

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Posisi yang diambil dalam pelaksanaan magang pada Holiday Inn & Suites Jakarta Gajah Mada adalah *Marketing Communication Intern*. Proses kerja magang berada dalam departemen *Sales & Marketing*, khususnya divisi *Marketing Communication* yang dipimpin oleh ibu Ovie Hana sebagai *Director of PR & Marketing*, dengan supervisi langsung dari bapak Evan selaku Assistant Marketing Communication Manager.

Dalam pelaksanaan kegiatan sehari-hari, penulis bekerja sama secara intensif dengan tim Marketing Communication, terutama dalam merancang dan mengeksekusi konten promosi digital untuk media sosial resmi hotel. Proses kerja magang meliputi beberapa tahapan, yaitu *content planning*, *content production*, *editing content* dan *scheduling* untuk dipublikasikan melalui media sosial hotel yaitu instagram dan tiktok, dengan target publikasi sebanyak tiga kali dalam seminggu.

Peran sebagai *Marketing Communication Intern* difokuskan pada mendukung kegiatan promosi digital hotel untuk meningkatkan *engagement* dan *awareness* masyarakat terhadap berbagai promo, fasilitas, serta citra Holiday Inn & Suites Jakarta Gajah Mada. Selain itu, penulis juga terlibat dalam rapat bulanan tim untuk evaluasi konten, ide kampanye, serta kolaborasi dengan bagian lain seperti *Front Office* dan *Food & Beverage* untuk kebutuhan dokumentasi dan promosi visual.

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 3.1 Struktur Koordinasi Team MarComm
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama berlangsung proses magang selama 80 hari, telah dilakukan ragam jenis pekerjaan dari tahap *sync up* hingga tahap eksekusi. Kemampuan yang diperlukan adalah kemampuan berpikir kritis dan cepat tanggap dalam komunikasi baik secara internal dalam tim dalam pembuatan ide konten, eksekusi, editing dan pengunggahan agar bisa memberikan hasil yang maksimal.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Marketing Communication Intern* dalam aktivitas kerja magang di Holiday Inn & Suites Jakarta Gajah Mada secara singkat adalah sebagai *supporting team* dalam menyediakan konten *digital marketing*. Tugas ini dijalankan dengan pendekatan *SOSTAC Framework* (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) untuk membantu menganalisis serta merancang kegiatan komunikasi pemasaran secara sistematis.

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

- Situation Analysis	Pada awal masa magang, dilakukan pengamatan terhadap performa media sosial hotel yaitu Instagram dan Tiktok. Hasil analisis menunjukkan bahwa engagement rate cenderung rendah, dengan frekuensi unggahan yang tidak konsisten. Visual konten kurang menonjolkan identitas brand hotel secara kuat dan belum terdapat segmentasi audiens yang jelas dalam penyusunan pesan komunikasi visual.
- Objectives	Tujuan dari pelaksanaan tugas magang ini adalah meningkatkan <i>brand awareness</i> dan <i>engagement</i> audiens melalui pengelolaan media sosial secara konsisten dan strategis. Target yang ingin dicapai selama periode magang meliputi: • Meningkatkan frekuensi <i>uploading content</i>. • Meningkatkan <i>engagement rate</i> dari setiap konten. • Menghadirkan konten visual yang merepresentasikan suasana hotel dan promo kamar secara menarik.
- Strategy	Strategi utama yang digunakan adalah memperkuat <i>visual storytelling</i> melalui konten yang relevan dengan kebutuhan target pasar contohnya, konten bertema staycation, promo spesial, dan user experience. Selain itu, strategi konsistensi unggahan digunakan untuk membentuk ekspektasi audiens terhadap akun media sosial hotel.
- Tactics	Taktik yang dijalankan dalam mendukung strategi tersebut mencakup: • Penyusunan <i>content plan</i> mingguan berdasarkan momen dan promo hotel. • Pengambilan konten di berbagai area kamar, lobby, restoran, dan kolam renang • Editing konten menggunakan perangkat lunak CapCut dan Canva agar lebih menarik secara visual. • Penulisan <i>caption</i> yang persuasif dan relevan dengan identitas brand.
- Action	Penulis berperan aktif dalam setiap tahap produksi konten, mulai dari <i>brainstorming</i> ide, menyusun kalender konten, pengambilan video konten, mengedit materi visual, hingga mengunggah ke media sosial. Penulis juga terlibat dalam diskusi bulanan bersama supervisor untuk mengevaluasi performa konten dan merancang perbaikan.

- Control	Melakukan kontrol terhadap hasil kerja yang dilakukan melalui evaluasi <i>insight</i> instagram (<i>likes, comment, share, reach, dan saves</i>). Selain itu, supervisor juga memberikan <i>feedback</i> rutin mengenai kualitas visual, kesesuaian caption, dan efektivitas pesan komunikasi yang disampaikan. Penulis mencatat seluruh data dan masukan untuk bahan refleksi dan pengembangan skill ke depannya.
------------------	--

Tabel 2.1 SOSTAC Tugas Utama Seorang Marketing Communication Intern
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan sebagai seorang Marketing Communication Intern dalam aktivitas kerja magang di Holiday Inn & Suites Jakarta Gajah Mada adalah sebagai berikut :

A. *Content Planning*

Kegiatan penyusunan *content planning* dilakukan sebagai tahap awal dalam proses produksi konten media sosial hotel. Penelitian ini menyusun rencana konten mingguan yang disesuaikan dengan promo hotel, momen penting (seperti liburan nasional atau event khusus), serta karakteristik audiens. *Content calendar* disusun menggunakan referensi tren media sosial dan dikonsultasikan kepada supervisor untuk mendapatkan persetujuan sebelum proses produksi dimulai. Content plan mencakup topik, jadwal posting, konsep visual, dan *caption*.

