

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama periode praktik kerja magang, penulis ditempatkan pada posisi Content Creator dalam divisi *Marketing Communication (Marcom)* PT Bangun Laksana Persada. Penempatan ini bersifat strategis, menempatkan penulis di pusat kegiatan komunikasi pemasaran digital perusahaan, yang secara spesifik berfokus pada promosi dan pembangunan citra merek untuk proyek andalannya, Laksana Business Park. Sistem kerja yang diterapkan bersifat intensif dan imersif, dirancang untuk memberikan pengalaman kerja yang komprehensif kepada penulis. Pelaksanaan magang berlangsung selama 100 hari kerja, dimulai pada tanggal 8 April 2025 dan berakhir pada 31 Juli 2025. Jam kerja berlangsung dari hari Senin hingga Sabtu, mulai pukul 08.00 hingga 17.00 WIB, dengan alokasi waktu istirahat selama satu jam, sesuai dengan panduan program yang telah ditetapkan.

Alur koordinasi dan supervisi selama magang terstruktur dengan jelas di dalam kerangka kerja divisi. Penulis beroperasi di bawah arahan dan bimbingan langsung dari seorang pembimbing lapangan (*supervisor*) yang merupakan bagian dari tim *Marcom*. Secara fungsional, aktivitas penulis terintegrasi dalam struktur organisasi *Marketing Secondary & Promosi*. Dalam struktur ini, seluruh kegiatan kreatif yang dijalankan oleh penulis mulai dari penyusunan konsep dan skrip konten, proses produksi, hingga eksekusi unggahan merupakan bagian dari strategi komunikasi merek yang lebih besar. Strategi ini dirancang dan diawasi secara keseluruhan oleh *Marketing Manager*, yang bertanggung jawab untuk memastikan bahwa seluruh upaya pemasaran, baik sekunder maupun promosi digital, berjalan selaras dan efektif. Dengan demikian, alur koordinasi tidak hanya bersifat vertikal untuk persetujuan konten, tetapi juga horizontal, di mana penulis perlu berkolaborasi dengan berbagai elemen dalam tim pemasaran untuk memastikan bahwa konten media sosial yang dihasilkan mampu mendukung tujuan pemasaran dan penjualan perusahaan secara menyeluruh.

### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Sebagai seorang *Content Creator* dalam divisi *Marketing Communication*, penulis diberikan serangkaian tugas dan tanggung jawab yang bertujuan untuk memperkuat dan mengoptimalkan kehadiran digital PT Bangun Laksana Persada. Fokus utama dari seluruh aktivitas adalah mengelola dan mengembangkan platform media sosial sebagai alat strategis untuk menjangkau audiens yang tepat, membangun keterlibatan (*engagement*), dan pada akhirnya mendukung tujuan bisnis perusahaan di tengah industri properti yang kompetitif

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas-tugas utama yang dilaksanakan penulis selama periode magang mencakup seluruh siklus manajemen media sosial, mulai dari pengelolaan platform, produksi konten, hingga strategi penjangkauan (*outreach*) dan pembangunan komunitas. Tanggung jawab ini dirancang untuk memberikan pengalaman praktis yang mendalam dalam menerapkan strategi komunikasi pemasaran digital di lingkungan korporat. Rincian tugas utama penulis dirangkum dalam tabel berikut:

Tabel 3. 1 Tugas Utama Content Creator

Area Tanggung Jawab	Deskripsi Aktivitas
<b>Produksi dan Kurasi Konten Digital</b>	Merancang dan mengeksekusi seluruh siklus produksi konten visual yang informatif dan menarik, meliputi: penyusunan skrip, proses pengambilan gambar (shooting), penyuntingan video dan gambar, hingga penulisan caption yang selaras dengan identitas merek. Pada tahap produksi, penulis mengikuti proses pengambilan gambar (shooting) secara langsung, termasuk mengarahkan gaya visual dan memastikan hasil dokumentasi mencerminkan kualitas dan nilai dari

