BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Gambar 3.1 Kedudukan & Koordinasi penulis dalam divisi Marketing
Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

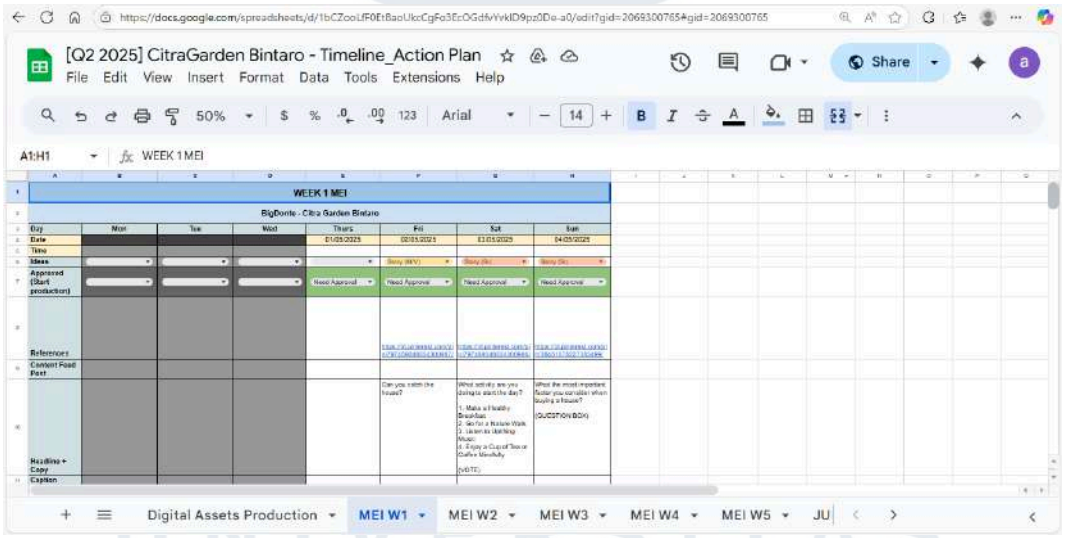
Sebagai *Social Media Specialist Intern* di CitraGarden Bintaro, penulis menempati posisi strategis dalam struktur tim *Marketing Communication*. Kedudukan ini berada di bawah pengawasan langsung *Marketing Communication* Supervisor yaitu Bapak Samudro Ramadhani, dengan tanggung jawab utama untuk mendukung strategi pemasaran digital dan kegiatan promosi *offline*. Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis diberikan tugas oleh *Marketing Communication Supervisor* dan *Marketing Communication Officer*. Secara rinci, penulis berkoordinasi dengan berbagai pihak internal maupun eksternal. Secara internal, penulis bekerja sama dengan tim kreatif marketing untuk menyusun konsep konten, sementara secara eksternal berkoordinasi dengan agency kreatif untuk produksi konten profesional. Alur kerja dimulai dari briefing oleh supervisor, dilanjutkan dengan brainstorming ide konten promosi, penyusunan *content plan*, produksi konten, hingga evaluasi hasil. Proses koordinasi ini dilakukan melalui berbagai kanal komunikasi termasuk meeting rutin mingguan, komunikasi via *WhatsApp* group tim *Marketing*, dan dokumen kolaboratif *Google Slides* atau *Documents* untuk koordinasi ide konten, serta *Google Sheets* untuk *tracking progress*. Stelah tugas selesai dikerjakan, penulis akan menginfokan pada

Marketing Supervisor dan *Marketing Officer*, yang nantinya akan di evaluasi dan diberikan saran jika diperlukan.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama periode magang terhitung mulai 12 Maret hingga 10 Mei 2025, penulis memperoleh wawasan mendalam mengenai strategi *Marketing Communication* di CitraGarden Bintaro. Melalui keterlibatan langsung dalam berbagai proyek divisi, penulis tidak hanya mengembangkan kompetensi teknis tetapi juga pemahaman holistik tentang integrasi fungsi pemasaran dalam industri properti. Berikut rincian tugas dan tanggung jawab penulis:

A. Perencanaan dan produksi konten digital, di mana penulis secara aktif terlibat dalam proses penyusunan content plan bulanan melalui serangkaian diskusi dengan tim *marketing* secara *offline, online,* dan di catat di *Google Sheets*.