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 Planning JKTJM			
Tanggal	Konten	Referensi	Description
3 February 2025	Explore Jakarta In Style	https://www.instagram.com/p/CwFBaIMKUVU/	Step out of the hotel and into Jakarta's vibrant streets! Stay at Holiday Inn Express Jakarta Matraman and discover hidden local gems around every corner 🌟 #ihg hotels #holidayinn #ihgonerewards
5 February 2025	Housekeeping In Frame	https://www.instagram.com/p/DADetB6KZ22/	A clean room isn't just about tidiness—it's about creating comfort, warmth, and a great experience for our guests 🌟 #ihg hotels #holidayinn #ihgonerewards
7 February 2025	Guest With Suitcase	https://www.instagram.com/p/C1KNz8PMfakT/	Turn business trips into productive getaways. Holiday Inn Express Jakarta Matraman—your smart choice for work and rest 🌟 #ihg hotels #holidayinn #ihgonerewards
10 February 2025	Gym In Style	https://www.google.com/file/d/1oTAaNPdVim5OK_gtcx50mEZJ7e7EDD-U/viewusp=hl=id	Get fit, stay fit—wherever you go! 🌟 Our gym at Holiday Inn Express Jakarta Matraman is here to keep you on track! 🌟 #ihg hotels #holidayinn #ihgonerewards
17 February 2025	Do's and Dont's edisi For Customer	Referensi Do's and Dont's	Staying at a hotel? Here's your guide to a smooth stay! 🌟 Stay smart, stay comfortable at Holiday Inn Express Jakarta Matraman! 🌟 #ihg hotels #holidayinn #ihgonerewards
19 February 2025	Cinematic Hotel Video	Referensi Cinematic Hotel (Combining both videos)	Traveling for business? Here's how to make every trip productive & stress-free! 🌟 #ihg hotels #holidayinn #ihgonerewards
21 February 2025	What I do while waiting for the laundry	Melakukan hal-hal diluar nurul	When the laundry room is too quiet... we turn it into our playground 🌟 #ihg hotels #holidayinn #ihgonerewards
24 February 2025	The Best Feeling	Tap in, Kimono, Lompat ke kasur	he best feeling? Stepping into your hotel room after a day of adventure, dropping your bags, and sinking into pure comfort. 🌟 Time to relax and recharge! 🌟 #ihg hotels #holidayinn #ihgonerewards
26 February 2025	When Love and Beauty come Together	Weeding Pray dan Litania	When love and beauty come together in a meaningful intimate celebration. 🌟 A sacred moment, an everlasting memory. 🌟 Celebrate your special day in the perfect venue. 🌟 #ihg hotels #holidayinn #ihgonerewards

Gambar 3.2 Content Planning Bulan February
Sumber: Data Perusahaan (2025)

