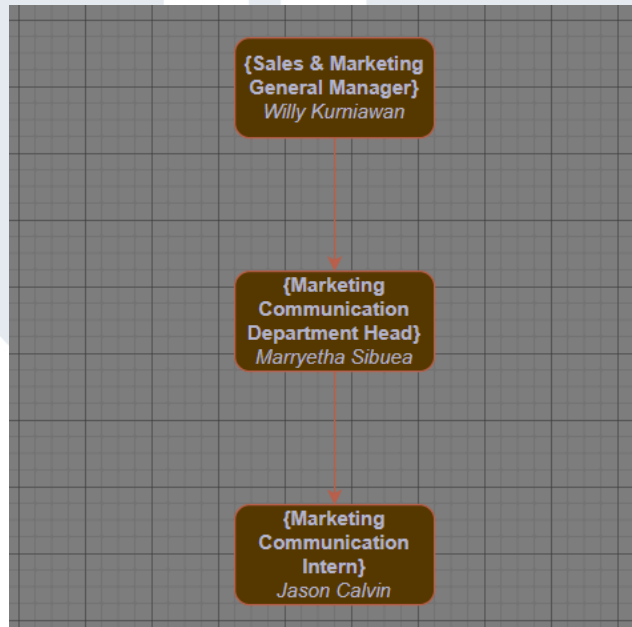


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Kedudukan dan koordinasi penulis

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

Dalam pelaksanaan program kerja magang di Ciputra, penulis menempati kedudukan sebagai Karyawan Kerja Magang di bawah departemen Marketing Communication. Posisi ini menempatkan penulis sebagai bagian integral dari tim yang bertanggung jawab untuk menyukseskan upaya promosi dan komunikasi pemasaran properti Ciputra. Kedudukan ini bukan sekadar formalitas, melainkan sebuah kesempatan nyata untuk beradaptasi dengan dinamika lingkungan kerja profesional dan berkontribusi langsung pada proyek-proyek strategis. Penulis diberikan ruang untuk berkreasi, belajar, dan mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam konteks industri yang sesungguhnya.

Alur kerja dan koordinasi dalam tim Marketing Communication Ciputra berlangsung secara terstruktur dan efisien. Seluruh pelaksanaan tugas dan

aktivitas magang penulis berada di bawah pengawasan langsung dari Supervisi Magang, Ibu Marryetha Sibuea, yang menjabat sebagai Marketing Communication Head. Beliau adalah figur sentral dalam memberikan arahan, bimbingan, serta evaluasi terhadap setiap pekerjaan yang penulis lakukan. Koordinasi dengan Ibu Marryetha dilakukan secara rutin, baik melalui pertemuan harian untuk *briefing* dan *progress check*, maupun melalui komunikasi *online* untuk diskusi atau penyelesaian masalah yang mendesak. Sistem pengawasan ini memastikan bahwa setiap tugas yang penulis kerjakan selaras dengan tujuan departemen dan standar kualitas Ciputra.

Selama periode magang, penulis dipercayakan dengan beragam tugas yang seluruhnya berpusat pada ranah Marketing Communication. Alur kerja dimulai dari tahap perencanaan strategis, di mana penulis turut serta dalam membuat ide *content planning* untuk berbagai platform, termasuk video dan Instagram (baik untuk format *carousel* maupun *feeds*). Setelah ide disetujui, alur berlanjut ke tahap produksi. Di sinilah penulis aktif membuat konten video promosi untuk berbagai perumahan Ciputra, sebuah proses yang menuntut kreativitas visual dan pemahaman akan narasi yang menarik. Selanjutnya, penulis juga bertanggung jawab membuat artikel promosi yang informatif dan persuasif untuk memperkenalkan perumahan atau klaster terbaru. Tidak hanya itu, keterampilan *copywriting* penulis diasah melalui tugas membuat *caption* video dan Instagram yang *catchy* dan *engaging* untuk setiap postingan baru. Setiap tugas ini memiliki *deadline* yang jelas dan melalui proses *review* bertahap sebelum dipublikasikan, memastikan kualitas dan konsistensi pesan pemasaran Ciputra.