Gambar 3.2 Timeline Q2 2025, CitraGarden Bintaro
Sumber: Dokumen Perusahaan 2025

Proses ini melibatkan analisis *insight* media sosial sebelumnya untuk menentukan jenis konten yang paling efektif menjangkau target audience. Proses ini didiskusikan melalui meeting secara *offline* dengan seluruh divisi *Marketing Communication* dan hasil diskusi meeting dituangkan di *Google Sheets*.

B. PIC Produksi Konten, setelah *content plan* disetujui, penulis menjadi penanggung jawab utama (PIC) untuk produksi konten Instagram Story harian dibimbing oleh *Marketing Officer* Bapak Novan dan Bapak Fairuz yang mencakup seluruh proses sebagai berikut :

(1) Pencarian ide,

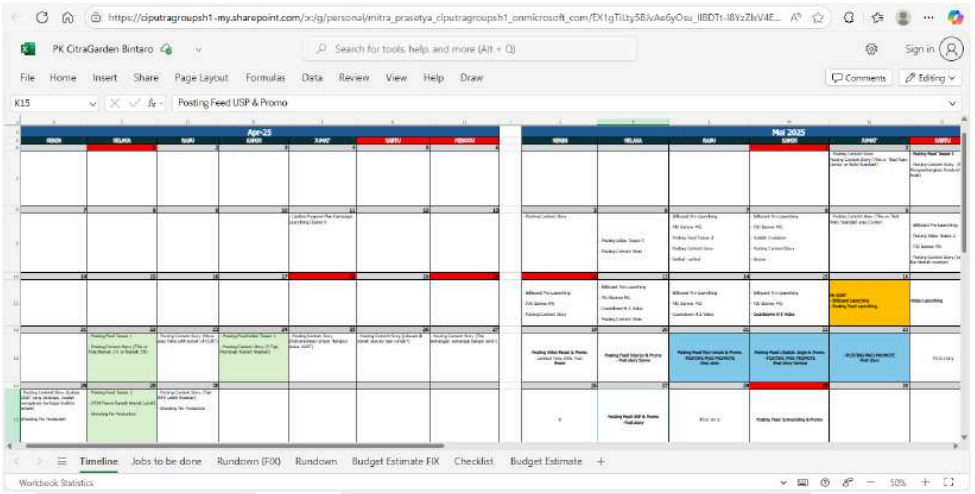
(2) Pembuatan desain,

(3) Penulisan copywriting,

(4) Penjadwalan posting.

Gambar 3.3 Koordinasi mengenai Konten
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

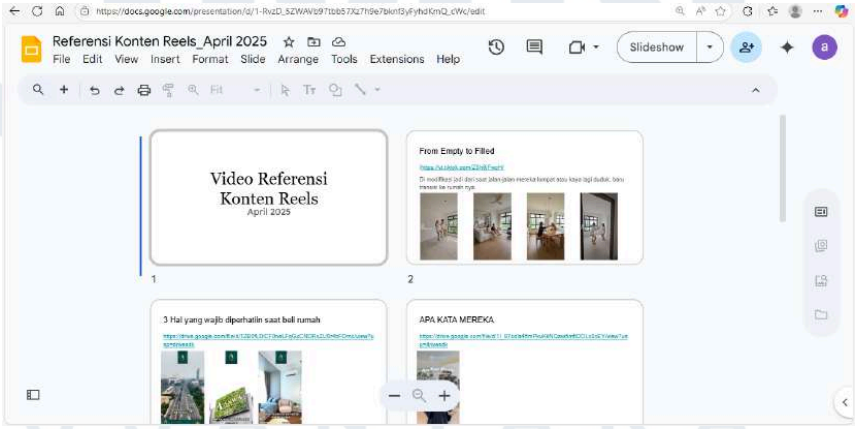


Gambar 3.4 Timeline CitraGarden Bintaro
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

Dalam produksi konten ini, penulis memanfaatkan berbagai fitur interaktif Instagram seperti *Poll*, Q&A, dan *Countdown* untuk meningkatkan *engagement audience*.