Pada gambar diatas merupakan content planning yang pemegang buat dibulan pertama memulai magang dengan total 9 konten dalam 1 bulan.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Content Planning JKT JM			
Tanggal	Konten	Referensi	Description
3 March 2025	Saat anak Marcomm mau take content di bulan puasa	Front dan BackOffice ngumpul semua	You're ready to film content, but the entire team vanishes the moment iftar time hits! 🤖👉👈 Priorities first—food before footage! #hghotels #holidayinn #hgonserewards
5 March 2025	Enaknya Berbuka di Hotel	Promo, dan menu makanan apa aja di Hotel	Join us for a delightful IFTAR at Holiday Inn Express Matraman! 🍽️👉👈 Enjoy a delicious buffet to break your fast with family and friends. Book your table now! 📞 #hghotels #holidayinn #hgonserewards
8 March 2025	IFTAR Di Matraman	VO, Menu dan Benefit di Matraman IFTAR	Join us for a delightful IFTAR at Holiday Inn Express Matraman! 🍽️👉👈 Enjoy a delicious buffet to break your fast with family and friends. Book your table now! 📞 #hghotels #holidayinn #hgonserewards
8 March 2025	JADWAL POST KOL IFTAR 5 Maret	UPLOAD REELS KOL IFTAR MATRAMAN	List KOL Upload Content : - vixxxa_ - @noekyitta - dwiyayufe - mutartifunanto - ahindypangestika - sscallghofur
9 March 2025	JADWAL POST KOL IFTAR 6 Maret	UPLOAD REELS KOL IFTAR MATRAMAN	List KOL Upload Content : - daykasihh - tamirint - nidayidna - canella - nurulaul_ - adasprty24 - Adella - chelarch_mamazi
10 March 2025	JADWAL POST KOL IFTAR 7 Maret	UPLOAD REELS KOL IFTAR MATRAMAN	List KOL yang Upload Content : - rindryputi - mufalia90933 - meimeithaa - yevi.yolanda - dhita_murcahya - inisagumel - sidikusganda - sprilliput
12 March 2025	KOL IFTAR Cinematic Paksi Baju Muslim	🎬 Cinematic Instrumen Lagu Lebaran	Reliving the warmth of togetherness at our Ramadan Iftar! 🍽️👉👈 Thank you to everyone who joined us for a delightful evening of great food and shared blessings. Didn't get a chance to join? Don't worry! Come and experience a memorable Iftar at our hotel. Book your table now! 📞👉👈
14 March 2025	Rekomendasi menu berbuka	VO, Scene menu pada saat IFTAR	Looking for the perfect iftar feast? 🍽️👉👈 From Juicy Bulgogi to Variety of Sweet tooth , we've got all your favorites! Don't miss out—book your Iftar now before it's too late! 📞👉👈 #hgonserewards #holidayinn #hghotels
18 March 2025	Room Tour Ramadhan – Promo Staycation Terbaik!	Konsep: Room tour di Holiday Inn Express Jakarta Matraman dengan highlight promo Ramadhan. Control Script: Staycation selama Ramadhan? Holiday Inn Express Jakarta Matraman punya promo terbaik buat kamu! Kamar nyaman, fasilitas lengkap, dan pastinya bisa sahur di hotel. Yuk, booking sekarang biar nggak kehabisan! Referensi Video: Room tour dengan efek transisi menarik	Stay, relax, and enjoy the best Ramadan deal at Holiday Inn Express Jakarta Matraman! 🍽️👉👈 For just IDR 450K, you'll get: ✓ A cozy room ✓ FREE Sahur & Iftar ✓ Excellent facilities
20 March 2025	Buka Puasa di Holiday Inn Express – Worth It atau Tidak?	Konsep: Menampilkan menu buka puasa di hotel Control Script: Menu berbuka puasa di Holiday Inn Express Jakarta Matraman, worth it atau nggak? Dari tajil sampai menu utama, semuanya disajikan fresh dan enak! Cobain sendiri dan kasih tahu pendapatmu di komentar! Referensi Video: Shoot makanan, tamu menikmati hidangan, suasana buka puasa di restoran hotel.	Why rush for iftar when you can stay, dine & unwind? 🍽️👉👈 Enjoy a comfortable stay, delicious iftar buffet, and refreshing sahur—all in one place! 🔥 Limited-time Ramadan Staycation Promo! Book now and experience a hassle-free Ramadan.
22 March 2025	Ngabuburit Seru di Holiday Inn Express	Konsep: Menampilkan aktivitas yang bisa dilakukan sambil menunggu buka puasa di hotel, seperti bersantai di kamar, melakukan aktifitas apapun Control Script : - Ngabuburit santai? Staycation aja! - Minum kopi sambil nunggu azan - Buka puasanya di hotel, yuk! Referensi Video: Cinematic footage Arsis bersantai di hotel menjelang berbuka.	Experience a peaceful and relaxing staycation this Ramadan! 🍽️👉👈 Unwind in comfort and create beautiful moments with your loved ones.
25 March 2025	Sahur & Staycation Hemat di Holiday Inn Express	Konsep : Menunjukkan pengalaman menginap hemat di Holiday Inn Express selama Ramadhan dengan fasilitas sarapan sahur. Control Script : Mau staycation nyaman selama Ramadhan tanpa khawatir sahur? Di Holiday Inn Express Jakarta Matraman, kamu bisa menikmati menginap hemat plus sahur praktis di hotel. Yuk, booking sekarang untuk pengalaman menginap yang nyaman dan hemat selama Ramadhan! Referensi Video: Video montage kamar, suasana hotel, dan makanan sahur.	Ramadhan is almost over! Have you planned your iftar? 🍽️👉👈 Join us for a delicious iftar feast at Holiday Inn Express Jakarta Matraman! Tasty food, cozy vibes, and budget-friendly prices—don't miss out! Tag your bestie & book now! 📞👉👈
28 March 2025	Momen Spesial Ramadhan di Holiday Inn Express	Konsep: Menampilkan tamu berbagi pengalaman staycation Ramadhan di hotel. Control Script: Staycation di Holiday Inn Express selama Ramadhan? Banyak momen spesial yang bisa kamu nikmati, mulai dari buka puasa bersama, sahur praktis, sampai tempat yang nyaman buat ibadah. Yuk, buat Ramadhan kali ini lebih berkesan! Referensi Video: Cuplikan tamu check-in, makan sahur, berbuka, dan menikmati fasilitas hotel.	Ramadan flew by in a blink! 🍽️👉👈 Cherishing the memories, embracing the blessings, and getting ready for Eid! 📞👉👈

Gambar 3.3 Content Planning Bulan Maret

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Pada gambar diatas merupakan content planning yang pemegang buat pada bulan maret dengan tema IFTAR dan bulan ramadhan, serta ada lebih dari 12 KOL yang ikut serta dalam konten bulanan.

Content Planning JKTJM			
Tanggal	Konten	Referensi	Caption
2 April 2025	Tips Staycation Hemat di Holiday Inn Express	Mau staycation hemat? - Pesan langsung via website - Manfaatkan free breakfast - Gunakan reward IHG One	Staycation on a budget? ✨ Here are 3 easy ways to save while enjoying a cozy getaway! #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
4 April 2025	POV: Jadi Staff Hotel	POV: Pesan makanan bulak balik staffnya	ood food lives here 🍴 Can't stop ordering at Holiday Inn Express Jakarta Matraman! #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
8 April 2025	This or That: Pilih Fasilitas Favorit	- Breakfast di restoran atau bawa ke kamar? - Staycation Sendiri Atau Bareng Keluarga? - Pakai gym hotel/lari di sekitar Hotel? - Pesan room service atau makan di restoran hotel? - Pilih kamar di lantai atas atau dekat dengan lobby? - Early check in/ late check out?	🌟 Pick your perfect stay! We've lined up some fun choices — now it's your turn to decide. Which one screams you the most? 👉 Comment your favorite and tag someone you'd bring along! #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
11 April 2025	Behind the Scene: Persiapan Kamar Tamu	Video tim housekeeping dari "sebelum" (kamar berantakan) jadi "setelah" (rapi dan siap huni).	Sleep Comfortably In Guaranteed Clean Space #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
14 April 2025	Expectation vs Reality di Hotel	Ekspektasi: Bangun pagi fresh, workout, breakfast. Realita: Bangun siang, buru-buru checkout.	We all have that perfect hotel stay in mind—productive and morning breakfast. But reality? what's yours? #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
16 April 2025	Eco-Friendly Hotel Practices	Video tips hemat energi di hotel (misal: matikan AC & lampu saat keluar kamar dan menggunakan air secukupnya) Let's save the planet, one stay at a time!	At Holiday Inn Express Jakarta Matraman, we are committed to creating a more sustainable future — and it begins with simple actions during your stay. By turning off unused lights, switching off the air conditioner when not in the room, and using water responsibly, you're helping reduce energy waste and conserve valuable resources 🌱 Let's work together to make your stay comfortable, responsible, and eco-conscious. #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
21 April 2025	Hari Kartini Feeds	-	🌸 Selamat Hari Kartini! 🌸 Hari ini bukan hanya tentang mengenang sejarah, tapi juga merayakan semangat perempuan Indonesia yang terus berkembang, bermimpi, dan berani melangkah maju. Kartini mengajarkan kita bahwa suara perempuan itu penting. Bahwa mimpi setinggi langit bisa dicapai, asalkan kita mau berjuang. Untuk semua perempuan hebat di luar sana — teruslah bersinar, dengan cara dan versi terbaikmu sendiri. Kita semua adalah Kartini masa kini. 🌟 #HariKartini2025 #KartiniMasaKini #PerempuanHebat
23 April 2025	Video Hari Kartini Matraman	-	🌸 Selamat Hari Kartini 10 Hari ini, kita merayakan kekuatan, semangat, dan mimpi perempuan Indonesia — terinspirasi oleh warisan R.A. Kartini. Ia mengajarkan kita bahwa setiap perempuan berhak untuk bersinar, belajar, dan memimpin. Mari terus nyalakan cahayanya dengan saling mendukung dan menguatkan. Untuk hati yang berani dan pikiran yang cemerlang! 🌟
25 April 2025	POV: Pertama Kali Staycation di Holiday Inn Express	- Si Paling Review : google review langsung cek tiap sudut kamar & review kamar - Si Mager : begitu masuk kamar, langsung rebahan sampai checkout.	Some people go on a staycation to explore every corner of the city, while others just wanna stay in, relax, and do absolutely nothing. So... which type are you? #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
27 April 2025	Sehari Jadi HK	- BTS HK hotel dengan POV kamera GoPro. - Tampilkan before-after kamar yang dibersihkan. - Ending: teks "Respect untuk tim housekeeping!"	Behind every perfect stay is a team that cares deeply. From messy moments to a space of pure comfort — we're here for your peace of mind. Clean, safe, welcoming — just the way you deserve.
30 April 2025	Tips ada flight pagi bisa pake wake up call dan dipersenin bluebird	Video tamu bangun telat, buru-buru packing, tapi masih setengah sadar tamu flight pagi apakah bisa take away box	Morning flights made easy! Stay at Holiday Inn Express Jakarta Matraman and enjoy a stress-free start to your day with our wake-up call service and convenient Grab & Go breakfast. Designed for business travelers who value time and comfort. #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards

Gambar 3.4 Content Planning Bulan April
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada gambar diatas merupakan content planning yang pemegang buat pada bulan april dengan tema *Eco-friendly* dengan total 11 konten yang diunggah dalam 1 bulan.

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

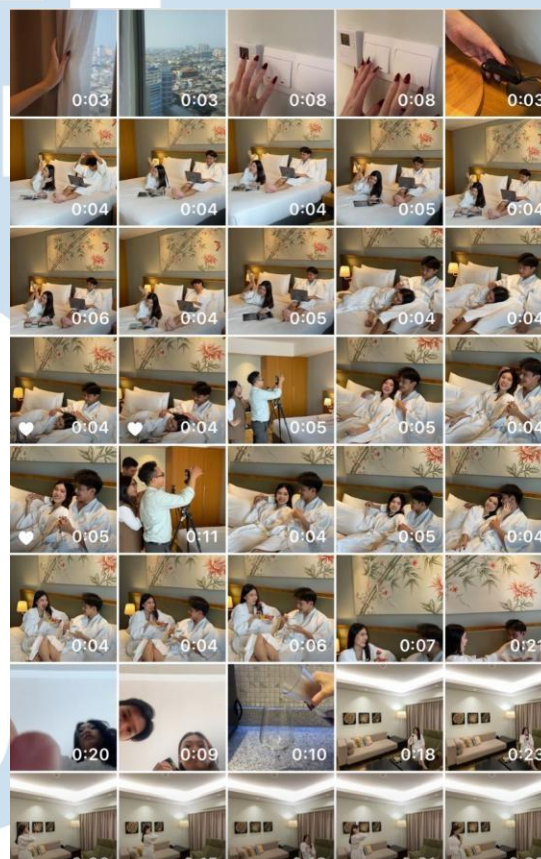
Content Planning JKTJM			
Tanggal	Konten	Referensi	Description
5 May 2025	Take Content vs Result	Cinematic Hotel	From behind-the-scenes chaos to the final result—worth it! This May, enjoy a staycation at Holiday Inn Express Jakarta Matraman for just IDR. 450,000/night. Cozy rooms, free breakfast, and fast Wi-Fi all in a great location. Affordable comfort at its best —don't miss it! #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
7 May 2025	TOP THINGS TO DO	Share content outside of our Hotel : - Depanannya Halte TJ yang bisa kemana aja - Banyak Jajanan dan Makanan Berat - Whoosh	Whether you're on a business trip, a short staycation, or just looking for a comfy place to crash, Holiday Inn Express Jakarta Matraman is the perfect spot. The room is super cozy, perfect for relaxing after a long day. What makes it even better? It's literally right in front of a TransJakarta stop, so getting around the city is super easy. Just tap your card and go! #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
9 May 2025	Funny Challenge	Rapihin bed cover siapa paling cepat dari staff staff Hotel - House Keeping - Front Office - Arsis as Marcomm team - Kitchen	We had a blast with the Bed Cover Challenge! Now it's your turn to enjoy a comfy stay at Holiday Inn Express Jakarta Matraman — only 450K/night this May. Book now and stay smart in the heart of Jakarta #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
12 May 2025	QNA WITH STAFF	1. Kenapa Holiday Inn Matraman cocok banget buat jadi basecamp pas jalan-jalan ke Jakarta? 2. staycation di Jakarta, menurut kamu yang penting itu apa sih? Lokasi, sarapan, atau suasana? (mention harga)	Holiday Inn Express Jakarta Matraman puts you right where the action is! Surrounded by city highlights, tasty local eats, and convenient transport options, it's the smart choice for a quick and easy staycation. And here's the best part — our special promo lets you stay from just IDR. 414,000! #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
14 May 2025	Tripping over my feet to enjoying a great hotel break!!!	Trend yang kakinya kesandung > Scan payment card > Tap in pintu kamar > sampai diranjang	Oops... accidentally booked a stay? No regrets when it's only 414K/night at Holiday Inn Express Jakarta Matraman! An unexpected stay turned into an unreal experience. #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
16 May 2025	EDUCATIONAL VIDEO MATERIALS	CARA MEMBUAT OMLET	
17 May 2025	EDUCATIONAL VIDEO MATERIALS	CARA MEMBUAT MINI BURGER	
18 May 2025	EDUCATIONAL VIDEO MATERIALS	CARA MENYAJIKAN MAKANAN DAN KUE	
21 May 2025	Guest Testimonial	Aku sebagai content creator yang akan membuktikan langsung apakah sesuai dengan komentar	From the warm service to the spacious, spotless rooms and incredibly delicious food — everything exceeded expectations. It's totally worth it! Don't miss out — book your stay at Holiday Inn Express Jakarta Matraman now while the promo lasts, only IDR. 414K! #ihghotels #holidayinn #ihgonerewards
23 May 2025	POV Anak FO Berhasil membujuk tamu		
27 May 2025	Hotel Room Tour		
29 May 2025	Search google		