		<p>Laksana Business Park. Selanjutnya, pada tahap pasca-produksi, penulis terlibat dalam proses penyuntingan (<i>editing</i>) menggunakan aplikasi canva dan capcut, memilih klip terbaik, menyusun narasi visual, serta mengatur tempo untuk menciptakan alur cerita yang menarik.</p> <p>Caption yang dibuat pun disesuaikan dengan tone brand yang informatif dan engaging. Penulis juga terbuka terhadap masukan dan menerima revisi untuk menyempurnakan hasil akhir sebelum dipublikasikan. selain itu penulis juga meriset konten dari kompetitor agung intiland yaitu @dutaindahstarhub.</p>
<b><i>Social Outreach</i></b>	<b><i>Media</i></b>	<p>Menjalankan strategi penjangkauan (<i>outreach</i>) di media digital untuk memperluas jangkauan dan membangun relasi strategis. Aktivitas ini mencakup komunikasi dengan akun komunitas, media lokal. Penulis secara aktif menghubungi akun-akun media sosial potensial untuk meminta rate card serta melakukan diskusi lebih lanjut terkait potensi kolaborasi promosi. Upaya ini dilakukan untuk mendukung brand exposure serta menjangkau target audiens yang lebih luas di segmen industri properti..</p>

Sumber: Dokumen Perusahaan (2022)

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Uraian kerja magang ini menjabarkan secara rinci proses dan metodologi yang diterapkan oleh penulis dalam menjalankan setiap tugas yang telah diidentifikasi. Setiap aktivitas tidak hanya dijalankan secara mekanis, tetapi juga didasari oleh pemahaman strategis terhadap tujuan perusahaan dan dinamika pasar.

#### A. Content Planning

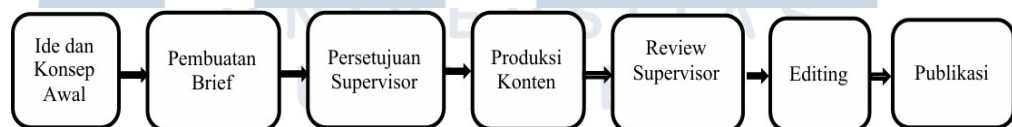
*Content planning* di PT Bangun Laksana Persada merupakan tahap perencanaan awal sebelum seluruh kegiatan produksi konten dilaksanakan. Pada tahap ini, perusahaan menyusun rencana konten yang akan diunggah ke media sosial dalam periode tertentu, misalnya satu hingga dua minggu ke depan. Perencanaan tidak hanya mencakup penentuan jumlah konten, tetapi juga tema besar, tujuan komunikasi, dan pesan utama yang ingin disampaikan kepada audiens. Dengan adanya *content planning*, konten yang dipublikasikan tidak bersifat spontan, melainkan disusun secara terarah dan konsisten sesuai citra yang ingin dibangun perusahaan.

Dalam praktiknya, proses *content planning* diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan promosi yang sedang berlangsung, seperti pengenalan produk baru, penguatan brand awareness, atau penginformasian layanan tertentu. Penulis bersama supervisor berdiskusi untuk memetakan momen penting yang dapat diangkat menjadi konten, termasuk memanfaatkan hari besar nasional, tren di media sosial, maupun aktivitas internal perusahaan. Dari diskusi tersebut, disusun beberapa gagasan konten yang berpotensi menarik perhatian audiens dan relevan dengan tujuan komunikasi perusahaan.

Gagasan konten yang telah terkumpul kemudian dikembangkan menjadi ide yang lebih rinci. Pada tahap ini, penulis membantu menyusun daftar konten yang berisi topik, sudut pandang (*angle*) penyampaian, serta bentuk konten yang akan digunakan, misalnya foto, video pendek, reels, atau kombinasi visual dan teks. Setiap ide juga dilengkapi dengan tujuan spesifik, seperti meningkatkan interaksi, memberikan informasi edukatif, atau mendorong audiens untuk menghubungi perusahaan. Selain itu, ditentukan pula platform yang akan digunakan, waktu unggah yang disarankan, serta frekuensi publikasi agar aktivitas media sosial perusahaan tetap aktif namun tidak berlebihan.

