

BAB III

PELAKSANAAN KERJA

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama melaksanakan program magang di Sinar Mas Land BSD City, Penulis ditempatkan pada Divisi *Marketing Communication*. Divisi ini memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung strategi pemasaran perusahaan melalui berbagai aktivitas komunikasi pemasaran, baik internal maupun eksternal, guna memperkuat citra serta meningkatkan efektivitas promosi produk dan layanan. Dalam menjalani masa magang, Penulis berada di bawah arahan langsung Bapak Nicko Purnomo, yang juga berperan sebagai supervisor utama. Beliau memberikan pengarahan, bimbingan, serta evaluasi terhadap tugas-tugas yang dijalankan, sehingga penulis dapat menyesuaikan diri dengan ritme kerja dan standar perusahaan. Selain berkoordinasi dengan supervisor utama, penulis juga turut membantu beberapa tim yang berada dalam lingkup *Marketing Communication*. Pertama, pada Tim Activation, yaitu tim yang berfokus pada penyelenggaraan event sebagai salah satu strategi pemasaran. Dalam pelaksanaan tugas, Penulis banyak berkoordinasi dengan para senior tim *activation* yang memberikan arahan teknis terkait perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Kedua, Penulis juga membantu Tim *Loyalty Program* Precious Sinar Mas Land, yang bertanggung jawab pada pengelolaan program loyalitas untuk konsumen (Precious Member). Pada tim ini, Penulis kerap berkoordinasi dengan para senior tim *loyalty program* yang memberikan arahan mengenai mekanisme program, komunikasi kepada pelanggan, serta kegiatan promosi yang terkait.

Ketiga, penulis juga turut terlibat dalam aktivitas Tim Telemarketing Sinar Mas Land, yang berperan dalam mendukung kegiatan pemasaran melalui media komunikasi langsung kepada konsumen. Dalam tim ini, Penulis berkoordinasi

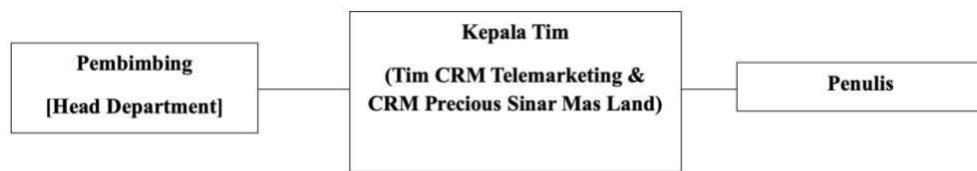
dengan para senior tim telemarketing yang memberikan panduan dalam hal teknis komunikasi, strategi penyampaian informasi, serta pencapaian target yang ditetapkan. Struktur koordinasi yang dijalani selama magang ini memungkinkan Penulis memperoleh bimbingan yang komprehensif, mulai dari arahan strategis supervisor hingga panduan operasional teknis dari senior di masing-masing tim. Dengan pola koordinasi tersebut, Penulis dapat berkontribusi secara efektif serta memperoleh banyak pengalaman kerja yang nyata dalam mendukung kegiatan *Marketing Communication* Sinar Mas Land.

3.1.1 Kedudukan

Penulis berada pada divisi *marketing communication*, sebuah divisi yang memiliki peran paling penting dalam perusahaan Sinar Mas Land. divisi *marketing communication* berperan dalam membangun citra, komunikasi, dan hubungan antara perusahaan dengan pelanggan. Divisi *marketing communication* terdiri dari berbagai tim yang memiliki peran dan fungsi yang berbeda-beda. Pada lingkup kegiatan sehari-hari, penulis terlibat secara aktif dalam tugas utama, yaitu pembuatan atau pengeditan dokumen dan perlengkapan lainnya dalam *event*, pengelolaan data *leads* pelanggan, pembuatan *copywriting*, dan pembuatan *brief* desain konten Telemarketing & Loyalty Program Sinar Mas Land (*Precious*).