Alur koordinasi secara keseluruhan dapat digambarkan sebagai sebuah siklus yang berkesinambungan. Tugas-tugas yang diberikan oleh Ibu Marryetha Sibuea akan penulis laksanakan, lalu hasilnya akan penulis ajukan untuk *review* dan umpan balik. Proses ini memungkinkan adanya revisi dan penyempurnaan hingga hasil akhir memenuhi ekspektasi. Selain koordinasi dengan supervisi magang, penulis juga berinteraksi dengan anggota tim Marketing Communication lainnya untuk berbagi ide, mendapatkan masukan, atau memastikan keselarasan

konten antar platform. Kolaborasi ini sangat penting untuk menciptakan kampanye pemasaran yang terpadu dan efektif. Kedudukan sebagai karyawan magang di Ciputra bukan hanya memberi penulis kesempatan untuk belajar, tetapi juga melatih kemampuan penulis dalam bekerja sama, beradaptasi, dan bertanggung jawab dalam lingkungan kerja yang profesional dan dinamis.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama periode kerja magang di Ciputra, penulis mengembangkan serangkaian tujuan yang dirancang untuk mengintegrasikan pengetahuan teoritis dengan pengalaman praktis di lapangan, sembari memberikan kontribusi nyata pada strategi pemasaran digital perusahaan. Lingkungan industri properti yang dinamis, di bawah naungan Ciputra, menjadi tempat ideal untuk mengasah Critical Thinking dan berinovasi dalam pendekatan promosi modern. Setiap hari di Ciputra adalah kesempatan untuk tidak hanya menyelesaikan tugas, tetapi juga secara aktif membentuk dan meningkatkan upaya pemasaran properti mereka.

Berikut adalah poin-poin tujuan utama, diikuti dengan uraian lebih lanjut:

1. Mengoptimalkan Strategi Pemasaran Melalui Konten Video:

- Secara aktif memproduksi dua hingga tiga konten video promosi harian untuk berbagai proyek perumahan Ciputra di beragam daerah.
- Mengasah kemampuan *storytelling* visual untuk membangkitkan emosi dan aspirasi calon pembeli.



Gambar 3.2 Konten Video sebagai strategi pemasaran harian.

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

2. Mengembangkan Kreativitas dan Perencanaan Strategis Konten:

- Secara rutin merumuskan ide-ide *content planning* harian untuk format video, *carousel*, dan *feeds* Instagram.
- Menganalisis tren pasar dan mengidentifikasi apa yang dicari audiens untuk memastikan relevansi konten.

Column	Column	Column3	Column4	Column5	Column6
IDE KONTEN PLAN (FEEDS INSTAGRAM CAROUSEL) MARET					
CITRAGARDEN ANEKA PONTIANAK					
NO	Activity	Content Type	Status		
1.	<i>SLIDE 1</i> : JUDUL : Hidup lebih nyaman dengan Desain Tropical Japanese . Desain Tropical Japanese dengan sentuhan Zen Living di Cluster Crystal. <i>SLIDE 2</i> : FREE SHM, SUBSIDI DP 5%, SUBSIDI KPR MAX 3%, SUBSIDI SURAT MAX 6%. <i>Visual Slide 1</i> : Menampilkan Design Tropical Japanese Zen Living dengan menampilkan foto interior yang terhubung ke taman yang berada di dalam rumah. <i>Visual Slide 2</i> : Design Ramadhan, dan Menampilkan Exterior perumahan Cluster Crystal dengan menambahkan informasi mengenai promo yang diadakan oleh Citra Garden Aneka Pontianak (FREE SHM, SUBSIDI DP 5%, SUBSIDI KPR MAX 3%, SUBSIDI SURAT MAX 6%).	Instagram Feed Carousel	Waiting for permission		
Hunian dengan ambient Jepang					
Column	Column	Column3	Column4	Column5	Column6
IDE KONTEN PLAN (FEEDS INSTAGRAM CAROUSEL) MARET					
CITRA GARDEN ANEKA PONTIANAK					
NO	Activity	Content Type	Status		
2.	<i>SLIDE 1</i> : JUDUL : Lebaran di Rumah baru ? Momen tepat untuk memulai cerita baru. <i>SLIDE 2</i> : JUDUL : Rumah baru untuk Cerita baru. Idul Fitri bukan hanya mengenai pakaian baru, tapi juga tentang rasa kembali ke rumah yang bisa membuat kita nyaman dan aman. <i>Visual Slide 1</i> : Tampilkan Eksterior dari Cluster Crystal dengan beberapa nuansa Idul Fitri. <i>Visual Slide 2</i> : Tampilkan gambar keluarga sedang bersama, dan bersenang-senang di dalam rumah dengan nuansa Idul Fitri.	Instagram Feed Carousel	Approved		

Gambar 3.3 Menggunakan Excel untuk merumuskan ide-ide konten.