Gambar 3.5 Content Planning Bulan May
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada gambar di atas, pemangag bertanggung jawab dalam menyusun *content planning* untuk kanal media sosial Holiday Inn Express Jakarta Matraman selama bulan February - May 2025. Proses perencanaan konten ini mencakup penentuan tema, referensi ide, serta penyusunan *caption* yang sesuai dengan karakter audiens dan strategi komunikasi hotel. Setiap konten dirancang agar relevan dengan momen spesifik seperti hari Kartini, memanfaatkan kekuatan narasi visual dan gaya bahasa yang bersahabat guna membangun keterlibatan *engagement* dengan audiens. Dalam menyusun *content planning*, saya juga merujuk pada konsep komunikasi pemasaran terpadu (IMC) sebagaimana dijelaskan oleh Chris Fill & Sarah Turnbull (2016), bahwa setiap pesan yang disampaikan melalui kanal digital harus selaras secara strategis guna menciptakan citra merek yang kuat dan konsisten.

B. Take Content & Footage

Setelah *content plan* disetujui, penulis melakukan pengambilan *footage* secara langsung di area hotel. Lokasi pengambilan mencakup kamar hotel, area lobi, restoran, ruang meeting, kolam renang dan ballroom. Pemagang menggunakan smartphone dan kamera digital internal hotel untuk dokumentasi visual. Proses ini sering dilakukan secara mandiri maupun dibantu staff hotel terkait apabila dibutuhkan pengaturan properti atau pencahayaan khusus.



Gambar 3.6 Bank Content Bulan May
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada gambar diatas merupakan hasil video yang pemagang ambil untuk kebutuhan konten bulanan bersama dengan konten F&B.



Gambar 3.7 Bank Content Bulan Juni
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada gambar diatas merupakan hasil video yang pemegang ambil pada acara *showcase* Betawi dalam memperingati HUT Jakarta dan untuk kebutuhan konten bulanan bersama dengan KOL.

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 3.8 Take Content Bulan May
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

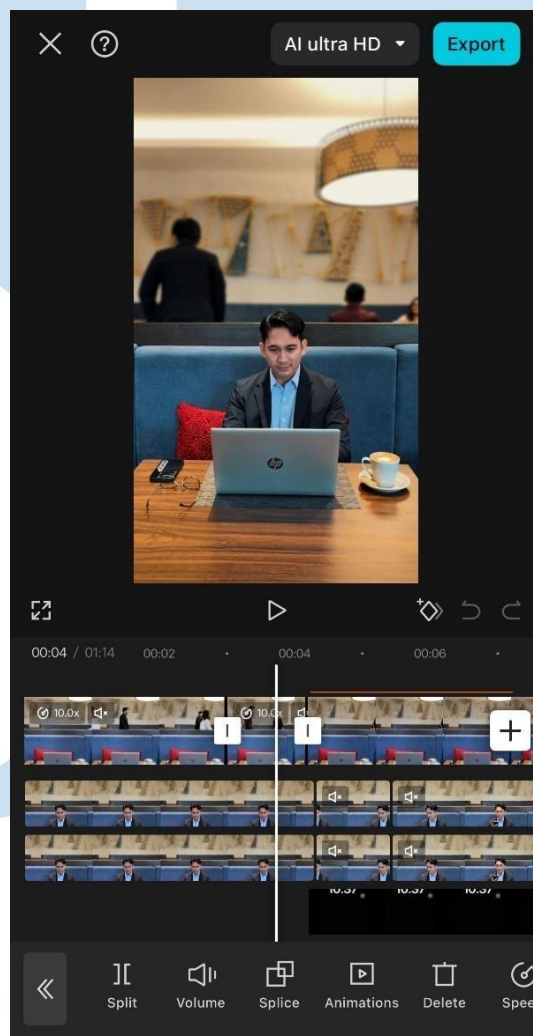
Pada gambar diatas merupakan hasil dari *take content* dan *footage* untuk kebutuhan media sosial hotel. Proses ini melibatkan dokumentasi berbagai aktivitas hotel, seperti suasana *breakfast*, kegiatan *housekeeping*, *event* khusus, hingga *behind-the-scenes* dari pelayanan kamar. Pengambilan konten dilakukan secara langsung menggunakan kamera dan ponsel dengan memperhatikan estetika visual, komposisi gambar, serta kesesuaian dengan citra merek hotel.