Seluruh rencana konten tersebut kemudian dirapikan dalam bentuk susunan jadwal konten (*content calendar*) sederhana. Melalui jadwal ini, penulis dan supervisor dapat

memantau urutan produksi, mulai dari tahap penyusunan brief dan script, proses shooting, hingga penyuntingan dan publikasi. Ide yang sudah disepakati pada tahap content planning selanjutnya dijadikan dasar dalam pembuatan brief dan script pada subbab berikutnya. Dengan adanya content planning yang matang, proses kerja tim menjadi lebih terstruktur, mengurangi potensi tumpang tindih pekerjaan, serta membantu memastikan bahwa setiap konten yang dihasilkan selaras dengan identitas dan strategi komunikasi PT Bangun Laksana Persada.

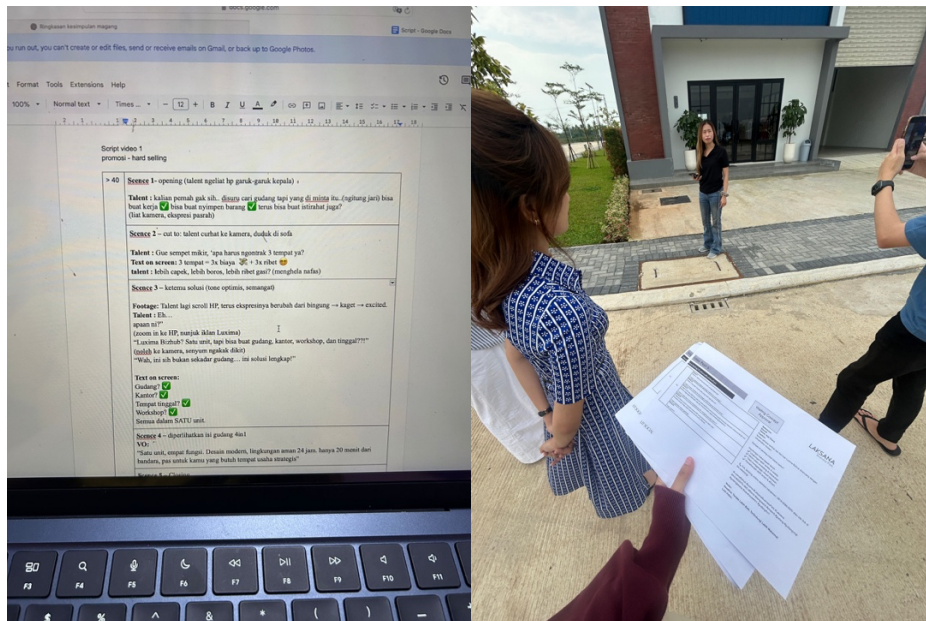


Tabel 3.1 Alur pembuatan konten akun laksanabusinesspark.id  
Sumber: Pembuatan Pribadi (2025)

## B. Pembuatan *Brief/Script*

Tahap awal dalam proses produksi konten adalah pembuatan brief atau script. Pada tahap ini, penulis menyusun kerangka ide konten berdasarkan kebutuhan promosi yang sedang berjalan serta karakteristik audiens Instagram perusahaan. Proses ini dimulai dengan melakukan riset tren konten, mengamati gaya visual kompetitor, serta memahami pesan utama yang ingin disampaikan perusahaan. Dari hasil riset tersebut, penulis kemudian merumuskan konsep konten dalam bentuk brief yang berisi tujuan konten, angle penyampaian, struktur visual, dan pesan kunci yang akan digunakan.

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 pembuatan script

Sumber: Dokumentasi Pribadi 2025

Brief ini menjadi acuan utama sebelum masuk ke tahap penyusunan script yang lebih detail. Setelah konsep disepakati secara internal, penulis mulai menyusun script lengkap yang mencakup alur cerita (*storyline*), narasi, urutan pengambilan gambar, elemen visual, dan copy pendukung. Script ditulis dalam format Microsoft Word untuk memudahkan proses revisi dan komunikasi dengan supervisor. Pembuatan script ini tidak hanya menuntut kreativitas, tetapi juga pemahaman terhadap *brand identity* dan tone perusahaan agar setiap konten tetap konsisten. Dengan adanya script yang tersusun rapi, proses produksi konten menjadi lebih terarah, efisien, dan sesuai dengan standar visual perusahaan.