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

3. Meningkatkan Kemampuan Penulisan Konten Informatif dan Persuasif:

- o Menyusun artikel-artikel promosi mendalam untuk perumahan atau cluster terbaru Ciputra.
- o Menguasai seni riset, penyusunan informasi logis, dan merangkai kata untuk menonjolkan nilai dan potensi investasi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

CitraRaya Jambi, Hunian Fasilitas Lengkap dan Mantap

JAMBI - Memilih hunian tempat tinggal sebaiknya jangan asal pilih, banyak kriteria yang harus diperhatikan sebelum benar-benar memilih lokasi hunian. CitraRaya Jambi pun memiliki hampir seluruh aspek hunian yang lengkap dan mantap. Pasalnya, rumah merupakan tempat terbaik bagi keluarga untuk dapat melepas lelah setelah sehari penuh beraktivitas. Selain fasilitas keamanan dan kenyamanan, yang tidak kalah penting adalah lokasi hunian yang tidak terdampai banjir, apalagi jika terdampai banjir, dampaknya ini berakibat bagi CitraRaya Jambi, yang memang didesain bebas banjir, sehingga penghuni dapat terhindar dari risiko banjir. Contohnya, belum lama ini telah terjadi curah hujan yang tinggi di Jambi, sehingga mengakibatkan meluapnya air Sungai Batanghari dan berdampak mengganggu hunian masyarakat.

Kondisi tidak terduga seperti ini sebenarnya dapat dihindari apabila masyarakat lebih teliti dalam memilih lokasi hunian sebelum membeli.

Sebagai salah satu developer terkemuka di Indonesia bahkan di kancah dunia, Ciputra dengan proyek CitraRaya Jambi tentunya telah memberikan hunian berkualitas bagi masyarakat Jambi di lokasi strategis yang baik dan bebas banjir. Lokasi yang aman tentunya sangat menguntungkan masyarakat

sehingga terhindar dari rasa khawatir, tidak mengalami kerugian secara materi, psikis, hingga kesehatan keluarga.

Selain pemilihan lokasi yang baik, CitraRaya Jambi juga sangat memperhatikan kebutuhan masyarakat akan fasilitas yang memudahkan para penghuni mendapatkan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti area kuliner, sekolah, klinik kesehatan, tempat ibadah, hingga fasilitas rekreasi keluarga yaitu waterpark cukup dalam satu kawasan CitraRaya Jambi saja.

Area terbuka hijau yang luas yang ada di CitraRaya Jambi juga merupakan faktor positif penting yang mempengaruhi kenyamanan tinggal, karena sangat mempengaruhi kualitas udara sehingga berdampak baik pula pada kesehatan penghuni. Oleh karena itu, lokasi hunian sangatlah penting untuk diperhatikan sebelum membeli sebuah hunian.

Kabar baiknya, CitraRaya Jambi kini meluncurkan produk terbarunya, hunian yang lebih luas dengan 3 kamar tidur dan luas tanah hingga 120 meter persegi yaitu Park Avenue, yang memiliki



Tipe Terbaru Michellia di cluster Citra Lavender



Tipe Viola di cluster Cempaka Asri



World of Water Waterpark dalam kawasan CitraRaya Jambi



Gerbang Utama CitraRaya Jambi dengan lighting yang megah di malam hari

strategis. Selain itu CitraRaya Jambi juga menghadirkan hunian yang lebih luas dengan 3 kamar tidur dan luas tanah hingga 120 meter persegi yaitu Park Avenue, yang memiliki

desain baru nan mewah dan sangat ideal untuk keluarga dengan harga mulai Rp. 700 jutaan. Dengan hadirnya hunian di CitraRaya Jambi tentunya menjadi pilihan dan solusi bagi masyarakat

Jambi untuk memiliki hunian bebas banjir, dengan fasilitas kawasan lengkap, dan dekat dengan Jalan Tol Trans Sumatera (JTS) yang melintasi Provinsi Jambi yang saat ini sedang dalam

proses pengerjaan sehingga hunian di CitraRaya Jambi tak hanya sekedar menjadi hunian nyaman namun juga investasi yang sangat menjanjikan. Bagi masyarakat yang mempertimbangkan hunian