C. Partisipasi dalam produksi konten profesional untuk *feed Instagram* dan TikTok. Penulis terlibat dalam seluruh tahap proses, yang terdiri atas :

1. Meeting pra-produksi dengan *agency* kreatif untuk menentukan konsep dari konten yang akan di produksi, dan penuangan pendapat mengenai konten seperti apa yang diinginkan.



Gambar 3.5 File Referensi Konten Reels
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

2. Penentuan lokasi shooting yang didiskusikan bersama Tim Promosi *Marketing Communication & Agency* melalui *Google Meet*,

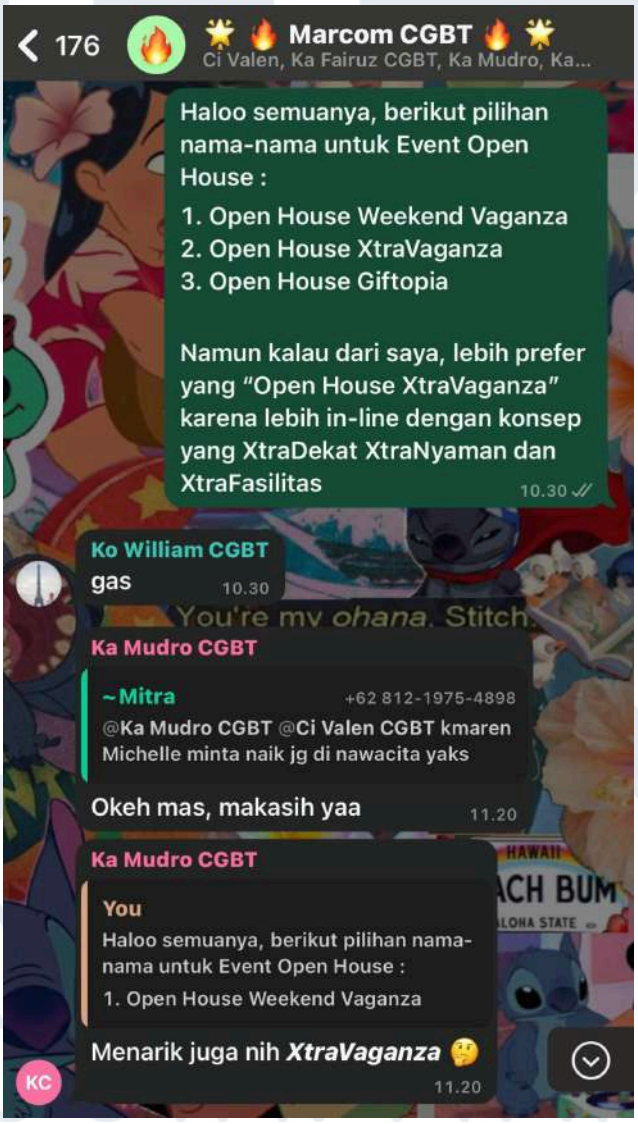
3. Pemilihan talent yang sesuai dengan pesan dan citra yang ingin di sampaikan dalam konten,
4. Pendampingan selama proses shooting untuk memastikan hasil sesuai dengan brief yang telah disepakati.

Gambar 3.6 Keadaan saat Monitoring Shooting
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

D. Dukungan terhadap kegiatan *Open House* yang diselenggarakan hampir setiap minggu, di hari Sabtu. Dalam hal ini, penulis bertugas menyiapkan berbagai kebutuhan konten & logistik acara, termasuk :

1. Menentukan nama dan tema untuk *Open House* setiap minggunya, yang dimna proses ini diawali dengan diskusi dan pengusulan melalui *Whatsapp* terlebih dahulu mengenai tema dan nama *Open House* mingguan.

