 hari pelaksanaan kerja magang, penulis terlibat secara langsung dalam berbagai aktivitas pemasaran digital di media sosial untuk program Sunway Moments. Tugas-tugas yang dijalankan berkontribusi terhadap pencapaian tujuan program dalam menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan *brand awareness*, serta mendorong partisipasi dan pendaftaran keanggotaan melalui media sosial, khususnya TikTok, Instagram dan Facebook. Fokus utama dari pelaksanaan kerja magang mencakup berbagai aspek strategi komunikasi digital, mulai dari perencanaan konten hingga *monitoring* performa konten. Setiap jenis pekerjaan yang dilakukan dibutuhkan pemahaman yang mendalam terkait komunikasi pemasaran digital, keaktifan dalam mencari ide konten, memiliki kreativitas yang tinggi dan kemampuan untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak untuk mencapai tujuan bersama.

| No | Jenis Pekerjaan                  | Uraian Pekerjaan  | Februari |   |   |   | Maret |   |   |   | April |   |   |   | Mei |   |   |   | Juni |   |   |   |  |  |
|----|----------------------------------|---|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|--|--|
|    |                                  |   | 1        | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1     | 2 | 3 | 4 | 1   | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 |  |  |
| 1  | Social Media Management          | Penyusunan ide konten   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
|    |                                  | Mengambil kalender konten   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
|    |                                  | Membuat Storyboard untuk konten   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
|    |                                  | Membuat Caption dan Copywriting   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
|    |                                  | Menjadi admin sosial media Sunway Moments (Instagram, Facebook, TikTok)   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
| 2  | Analisa Media Sosial             | Membuat laporan mingguan terkait engagement, reach, view di setiap media sosial Sunway Moments                                      |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
|    |                                  | Melakukan evaluasi terhadap performa media sosial Sunway Moments dan memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan data performa     |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
| 3  | Konten Produksi & Eksekusi       | Membuat video pendek dari ide konten menjadi eksekusi nyata (shooting)  |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
|    |                                  | Mengedit video menggunakan aplikasi video editor  |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
|    |                                  | Membuat poster flyer untuk kebutuhan promosi Sunway Moments   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
|    |                                  | Mengedit talent untuk media sosial Sunway Moments   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
|    |                                  | Mengaripikan dan mendokumentasikan konten yang telah dipublikasikan   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
| 4  | Customer Relationship Management | Mengembangkan konsep video yang sesuai dengan tren dan brand tone dari Sunway Moments   |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |
|    |                                  | Berinteraksi dengan influencers melalui komentar atau Direct Message (DM) yang masuk mengenai membership untuk membangun engagement |          |   |   |   |       |   |   |   |       |   |   |   |     |   |   |   |      |   |   |   |  |  |

Gambar 3. 2 Timeline Kerja Magang

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas dan peran dari divisi digital marketing, khususnya pada sub-divisi *Social Media Management* di posisi *Social Media Specialist Intern* berfokus pada pencarian saluran pemasaran serta metode yang paling efektif untuk mengelola media sosial agar sesuai dengan karakteristik target pasar dari program Sunway Moments. Fokus utama dari posisi ini adalah menjaga

hubungan jangka panjang antara hotel dan pelanggan melalui pengelolaan konten digital yang menarik, informatif dan sesuai tren. Melalui program loyalitas Sunway Moments anggota dapat menikmati berbagai *privilege*, seperti diskon kamar, promo eksklusif untuk F&B, fasilitas hotel, dan penawaran spesial lainnya, semuanya bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Selain bertugas untuk mempromosikan program loyalitas Sunway Moments melalui berbagai platform media sosial, seperti TikTok, Facebook dan Instagram, sub-divisi ini juga memiliki tanggung jawab dalam menjaga komunikasi yang aktif dengan audiens melalui penyusunan konten yang relevan, menarik, informatif dan mudah dipahami, tanggung jawab lainnya mencakup pembuatan rencana konten, pengumpulan data dari *insight* media sosial, hingga pembuatan dan pengelolaan ide-ide kreatif untuk meningkatkan *awareness* dan *engagement*. Sub divisi juga memiliki tanggung jawab yang besar untuk menjaga citra brand Sunway Moments tetap positif dan menarik di mata khalayak.

Secara garis besar, penulis sebagai *Social Media Specialist Intern* memiliki peran dalam menyusun presentasi ide konten, membuat *storyboard*, membuat caption atau *copywriting*, membuat *linktree*, menjadi admin media sosial, serta terkadang ikut menjadi *talent* dalam pembuatan video konten untuk kebutuhan promosi. Penulis juga membantu dalam *editing* konten video pendek, serta menyusun laporan perkembangan media sosial secara berkala untuk evaluasi tim. Selain itu, subdivisi ini memiliki peran penting dalam memfasilitasi komunikasi dua arah dengan audiens, menjawab pertanyaan, menanggapi komentar dan mengelola *feedback* yang masuk melalui platform media sosial ataupun melalui *member feedback form*, untuk mengetahui sentimen positif dan negatif dari *member*. Hal ini krusial untuk membangun komunitas online yang kuat dan dapat meningkatkan *engagement*.

Selain tugas-tugas di atas, subdivisi ini juga berperan dalam menyesuaikan strategi konten dengan momen tertentu, seperti musim liburan, promo spesial, maupun perayaan *event* besar. Dalam menjalankan

seluruh tugas ini, dibutuhkan pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip strategi pemasaran digital, manajemen media sosial, serta kemampuan untuk memahami karakteristik audiens. Pengetahuan ini sebelumnya telah dipelajari melalui berbagai mata kuliah seperti *Social Media & Mobile Marketing Strategy*, *Creative Media Production*, *Art, Copywriting & Creative Strategy*, dan *Direct Marketing & Customer Relationship Management*.

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Social Media Specialist* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

| <b>TUGAS UTAMA</b>                      |   |
|---|---|
| <b>Social Media Management</b>          | Penyusunan ide konten   |
|   | Membuat <i>Storyboard</i> untuk konten  |
|   | Membuat Caption dan Copywriting   |
|   | Mengelola kalender konten   |
|   | Membuat <i>linktree</i> untuk memudahkan akses langsung ke media sosial Sunway Moments  |
|   | Menjadi admin media sosial Sunway Moments (Instagram, Facebook, TikTok)   |
| <b>Analisa Media Sosial</b>             | Membuat laporan mingguan terkait <i>engagement</i> , <i>reach</i> , <i>view</i> dan performa masing-masing konten di setiap media sosial Sunway Moments |
|   | Melakukan evaluasi terhadap performa media sosial Sunway Moments dan memberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan data performa                         |
| <b>Konten Produksi dan Eksekusi</b>     | Membuat video pendek dari ide konten menjadi eksekusi nyata ( <i>shooting</i> ).  |
|   | Mengedit video menggunakan aplikasi video <i>editor</i>   |
|   | Membuat poster/flyer untuk kebutuhan promosi Sunway Moments   |
|   | Menjadi <i>talent</i> untuk media sosial Sunway Moments   |
|   | Mengarsipkan dan mendokumentasikan konten yang telah dipublikasikan   |
|   | Mengembangkan konsep video yang sesuai dengan tren dan <i>brand tone</i> dari Sunway Moments  |
| <b>Customer Relationship Management</b> | Berinteraksi dengan audiens melalui komentar atau <i>Direct Message</i> (DM) yang masuk mengenai <i>membership</i> untuk membangun <i>engagement</i>    |
|   | Mengumpulkan feedback dari member melalui member feedback form untuk mengetahui kepuasan pelanggan  |

Tabel 3. 1 Tugas Utama Social Media Specialist

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Social Media Specialist* dalam aktivitas kerja magang di PT ProMark Strategies adalah sebagai berikut:

#### A. Social Media Management

*Social Media Management* merupakan aktivitas utama dalam pengelolaan media sosial perusahaan untuk memperkuat kehadiran brand secara digital, membangun hubungan jangka panjang dengan audiens, serta meningkatkan kesadaran dan minat khalayak terhadap program loyalitas Sunway Moments. Menurut Kotler & Keller (2016) dalam buku *Marketing Management*, media sosial adalah alat komunikasi pemasaran modern yang memungkinkan interaksi dua arah dengan konsumen, bukan hanya sekedar penyiaran informasi. Kegiatan ini sangat relevan dengan mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy* yang menekankan pentingnya strategi adaptif sesuai karakteristik platform dan audiens.

Dalam konteks program Sunway Moments, *Social Media Management* memiliki peran penting dalam membangun citra brand, menjangkau pelanggan potensial, membina hubungan jangka panjang, dan meningkatkan loyalitas terhadap program keanggotaan. Program ini merupakan bagian dari strategi pemasaran berbasis loyalitas pelanggan yang dijalankan oleh Sunway Resort Hotel Malaysia bekerja sama dengan PT ProMark Strategies sebagai penyedia *loyalty membership*. Media sosial yang digunakan oleh Sunway Moments dalam komunikasi pemasaran digital, yaitu Instagram, Facebook dan TikTok.