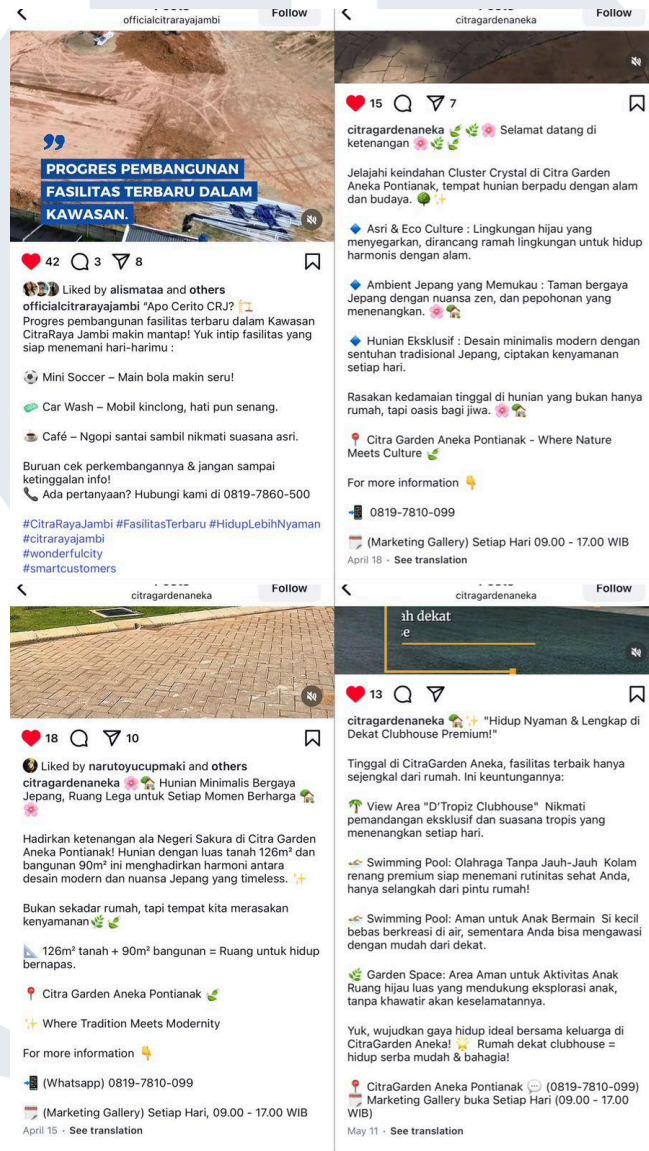
ini dapat langsung mengunjungi kantor Marketing CitraRaya Jambi di Jl. Raya Boulevard CitraRaya Jambi Blok A.23 No.1, Mendalo, Muaro Jambi atau hubungi 08197505000.

Gambar 3.4 Gambar contoh Artikel yang dibuat penulis

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

4. Menguasai Seni Penulisan *Caption* Instagram yang Menarik dan *Engaging*:

- Menciptakan *caption* Instagram yang ringkas, kuat, dan memikat untuk setiap unggahan baru.
- Menggunakan *hashtag* relevan dan *call-to-action* yang jelas untuk memaksimalkan dampak postingan.



Gambar 3.5 Gambar contoh Caption yang dibuat penulis

(Sumber: Data Pribadi Penulis, 2025)

Pilar utama tujuan magang penulis adalah mengoptimalkan strategi pemasaran properti melalui kekuatan konten video. Dalam era digital yang didominasi visual, video telah terbukti menjadi medium paling efektif untuk memvisualisasikan impian kepemilikan rumah. Oleh karena itu, penulis mengemban tugas krusial untuk memproduksi antara dua hingga tiga konten video promosi setiap harinya. Video-video ini secara spesifik didedikasikan untuk

berbagai proyek perumahan Ciputra yang tersebar di berbagai daerah, masing-masing dengan karakteristik, arsitektur, dan daya tarik uniknya sendiri. Proses pembuatan video ini melampaui aspek teknis semata ini adalah latihan intensif dalam *storytelling* visual, menuntut saya untuk memahami esensi setiap perumahan, menangkap suasana, menyoroti keunggulan desain, dan secara efektif menggambarkan gaya hidup yang ditawarkan. Tujuan utamanya adalah menciptakan narasi visual yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu membangkitkan emosi dan aspirasi mendalam calon pembeli, mendorong mereka untuk melihat Ciputra bukan hanya sebagai penyedia hunian, melainkan sebagai perwujudan nyata dari impian mereka akan sebuah rumah.