Kegiatan ini selaras dengan pendapat Belch & Belch (2021), yang menyatakan bahwa visual marketing merupakan elemen penting dalam komunikasi pemasaran modern karena mampu menyampaikan pesan secara lebih cepat dan emosional kepada audiens. Dalam industri perhotelan, penggunaan konten visual sangat krusial untuk membangun persepsi kualitas layanan, atmosfer, dan keunikan fasilitas 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

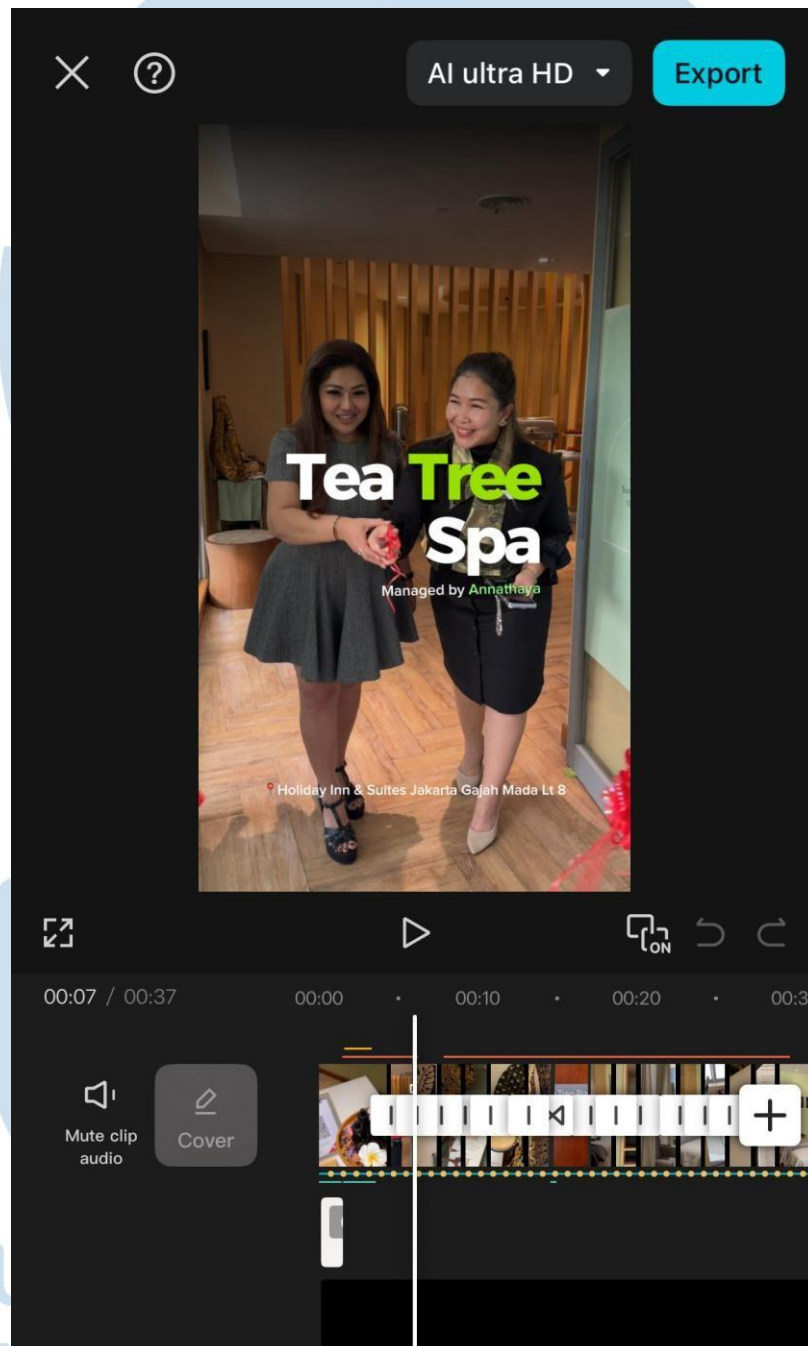
C. *Editing Content*

Setelah pengambilan konten selesai, pemegang melakukan proses editing untuk memastikan hasil konten sesuai dengan estetika brand Holiday Inn. Editing dilakukan menggunakan aplikasi capcut dan canva. Fokus pengeditan meliputi pencahayaan, keseimbangan warna, pemotongan footage, penambahan elemen visual, serta penyesuaian format konten untuk instagram *feed*, *reels*, dan *story*. Hasil akhir selalu dikonsultasikan kepada supervisor sebelum diunggah.



Gambar 3.9 Editing Content Project Mas Oky
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada gambar diatas merupakan hasil editing yang pemegang kerjakan untuk kebutuhan konten mingguan dengan menggunakan aplikasi CapCut.



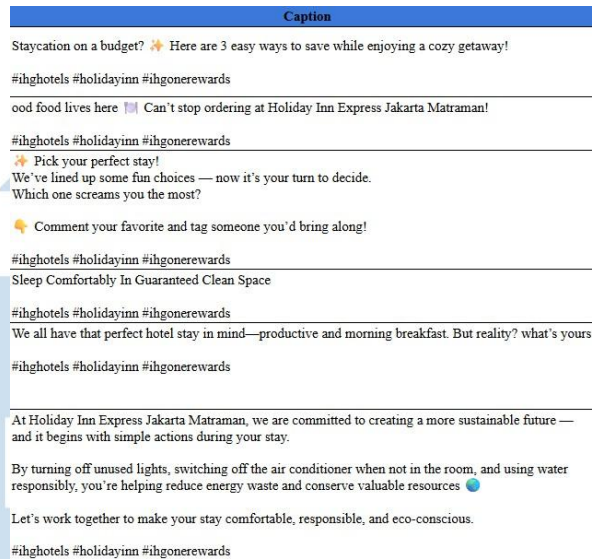
Gambar 3.10 Editing Content Opening Spa
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada gambar diatas merupakan proses tahap editing konten dan proses ini mencakup pemilihan konten terbaik, penggabungan visual dengan elemen grafis, penyesuaian warna dan pencahayaan, serta penambahan elemen audio seperti musik latar atau *voice over* jika diperlukan. Editing dilakukan menggunakan aplikasi seperti CapCut yang disesuaikan dengan kebutuhan dan standar visual Holiday Inn & Suites Jakarta Gajah Mada.