Dalam pelaksanaan magang, penulis secara aktif menjalankan fungsi-fungsi tersebut melalui sejumlah aktivitas utama. Penulis terlibat dalam pengembangan ide dan strategi konten yang disesuaikan dengan kebutuhan promosi Sunway Moments. Ide dikembangkan dengan memperhatikan tren di media sosial terkini, disesuaikan dengan target audiens dari Sunway Moments, yaitu wisatawan maupun mancanegara yang

menginap di Sunway Resort Hotel. Aktivitas tersebut sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh Tuten dan Solomon (2017), bahwa *Social Media Management* adalah proses perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, dan analisis kehadiran media sosial sebuah organisasi untuk mencapai tujuan strategis komunikasi pemasaran.

Penyusunan ide tidak hanya berdasarkan pada kreativitas, tetapi terdapat pendekatan strategis seperti yang dijelaskan oleh Kotler & Keller (2016), bahwa perencanaan pemasaran digital harus berlandaskan pada pemahaman terhadap pasar, tren konsumen, serta analisis kompetitor. Kegiatan ini berkaitan erat dengan mata kuliah *Creative Media Production* dan *Social Media & Mobile Marketing Strategy*, dimana mahasiswa dilatih untuk mengembangkan ide kreatif berdasarkan data, tren, dan *insight* pasar secara sistematis. Seluruh proses perencanaan ini, mengacu pada strategi *content marketing*, dimana konten yang dibagikan harus mampu menyampaikan nilai dan relevansi kepada audiens (Pulizi, 2012).

Pada tugas pencarian referensi ide konten ini dapat dikaitkan dengan konsep SOSTAC pada tahap pertama yaitu, *Situation Analysis*. Dimana proses pencarian ide terdapat analisa target audiens terlebih dahulu pada setiap platform media sosial yang dimiliki Sunway Moments. Dikarenakan algoritma setiap platform, seperti Instagram, TikTok dan Facebook memiliki perbedaan yang cukup signifikan, sehingga diperlukan analisis jenis konten yang sesuai dan paling diminati oleh audiens dari setiap platform. Setelah melakukan pencarian referensi ide konten, penulis berdiskusi dengan supervisor terkait ide konten yang akan dibuat, setelah berdiskusi dan ide tersebut sudah disetujui penulis dapat lanjut ke tugas berikutnya.

| Referensi ide konten   |   |
|--|---|
| Introduction for the Sunway Resort Hotel Facilities                            | <a href="https://vt.tiktok.com/ZSkKyJSRL/">https://vt.tiktok.com/ZSkKyJSRL/</a>   |
| Flyers related to Ramadan buffet promotion                                     | <a href="https://www.instagram.com/reel/DGrU99OTXEm?igsh=N2RrYXZnMzduN3hp">https://www.instagram.com/reel/DGrU99OTXEm?igsh=N2RrYXZnMzduN3hp</a>   |
| Slideshow video for Ramadan flyer  | <a href="https://www.instagram.com/reel/DGrU99OTXEm?igsh=N2RrYXZnMzduN3hp">https://www.instagram.com/reel/DGrU99OTXEm?igsh=N2RrYXZnMzduN3hp</a>   |
| Poster about Sunway Moment membership program                                  | <a href="https://pin.it/LxQIzpYwd">https://pin.it/LxQIzpYwd</a>   |
| Highlight video at Sunset Terrace Ramadan Buffet dinner                        | <a href="https://vt.tiktok.com/ZSkKYMp2r/">https://vt.tiktok.com/ZSkKYMp2r/</a>   |
| Highlight for Waterventure Terrace room promotion                              | <a href="https://vt.tiktok.com/ZSkKCqVi9/">https://vt.tiktok.com/ZSkKCqVi9/</a>   |
| Poster for recruitment employee (Sales consultant)                             | <a href="https://pin.it/5pRjCz8ru">https://pin.it/5pRjCz8ru</a>   |
| Deluxe room category from the membership promotion                             | <a href="https://vt.tiktok.com/ZSkKXVLks/">https://vt.tiktok.com/ZSkKXVLks/</a>   |
| Introduction video about the main benefits from the membership                 | <a href="https://vt.tiktok.com/ZSkKXVQ2v/">https://vt.tiktok.com/ZSkKXVQ2v/</a>   |
| Slideshow video of showing pictures of every room category from the membership | <a href="https://vt.tiktok.com/ZSkKX3mQp/">https://vt.tiktok.com/ZSkKX3mQp/</a>   |
| Posting easter day poster about Sunset Terrace                                 | <a href="https://www.postermywall.com/index.php/art/template/087fb1e588f2eccdb7e3bef96857aaab/easter-brunch-poster-template-design">https://www.postermywall.com/index.php/art/template/087fb1e588f2eccdb7e3bef96857aaab/easter-brunch-poster-template-design</a> |
| Upload poster about the Sea-Zzling night at Sunset Terrace                     | <a href="https://www.behance.net/gallery/78453985/Marriott-Hotel-Brunch-Poster">https://www.behance.net/gallery/78453985/Marriott-Hotel-Brunch-Poster</a>   |

Gambar 3. 3 Ide Referensi Konten

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Untuk memastikan distribusi konten yang optimal, penulis juga bertanggung jawab dalam mengelola *content calendar* sebagai alat perencanaan dan kontrol konten media sosial. Kalender ini mencakup jadwal unggahan, tema konten mingguan, jenis media foto/video, waktu publikasi optimal, serta platform distribusi. Strategi ini bertujuan agar semua konten dapat terkoordinasi dengan baik dan sesuai dengan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan. *Content planning* ini juga memudahkan penulis untuk memastikan konten yang dibuat tetap relevan secara waktu dan mendukung kampanye pemasaran yang sedang berjalan.

| No. | TIMELINE |              |           | Content Idea  | Platform                           | Category               | Content Type    | Content Title  |
|-----|----------|--------------|-----------|---|------------------------------------|------------------------|-----------------|--|
|     | Day      | Posting date | Deadline  |   |                                    |                        |                 |  |
| 1   | Thursday | 2/27/2025    | 2/28/2025 | Introduction for the Sunway Resort Hotel Facilities     | TikTok, Reels, Facebook            | Awareness/Introduction | Video           | Sunway Moments 5 hotel membership benefits                           |
| 2   | Friday   | 2/28/2025    | 2/27/2025 | Flyers related to Ramadan buffet promotion              | TikTok, Reels, Facebook            | Exclusive deals/Prom.  | Graphics        | Experience 1,001 Arabian Nights at Sunset Terrace                    |
| 3   | Friday   | 3/7/2025     | 3/6/2025  | Slideshow video for Ramadan flyer                       | Facebook, TikTok, Instagram, Reels | Exclusive deals/Prom.  | Video, Graphics | *EXPERIENCE A FEAST LIKE NO OTHER*                                   |
| 4   | Sunday   | 3/9/2025     | 3/7/2025  | Poster about Sunway Moment membership program           | Facebook, Page, Instagram          | Awareness/Introduction | Graphics        | Escape to a world of luxury and indulgence with our exclusive offer! |
| 5   | Monday   | 3/10/2025    | 3/8/2025  | Highlight video at Sunset Terrace Ramadan Buffet dinner | TikTok, Instagram, Reels           | Food                   | Video           | A Magical Ramadan Feast Awaits!                                      |

Gambar 3. 4 Kalender Konten

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Gambar 3.4 di atas merupakan contoh dari *content planning* untuk media sosial Sunway Moments. Dalam pembuatan konten untuk media sosial Sunway Moments, sebagian besar konten berupa video pendek untuk mempromosikan kamar, restoran ataupun fasilitas unggul yang dimiliki oleh hotel. Namun, setelah dibuat hanya beberapa konten yang lulus kurasi yang akan diunggah. Kurasi ini dilakukan berdasarkan ketepatan penyampaian informasi dari konten tersebut, kualitas video dan audio, dan kesesuaian dengan identitas merek dari Sunway Moments. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), perencanaan editorial dan kalender konten merupakan praktik penting dalam *digital marketing* karena dapat membantu menjaga konsistensi komunikasi, menghindari *posting* yang tidak relevan, dan mendukung efisiensi kerja tim.