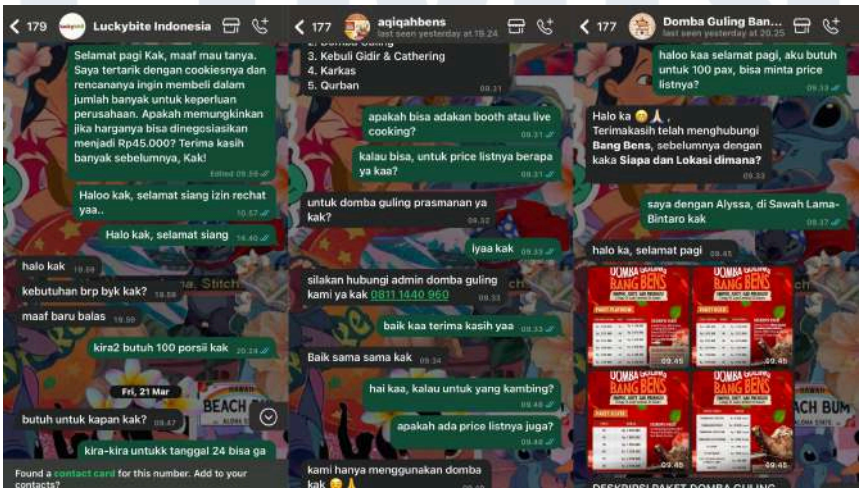


Gambar 3.7 Pengajuan Nama Acara Open House
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

E. Diikuti dengan diadakan meeting pada siang hari dengan seluruh tim *Marketing Communication* terkait tema, nama yang cocok, dan konten seperti apa yang paling cocok untuk *open house* minggu ini,

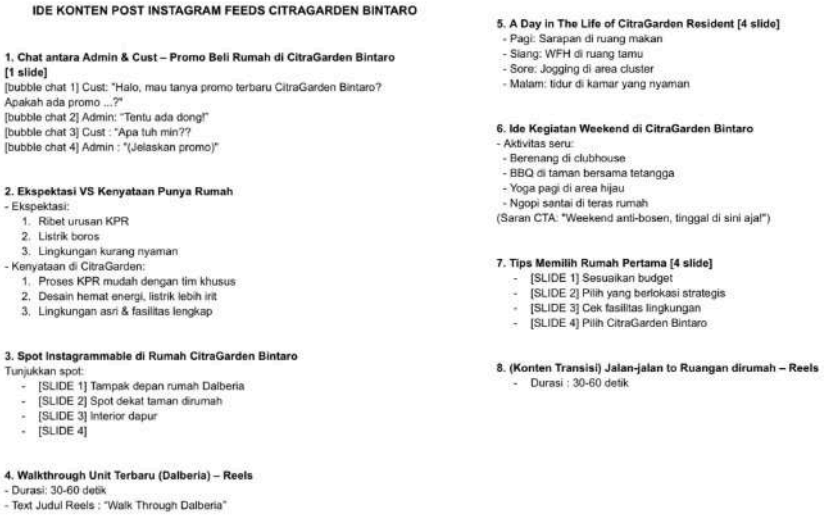
Gambar 3.8 Meeting dengan Seluruh Divisi *Marketing*
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

Setelah meeting selesai, penulis akan ditugaskan oleh *Marketing Supervisor* untuk menyeleksi dan memesan konsumsi untuk peserta yang sesuai dengan nama, tema, perkiraan jumlah pengunjung dan kira-kira penyajian makanan seperti apa yang cocok untuk *Open House* mingguan tersebut.



Gambar 3.9 Menghubungi berbagai pihak untuk keperluan konsumsi
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

F. Dilanjutkan dengan mengusulkan ide konten promosi yang menarik dan pas untuk tema *event Open House* mingguan, terutama untuk konten feed, *story* dan *reels* melalui *Google Slides* dan *Google Docs share link*, serta *Whatsapp*.