Dalam proses editing ini, perhatian terhadap *brand guideline* menjadi sangat penting agar seluruh materi visual tetap konsisten dengan identitas merek, baik dari segi tone, warna, hingga gaya komunikasi. Hal ini sesuai dengan konsep dari Kotler & Keller (2016), yang menyatakan bahwa konsistensi visual adalah elemen penting dalam membangun *brand equity* dan memastikan pesan merek dapat dikenali dengan mudah oleh audiens di berbagai kanal komunikasi.

D. Pembuatan *Caption*

Pembuatan *caption* menjadi elemen penting dalam membentuk narasi promosi dan citra brand hotel. *Caption* disusun secara menarik, informatif, dan sesuai dengan gaya bahasa yang digunakan oleh Holiday Inn. Pemegang menyusun copywriting yang memuat informasi promo, call-to-action, serta tone yang ramah dan persuasif. *Caption* juga dilengkapi dengan hashtag yang relevan agar jangkauan konten lebih luas di platform media sosial.



Gambar 3.11 Caption Bulan April
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Gambar diatas merupakan *caption* untuk media sosial Holiday Inn & Suites Jakarta Gajah Mada. Pembuatan *caption* tidak hanya berfokus pada deskripsi visual semata, tetapi juga dirancang agar mampu menyampaikan pesan merek secara komunikatif, menarik, dan sesuai dengan karakter audiens digital. Setiap *caption* disusun dengan memperhatikan gaya bahasa yang santai namun profesional, diselipkan *call-to-action* yang mendorong interaksi, serta dikaitkan dengan momen atau kampanye tertentu seperti promosi kamar, hari besar nasional, atau aktivitas internal hotel.

Proses ini selaras dengan pandangan Clow & Baack (2018), yang menyebutkan bahwa dalam komunikasi *digital marketing*, bahasa yang digunakan dalam konten teks, termasuk *caption*, harus mampu membangun kedekatan emosional dan menciptakan *brand voice* yang konsisten. Selain itu, pemilihan diksi dan tone yang tepat dapat memperkuat identitas merek serta meningkatkan *engagement* seperti *likes*, *comments*, dan *shares* di media sosial.

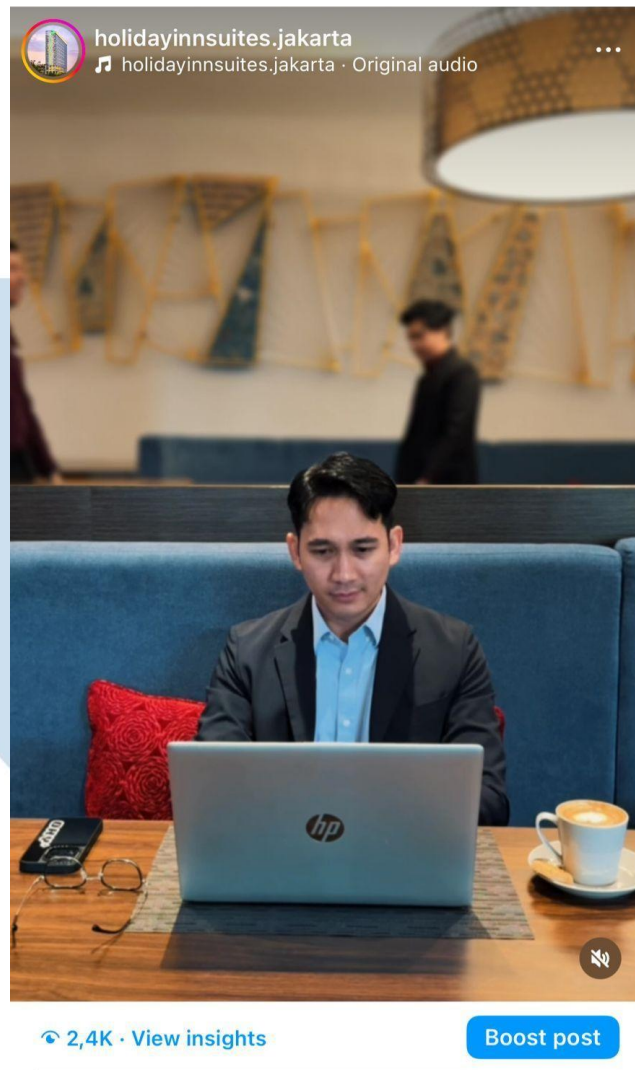
E. Uploading Content

Pemegang bertanggung jawab untuk mengunggah konten ke media sosial resmi hotel, yaitu instagram dan tiktok @holidayinnsuites.jakarta, sesuai jadwal yang telah ditentukan. Pengunggahan dilakukan menggunakan fitur *meta business suite* agar lebih efisien dan terjadwal. Penulis juga memastikan bahwa caption, tag, dan lokasi telah diatur dengan benar, serta melakukan pengecekan kembali setelah konten berhasil tayang.



Gambar 3.12 Uploading Content Opening Spa
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada gambar diatas merupakan konten hasil karya pemegang yang diunggah pada akun social media @holidayinnsuitesjakarta untuk opening SPA hotel.