Setelah ide konten disetujui dan perancangan konten kalender telah dibuat, penulis membuat *storyboard* sebagai panduan visual untuk produksi konten. Penggunaan *storyboard* adalah penerapan langsung dari konsep visual *storytelling*, yang menurut David Meerman Scott (2020), mampu

meningkatkan keterlibatan audiens melalui elemen naratif visual yang menarik, terstruktur dan mudah dipahami. definisi *storyboard* menurut *Oxford Cambridge and RSA* adalah rangkaian diagram yang menunjukkan urutan tampilan. Dengan *storyboard*, penulis akan lebih menghemat waktu dan biaya produksi, serta dapat mengkomunikasikan konsep secara efektif kepada tim dan untuk meminimalisir kesalahan selama pembuatan konten. Hal ini menjadi salah satu komponen penting dalam menciptakan konten yang tidak hanya sekadar estetis, melainkan memiliki alur yang kuat dan relevan dengan citra *brand Sunway Moments*.



Gambar 3. 5 Storyboard untuk konten Sunway Moments

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Pada gambar 3.5, menunjukkan contoh dari pembuatan *storyboard* yang dibuat oleh penulis untuk membantu memudahkan pembuatan konten menjadi lebih efisien. Pembuatan *storyboard* ini disebut dengan tahap *pre-production* sesuai dengan praktik standar dalam mata kuliah *Creative Media Production* yang bertujuan untuk memvisualisasikan alur cerita sebelum

proses rekaman/*shooting*. Hal ini membantu menghindari *reshoot* atau revisi besar pasca-produksi, dapat mengoptimalkan waktu dan sumber daya.

Pada tugas membuat *storyboard* ini dapat dikaitkan dengan model pengembangan ADDIE (*Analyze, Design, Development, Implementation, Evaluation*). Tahap pertama adalah analisis (*Analyze*) merupakan suatu proses analisis kebutuhan dan melakukan analisis tugas yang rinci didasarkan kebutuhan. Tahap kedua adalah desain (*Design*) merupakan pembuatan format *storyboard* dengan pertimbangan hasil analisis yang diperoleh. Selanjutnya adalah pengembangan (*Development*), merupakan proses mewujudkan desain *storyboard* menjadi bentuk yang lebih konkrit. Setelah itu, terdapat tahap implementasi (*Implementation*), adalah langkah nyata untuk menerapkan produk yang sedang kita buat. Terakhir, terdapat tahap evaluasi (*Evaluation*), adalah proses untuk melihat apakah pekerjaan yang telah dibuat sesuai harapan awal atau tidak dan melakukan revisi jika dibutuhkan.

Tugas lainnya adalah membuat *caption* dan *copywriting* yang mampu menarik perhatian audiens dan mengarahkan mereka untuk mengambil tindakan, seperti mengunjungi *Linktree* Sunway Moments atau melakukan pendaftaran *membership*. Definisi *copywriting* disampaikan oleh (Mckee, 2007) dimana dia mengartikan *copywriting* didesain untuk meningkatkan kesadaran merek melalui sebuah konten dalam bentuk tulisan yang bertujuan untuk menggugah calon *customer* agar dapat berbisnis dengan perusahaan.

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

| CONTENT PLAN   |  |
|--|--|
| Content Title  | Description/Caption  |
| Sunway Moments 5★ hotel membership benefits                          | <p>1 x complimentary Night Stay (including breakfast for 2) in a King Deluxe Room at Sunway Resort Hotel, Room upgrade subsidy available.<br/>1 x complimentary Weekend Buffet Brunch or Weekend Buffet Dinner at Sunset Terrace for 2 persons</p> <p>1 x complimentary Monday-Friday Breakfast or Lunch Buffet at The Resort Café for 2 persons</p> <p>1 x 50% discount on total food bill from the à la carte menu when 4 people dine for lunch at Gordon Ramsay Bar &amp; Grill</p> <p>1 x 50% discount on total food bill at Black Tap Craft Burgers &amp; Shakes for 4-12 persons</p> <p>3 x Complimentary 1-day visit to pool, sauna, steam room &amp; gym for 2 people</p> <p>This Ramadan, step into a magical world where flavors meet timeless stories! 🌟</p>  |
| 🌟 Experience 1,001 Arabian Nights at Sunset Terrace 🌟                | <p>🌟 Special for Sunway Moments Members! 🌟</p> <p>✅ Adult: MYR 188 (Regular: MYR248)</p> <p>✅ Senior citizen/child: MYR 124</p> <p>Exclusive price valid for the whole month of Ramadan! 🌟</p> <p>📍 Sunset Terrace, Sunway Resort hotel</p> <p>🕒 1st-30th March 2025   18.30-22.30</p> <p>For more further information on our membership, please contact this number below:</p> <p>Contact Person: +60 192958509<br/>Direct call: 0374928000 - 3036/3063<br/>CS: 0374951581</p>  |
| 🌟 *EXPERIENCE A FEAST LIKE NO OTHER!* 🌟                              | <p>🌟 This Ramadan, step into *1,001 Arabian Nights* at *Sunset Terrace, Sunway Resort Hotel!* enjoy a new dining experience at the sunset terrace with a ramadan atmosphere!</p>   |
| Escape to a world of luxury and indulgence with our exclusive offer! | <p>🌟 This Ramadan, step into *1,001 Arabian Nights* at *Sunset Terrace, Sunway Resort Hotel!* enjoy a new dining experience at the sunset terrace with a ramadan atmosphere!</p> <p>🌟 *EXCLUSIVE FOR SUNWAY MOMENTS MEMBERS!* 🌟</p> <p>Enjoy *special discounts* &amp; perks when you dine with us! Not a member yet? *Join today and unlock exclusive privileges!*</p> <p>🕒 *1 - 30 March 2025*   🕒 *6:30 PM - 10:30 PM*</p> <p>📍 *Sunset Terrace, Sunway Resort Hotel*</p> <p>Tag your loved ones &amp; let's celebrate Ramadan in style! 🌟📱</p> <p>Visit our pages 🌟 <a href="https://lnktr.ee/SunwayMoments">https://lnktr.ee/SunwayMoments</a></p>  |
| 🌟 A Magical Ramadan Feast Awaits! 🌟                                  | <p>Step into a world of flavors this Ramadan at Sunset Terrace, Sunway Resort Hotel! 🌟 Indulge in an extravagant 1,001 Arabian Nights-inspired buffet, where rich spices, authentic dishes, and heartwarming hospitality create an unforgettable experience!</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🌟 Delectable traditional &amp; modern Ramadan delicacies</li> <li>🌟 A feast fit for royalty with premium ingredients</li> <li>🌟 Plenty foods, ranging from Malaysian, Indian, Western, Japanese</li> <li>🌟 Captivating ambiance to celebrate with family &amp; friends</li> </ul> <p>🌟 Exclusive price valid for the whole month of Ramadan!</p> <p>🕒 1 - 30 March 2025   🕒 6:30 PM - 10:30 PM</p> <p>📍 Sunset Terrace, Sunway Resort Hotel</p> <p>Tag your loved ones &amp; make your Ramadan moments truly special! 🌟📱</p> |

Gambar 3. 6 Caption dan Copywriting

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Pada gambar 3.6, Penulis menciptakan *headline* yang *hooky*, *body copy* yang informatif namun ringkas, dan terdapat *call-to-action* yang jelas. Penulis mengaplikasikan formula AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*) dalam setiap penulisan, sebagaimana disarankan oleh Solomon dan Tuten (2017), bahwa *copywriting* yang efektif di media sosial harus memikat dari kalimat pertama dan tetap sejalan dengan *tone of voice brand*. Keterampilan ini berkaitan erat dengan mata kuliah *Art, Copywriting & Creative Strategy* yang mengajarkan bagaimana penggunaan kata-kata dapat mempengaruhi emosi dan tindakan audiens.

Sehubungan dengan penggunaan bahasa Inggris dalam penulisan caption, penulis menggunakan bantuan teknologi dan *tools* berbasis kecerdasan buatan (AI) sebagai bagian dari proses brainstorming dan penyusunan kalimat, seperti ChatGPT (OpenAI) digunakan sebagai referensi ide awal dalam menyusun copywriting. ChatGPT ini membantu penulis untuk mengeksplorasi berbagai pendekatan gaya bahasa, pilihan

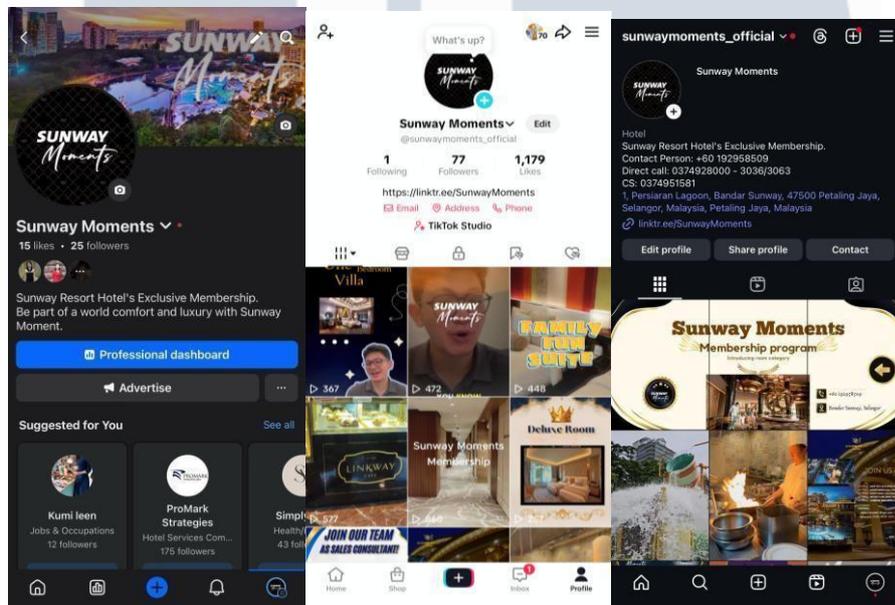
diksi, serta *tone of voice* yang sesuai dengan karakter brand Sunway Moments. Meskipun demikian, hasil dari ChatGPT tidak diambil mentah-mentah, melainkan diadaptasi kembali oleh penulis sesuai dengan konteks promosi dan preferensi hotel.