IDE KONTEN POST INSTAGRAM FEEDS CITRAGARDEN BINTARO

1. Chat antara Admin & Cust – Promo Beli Rumah di CitraGarden Bintaro [1 slide]
[bubble chat 1] Cust: "Halo, mau tanya promo terbaru CitraGarden Bintaro? Apakah ada promo ...?"
[bubble chat 2] Admin: "Tentu ada dong!"
[bubble chat 3] Cust : "Apa tuh min??
[bubble chat 4] Admin : "(Jelaskan promo)"

2. Ekspektasi VS Kenyataan Punya Rumah
- Ekspektasi:
  1. Ribet urusan KPR
  2. Listrik boros
  3. Lingkungan kurang nyaman
- Kenyataan di CitraGarden:
  1. Proses KPR mudah dengan tim khusus
  2. Desain hemat energi, listrik lebih irit
  3. Lingkungan asri & fasilitas lengkap

3. Spot Instagrammable di Rumah CitraGarden Bintaro
Tunjukkan spot:
- [SLIDE 1] Tampak depan rumah Dalberia
- [SLIDE 2] Spot dekat taman dirumah
- [SLIDE 3] Interior dapur
- [SLIDE 4]

4. Walkthrough Unit Terbaru (Dalberia) – Reels
- Durasi: 30-60 detik
- Text Judul Reels : "Walk Through Dalberia"

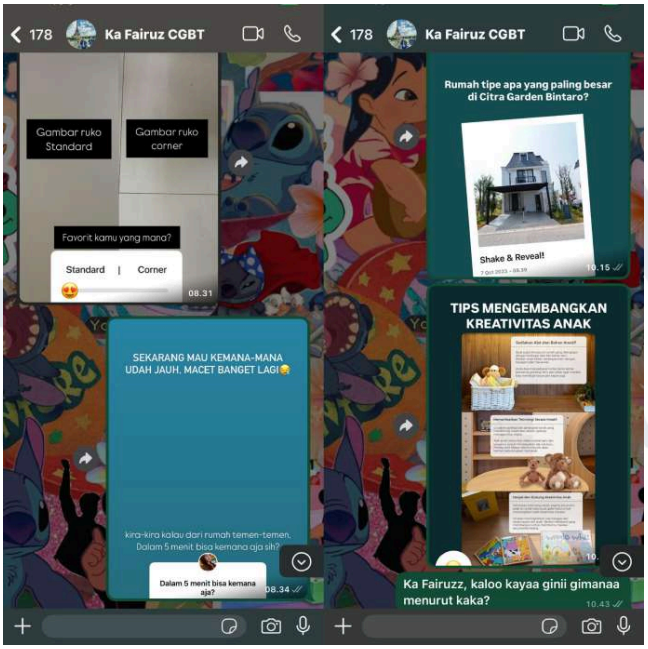
5. A Day in The Life of CitraGarden Resident [4 slide]
- Pagi: Sarapan di ruang makan
- Siang: WFH di ruang tamu
- Sore: Jogging di area cluster
- Malam: tidur di kamar yang nyaman

6. Ide Kegiatan Weekend di CitraGarden Bintaro
- Aktivitas seru:
- Berenang di clubhouse
- BBQ di taman bersama tetangga
- Yoga pagi di area hijau
- Ngopi santai di teras rumah
(Saran CTA: "Weekend anti-bosen, tinggal di sini aja!")

7. Tips Memilih Rumah Pertama [4 slide]
- [SLIDE 1] Sesuaikan budget
- [SLIDE 2] Pilih yang berlokasi strategis
- [SLIDE 3] Cek fasilitas lingkungan
- [SLIDE 4] Pilih CitraGarden Bintaro