3.1.2 Koordinasi

Penulis berada tepat dibawah supervisor atau pembimbing, kepala tim *Customer Relationship Management* (CRM) Telemarketing dan kepala tim *Customer Relationship Management* (CRM) Sinar Mas Land Precious yang menjadi pengarah utama dalam kegiatan magang penulis sehari-hari si Sinar Mas Land. Instruksi ataupun informasi biasanya memiliki alur mengalir dari supervisor atau pembimbing kepada kepala tim, lalu kemudian diteruskan kepada penulis untuk akhirnya dikerjakan.



Gambar 3. 1 Alur Koordinasi Pekerjaan

3.2 Tugas yang Dilakukan

Sebagai intern di perusahaan Sinar Mas Land, penulis memiliki kewajiban untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh perusahaan, melalui Bapak Nicko Purnomo selaku supervisor. Selama periode magang, penulis diberikan tanggung jawab untuk membantu divisi marketing communication yang terbagi dalam beberapa tim.

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan

No	Aktivitas Magang	Keterangan
1.	Pembuatan atau pengeditan dokumen dan perlengkapan lainnya dalam event	Penulis bertanggung jawab untuk membantu pembuatan atau pengeditan dokumen untuk keperluan event, seperti pembuatan dokumen TOR Booth, pengeditan video materi promosi dalam suatu event, dan membuat perlengkapan lainnya yang diperlukan serta membuat event report.

2.	pengolahan data (leads) pelanggan	Penulis bertanggung jawab untuk menarik data (leads) pelanggan yang di peroleh oleh para sales dari setiap event atau lainnya. Setelah data ditarik, penulis mengolah data sesuai permintaan menggunakan pivot table.
3.	Pembuatan Copywriting	Penulis bertanggung jawab dalam pembuatan copywriting untuk menjalankan aktivitas marketing perusahaan. Penulis memiliki tanggung jawab untuk membuat <i>copy</i> yang ada di dalam konten visual dan juga <i>copy caption</i> atau <i>wording blast direct marketing</i> untuk tim Telemarketing dan juga tim <i>loyalty program Precious</i> yang ada pada divisi <i>marketing communication</i> .

4.	Pembuatan brief desain konten Telemarketing & Loyalty Program Sinar Mas Land (<i>Precious</i>)	Penulis juga bertanggung jawab dalam pembuatan brief desain konten yang akan diterbitkan. Brief konten akan diserahkan ke bagian desain grafis untuk di pertajam lagi desainnya.
----	--	--

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja

Selama program magang berlangsung, penulis memiliki kewajiban dalam menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan oleh para atasan atau senior di Sinar Mas Land. Penulis bertanggung jawab mulai dari pembuatan atau pengeditan dokumen untuk keberlangsungan event, pengolahan data (leads) pelanggan, Pembuatan copywriting, hingga pembuatan brief desain konten.

3.3.1 Proses Pelaksanaan

3.3.1.1 Pembuatan atau Pengeditan Dokumen dan Perlengkapan Lainnya dalam Event

Selama menjalani magang, penulis dilibatkan dalam penyusunan berbagai dokumen pendukung yang dibutuhkan untuk pelaksanaan *event*. Dokumen yang dimaksud antara lain *Term of Reference* (ToR) Booth, proposal kegiatan, hingga perlengkapan lainnya. Selain itu, penulis juga membantu menyiapkan materi promosi berupa video *event* serta konten pendukung yang diperlukan dalam pelaksanaan acara. Penulis juga kerap membantu dalam pembuatan *event report*. *Event report* biasanya dibuat setelah event telah berlangsung. Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam pelaksanaan *event* memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun kesadaran publik terhadap program yang dijalankan sekaligus memperkuat citra organisasi. Proses penerapan IMC sendiri meliputi tiga tahapan utama, yakni *pra-event*,

pelaksanaan *event*, dan *past-event*, yang saling berkaitan dan berfungsi menciptakan komunikasi yang lebih efektif serta mendukung pengambilan keputusan strategis pada kegiatan pemasaran selanjutnya (Adikristanto & Angelita, 2024). Melalui keterlibatan ini, penulis memperoleh gambaran nyata mengenai proses persiapan teknis yang menjadi bagian penting dari penyelenggaraan event sebagai salah satu strategi pemasaran perusahaan.