Selain itu, penulis menggunakan Blackbox AI untuk mencari variasi struktur kalimat atau frase menarik yang sesuai dengan tema promosi hotel. AI ini berguna untuk mengoptimalkan efisiensi kerja dalam menciptakan alternatif caption yang relevan dengan konsep visual konten. Penggunaan *Grammarly* sebagai alat bantu dalam menyunting *grammar*, ejaan dan struktur kalimat bahasa Inggris agar sesuai dengan standar profesional. *Grammarly* sangat penting untuk memastikan bahwa caption tidak hanya menarik secara konten, tetapi juga bebas dari kesalahan bahasa.

Penggunaan *tools* AI di atas tidak dimaksudkan untuk menggantikan kreativitas penulis, tetapi sebagai alat bantu untuk meningkatkan kualitas hasil tulisan dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan tetap konsisten dengan strategi pemasaran digital. Seluruh caption yang dihasilkan tetap melalui proses seleksi, penyuntingan, dan penyesuaian manual oleh penulis agar sesuai dengan identitas brand Sunway Moments dan kebijakan dari Sunway Resort Hotel dan Sunway Moments.

Berikutnya, penulis bertugas sebagai *admin* media sosial Sunway Moments yang bertanggung jawab atas pengunggahan konten, penulisan *caption*, pengaturan jadwal tayang (*timing*), serta pemantauan algoritma

setiap platform media sosial yang dimiliki Sunway Moments (Instagram, Facebook, TikTok). Pengelolaan ini melibatkan pemahaman tentang pemanfaatan fitur *insight* bawaan dari platform media sosial, pemahaman tentang algoritma platform, serta pengoptimalan *hashtag* dan visual. Menurut Evans (2010), penguasaan atas fungsi-fungsi dasar media sosial dan pemahamannya secara strategis merupakan elemen penting dari *social media operations*.

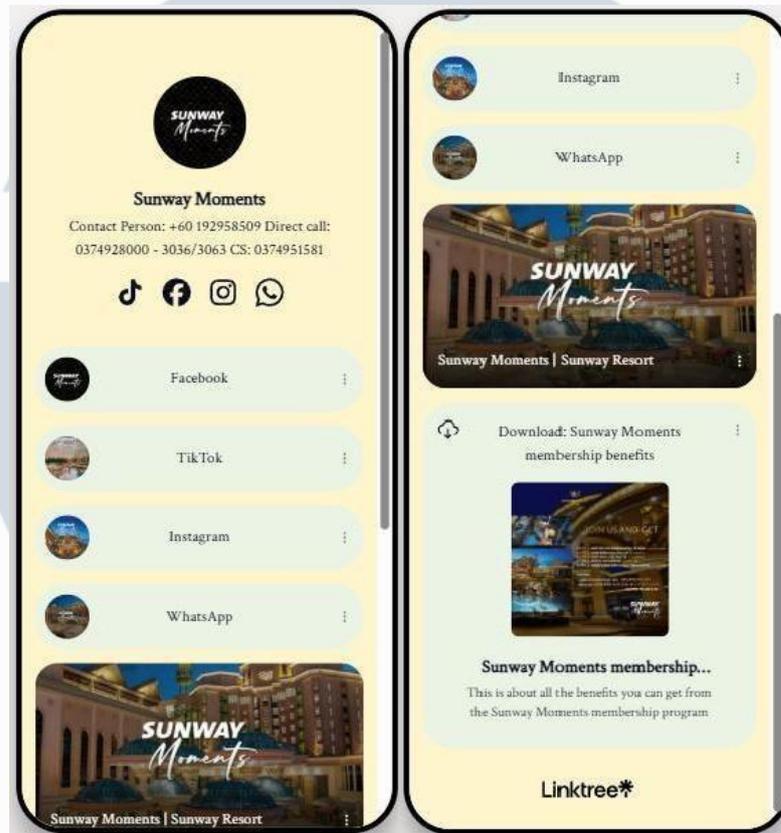


Gambar 3. 7 Media Sosial Sunway Moments

Sumber: Social Media Sunway Moments @sunwaymoments\_official (2025)

Selain itu, penulis juga mengembangkan dan mengelola *Linktree* sebagai tautan pusat yang menghubungkan pengguna ke berbagai platform yang dimiliki Sunway Moments, mulai dari website, form pendaftaran keanggotaan, *contact person* atau *customer service* yang bisa dihubungi, hingga *soft copy file* dari Sunway Moments *membership benefits*. Penggunaan *Linktree* ini dapat memudahkan audiens untuk menemukan semua informasi yang relevan melalui satu tautan saja. Strategi ini merupakan implementasi dari *omnichannel presence*, menurut Google Digital Garage (2019), sangat penting dalam menciptakan pengalaman

pengguna yang efisien dan tanpa hambatan, terutama di perangkat seluler (*mobile-first strategy*).



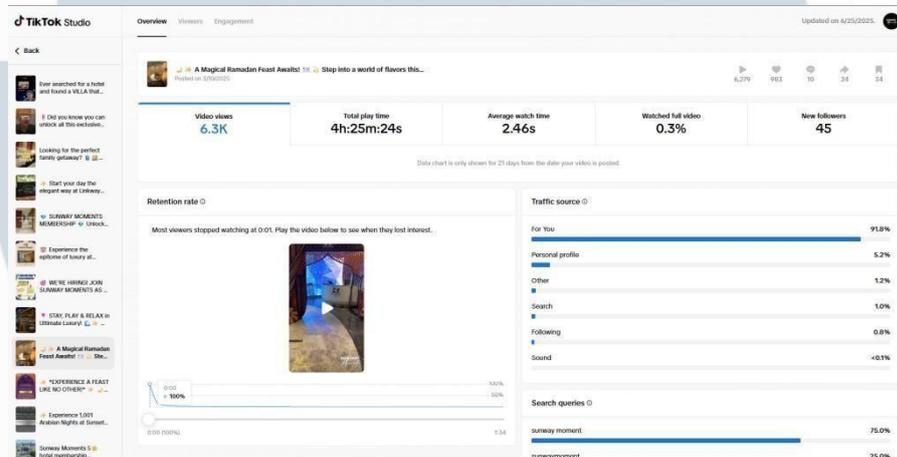
Gambar 3. 8 Contoh Linktree Sunway Moments

Sumber: Linktree Sunway Moments (2025)

## B. Analisa Media sosial

Analisa media sosial merupakan bagian integral dari strategi pemasaran digital yang berfokus pada evaluasi dan pengukuran performa konten serta efektivitas komunikasi sebuah brand di platform digital. Dalam praktik kerja magang di program Sunway Moments, penulis secara konsisten menjalankan tugas analisa *insight* media sosial untuk disampaikan ke *supervisor* sebagai langkah evaluatif untuk memastikan bahwa strategi yang dijalankan berada pada jalur yang efektif dan sesuai dengan tujuan kampanye. Aktivitas ini mencakup pengumpulan data performa dari platform seperti, Instagram, Facebook,

dan TikTok menggunakan *insight tools* seperti TikTok *Analytics*. Indikator yang diukur meliputi, *reach*, *engagement*, *view count*, *impression* hingga *follower growth*. Sunway Moments tidak menggunakan adanya *tools* khusus untuk menganalisa *insight* dari performa konten media sosial, oleh karena itu penulis menggunakan *tools* seadanya yang dimiliki oleh setiap platform media sosial.