### C. Persetujuan Supervisor

Setelah brief dan script selesai dibuat, langkah berikutnya adalah proses pengajuan dokumen tersebut kepada supervisor, yaitu Social Media Specialist. Pada tahap ini, supervisor akan meninjau keseluruhan konsep dan script untuk memastikan keselarasan dengan tujuan komunikasi perusahaan serta efektivitas

pesan yang ingin disampaikan. Supervisor biasanya memberikan evaluasi terkait alur visual, pilihan bahasa, relevansi informasi, dan kesesuaian konten dengan *branding* perusahaan. Proses review ini menjadi penting karena menjadi filter awal sebelum konten diproduksi. Jika supervisor memberikan masukan atau revisi, penulis akan melakukan perbaikan sesuai arahan hingga script dinyatakan final atau *approved*. Proses ini dapat berlangsung cepat atau membutuhkan beberapa kali revisi, tergantung tingkat kerumitan konten dan antrian pekerjaan lainnya. Setelah script mendapatkan persetujuan resmi, barulah penulis dapat melanjutkan ke tahap produksi seperti *shooting* dan editing. Sistem persetujuan ini memastikan semua konten yang dipublikasikan telah melalui proses kurasi profesional sehingga kualitas konten tetap terjaga dan selaras dengan citra perusahaan.

#### **D. Shooting**

Selama menjalani kegiatan magang di PT Bangun Laksana Persada, penulis terlibat secara langsung dalam proses produksi konten untuk media sosial perusahaan. Penulis berkontribusi dalam merancang strategi komunikasi digital melalui penyusunan naskah (script), pembuatan caption, serta proses pengeditan konten sebelum dipublikasikan. Keterlibatan ini dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan citra perusahaan dan menjangkau *audience* secara lebih luas melalui media sosial.

Kegiatan produksi konten atau *shooting* biasanya dilakukan secara berkala mengikuti jadwal yang telah disusun pada tahap content planning. Dalam satu sesi shooting, penulis dan tim umumnya menargetkan pembuatan sekitar 5 konten sekaligus berdasarkan script yang telah disiapkan sebelumnya. Pendekatan ini membuat proses produksi lebih efisien karena beberapa materi dapat dihasilkan dalam satu kali pengambilan gambar dengan memanfaatkan lokasi, properti, dan talent yang sama.

Pada tahap persiapan, penulis membantu menyiapkan kebutuhan teknis dan non-teknis, seperti mencetak script, menyiapkan properti pendukung, serta memastikan lokasi shooting sesuai dengan konsep yang telah disetujui. Penulis juga berkoordinasi dengan talent untuk menjelaskan alur adegan, pesan utama yang harus disampaikan, serta ekspresi atau gaya penyampaian yang diinginkan. Selama proses shooting berlangsung, penulis mendampingi videografer untuk memastikan urutan pengambilan gambar sesuai dengan *storyboard* dan script, sekaligus mencatat kebutuhan retake jika terdapat bagian yang kurang jelas atau melenceng dari konsep.



Gambar 3. 2 Dokumentasi proses shooting

Setelah kegiatan shooting selesai, penulis berperan dalam melakukan seleksi awal terhadap hasil rekaman dengan menandai *footage* yang dianggap paling sesuai dengan tujuan konten. File kemudian diarsipkan dan dinamai secara terstruktur agar memudahkan proses editing dan review pada tahap berikutnya. Dokumentasi kegiatan shooting yang dilakukan penulis bersama tim dapat dilihat pada Gambar 3.2 Melalui keterlibatan langsung pada tahap produksi ini, penulis

memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai alur kerja pembuatan konten, mulai dari perencanaan hingga siap dipublikasikan.