Selain eksekusi dan produksi video, penulis juga secara ambisius bertekad untuk mengembangkan kreativitas dan perencanaan strategis dalam pembuatan konten secara menyeluruh. Setiap hari adalah kesempatan bagi penulis untuk bertanggung jawab merumuskan ide-ide *content planning* yang segar, inovatif, dan relevan. Ini mencakup pengembangan ide-ide untuk format video yang belum pernah ada, serta konsep-konsep untuk konten *carousel* dan *feeds* di Instagram yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga sangat informatif. Tujuan ini secara langsung melatih kemampuan saya untuk berpikir ke depan, menganalisis dan memahami tren pasar yang sedang berkembang, serta mengidentifikasi secara presisi apa yang sedang dicari dan dibutuhkan oleh audiens target Ciputra. Perencanaan konten ini menuntut pemahaman mendalam tentang target audiens Ciputra dan algoritma platform media sosial yang digunakan, memastikan setiap ide memiliki dasar strategis yang kuat, selaras dengan *branding* inti Ciputra, dan berpotensi tinggi untuk menghasilkan *engagement* yang signifikan. Ini adalah upaya berkelanjutan untuk menjaga Ciputra tetap relevan, menonjol, dan menarik di tengah persaingan pasar properti yang semakin ketat.

Tujuan signifikan lainnya dalam magang ini adalah meningkatkan kemampuan penulis dalam penulisan konten yang informatif dan persuasif. Ini terwujud melalui tugas rutin dalam menyusun artikel-artikel promosi yang komprehensif. Artikel-artikel ini secara khusus berfokus pada perumahan atau

klaster terbaru yang diluncurkan oleh Ciputra, berfungsi sebagai jembatan informasi yang detail dan transparan antara pengembang dan calon konsumen. Dalam proses penulisan artikel, penulis memiliki tujuan untuk tidak hanya menguasai seni riset mendalam, tetapi juga kemampuan menyusun informasi secara logis dan runtut, serta menjadi cerdas dalam merangkai kata-kata yang tidak hanya menjelaskan fitur-fitur teknis properti, tetapi juga secara cerdas menonjolkan nilai-nilai intrinsik dan potensi investasi jangka panjang. Artikel yang saya hasilkan bertujuan untuk menjadi sumber informasi yang kredibel dan meyakinkan, secara efektif membantu calon pembeli dalam membuat keputusan yang terinformasi dengan baik dan membangun tingkat kepercayaan yang kuat terhadap produk-produk berkualitas tinggi dari Ciputra.

Terakhir, penulis juga membidik tujuan untuk menguasai seni penulisan *caption* Instagram yang menarik dan *engaging*. Mengingat peran vital Instagram sebagai salah satu kanal pemasaran utama Ciputra, setiap unggahan baru memerlukan *caption* yang cermat, strategis, dan memikat. Tujuan saya adalah menciptakan *caption* yang ringkas namun memiliki kekuatan persuasif yang luar biasa, mampu menarik perhatian audiens dalam hitungan detik pertama, dan secara efektif mendorong interaksi yang berarti. Penulisan *caption* ini jauh dari sekadar mengisi ruang kosong; ini adalah latihan intensif dalam *mikro-copywriting* yang efektif, di mana setiap kata memiliki bobotnya sendiri. penulis berupaya untuk memilih kata-kata yang paling tepat, mengintegrasikan *hashtag* yang relevan secara strategis, dan menyertakan *call-to-action* (CTA) yang jelas dan persuasif. Semua elemen ini disatukan demi memaksimalkan dampak setiap postingan, menjadikannya bagian integral dari upaya kolektif kami untuk membangun komunitas *online* yang aktif, loyal, dan terus berkembang bagi Ciputra.