Gambar 3.13 Uploading Content Project Mas Oky
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Pada gambar diatas merupakan konten hasil karya pemegang yang diunggah pada akun social media @holidayinnsuitesjakarta untuk konten mingguan dengan tujuan iklan kamar untuk para pasangan muda.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.14 Uploading Content Maycation
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

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 di atas merupakan hasil dari pengunggahan konten ke akun media sosial resmi Holiday Inn & Suites Jakarta Gajah Mada, seperti Instagram dan TikTok. Proses ini mencakup penjadwalan unggahan sesuai dengan content kalender, penyesuaian format visual dan teks, serta penerapan elemen pendukung seperti *hashtag*, lokasi, dan *mention* akun yang relevan, seperti mitra KOL atau media. Dalam praktiknya, pemegang menggunakan *meta business suite* untuk menjadwalkan konten secara terstruktur dan memastikan bahwa waktu unggah berada pada jam aktif audiens agar potensi *engagement* dapat dimaksimalkan. Tahap ini juga mengharuskan pemegang untuk melakukan pengecekan akhir terhadap keseluruhan elemen konten sebelum dipublikasikan, guna menjaga profesionalisme dan konsistensi *brand image* hotel di ruang digital. Aktivitas ini sejalan dengan pendapat Tuten Solomon (2017), yang menyebutkan bahwa pengelolaan media sosial tidak hanya berkaitan dengan penciptaan konten, tetapi juga melibatkan manajemen penjadwalan dan publikasi secara strategis untuk membangun hubungan jangka panjang dengan audiens.

3.2.3 Uraian Kerjaan Tambahan

Selama menjalani masa magang di Holiday Inn & Suites Jakarta Gajah Mada, selain menjalankan tugas utama di divisi Sales & Marketing, pemegang juga diberikan beberapa tanggung jawab tambahan yang bersifat insidental maupun situasional. Tugas-tugas ini turut memberikan pengalaman kerja yang lebih luas dan memperkaya pemahaman penulis terhadap dinamika kerja di industri perhotelan. Adapun uraian kerja tambahan tersebut antara lain:

1. Menangani *google review & guest feedback response*, penulis dipercaya untuk memantau dan merespons ulasan tamu yang masuk melalui platform *google review*. Tanggapan disusun dengan memperhatikan gaya komunikasi profesional serta menjaga citra positif hotel di ranah digital. Respons disesuaikan berdasarkan isi ulasan, baik berupa pujian maupun kritik.

2. Penyusunan dokumen STPD untuk rapat kementerian, pemegang membantu dalam proses administrasi berupa penyusunan dan pengarsipan dokumen STPD (Surat Tanda Penerimaan Dokumen) yang dibutuhkan untuk keperluan rapat antara manajemen hotel dan pihak kementerian. Proses ini menuntut ketelitian serta pemahaman terhadap prosedur formal dalam kegiatan birokrasi.
3. Design story, pemegang turut berkontribusi dalam pembuatan desain visual untuk instagram stories akun resmi hotel. Konten yang dibuat disesuaikan dengan tema promosi, hari besar, maupun kegiatan hotel yang sedang berlangsung.
4. Keterlibatan dalam kegiatan sales, acara *wedding showcase* pemegang ikut serta dalam kegiatan promosi dan penjualan pada event *wedding showcase* yang diselenggarakan oleh hotel. Dalam kegiatan ini, pemegang membantu tim sales dalam menjelaskan paket-paket pernikahan kepada calon pelanggan, membagikan brosur, serta melakukan follow-up terhadap leads yang potensial.

3.2.4 Kendala Utama

Kendala utama yang pemegang alami selama masa magang bukan semata-mata berasal dari keterbatasan alat atau teknis lapangan, namun lebih pada minimnya struktur kerja terstandarisasi dalam proses komunikasi internal dan perencanaan konten. Dalam konteks *marketing communication*, keberhasilan suatu konten tidak hanya ditentukan dari eksekusi visual semata, melainkan dari koordinasi antar departemen, kejelasan brief, serta waktu yang cukup untuk menyusun strategi komunikasi yang efektif.

Beberapa kendala yang penulis temui antara lain:

1. Tidak adanya pedoman baku untuk alur kerja pembuatan konten (SOP), mulai dari perencanaan, pengumpulan insight, hingga proses revisi, menyebabkan terjadinya tumpang tindih tugas dan miskomunikasi. Hal ini membuat pemegang sering kali bekerja secara reaktif, bukan proaktif.

2. Selama magang, pemegang juga menerima sejumlah tugas tambahan yang tidak termasuk dalam job description utama sebagai *intern marketing communication*, seperti mengurus dokumen administrasi STPD, menangani google review, hingga terlibat dalam penjualan pada acara wedding showcase. Walaupun hal ini memperluas wawasan, namun ketidakteraturan distribusi kerja ini turut mempengaruhi fokus dan efektivitas kinerja dalam bidang yang seharusnya menjadi prioritas pembelajaran.
3. Komunikasi team internal kurang efektif. koordinasi antar tim terkadang tidak berjalan optimal karena belum adanya sistem komunikasi yang baku, sehingga memperlambat proses persetujuan dan revisi konten.

3.2.5 Solusi

Solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala utama tersebut :

1. Solusi yang dapat diterapkan adalah menyusun dan memberlakukan *Standard Operating Procedure* (SOP) untuk seluruh proses kerja konten, mulai dari tahap pengumpulan ide, riset, eksekusi visual, hingga proses revisi dan publikasi. SOP ini dapat disusun secara sederhana namun sistematis agar mudah dipahami oleh tim maupun pemegang baru. Dengan adanya pedoman ini, pembagian peran menjadi lebih jelas dan meminimalisir tumpang tindih tugas maupun miskomunikasi.
2. Perlu adanya kesepakatan atau briefing awal yang lebih jelas antara pembimbing magang dan pemegang terkait cakupan job description serta prioritas pembelajaran. Jika pemegang memang akan dilibatkan dalam pekerjaan lintas bidang, maka sebaiknya dibuatkan jadwal atau pembagian waktu yang seimbang, agar fokus utama pemegang tetap pada bidang yang sesuai dengan tujuan magangnya, yaitu marketing communication.

3. Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, tim dapat mulai menerapkan sistem *briefing* pagi untuk harian. Selain itu, disarankan untuk membuat rapat singkat rutin yang berfokus pada progres konten dan pembagian tugas agar setiap anggota tim memahami status proyek terkini dan bisa memberikan umpan balik lebih cepat.