Berikut penulis lampirkan salah satu hasil dari keterlibatan penulis menjadi bagian *marketing communication* PT Bumi Serpong Damai Tbk.



Gambar 3. 2 IIPE 2025 Event Report Sinar Mas Land



Gambar 3. 3 IIPE 2025 Event Report Sinar Mas Land

Gambar diatas merupakan potongan slide dari *event report*

Muslim Life Fest 2025 yang diselenggarakan pada tanggal 29-31 Agustus 2025 di ICE BSD. Sebagai bagian dari tim *marketing communication*, penulis membantu dalam penyusunan *event report* setelah kegiatan pemasaran dalam *event* telah berhasil dilaksanakan. Hasil laporan yang telah dibuat nantinya akan menjadi sebuah pertimbangan untuk menentukan apakah perusahaan akan kembali berpartisipasi dalam *event* tersebut di tahun-tahun berikutnya. *Event report* yang dibuat biasanya menampilkan informasi umum mengenai acara, seperti nama *event*, waktu pelaksanaan, lokasi, *layout event*, dan posisi *booth* Sinar Mas Land. Selain itu, *event report* juga dilengkapi dengan data (*leads*) yang didapatkan oleh sales di *event* tersebut. Sales biasanya akan menginput data (*leads*) yang telah didapatkan ke dalam sistem SAP (*System Application and Product in Data Processing*), setelah data telah berhasil terinput semua, data akan ditarik oleh tim *marketing communication*. Melalui data tersebut dapat dilihat apakah *event* ini memiliki potensi penjualan yang tinggi atau tidak.

3.3.1.2 Pengolahan Data Pelanggan

Pada setiap kegiatan pemasaran yang berupa pameran (*event*), tim sales akan memperoleh data pelanggan yang nantinya akan diinput kedalam platform atau sistem SAP (*System Application and Product in Data Processing*) yang telah disediakan oleh perusahaan. Data pelanggan (*leads*) yang diperoleh oleh tim sales menjadi salah satu asset yang paling penting sekaligus rahasia bagi perusahaan. Dalam hal ini, penulis berperan dalam membantu pengumpulan hingga pengolahan data. Pengumpulan hingga pengolahan data dilakukan dengan cara tarik data dari sistem SAP (*System Application and Product in Data Processing*) ke excel yang kemudian diolah menggunakan pivot table. Pengolahan data yang penulis lakukan bertujuan agar data dapat lebih mudah dianalisis serta dimanfaatkan

oleh tim marketing.

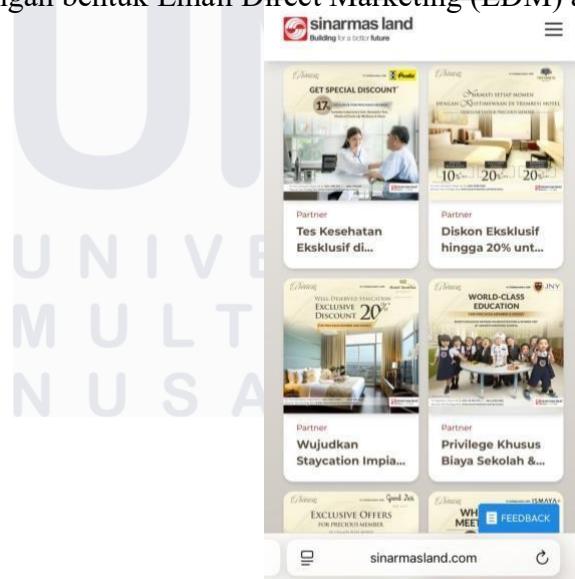
Proses pengumpulan dan pengolahan data pelanggan tidak hanya membantu perusahaan dalam melihat dan mengevaluasi performa yang dihasilkan dari pameran (event) yang telah dijalankan, tetapi juga membantu para atasan dalam mengambil Keputusan. Keputusannya dapat berupa apakah perusahaan akan mengikuti pameran (event) tersebut lagi di tahun berikutnya berdasarkan data pelanggan dan penjualan yang dihasilkan. Melalui pengalaman ini, penulis mendapatkan kesempatan pengalaman ketelitian dalam mengolah data serta memahami cara kerja sistem SAP (*System Application and Product in Data Processing*) dalam dunia pemasaran untuk dijadikan sebuah dasar untuk merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran.