Secara keseluruhan, seluruh rangkaian tugas yang penulis jalankan ini bersinergi secara holistik untuk memberikan penulis pengalaman yang komprehensif dan mendalam dalam ekosistem pemasaran digital di industri properti. Penulis memiliki tujuan untuk tidak hanya sekadar menyelesaikan

tugas-tugas yang diberikan, tetapi juga untuk berkontribusi secara signifikan dan terukur pada peningkatan visibilitas, daya tarik, dan pada akhirnya, kesuksesan promosi merek Ciputra di pasar yang semakin kompetitif. Magang ini merupakan fondasi yang kokoh dan tak ternilai harganya untuk pengembangan karier penulis di masa depan, serta memperkaya dengan serangkaian keterampilan praktis yang sangat relevan dan pemahaman mendalam tentang dinamika serta tantangan di industri properti.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Pada awal pelaksanaan program magang di Ciputra, penulis dihadapkan pada beberapa tantangan yang signifikan, khususnya terkait dengan banyaknya proyek dari perumahan Citra Raya yang harus dikerjakan. Lingkup kerja penulis sebagai bagian dari tim Marketing Communication sangatlah luas, mencakup tanggung jawab sebagai Copywriter, Social Media Content Creator, dan Content Planner. Ini berarti penulis tidak hanya berfokus pada satu aspek pekerjaan, melainkan harus menguasai dan beralih antar berbagai *jobdesk* dalam satu hari kerja.

Kesulitan utama yang dialami penulis di masa-masa awal adalah banyaknya tugas yang diberikan dalam sehari dengan *jobdesk* yang berbeda-beda. Sebagai contoh, dalam satu waktu penulis mungkin harus membuat *copy* untuk kampanye iklan digital, lalu beralih merancang visual untuk media sosial, dan kemudian menyusun rencana konten strategis untuk minggu berikutnya. Transisi yang cepat antar tugas-tugas yang membutuhkan fokus dan set keterampilan berbeda ini menjadi sebuah kurva pembelajaran yang curam. Tantangan ini menuntut penulis untuk mengembangkan manajemen waktu yang lebih baik, prioritisasi tugas, serta kemampuan adaptasi yang tinggi agar dapat memenuhi ekspektasi dan *deadline* yang ketat. Meskipun demikian, kesulitan-kesulitan awal ini justru memotivasi penulis untuk lebih proaktif dalam belajar dan mencari solusi, yang pada akhirnya berkontribusi pada pengembangan kompetensi penulis secara menyeluruh.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Menghadapi berbagai macamnya tugas yang diberikan di awal masa magang, penulis menyadari pentingnya mengembangkan strategi adaptif untuk mengatasi kesulitan tersebut. Alih-alih merasa terbebani, penulis melihat tantangan ini sebagai kesempatan emas untuk mengasah kemampuan manajerial dan teknis secara bersamaan. Langkah pertama yang diambil adalah memecah tugas-tugas besar menjadi bagian-bagian yang lebih kecil dan terkelola. Hal ini membantu penulis untuk melihat gambaran keseluruhan proyek tanpa merasa kewalahan dan memungkinkan fokus yang lebih terarah pada setiap elemen pekerjaan.

Selanjutnya, penulis secara aktif mempelajari dan menerapkan teknik manajemen waktu yang efektif. Ini termasuk membuat daftar prioritas harian dan mingguan, menggunakan kalender digital untuk menjadwalkan *deadline*, serta mengalokasikan blok waktu khusus untuk setiap jenis *jobdesk*. Misalnya, waktu tertentu didedikasikan untuk *copywriting*, sementara waktu lain difokuskan pada produksi konten visual atau perencanaan. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan efisiensi kerja tetapi juga mengurangi tekanan akibat *multitasking*. Penulis juga proaktif dalam mencari referensi dan tutorial daring terkait alat-alat produksi konten yang digunakan, mempercepat proses pembelajaran dan meningkatkan kualitas hasil akhir.

Selain itu, penulis secara rutin berkomunikasi dan berkoordinasi dengan Supervisi Magang, Ibu Marryetha Sibuea. Melalui diskusi terbuka, penulis tidak ragu untuk bertanya, meminta klarifikasi, dan menyampaikan potensi kesulitan yang dihadapi. Ibu Marryetha memberikan arahan yang jelas dan masukan konstruktif yang sangat membantu penulis dalam memahami ekspektasi dan menemukan cara paling efisien untuk menyelesaikan tugas. Kolaborasi dan umpan balik yang konsisten ini menjadi kunci dalam mengatasi *learning curve* yang curam, memungkinkan penulis untuk beradaptasi lebih cepat dengan tuntutan peran sebagai Marketing Communication di Ciputra.