Gambar 3. 9 TikTok Analytics

Sumber: TikTok @sunwaymoments\_official (2025)

Pada gambar 3.9, merupakan contoh penggunaan TikTok *Analytics*, penggunaan *tools* tersebut menampilkan jumlah *views*, *average watch time*, dan *new followers*. Data-data ini kemudian disusun dalam bentuk laporan mingguan dan disampaikan kepada supervisor sebagai bahan evaluasi untuk strategi konten berikutnya. Pekerjaan ini berkaitan erat dengan konsep digital marketing *Analytics*, dimana pengambilan keputusan pemasaran tidak lagi berdasarkan intuisi semata tetapi berdasarkan data yang valid dan akurat. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), digital marketing yang sukses selalu melibatkan proses *measurement*, *analysis*, dan *optimization* sebagai siklus evaluatif yang berkesinambungan. Analisis ini digunakan oleh penulis untuk mengidentifikasi jenis konten apa yang paling diminati audiens, waktu terbaik untuk mengunggah konten, serta strategi caption atau visual mana yang menghasilkan interaksi terbanyak.

| No | Posting date | Content idea  | Category                  | Platform        | Link post   | Like | Comment | Share | Save | Reach | Impression | Views |
|----|--------------|---|---------------------------|-----------------|---|------|---------|-------|------|-------|------------|-------|
| 1  | 2/27/2025    | Introduction for the Sunway Resort Hotel Facilities     | Awareness/Introduction    | TikTok Reels    | <a href="https://www.tiktok.com/@sunwaymoment.official/video/7475661015322168934?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7497227928925035015">https://www.tiktok.com/@sunwaymoment.official/video/7475661015322168934?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7497227928925035015</a> | 17   | 0       | 8     | 1    | 0     | -          | 205   |
|    | 3/6/2025     |   |                           | Instagram Reels | <a href="https://www.instagram.com/reel/DG2ZAtM_Wk7Um_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFFZA==">https://www.instagram.com/reel/DG2ZAtM_Wk7Um_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFFZA==</a>   | 13   | 0       | 5     | 0    | 21    | 45         | 42    |
| 2  | 2/28/2025    | Flyers related to Ramadan buffet promotion              | Exclusive deals/Promotion | TikTok Reels    | <a href="https://www.tiktok.com/@sunwaymoment.official/video/747835569385682863?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7497227928925035015">https://www.tiktok.com/@sunwaymoment.official/video/747835569385682863?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7497227928925035015</a>   | 35   | 1       | 4     | 1    | 0     | -          | 1,365 |
|    | 3/6/2025     |   |                           | Instagram Reels | <a href="https://www.instagram.com/reel/DG2ELiTNs_7ydm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFFZA==">https://www.instagram.com/reel/DG2ELiTNs_7ydm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFFZA==</a>   | 12   | 0       | 0     | 0    | 20    | 50         | 30    |
| 3  | 3/7/2025     | Slideshow video for Ramadan flyer                       | Exclusive deals/Promotion | TikTok Reels    | <a href="https://www.tiktok.com/@sunwaymoment.official/video/7479016113347579144?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7497227928925035015">https://www.tiktok.com/@sunwaymoment.official/video/7479016113347579144?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7497227928925035015</a> | 22   | 0       | 1     | 1    | 0     | -          | 628   |
|    | 3/7/2025     |   |                           | Instagram Reels | <a href="https://www.instagram.com/reel/DGSEoVtq_h7Um_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFFZA==">https://www.instagram.com/reel/DGSEoVtq_h7Um_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFFZA==</a>   | 12   | 0       | 1     | 0    | 102   | 147        | 130   |
|    | 3/7/2025     |   |                           | Facebook Page   | <a href="https://www.facebook.com/share/p1FDpnE6H4Z7mbsa0fswvXIf/">https://www.facebook.com/share/p1FDpnE6H4Z7mbsa0fswvXIf/</a>   | 4    | 0       | 4     | 0    | 0     | -          | 231   |
| 4  | 3/9/2025     | Poster about Sunway Moment membership program           | Awareness/Introduction    | Instagram       | <a href="https://www.instagram.com/p/DG9t6HTR3o7Um_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFFZA==">https://www.instagram.com/p/DG9t6HTR3o7Um_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFFZA==</a>   | 8    | 0       | 2     | 2    | 28    | 64         | 44    |
|    | 3/9/2025     |   |                           | Facebook Page   | <a href="https://www.facebook.com/share/p1AdAsMUMX7mbsa0fswvXIf/">https://www.facebook.com/share/p1AdAsMUMX7mbsa0fswvXIf/</a>   | 4    | 0       | 2     | 1    | 0     | -          | 110   |
| 5  | 3/10/2025    | Highlight video at Sunset Terrace Ramadan Buffet dinner | FnB                       | TikTok Reels    | <a href="https://www.tiktok.com/@sunwaymoment.official/video/748024568442426?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7497227928925035015">https://www.tiktok.com/@sunwaymoment.official/video/748024568442426?is_from_webapp=1&amp;sender_device=pc&amp;web_id=7497227928925035015</a>         | 983  | 10      | 24    | 35   | 0     | -          | 6,281 |
|    | 3/10/2025    |   |                           | Instagram Reels | <a href="https://www.instagram.com/reel/DHAYXp1tcs0a7Um_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFFZA==">https://www.instagram.com/reel/DHAYXp1tcs0a7Um_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBiNWFFZA==</a>   | 12   | 1       | 14    | 1    | 139   | 161        | 193   |

Gambar 3. 10 Laporan insight dari Media Sosial

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Setelah menyusun laporan mingguan, langkah berikutnya adalah melakukan evaluasi performa konten, yaitu menganalisis konten mana yang memiliki *engagement* tinggi dan konten mana yang memiliki *low engagement* atau kurang efektif. Hasil analisis tersebut dijadikan dasar dalam menyusun rekomendasi perbaikan dan pengembangan untuk konten berikutnya. Hal ini sejalan dengan teori *performance-based marketing* yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yaitu strategi pemasaran yang menitikberatkan pada hasil nyata dan pengukuran keberhasilan kampanye berdasarkan tujuan tertentu, seperti peningkatan *engagement* atau konversi. Dalam hal ini, konten-konten yang kurang efektif akan dikaji ulang mulai dari sisi visualisasi, audio, pesan, waktu tayang dan relevansi terhadap audiens, lalu disesuaikan kembali dengan data hasil analisis sebelumnya. Evaluasi ini membantu memastikan bahwa strategi media sosial yang dijalankan mampu menghasilkan *Return on Investment (ROI)* yang maksimal dari sisi *engagement* dan *awareness*.

### C. Konten Produksi dan Eksekusi

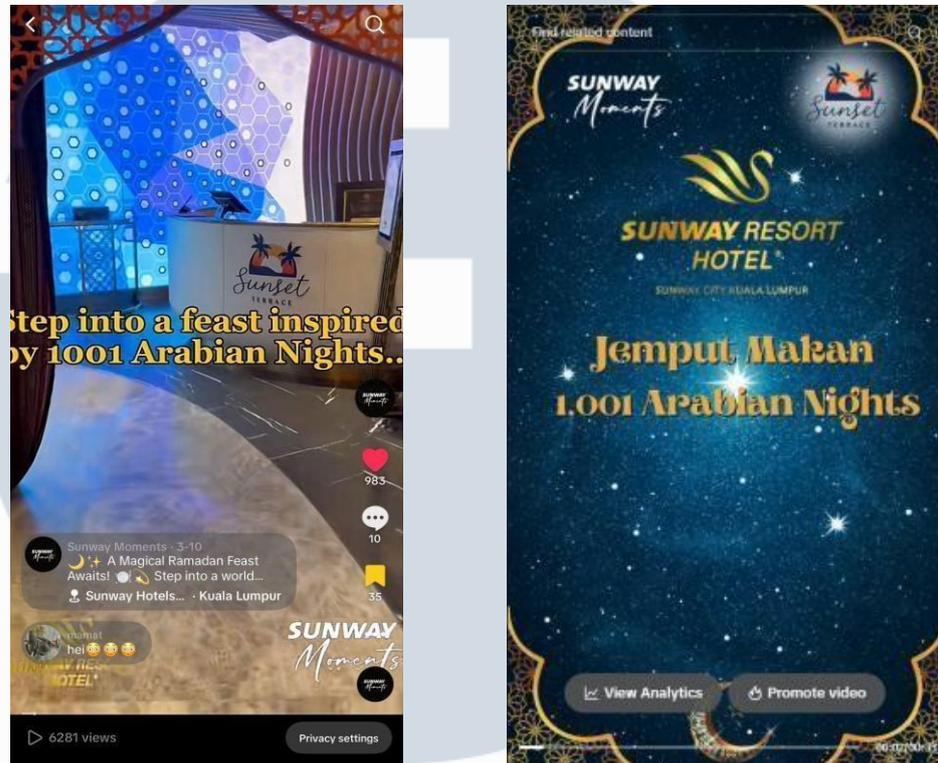
Dalam era digital saat ini, konten produksi dan eksekusi merupakan bagian krusial dan penting dalam aktivitas pemasaran digital, terutama dalam upaya menarik perhatian audiens melalui visual yang menarik

dan relevan. Dalam kegiatan praktik magang sebagai *Social Media Specialist Intern* di program Sunway Moments, penulis terlibat secara langsung dalam proses pembuatan berbagai konten visual dan audiovisual yang bertujuan untuk memperkuat citra brand dan meningkatkan partisipasi audiens terhadap program loyalitas hotel. Menurut Sontag (2007) dalam *Digital Marketing for Dummies*, konten yang menarik dan memiliki relevansi yang kuat adalah kunci utama dalam menarik perhatian audiens di tengah banjir informasi digital. Oleh karena itu, setiap langkah dalam proses produksi dan eksekusi konten di Sunway Moments dirancang untuk memaksimalkan *engagement*.