3.3.1.3 Pembuatan Copywriting

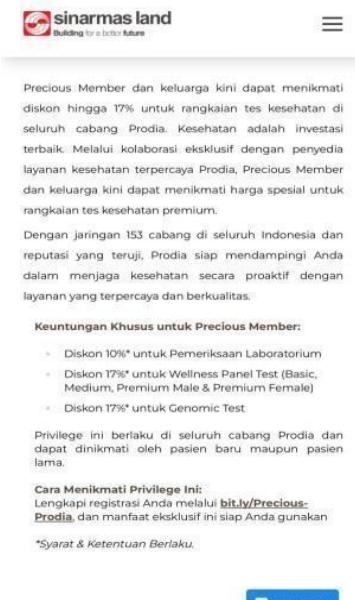
Penulis juga berkontribusi dalam pembuatan copywriting yang digunakan untuk mendukung berbagai aktivitas komunikasi pemasaran. Copywriting merupakan seni menulis pesan persuasif dalam dunia pemasaran untuk menarik perhatian audiens (attention), membangun minat audiens (interest), menumbuhkan minta beli audiens terhadap produk yang dijual (desire), serta mendorong tindakan audiens (action) (Putirulan et al., 2025). Copywriting yang penulis buat mencakup caption untuk key visual, naskah singkat untuk materi promosi, hingga caption yang digunakan dalam blast direct marketing yang dijalankan oleh tim Telemarketing maupun Loyalty Program Precious. Dalam pelaksanaannya, penulis diharuskan untuk menyesuaikan gaya penulisan dengan target audiens, memastikan pesan yang disampaikan jelas, menarik, sekaligus persuasif sesuai dengan pedoman copywriting dalam dunia pemasaran yakni metode AIDA. Pada tim telemarketing, copywriting yang penulis buat berguna untuk mempromosikan properti-properti dari Sinar Mas

Land. Biasanya satu properti di iklankan selama maksimal 2 minggu. Sedangkan pada tim loyalty program Precious Sinar Mas Land, copywriting yang penulis buat berguna untuk menginformasikan beberapa merek yang bekerja sama dengan Precious Sinar Mas Land. Anggota Precious biasanya akan mendapatkan penawaran-penawaran menarik hasil dari kerjasama Sinar Mas Land Precious dengan merek-merek terkait. Tugas ini memberi kesempatan bagi penulis untuk mengasah kemampuan menulis kreatif dalam konteks pemasaran perusahaan serta memberi pengetahuan lebih lanjut dalam bidang *Customer Relationship Management* (CRM).

Selama menjalani program magang di Sinar Mas Land, copy yang telah dibuat oleh penulis berhasil diterbitkan di website resmi Sinar Mas Land pada bagian ‘Precious Update’. Selain itu, copy yang telah dibuat oleh penulis untuk telemarketing Sinar Mas Land diterbitkan setiap harinya melalui WhatsApp Blast dan Email Blast dengan bentuk Email Direct Marketing (EDM) atau newsletter.



Gambar 3. 4 Sinar Mas Land Precious Website Update



Gambar 3. 5 Sinar Mas Land Precious Website Copy

Gambar diatas merupakan hasil dari copywriting yang telah penulis buat, baik yang berupa caption maupun copywriting yang berupa headline di dalam konten visual. Pada gambar ini penulis membuat copywriting untuk loyalty program Sinar Mas Land (Precious), biasanya akan terus di update dengan copywriting baru seiring penambahan kerja sama dengan pihak lain. Copywriting yang telah penulis buat berhasil diterbitkan di website resmi Sinar Mas Land bagian Precious.