#### **E. Review Supervisor**

Setelah konten selesai melalui tahap produksi dan editing, materi tersebut kembali diajukan kepada supervisor untuk dilakukan proses review akhir sebelum diunggah. Pada tahap ini, *Social Media Specialist* menilai apakah hasil visual, alur cerita, tone caption, dan elemen grafis sudah sesuai dengan standar kualitas dan identitas brand perusahaan. Supervisor juga memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, tidak menimbulkan ambiguitas, serta selaras dengan tujuan promosi yang sedang berlangsung. Review ini menjadi tahap penting untuk memastikan bahwa konten tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan yang diinginkan.

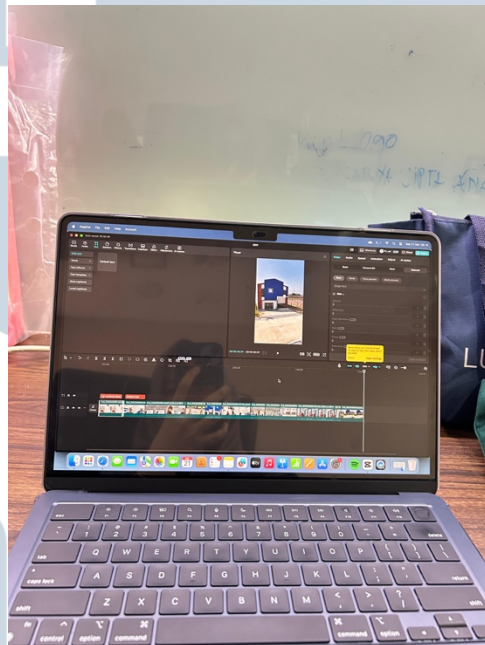
Dalam proses review ini, supervisor dapat memberikan catatan perbaikan yang berkaitan dengan aspek teknis maupun kreatif, seperti penyesuaian warna, durasi video, pemilihan footage, penggunaan musik, atau gaya bahasa pada caption. Penulis kemudian melakukan revisi sesuai arahan hingga konten dinyatakan final dan siap dipublikasikan. Proses review yang ketat dan berulang ini memastikan bahwa setiap konten yang muncul di akun Instagram perusahaan telah melalui tahapan evaluasi profesional dan memenuhi standar kualitas yang konsisten. Dengan demikian, konten yang dihasilkan tidak hanya memenuhi kebutuhan promosi, tetapi juga memperkuat citra perusahaan di mata *audience*.

#### **G. Editing**

Setelah proses shooting selesai, penulis bertugas melakukan penyuntingan video menggunakan aplikasi capcut. Pada tahap ini, penulis memilih footage yang paling sesuai dengan script, kemudian memotong bagian yang tidak diperlukan sehingga durasi video lebih singkat dan padat. Penulis juga

menyesuaikan ukuran video dengan format yang digunakan di Instagram, seperti feed atau reels.

Selain pemotongan, penulis menambahkan teks singkat, subtitle, serta transition sederhana agar konten lebih mudah dipahami dan menarik untuk dilihat. Pada beberapa konten, penulis juga melakukan perekaman *voice over* (VO) sendiri sesuai naskah yang telah disusun, kemudian mengatur sinkronisasi suara dengan gambar di capcut. Penulis memilih musik latar dari pustaka yang tersedia di capcut dengan mempertimbangkan kesesuaian suasana dan karakter brand perusahaan.



*Gambar 3. 3 proses editing*

Sumber: Dokumentasi perusahaan

Hasil editing kemudian dikirimkan kepada supervisor melalui grup WhatsApp untuk ditinjau. Jika terdapat masukan, penulis melakukan revisi sampai video dinyatakan siap untuk dipublikasikan di media sosial perusahaan.

## **H. Publikasi**

Tahap publikasi merupakan langkah akhir dalam keseluruhan proses produksi konten, di mana materi yang telah melalui proses konsep, penulisan skrip, produksi, *editing*, dan review akhirnya dipublikasikan ke akun Instagram perusahaan. Publikasi menjadi indikator sejauh mana konten dapat tersampaikan secara efektif kepada audience dan sejalan dengan strategi digital branding perusahaan.

Pada tahap ini, penulis bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua elemen konten mulai dari visual, *caption*, telah siap dan tersimpan dalam format yang sesuai untuk diposting. Setiap file diperiksa ulang untuk menghindari kesalahan teknis seperti typo, kualitas gambar yang menurun, atau durasi video yang tidak sesuai.