Langkah awal dari proses produksi ini dimulai dengan penulis membuat video pendek dari ide konten menjadi eksekusi nyata. Dalam konteks media sosial, video pendek cenderung memiliki daya tarik lebih tinggi karena kemampuan menyampaikan pesan secara cepat, informatif, emosional dan *engaging* (Leung et al., 2015). Setelah ide konten dan *storyboard* disetujui, penulis terlibat langsung dalam proses pra-produksi dan produksi video. Ini mencakup persiapan *setting* sederhana, pengaturan pencahayaan dan audio, *framing*, serta pengambilan gambar dari *shot list* dan arahan dari *storyboard* yang sudah dibuat sebelumnya. Hal ini merupakan bentuk implementasi dari teori *Creative Execution*, yaitu tahap realisasi konsep kreatif menjadi karya visual yang mampu menyampaikan pesan brand secara efektif (Barker et al., 2012).

Implementasinya di tempat magang seringkali melibatkan pengambilan *footage* di area-area menarik di Sunway Resort Hotel yang relevan dengan *benefit* dari program, seperti fasilitas kamar, kolam renang, atau area restoran. Proses *shooting* ini merupakan pengimplementasian nyata dari prinsip-prinsip sinematografi dasar dan *storytelling* visual yang dipelajari dalam mata kuliah *Creative Media Production*, di mana pemahaman tentang komposisi, pemilihan *angle*,

dan pencahayaan menjadi krusial untuk menghasilkan visual yang menarik dan profesional.



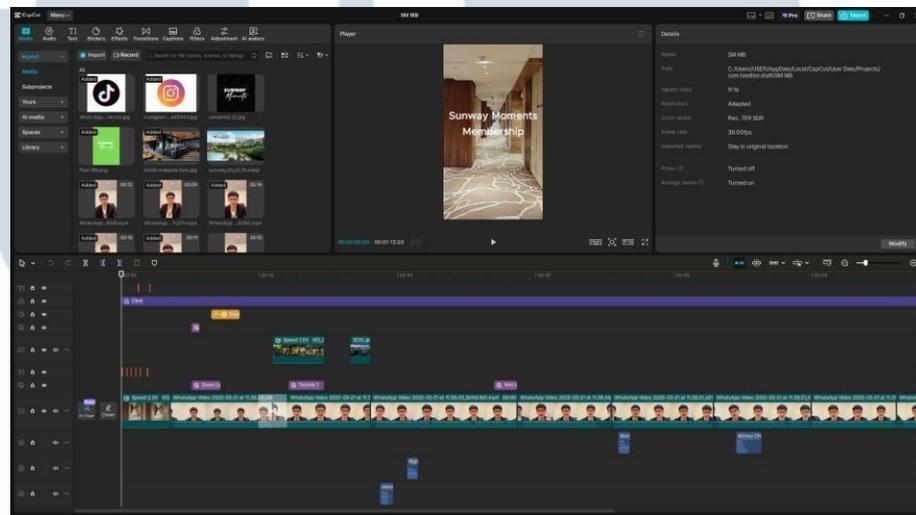
Gambar 3. 11 Konten Media Sosial Sunway Moments

Sumber: TikTok @sunwaymoments\_official (2025)

Setelah proses perekaman, tahap selanjutnya adalah tahap *editing* video menggunakan aplikasi video *editor* seperti Capcut. Dalam tahap ini, elemen audio-visual disusun secara sistematis dengan tambahan efek transisi, musik latar, penyesuaian warna (*color grading*) agar tampilan visual lebih *eye catching*, dan penyisipan teks *overlay* agar narasi semakin menarik perhatian audiens dan mudah dipahami dikarenakan terdapat *key message* atau *call-to-action* di dalam narasi tersebut.

Teori *Multimodal Communication* menjelaskan bahwa kombinasi dari visual, audio, dan teks dapat meningkatkan efektivitas pesan dan memperkuat ingatan audiens terhadap konten (Jenkins, 2006). Semua

proses ini berpegang pada prinsip - prinsip *post-production* yang diajarkan dalam mata kuliah *Creative Media Production*, yang menekankan pada alur cerita yang kohesif, estetika, visual yang konsisten, dan efisiensi dalam penyampaian pesan. Penerapan prinsip ini memastikan bahwa video tidak hanya informatif tetapi juga menghibur dan mudah dicerna oleh audiens media sosial yang memiliki rentang perhatian pendek.



Gambar 3. 12 Progres Editing di CapCut

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Selain video, penulis juga membuat poster dan *flyer* digital untuk kebutuhan promosi kampanye Sunway Moments. Desain visual ini digunakan untuk mempromosikan diskon eksklusif, *event* spesial, maupun fitur keanggotaan. Poster merupakan sebuah media publikasi yang memadukan antara tulisan, gambar, atau kombinasi keduanya yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada khalayak (Isnaini, Sulistiyani, and Putri 2021). Dalam proses ini, penulis menerapkan prinsip dasar visual *hierarchy* dan *brand consistency*, yaitu menjaga keselarasan elemen desain dengan warna, font, dan tone brand secara konsisten (Solomon & Tuten, 2017).

Poster adalah alat perantara yang dapat dimanfaatkan untuk menyampaikan berbagai jenis pesan, baik yang bersifat umum maupun yang ditujukan khusus untuk pembelajaran (Supriyadi, Christian, Suryani & Rusdi, 2022). Penulis menggunakan aplikasi Canva untuk membantu pengerjaan desain grafis dalam membuat poster ataupun flyer. Canva adalah aplikasi desain grafis online yang *user-friendly*, dirancang untuk membantu penggunaanya menciptakan berbagai desain kreatif secara mudah dikarenakan platform ini sudah menyediakan banyak template yang tersedia (Haisam Arrasyid, Puadah & Aeni, 2022).

Dalam pembuatan poster atau *flyer*, penulis juga perlu memahami tentang prinsip desain grafis seperti keseimbangan, palet warna, dan tipografi sesuai dengan yang diajarkan dalam mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy* dan mata kuliah *Art, Copywriting & Creative Strategy*. Desain yang efektif harus mampu menyampaikan pesan inti dari program loyalitas secara singkat, padat, dan informatif, sehingga dapat menarik perhatian audiens dalam waktu singkat.



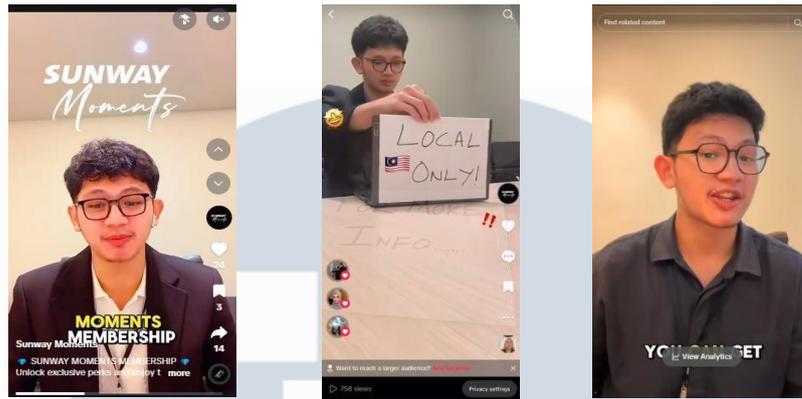
Gambar 3. 13 Poster Sunway Moments

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Salah satu aspek unik saat kerja magang penulis adalah kesempatan untuk menjadi *talent* dalam video media sosial Sunway Moments. Peran ini melibatkan penyampaian informasi, seperti promosi keuntungan dari program, memperkenalkan kategori kamar dan restoran di Sunway Resort Hotel, *mini-tour* fasilitas hotel, atau berbagai pengalaman personal sebagai *member* dari Sunway Moments dengan konsep *storytelling*. Keterlibatan penulis sebagai *talent* tidak hanya melatih kepercayaan diri dan kemampuan berkomunikasi di depan kamera, tetapi juga mengaplikasikan konsep personal *branding* dan influencer marketing dalam skala mikro.