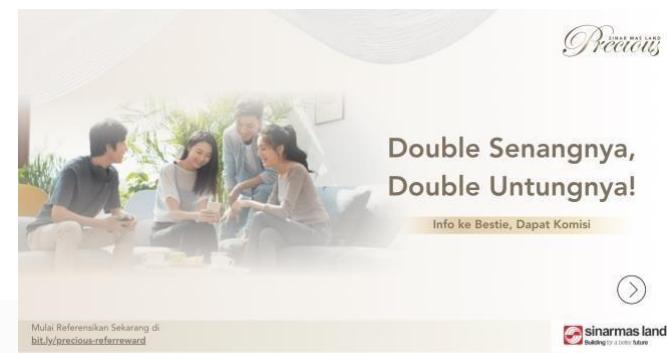
3.3.1.4 Pembuatan Brief Desain Konten Telemarketing & Loyalty Program Sinar Mas Land (Precious)

Selain membuat copywriting, penulis juga berperan dalam membantu penyusunan brief untuk kebutuhan desain konten. Brief desain berfungsi sebagai pedoman bagi tim desainer atau sebuah alat komunikasi dengan desainer agar konten yang dihasilkan sesuai dengan konsep dan kebutuhan promosi perusahaan (Busch et al., 2023). Pekerjaan ini mencakup penyusunan ide dasar, pemilihan tema visual, serta penentuan format konten sesuai dengan project atau

properti yang nantinya akan digunakan dalam kegiatan Telemarketing maupun Loyalty Program Precious. Melalui tugas ini, penulis mendapatkan pengalaman bagaimana proses koordinasi lintas tim dilakukan untuk menciptakan konten yang sejalan dengan strategi komunikasi perusahaan.



Gambar 3. 6 Brief Campaign CRM Telemarketing Sinar Mas Land



Gambar 3. 7 Brief Campaign Referral Precious

Pada gambar 3.4, dan gambar 3.5 merupakan brief design yang penulis buat untuk designer. Brief design penulis akan di design ulang dengan warna dan ukuran yang lebih tajam lagi, namun tetap sesuai dengan brief penulis. Gambar 3.4 merupakan brief design yang penulis buat untuk design konten visual untuk tim *Customer Relationship Management* (CRM) Telemarketing yang akan di blast melalui WhatsApp bersamaan dengan copywriting yang penulis buat dengan sasaran audiens .

Gambar 3.5 merupakan *brief design* untuk konten *loyalty program Precious (referral program)* yang akan di blast melalui WhatsApp dengan audiens anggota Precious Sinar Mas Land.

3.3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani program magang di Divisi Marketing Communication Sinar Mas Land BSD City, penulis menghadapi beberapa kendala teknis yang memengaruhi kelancaran pekerjaan. Kendala pertama adalah keterbatasan akses aplikasi atau perangkat lunak. Beberapa aplikasi desain maupun pengeditan konten yang digunakan hanya tersedia dalam versi terbatas sehingga tidak semua fitur dapat diakses. Kendala kedua berkaitan dengan jaringan internet kantor yang tidak selalu stabil. Dalam beberapa kesempatan, Wi-Fi berjalan cukup lambat sehingga menghambat pekerjaan yang membutuhkan akses cepat, seperti

mengunggah dan mengunduh file berukuran besar, melakukan riset daring, maupun saat berkoordinasi melalui platform komunikasi digital.

3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan berbagai kendala yang dialami penulis selama pelaksanaan kegiatan magang, seperti keterbatasan akses terhadap aplikasi pendukung pekerjaan, serta adanya gangguan pada jaringan internet yang memengaruhi kelancaran proses kerja, penulis berusaha untuk tetap bersikap adaptif dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan setiap tugas yang diberikan. Dalam menghadapi situasi tersebut, penulis secara aktif berupaya mencari alternatif metode kerja, memanfaatkan perangkat dan sumber daya yang tersedia, serta menyusun solusi secara mandiri agar pekerjaan tetap dapat berjalan dengan efektif. Upaya ini dilakukan untuk memastikan seluruh hasil pekerjaan dapat diselesaikan tepat waktu, dikomunikasikan dengan baik kepada pihak terkait, serta memenuhi standar kualitas, ketentuan, dan ekspektasi yang telah ditetapkan oleh perusahaan, sehingga tidak menghambat proses kerja tim maupun pencapaian tujuan divisi secara keseluruhan.