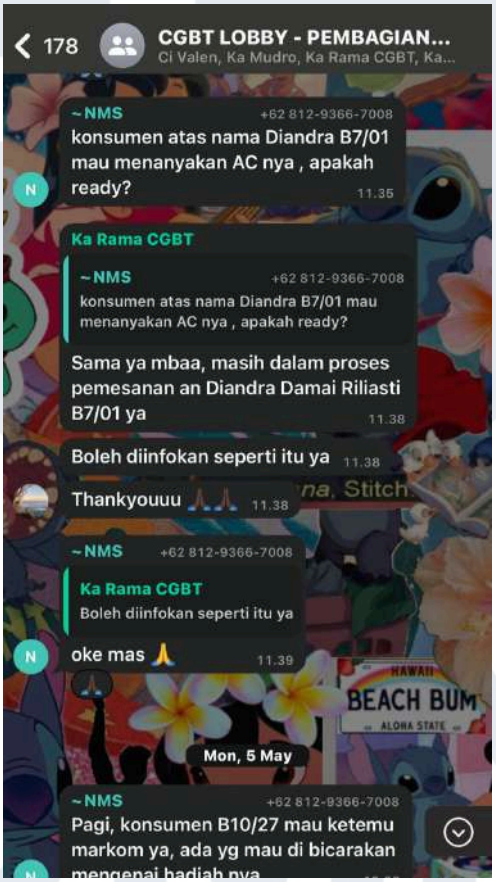
8. (Konten Transisi) Jalan-jalan to Ruangan dirumah – Reels
- Durasi : 30-60 detik

Gambar 3.10 File Ide Konten Post Feed Instagram CitraGarden Bintaro
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)



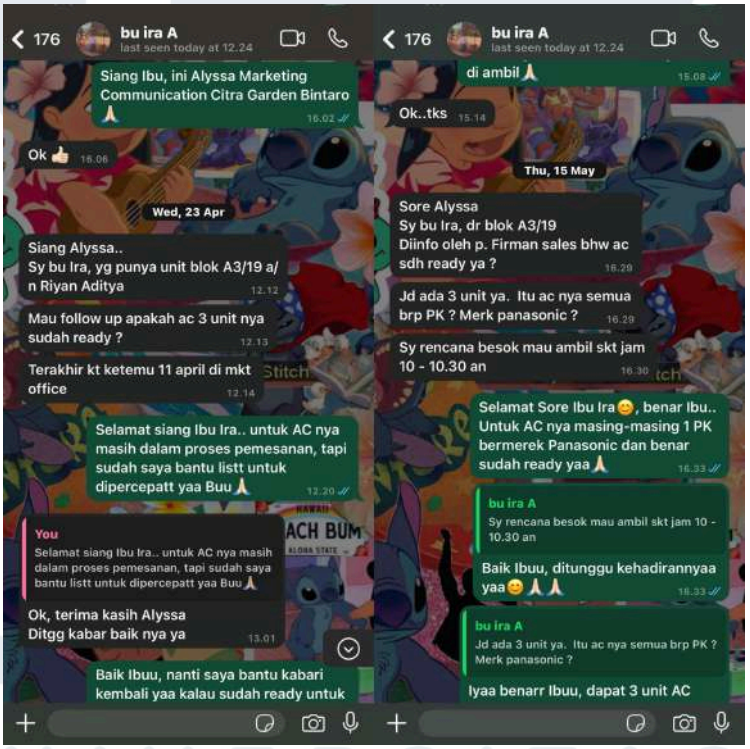
Gambar 3.11 Proses pengajuan desain dan ide konten story Instagram
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

G. Selain itu, penulis juga membantu mengkoordinasikan pembagian hadiah baik untuk konsumen maupun tenaga kerja, yang melibatkan komunikasi intensif dengan bagian gudang dan tim lapangan melalui group *Whatsapp "CGBT LOBBY"*. Dimana dalam group tersebut, para pekerja lapangan akan menginformasikan konsumen yang mau mengambil hadiah.