Aktivitas ini bertujuan untuk menghadirkan unsur keaslian (*authenticity*) dan kedekatan secara emosional dalam konten media sosial. Kehadiran *talent* yang autentik dan *relatable* dapat meningkatkan *engagement* audiens, menciptakan koneksi emosional, dan membuat brand terasa lebih dekat dengan calon anggota, sebuah strategi yang didukung teori *social presence* dalam komunikasi digital. Berdasarkan teori konten autentik Kapferer (2012), ketika konten menunjukkan manusia nyata dan ekspresi personal, hal ini cenderung memperkuat rasa percaya dan keterikatan audiens. Dalam praktiknya, hal ini terbukti efektif dikarenakan konten-konten yang melibatkan *talent* internal dari tim memiliki tingkat *engagement* yang lebih tinggi dibandingkan konten grafis atau *motion* saja.

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



Gambar 3. 14 Penulis menjadi Talent media sosial TikTok Sunway Moments

Sumber: TikTok @sunwaymoments\_official (2025)

Setelah konten selesai diproduksi dan dieksekusi, langkah penting berikutnya adalah penulis bertanggung jawab untuk mengarsipkan dan mendokumentasikan seluruh konten ke dalam *folder* terstruktur, baik dalam format video maupun dokumen desain. Aktivitas ini bertujuan untuk menjaga sistem administrasi konten yang rapi, manajemen aset digital yang efisien, dan memudahkan tim dalam melakukan evaluasi performa maupun pengambilan ulang konten jika dibutuhkan. Hal ini mencerminkan praktik terbaik dalam manajemen proyek digital, dimana dokumentasi yang rapi mendukung efisiensi operasional dalam jangka panjang. Dalam digital marketing, pengarsipan konten berperan sebagai komponen audit konten, dimana riwayat konten dievaluasi dan dilacak untuk menentukan seberapa berhasil sebuah merek berkomunikasi (Florès, 2014).



My Drive > Sunway Moments Asset

Type People Modified Source

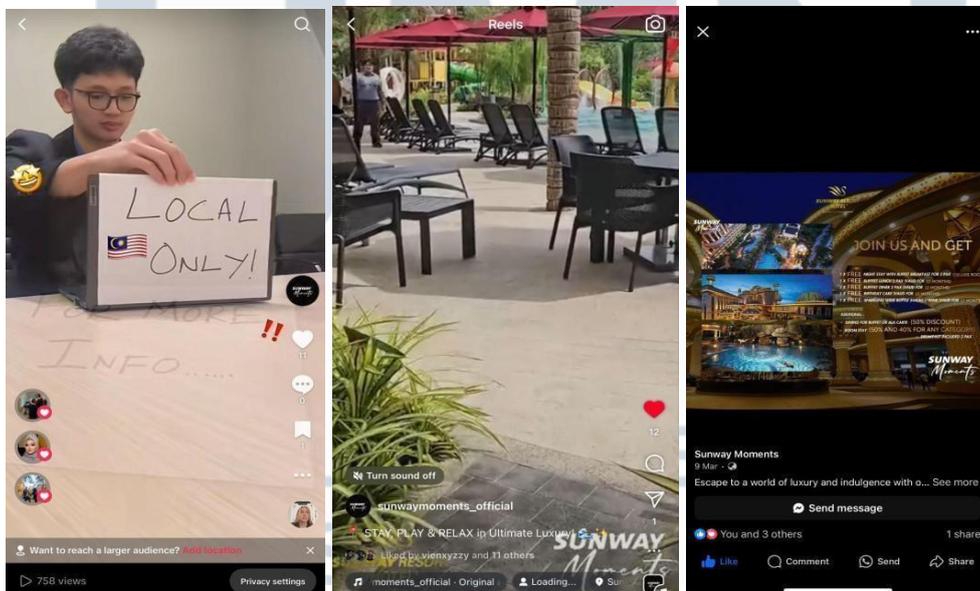
| Name                    | Owner | Last modified | File size |
|-------------------------|-------|---------------|-----------|
| Editing                 | me    | 7 Mar 2025    | —         |
| Farewell                | me    | 09:09         | —         |
| Sunway Moments          | me    | 7 Mar 2025    | —         |
| Sunway Moments Archive  | me    | 26 Jun 2025   | —         |
| Sunway Moments Benefits | me    | 15 Apr 2025   | —         |

Gambar 3. 15 Contoh Arsip Dokumentasi Sunway Moments

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

Terakhir, penulis juga aktif terlibat dalam proses mengembangkan konsep video yang sesuai dengan tren dan *brand tone* dari Sunway Moments. Ini merupakan tugas yang berkelanjutan dan dinamis, membutuhkan pemantauan aktif terhadap tren terbaru di platform media sosial, seperti *trending audio*, format video baru, dan kreativitas untuk mengadaptasinya ke dalam program Sunway Moments.

Setiap konsep video yang dikembangkan harus tetap mempertahankan identitas dan *brand tone* yang sudah ditetapkan oleh Sunway Moments, yaitu kesan yang eksklusif, mewah, ramah dan mengutamakan pengalaman. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), strategi ini adalah bagian dari adaptasi konten strategis, yaitu proses menyesuaikan konten kreatif dengan tren terbaru tanpa mengorbankan integritas dan keunikan merek. Teori ini sangat relevan dengan pembelajaran dalam mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy*, dimana fleksibilitas dan pemahaman terhadap dinamika tren digital menjadi hal krusial.



Gambar 3. 16 Media Sosial Sunway Moments

Sumber: Social Media @sunwaymoments\_official (2025)

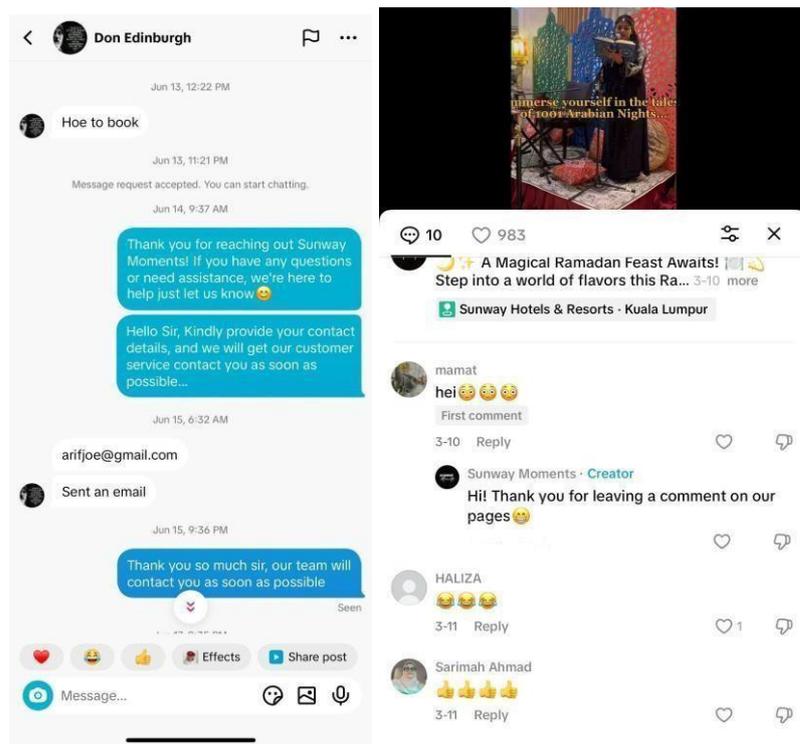
#### D. Customer Relationship Management

Menurut Kotler & Keller (2016), *Customer Relationship Management* (CRM) adalah strategi yang berfokus pada pengelolaan interaksi dan pembentukan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan loyalitas, kepuasan dan nilai pelanggan bagi perusahaan. Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di PT ProMark Strategies, penulis juga memiliki peran aktif dalam mendukung kegiatan CRM, terutama dalam pengelolaan komunikasi langsung dengan pelanggan melalui media sosial dan pengumpulan *feedback* pelanggan. Dalam artikel “*A Strategic Framework for Customer Relationship Management*”, Payne & Frow (2005) menekankan bahwa CRM lebih dari sekadar teknologi, melainkan sebuah strategi bisnis inti yang menempatkan pelanggan sebagai fokus utama. Konsep ini relevan dengan materi yang dibahas dalam mata kuliah *Direct Marketing & Customer Relationship Management*, yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah dan personalisasi dalam membangun hubungan pelanggan yang kuat.