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. 4 publikasi reels mingguan

Sumber: Instagram @laksanabusinesspark.id

salah satu konten terbaik yang berhasil penulis produksi selama magang adalah video reels bertema *soft-sell* yang menampilkan suasana kawasan Laksana Business Park, di mana konten tersebut mencapai 48,4 ribu *viewers*, menjadi salah satu dari beberapa capaian *engagement* tertinggi di akun Instagram perusahaan. Dalam proses pembuatannya, penulis berkontribusi penuh mulai dari riset konsep, penyusunan skrip, pendampingan *shooting*, hingga penulisan caption final yang disesuaikan dengan tone brand. Konten ini dibuat untuk meningkatkan *awareness* terhadap kualitas kawasan industri secara emosional melalui storytelling visual, bukan sekadar promosi produk.

Keberhasilan performa konten ini menunjukkan kemampuan penulis dalam memadukan kreativitas, analisis tren, serta strategi komunikasi digital sehingga mampu memberikan dampak nyata bagi visibilitas perusahaan. Proses publikasi konten reels diposting dengan satu minggu sekali dan unggahan tetap konsisten dan mengikuti ritme yang relevan dengan aktivitas perusahaan serta trend industri.

## **I. Koordinasi dengan Pihak Eksternal dan Penyusunan Rate Card Media**

Selain terlibat dalam proses perencanaan dan produksi konten, penulis juga mendapatkan tugas untuk menangani pekerjaan yang berkaitan dengan pihak eksternal, seperti vendor dan media. Tugas ini dilakukan untuk mendukung kebutuhan promosi perusahaan, misalnya kerja sama penayangan iklan, pembuatan materi cetak, maupun kolaborasi dengan pihak lain. Melalui keterlibatan ini, penulis tidak hanya memahami aspek kreatif, tetapi juga aspek administratif dan koordinasi bisnis yang menyertai kegiatan pemasaran.

Proses kerja dimulai ketika penulis menerima arahan dari supervisor mengenai kebutuhan promosi yang memerlukan dukungan pihak eksternal, untuk penyebaran konten promosi di media tertentu atau kerja sama dengan influencer.