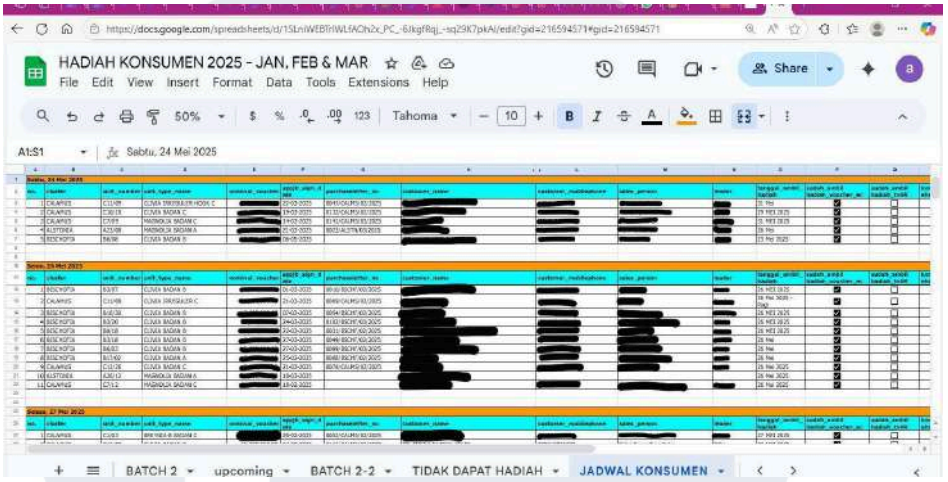
Gambar 3.12 Koordinasi dengan Pekerja Lapangan
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

H. Setelah menerima pesan dari tenaga pekerja lapangan, konsumen dan tenaga pekerja, penulis akan mem-follow up terkait hadiah konsumen dan tenaga pekerja terlebih dahulu kepada *Supervisor*. Setelah dikabarkan mengenai ketersediaan dari hadiah, yang juga diikuti dengan pemberian list konsumen dan tenaga pekerja yang eligible oleh *Supervisor* dan *Marketing Officer* pada penulis, penulis akan menghubungi konsumen terkait jadwal pengambilan hadiah menggunakan handphone admin kantor, dan membuat *Google Sheets* untuk list jadwal pengambilan konsumen.



Gambar 3.13 Komunikasi dengan Konsumen
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

I. Bila jadwal pengambilan konsumen sudah tersusun, saya akan membantu untuk pemberian hadiah kepada beberapa konsumen.



Gambar 3.14 Data hadiah konsumen
Sumber: Dokumen Pribadi Penulis (2025)

Konsumen yang mendapatkan hanyalah yang sudah *eligible* dan sudah terjadwal di dalam *Google Sheets* jadwal pengambilan hadiah konsumen. Saat memberikan hadiah, penulis mendapat wawasan mengenai bagaimana cara untuk menghadap pada Konsumen, bagaimana menyampaikan apa saja hadiah yang di dapat oleh konsumen dan apa saja dokumen yang diperlukan oleh Penulis dari konsumen untuk memvalidasi kehadiran dari konsumen dalam pengambilan hadiah, juga bagaimana cara menyampaikan apabila ada kendala dalam pemberian hadiah sehingga tidak semua hadiah dapat diambil sekaligus. Setelah bertemu dan memberikan hadiah pada konsumen, penulis segera membuat tanda terima yang nantinya juga akan ditandatangani oleh konsumen sebagai bukti pengambilan hadiah. Juga, meminta izin untuk mendokumentasi penerimaan hadiah konsumen. Yang nantinya, segala data (foto, nama, unit) dari konsumen akan dikumpulkan di dalam group untuk di rekap oleh *Marketing Officer* nantinya.

J. Ikut serta berperan menjadi panitia dan dokumenter untuk keperluan konten di setiap event yang diselenggarakan, dimana nantinya dokumentasi berupa foto dan video untuk konten story dan reels. Contohnya seperti saat Launching Cluster Terbaru, Dalbergia. Merupakan

event terbesar dari CitraGarden Bintaro yang penulis ikuti selama masa MBKM. Sebab, event ini merupakan event launching cluster terbaru dari CitraGarden Bintaro, yang merupakan cluster terakhir atau final di CitraGarden Bintaro. Persiapan dari event besar ini sangat amat matang, dimana di awal dimulai dari meeting bersama seluruh divisi *Marketing Communication* CitraGarden Bintaro dan dibimbing juga oleh beberapa pihak utama dari perusahaan Ciputra. Seperti biasanya, karena telah menjadi PIC *(Person In Charge)* untuk konten promosi story Instagram di berbagai acara sebelum launching cluster Dalbergia, penulis juga menjadi PIC *(Person In Charge)* untuk konten promosi Story sekaligus Feeds Instagram untuk sebelum *launching*, menjelang launching, hingga pasca launching. Maka, pada hari launching cluster terbaru dan terakhir dari CitraGarden Bintaro tersebut penulis berperan sebagai PIC (*Person In Charge*) dokumentasi untuk behind the scenes dalam bentuk foto dan juga video.