Salah satu aktivitas utama penulis adalah berinteraksi langsung dengan audiens melalui kolom komentar maupun pesan langsung/ *Direct Message* (DM) yang masuk di platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Kegiatan ini merupakan bentuk dari *customer service* dan *community management* di ranah digital. Setiap pertanyaan, keluhan, atau komentar yang masuk terkait dengan program *membership* Sunway Moments ditangani dengan responsif, informatif dan sesuai dengan standar perusahaan yang sudah memiliki *template* struktur kalimat yang dapat digunakan saat berinteraksi dengan pelanggan. Dalam bukunya “*Marketing and Management of Services*,” Grönroos (1994) mengemukakan prinsip pemasaran relasional, yang menekankan bahwa respons yang cepat dan personal sangat penting untuk membangun, menjaga, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Implementasinya di tempat magang seringkali melibatkan penyediaan informasi detail mengenai cara mendaftar, *benefit* apa saja yang dapat diperoleh, atau bahkan membantu menyelesaikan masalah teknis sederhana yang dihadapi anggota. Interaksi ini bukan hanya sekadar

menjawab pertanyaan dari anggota, tetapi juga membangun *engagement* dan kepercayaan. Praktik ini secara langsung menerapkan teori keterlibatan pelanggan yang dijelaskan oleh Chaffey dan Ellis-Chadwick (2019). Teori ini berfokus pada interaksi dua arah antara merek dan pelanggan untuk membangun ikatan emosional serta nilai jangka panjang. Dalam konteks media sosial, interaksi ini tidak hanya memperkuat loyalitas tetapi menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan responsif. Kegiatan ini menunjukkan penerapan dari prinsip *Social CRM*. Menurut Barker et al. (2012), *Social CRM* adalah upaya mengintegrasikan strategi CRM dengan media sosial demi meningkatkan keterlibatan dan pengalaman pelanggan di ranah digital.



Gambar 3. 17 Contoh Interaksi Dengan Member Sunway Moments

Sumber: TikTok @sunwaymoments\_official (2025)

Selain interaksi langsung, penulis juga berkontribusi dalam upaya mengumpulkan *feedback* dari *member* melalui formulir kepuasan

pelanggan. Kegiatan ini merupakan bagian integral dari proses perbaikan berkelanjutan dan strategi CRM berbasis data. Penulis membantu mendistribusikan *form feedback* kepada anggota Sunway Moments melalui *platform* media sosial atau *channel* komunikasi digital lainnya, serta mendorong partisipasi anggota untuk mengisi form tersebut melalui bantuan dari *sales consultant* yang berinteraksi langsung dengan *member* Sunway Moments. Menurut Solomon & Tuten (2017), teori pengukuran kepuasan pelanggan menjelaskan mengapa pemantauan dan pengukuran kepuasan itu krusial, sebab hal tersebut menjadi indikator utama keberhasilan relasi dengan pelanggan.

Setelah *feedback* terkumpul, penulis membantu dalam proses kategorisasi atau meringkas poin-poin penting yang disampaikan oleh anggota. Implementasi ini mencerminkan konsep *customer satisfaction* dan *voice of customer* (VOC) yang dibahas dalam teori pemasaran, dimana *feedback* pelanggan dianggap sebagai masukan berharga untuk mengidentifikasi kekuatan program dan fasilitas yang perlu ditingkatkan. Analisis *feedback* ini menjadi dasar untuk rekomendasi kepada tim manajemen untuk memperbaiki *benefit*, layanan, atau komunikasi program, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas anggota. Pengumpulan *feedback* ini sejalan dengan strategi yang diajarkan dalam *Social Media & Mobile Marketing Strategy* tentang bagaimana media sosial dapat digunakan tidak hanya sebagai saluran promosi melainkan sebagai alat riset pasar dan peningkatan layanan. Aktivitas ini sekaligus memperkuat persepsi brand dan mendorong pelanggan untuk lebih terlibat dalam program loyalitas yang ditawarkan.

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



Gambar 3. 18 Feedback Form Sunway Moments

Sumber: Olahan Data Penulis (2025)

### 3.2.3 Kendala Utama

Selama melaksanakan praktik magang sebagai *Social Media Specialist Intern* di program Sunway Moments. Penulis menghadapi beberapa kendala dan tantangan yang merupakan bagian tak terpisahkan dari proses pembelajaran di lingkungan kerja nyata. Kendala-kendala ini berupa perbedaan antara teori perkuliahan dengan praktik lapangan, maupun tantangan yang bersumber dari pekerjaan sehari-hari.

#### 1. Keterbatasan sumber daya dan peralatan produksi konten

Saat produksi konten, terdapat kendala praktis berupa keterbatasan alat atau *resource* untuk *shooting* atau *editing* yang tidak selengkap fasilitas di perkuliahan. Penulis terkadang harus menggunakan peralatan seadanya atau mencari alternatif kreatif lainnya untuk mencapai kualitas visual yang diinginkan. Misalnya, tidak tersedianya kamera profesional atau pencahayaan studio yang

memadai, sehingga penulis harus memaksimalkan penggunaan *smartphone* dan cahaya alami.

## **2. Kecepatan perubahan tren media sosial dan algoritma platform**

Tantangan lainnya datang dari kebutuhan untuk terus-menerus mengikuti tren media sosial yang sangat cepat berubah. Mata kuliah *Creative Media Production* atau *Art, Copywriting & Creative Strategy* membekali penulis dengan dasar kreativitas dan pemahaman estetika, namun saat praktik di lapangan, tren audio, format video, atau *hook* yang viral dapat muncul dan tenggelam dalam hitungan hari. Penulis harus secara aktif memantau platform media sosial, seperti Instagram dan TikTok untuk mengidentifikasi tren yang relevan dan memutuskan apakah tren tersebut dapat diadaptasi dalam *brand tone* Sunway Moments tanpa terasa dipaksakan atau tidak relevan. Selain itu, algoritma tiap platform yang diperbarui, menuntut penulis untuk terus belajar dan menyesuaikan strategi baru.

## **3. Koordinasi antar divisi atau lintas tim yang kompleks**

Proyek-proyek yang melibatkan banyak pihak seperti, supervisor, *graphic designer*, dan tim hotel seringkali menghadirkan tantangan dalam hal koordinasi. Masing-masing memiliki pandangan dan ekspektasi yang berbeda terhadap konten yang akan dibuat. Dalam situasi seperti ini, penulis harus mampu mengelola komunikasi secara diplomatis agar proses kerja dapat tetap berjalan lancar dan tidak memicu terjadinya miskomunikasi. Hal ini menjadi pengalaman berharga dalam meningkatkan kemampuan kolaborasi serta membangun *soft skills* komunikasi yang belum sepenuhnya dapat diasah di kelas.

### **3.2.4 Solusi**

Menghadapi berbagai kendala selama praktik kerja magang merupakan bagian dari proses pembelajaran yang berharga. Penulis berupaya untuk mencari dan menerapkan solusi yang efektif untuk setiap tantangan yang muncul, demi memaksimalkan pengalaman magang dan

meningkatkan kompetensi profesional. Berikut adalah solusi yang diterapkan untuk mengatasi kendala-kendala utama:

**1. Keterbatasan sumber daya dan peralatan produksi konten**

Untuk mengatasi keterbatasan sumber daya dan peralatan, penulis mengembangkan kreativitas dan inovasi dalam produksi konten. Penulis mencoba memaksimalkan produksi dengan memanfaatkan cahaya alami atau cahaya dari ruangan, menggunakan tripod atau *phone holder* sederhana, dan mengoptimalkan penggunaan fitur-fitur dari *smartphone*. Selain itu, penulis juga aktif mencari *tutorial* dan *tips editing* yang memungkinkan konten *low-budget* menjadi berkualitas.

**2. Kecepatan perubahan tren media sosial dan algoritma platform**

Dalam menghadapi dinamika tren dan algoritma media sosial yang cepat berubah, penulis menerapkan strategi *continuous learning*. Penulis secara aktif memantau platform media sosial, mengikuti akun-akun influencer atau brand yang relevan, dan membaca artikel terkait industri terbaru untuk memahami tren yang sedang berkembang. Penulis juga aktif mencoba fitur-fitur baru di platform untuk mengamati bagaimana algoritma mempengaruhi jangkauan konten.

**3. Koordinasi antar divisi atau lintas tim yang kompleks**

Untuk mengatasi kendala koordinasi lintas tim, penulis meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal dan diplomasi. Penulis belajar untuk menyampaikan ide dan *feedback* secara jelas dan terstruktur, serta mendengarkan pandangan yang berbeda-beda dari setiap pihak yang terlibat. Penulis juga rutin untuk melakukan *follow-up* secara rutin kepada divisi agar menghindari miskomunikasi. Sehingga saat terjadi perbedaan pendapat, penulis berusaha untuk mencari titik temu atau solusi kompromi yang dapat menguntungkan semua pihak.