Almost out of storage   If you run out, you can't create or edit files, send or receive emails on Gmail, or back up to Google Photos.									
RateCard Media									
File Edit View Insert Format Data Tools Extensions Help									
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z									
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Usersname	Link Account	Followeres	Views	Kategori	Tipe	Platform	Ratecard	Sow	Kel
chindotoday	<a href="https://www.instagram.com/chindotodaboy?utm_source=web_button_share_sheet&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==">https://www.instagram.com/chindotodaboy?utm_source=web_button_share_sheet&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==</a>	62.8 rb	34.100	media	Micro	Instagram	Rp2.000.000	1x IG reels (only instagram)	content rp dan maksimal berdurasi 2 menit penyারণan 3 x post hurgannya dari harga rate card (2.000.000) kali 3 , tidak tidak ada tambahan biaya (Total : 6.000.000)
jdpgo	<a href="https://www.instagram.com/jdpgo?utm_source=web_button_share_sheet&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==">https://www.instagram.com/jdpgo?utm_source=web_button_share_sheet&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==</a>	1,6 M	981.000	media	Mega	Instagram - Tiktok	Rp12.500.000	1 X IG reels max 2x minor revisions + collab post	1 x reels vield di harga 12.500.000 sudah sama collar, revisi minor max 2 ka pusat kota untuk wilayah bodetabek di kenakan 1 juta konten berdasarkan 30-35 detik mirroring tiktok dari harga 2.500.000 belum bisa menerima penyারণan seminggu 3x (Total : 16.000.000 sudut
infogiangrangs id	<a href="https://www.instagram.com/infogiangrang.id?utm_source=social_button_share_sheet&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==">https://www.instagram.com/infogiangrang.id?utm_source=social_button_share_sheet&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==</a>	633rb	125.400	media	Micro	Instagram - Tiktok	Rp6.400.000	3x Post Instagram Reels (Only video)	Instagram reels 3x penayangan : 5.400.000 1x collab reels Instagram : 1.000.000 bonus Instastory 3x TIDAK BISA MIRROING TIKTOK (HARUS VISIT) total : 8.400.000
sabouting_official	<a href="https://www.instagram.com/sabouting_official?utm_source=feedback_ZDNDZWkMzNmNw==">https://www.instagram.com/sabouting_official?utm_source=feedback_ZDNDZWkMzNmNw==</a>	356rb	52.200	media	Macro	Instagram - tiktok	Rp600.000	1x Instagram reels free mirroring tikok	durasi video idealnya 1,5 menit conteng rp 1 x reels di harga 600.000 untuk 3x penayangan di harga 1.800.000 collab 100.000/post Tidak bisa mirroring tiktok tapi di base free request tayang klu (Total : 1.900
tangerangupdate	<a href="https://www.instagram.com/tangerangupdate?utm_source=web_button_shere_sheef&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==">https://www.instagram.com/tangerangupdate?utm_source=web_button_shere_sheef&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==</a>	47,4rb	9.440	media	Nano	Instagram	200.000	3x Instagram reels	Vido melalui kika, collab add on 75.000 jika video 90 detik maka rate carryny 1x collab Instagram reels total : 675.000
Bali	<a href="https://www.instagram.com/balimemories2019?utm_source=web_button_share_sheet&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==">https://www.instagram.com/balimemories2019?utm_source=web_button_share_sheet&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==</a>	109 rb	15.000	media	Micro	Instagram - Tiktok	Rp1.500.000	3x reels instagram	Media tersebut tidak memiliki Tiktok, only Instagram  - belum bisa mirroring tiktok dan Instagram. 3X penayangan 1X collab price 800 ribu sudah include post di tiktok, lg dan fb
Sunbayaterkini	<a href="https://www.instagram.com/sunbayaterkini?utm_source=ig_web_button_share_sheet&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==">https://www.instagram.com/sunbayaterkini?utm_source=ig_web_button_share_sheet&amp;ZmVhbnQ=:ZDNDZWkMzNmNw==</a>	381 rb	43.000	media	Macro	Instagram	600.000	Tidak bisa mirroring tiktok only Instagram	tidak memiliki ratecard satuan untuk reels paket gold 3 x reels Instagram di harga 1.500.000 dan free 3 story instag tidak mimring tiktok collab free collab conteng rp (Total : 1.500.000)
+ == Sheet1 - Sheet2									

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Informasi yang diperoleh dari vendor kemudian disusun oleh penulis untuk daftar perbandingan atau rate card media. Penulis merangkum informasi, spesifikasi penayangan (durasi, format, jangkauan), serta harga yang ditawarkan ke dalam tabel sederhana menggunakan Microsoft Excel atau spreadsheet. Penyusunan rate card ini bertujuan untuk mempermudah supervisor dalam menilai dan membandingkan beberapa opsi media atau vendor yang ada untuk menentukan pilihan yang paling sesuai dengan anggaran dan kebutuhan perusahaan.