(Gambar 3.15 Data Pribadi Penulis, Dokumentasi event)

Pekerjaan ini merupakan pekerjaan yang sangat menyenangkan, sebab penulis dapat melihat segala prosesi dari event-event terbesar CitraGarden Bintaro, namun membutuhkan keterampilan manajemen waktu yang baik,

dan juga komunikasi dengan tata bicara yang baik karena harus diselesaikan tepat sebelum acara dimulai, dan agar dapat benar-benar memastikan kesediaan konsumen dan tenaga pekerja untuk jadwal pengambilan hadiah. Serta, membutuhkan kreativitas yang tinggi bagi penulis untuk dapat memproduksi konten-konten berkualitas yang menarik dan efektif bagi promosi.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3 Kendala yang Ditemukan

Dalam pelaksanaan magang, beberapa kendala signifikan berhasil diidentifikasi. Kendala utama muncul dalam proses produksi konten harian, di mana sistem approval yang melibatkan dua pihak (*Marketing Supervisor* dan *Tim Marketing*) seringkali menyebabkan keterlambatan dalam publikasi konten karena harus menunggu persetujuan dari berbagai pihak. Hal ini terutama terasa ketika ada konten yang bersifat *time-sensitive* seperti informasi acara. Kendala kedua muncul dalam koordinasi dengan tenaga lapangan, khususnya terkait pengambilan hadiah yang seringkali bentrok dengan jadwal pekerjaan. Di sisi kreatif, tantangan muncul setelah satu setengah bulan magang ketika ide-ide konten mulai terasa berulang karena keterbatasan asset visual baru yang tersedia dan fitur dari Instagram yang terbatas, misalnya saat peluncuran cluster terbaru belum tersedia rumah contohnya dan fitur-fitur Instagram sudah terpakai semua saat menjelang launching cluster, sehingga pasca launching terdapat keterbatasan ide dari penulis untuk membuat konten terbaru yang menarik dan tidak bersifat berulang.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi berbagai kendala yang muncul, beberapa solusi strategis berhasil diterapkan. Dalam hal proses approval konten, penulis mengembangkan template brief standar dan memanfaatkan aplikasi *Trello* agar seluruh pihak yang terlibat dapat selalu mendapatkan notifikasi atau update mengenai pekerjaan yang sudah dilakukan, juga pengadaan *Google Slides & Google Sheets* yang mencakup semua elemen konten produksi dan memohon bantuan untuk *Marketing Supervisor* dan *Officer* untuk segera mengecek dalam kurun waktu tertentu untuk menghindari adanya keterlambatan up konten. Template dan cara ini secara signifikan memangkas waktu persetujuan karena mengurangi miskomunikasi dan mempersingkat waktu. Untuk masalah koordinasi dengan tenaga lapangan, diterapkan sistem penjadwalan fleksibel menggunakan *Google Sheets* untuk penjadwalan pengambilan hadiah yang memungkinkan penulis untuk memilih

waktu pengambilan hadiah sesuai ketersediaan penulis dan tim, yang dimana *Google Sheets* penjadwalan pengambilan hadiah ini juga dapat di akses oleh pihak pekerja lobby. Di sisi kreatif, penulis mulai mengembangkan strategi *user-generated content* dengan mendorong partisipasi penghuni *existing* melalui testimoni video. Pendekatan ini tidak hanya menyelesaikan masalah keterbatasan ide, tetapi juga meningkatkan *authentic engagement* dengan *audience*. Penulis juga melakukan riset rutin terhadap tren terbaru di berbagai platform dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan yang terjadi. Solusi-solusi ini terbukti efektif dalam menjaga konsistensi kualitas konten dan kelancaran operasional harian.