Selama pelaksanaan praktik kerja magang di PT Bangun Laksana Persada, penulis

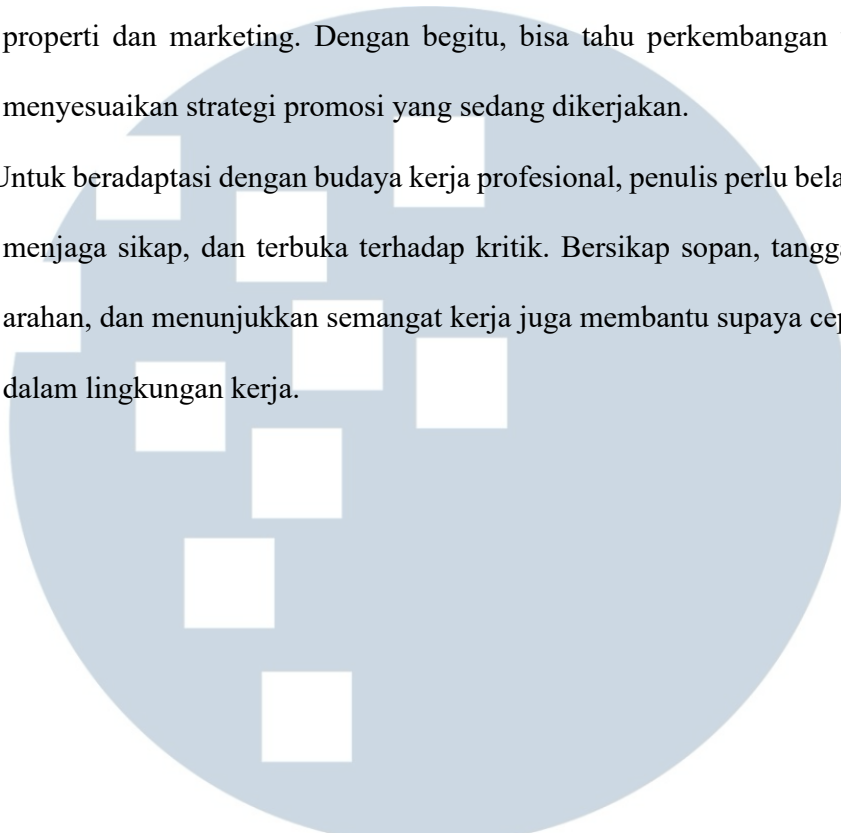
menghadapi kendala dalam proses menjalankan tugas, di antaranya sebagai berikut:

1. satu tantangan yang dihadapi penulis adalah menyesuaikan diri dengan istilah-istilah dan strategi pemasaran yang khusus digunakan di bidang properti. Banyak istilah baru yang harus dipahami supaya penulis dapat mengikuti cara kerja tim dengan baik.
2. Mencari referensi konten menjadi tantangan utama. Dalam industri properti, konten harus mampu menonjolkan nilai jual proyek, seperti Lokasi strategis, desain bangunan, fasilitas yang ditawarkan, hingga testimoni pembeli.
3. Deadline yang ketat dan kebutuhan untuk menghasilkan ide kreatif merupakan tantangan tersendiri. Kadang ide sudah tersedia, tetapi perlu waktu ekstra untuk menyesuaikannya dengan kebutuhan promosi perusahaan.
4. Dinamika pekerjaan di dunia properti sangat cepat, termasuk tren pasar dan strategi promosi. Perubahan yang cepat ini mendorong penulis untuk terus belajar dan menyesuaikan diri agar tetap up to date dengan tren terbaru.
5. Beradaptasi dengan budaya kerja profesional juga menjadi tantangan. Penulis belajar mengikuti aturan perusahaan, menjaga sikap, dan menyesuaikan diri dengan ritme kerja tim yang lebih serius dan terstruktur

#### 3.2.4 Solusi

Menghadapi tantangan-tantangan tersebut, penulis menerapkan serangkaian solusi strategis yang terintegrasi dalam pelaksanaan tugas sehari-hari. Aktivitas yang dijalankan bukan hanya merupakan daftar tugas, melainkan respons langsung terhadap kendala yang telah diidentifikasi.

- a) Melakukan menyesuaikan diri sebagai *content creator* di bidang properti, dan berdiskusi dengan supervisor atau rekan kerja yang lebih berpengalaman. Selain itu melakukan visit setiap type Gudang
- b) Penulis mulai dengan riset kecil tentang proyek yang sedang dipromosikan dan melihat referensi dari competitor. Mengikuti tren media sosial juga penting, jadi konten yang dibuat tetap menarik dan relevan dengan target pasar.

- 
- c) Penulis bisa rutin mengikuti akun media atau komunitas yang membahas dunia properti dan marketing. Dengan begitu, bisa tahu perkembangan terbaru dan menyesuaikan strategi promosi yang sedang dikerjakan.
- d) Untuk beradaptasi dengan budaya kerja profesional, penulis perlu belajar disiplin, menjaga sikap, dan terbuka terhadap kritik. Bersikap sopan, tanggap terhadap arahan, dan menunjukkan semangat kerja juga membantu supaya cepat diterima dalam lingkungan kerja.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA