

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama pelaksanaan magang pada Juli – Desember 2025, posisi yang ditempatkan adalah di Divisi *Marketing Communication* yang berada di departemen *Sales & Marketing Department*. Adapun kegiatan yang dikelola oleh Marketing Communication di Aryaduta Lippo Village mencakup pembuatan pemasaran untuk sosial media seperti Instagram dan tiktok, perancangan alur strategi pemasaran, pengelolaan acara promosi hingga tahap pelaksanaan.

Seluruh penugasan selama magang disampaikan dan dibimbing oleh Ibu Putri Baihaqi Supervisor *Marketing Communication*. Selain itu, pada beberapa momen tim Marketing Communication juga menerima tugas dari F & B manager yaitu Bapak Agustinus Hendra. Koordinasi terkait penugasan dilakukan secara langsung di kantor.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Dalam menjalani praktik magang, tugas yang dilakukan mencakup pembuatan materi promosi serta publikasi konten media sosial terkait event hotel, yang dibagikan melalui platform Instagram, Facebook dan Tiktok. Kegiatan yang dilakukan yaitu turut berkontribusi dalam pembuatan kegiatan promosi seperti flyer promosi, poster dan digital signage untuk digunakan sebagai materi pemasaran. Selain itu, dalam upaya pemasaran kegiatan yang dilakukan oleh Hotel Aryaduta Lippo Village pembuatan konten video platform Instagram dan Tiktok turut dilakukan.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama mengikuti program magang, saat ditempatkan di departemen Sales & Marketing. Dalam posisi tersebut, terdapat beberapa penugasan yang dilaksanakan. Berikut merupakan bagan yang menjelaskan rincian penugasan selama empat bulan, mulai dari Agustus hingga November.

Nama Tugas	Deskripsi Tugas	Platform
Produksi Konten Media Sosial (Social Media Content Production)	Dalam konten flyer digital ini. Mencakup konten mengenai menu makanan dan minuman yang ditujukan bagi kebutuhan departemen <i>Marketing Communication</i> dan F & B.	Instagram, Facebook, TV digital
Manajemen Event (Event Management)	<p>Dokumentasi event Kids Tennis Carnival, dalam kegiatan ini , kegiatan ini memerlukan pembuatan konten reels yang mencakup aktivitas anak-anak dan dewasa bermain tennis di Aryaduta lippo village dalam acara Kids Tennis Carnival.</p> <p>Dokumentasi event wedding open house, dalam kegiatan ini membutuhkan pembuatan konten reels Instagram dan dokumentasi live (acara berlangsung) di platform instagram.</p> <p>Wedding open house ialah pameran pernikahan yang di selenggarakan di Gardenia Resto dengan menampilkan beberapa gaun pengantin, kue pernikahan, dan dekorasi dalam suasana yang elegan.</p> <p>Acara ini menawarkan manfaat eksklusif seperti stan gratis dan diskon khusus, sekaligus menyoroti penawaran pernikahan Vow & Forever yang tersedia selama periode promosi 8.8–9.9.</p> <p>Registrasi event Asta Karya, dalam kegiatan ini membutuhkan panitia</p>	Instagram dan media berita

	registrasi yang berjaga didepan pintu masuk untuk bertujuan sebagai menyambut khalayak yang turut serta dalam acara tersebut dengan mengisi form registrasi lalu mengisi absen kedatangan yang akan di input data nya.	
Media Monitoring	Membuat report kepada pimpinan departemen Head Office	Google sheet
Pengelolaan Media Sosial (Social Media Management)	Dalam pengelolaan sosial media Tiktok, mencakup pembuatan konten yang di publikasikan setiap hari yang berfokus pada perkembangan hotel, acara, hiburan dan promosi makanan/minuman.	Tiktok

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Selama menjalani praktik kerja magang, proses kerja magang ini ditempatkan di Departemen *Sales & Marketing*, khususnya pada Divisi *Marketing Communication*, pada periode Juli sampai November 2025. Tugas yang dilaksanakan meliputi: pembuatan konten flyer digital untuk media sosial, pelaksanaan dan dokumentasi acara Hotel Aryaduta Lippo Village, *report news monitoring*, serta pengelolaan media sosial TikTok. Mengenai pelaksanaan pembuatan flyer digital sebagai *intern Marketing Communication* segala koordinasi dilakukan bersama tim *Marketing Communication* serta departemen terkait seperti *Food & Beverage* (F&B). Proses praktik kerja magang dilaksanakan di Hotel Aryaduta Lippo Village serta pemasaran pada platform digital, khususnya media sosial TikTok dan Instagram. Melihat dari praktik kerja magang yang dilakukan, terdapat beberapa konsep yang relevansi didalamnya yaitu:

1. Komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran adalah suatu proses pemasaran yang terencana sehingga melibatkan penyampaian pesan kepada target konsumen. Pesan tersebut dapat berupa informasi produk atau keunggulan produk yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen (Alyahya et al, 2023).

2. *Marketing Communication Mix.* *Marketing Communication* berperan mengintegrasikan elemen *product*, *price*, *place*, dan *promotion* dalam setiap aktivitas komunikasi agar pesan yang disampaikan kepada target audiens konsisten dan selaras dengan citra merek hotel. Menurut Kotler dan Keller (2016), *marketing mix* merupakan seperangkat alat pemasaran yang dapat dikendalikan perusahaan.
3. Komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif adalah sebuah seni dan ilmu dalam merangkai kata-kata atau tindakan untuk meyakinkan orang lain agar mengubah sikap, pandangan, atau bahkan perilaku mereka (Zaenuri, 2017). Lucas (2020) menambahkan beberapa metode persuasi yang bias dilakukan adalah dengan membangun kredibilitas, menampilkan pembuktian, memberikan penalaran dan menambahkan kalimat emosional untuk menggugah konsumen. Hotel Aryaduta Lippo Village menggunakan strategi komunikasi persuasif untuk meyakinkan khalayak dengan pemasaran secara langsung dengan mengedepankan kenyamanan tamu dan sosial media dengan sistem periklanan. Namun, pada pemasaran melalui sosial media, tidak semua konten menjangkau target audiens yang tepat karena keterbatasan sarana dan prasana.
4. Public Relations. Public Relations (PR) sangat dekat dengan kehidupan sosial. Antara PR dan perusahaan pun mempunyai irisan yang sama, yaitu terkait citra dan reputasi. Kemudian konsep PR memuat prinsip kemanusiaan. Termasuk menghargai hak dasar manusia dan mengedepankan etika dan moral (Rosy F, 2023).
5. Komunikasi Massa. Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada khalayak luas atau masyarakat umum yang komunikasinya bersifat heterogeny (Zulfikhar, 2024). Hotel Aryaduta Lippo Village dalam penyampaian informasi kepada khalayak melalui media. Dalam hal ini, media sosial yang digunakan seperti Instagram dan Facebook yang menjangkau khalayak dengan strategi pemasaran yang dilakukan dalam dunia digital.
6. Komunikasi Digital
Komunikasi digital adalah proses penyampaian pesan dengan menggunakan media elektronik dan biasanya terhubung dengan jaringan internet. Dalam mengkomunikasikan tujuan kampanye Aryaduta Lippo Village, divisi

Marketing menggunakan platform sosial media dan membuat beragam konten untuk dipublikasikan. Menurut Wahyuti (2023) konten merupakan informasi yang disampaikan dari penyampai pesan kepada penerima pesan (khalayak) yang memiliki tujuan tertentu, dapat berupa tujuan menyampaikan informasi, edukasi, persuasi/membujuk maupun hiburan.

1. Produksi Konten Media Sosial (Social Media Content Production)

Sosial Media Hotel Aryaduta Lippo Village berisi konten untuk mempublikasikan acara dan promosi makanan/minuman. Oleh sebab itu, diperlukan desain berupa flyer. Flyer sosial media bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada khalayak sebagai salah satu alat pemasaran yang dirancang secara tepat dan efektif (Pahlephi, 2023). Dalam hal ini, kontribusi yang dilakukan adalah pembuatan flyer konten sosial media yang ditujukan bagi kebutuhan departemen F & B dan Marketing Communication. Keterkaitan konsep yang digunakan dalam flyer digital ini jika dikaitkan dengan Marketing Communication ialah konsep Consumer Engagement. Customer engagement merupakan keterlibatan konsumen yang memengaruhi keputusan pembelian (Fauziyah et al, 2023). Merujuk pada flyer digital tersebut terlihat terdapat Call to Action (CTA) yang jelas seperti penggunaan tombol visual yang mengarah kepada pembelian yaitu “BOOK NOW” dan Informasi mengenai penawaran yang mudah dipahami oleh konsumen seperti: pemberian nama paket / nama menu makanan dan minuman, harga yang dijual serta benefit apa yang didapatkan dalam spesifikasi flyer digital khususnya penawaran flyer digital pernikahan.

A. Vow & Forever



Gambar 3.1 Dokumentasi Pameran Vow & Forever

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Vow & Forever adalah sebuah pameran yang menghadirkan berbagai vendor dan layanan pernikahan, mulai dari pilihan gaun pengantin, dekorasi, catering, hingga jasa wedding organizer yang bekerja sama dengan Aryaduta Lippo Village. Acara ini ditujukan bagi calon pengantin yang mencari inspirasi untuk mewujudkan pernikahan impian, sekaligus menjadi ajang bagi para pelaku industri pernikahan untuk menawarkan penawaran spesial selama event berlangsung. Dalam kegiatan ini, pekerjaan yang dilakukan adalah pembuatan flyer digital untuk mempromosikan Vow & Forever, dengan tujuan memperkenalkan Hotel Aryaduta Lippo Village sebagai venue pernikahan yang elegan dan berkelas. Selain itu, materi promosi ini juga diharapkan dapat meningkatkan engagement serta memperluas jangkauan di media sosial melalui momen-momen pernikahan yang ingin diabadikan di masa mendatang. Adapun tugas yang dilakukan sebagai berikut:

- 1) Membuat flyer digital Vow & Forever. Konten yang ditampilkan dalam flyer digital meliputi penawaran paket pernikahan untuk periode bulan Agustus – September. Paket pernikahan ini dispesifikasi pada tanggal kembar yaitu 8.8 dan 9.9, 8 yang diartikan bulan Agustus serta tanggal 8 dan 9 diartikan bulan September serta tanggal 9. Dalam pembuatan flyer ini di edit menggunakan aplikasi canva. Flyer yang dirancang meliputi 5 poster digital yaitu: Frame or Forever, Cherished Vow, Happily After Party, Mahligai dan Siraman of Love.
- 2) Dalam penugasan ini, setiap pekerjaan dikoordinasikan dengan Supervisor mengenai hasil dari pembuatan flyer sebelum dipublikasikan.
- 3) Setelah supervisor telah menyetujui hasil dari pembuatan flyer tersebut, lalu diberikan oleh pihak Head Office untuk disetujui agar dapat dipublikasikan melalui sosial media Instagram dan Facebook serta TV Digital yang berada di area Hotel Aryaduta Lippo Village.
- 4) Konten kemudian diposting melalui feeds, story Instagram dan Facebook @aryadutalippovillage.

Dibawah ini beberapa flyer konten sosial media yang dirancang mengenai bagian dari Vow & Forever pada periode 8.8 dan 9.9 Agustus - September.

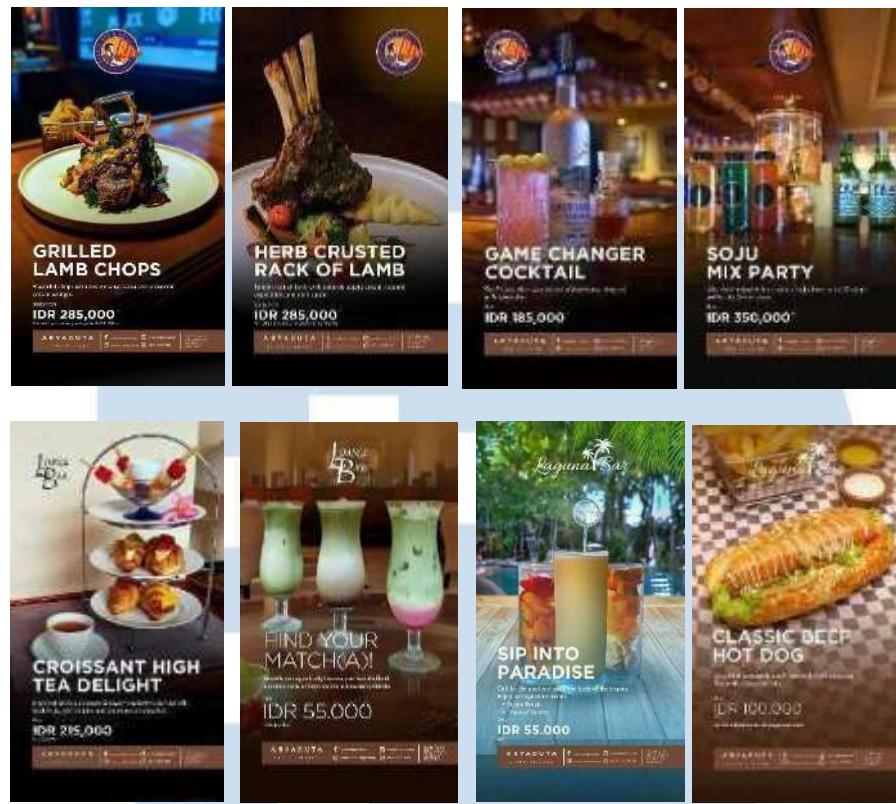


Gambar 3.2 Flyer vow & forever

Sumber: Dokumentasi Pekerjaan Magang (2025)

B. Kebutuhan Departemen F & B

Pada bulan Oktober, Marketing Communication membantu perancangan flyer digital untuk kebutuhan promosi departemen F & B. Departemen F & B adalah singkatan dari Food and beverage, dalam konteks industri departemen F & B menjual berbagai penawaran makanan serta minuman, yang meliputi tahap produksi, distribusi, dan penjualan produk (Kerjoo,2023). Dibawah ini beberapa flyer konten sosial media yang di rancang pada periode October.



Gambar 3.3 Flyer F & B

Sumber: Dokumentasi Pekerjaan Magang (2025)

Dalam penjualan promosi secara online, publikasi flyer digital ini dibantu oleh web pendukung yang dapat menjadwalkan jadwal posting untuk memudahkan dalam memposting flyer digital ini. Web tersebut adalah Meta Business Suite. Meta Business Suite merupakan platform manajemen bisnis digital yang dirancang oleh Meta untuk mempermudah pengelolaan media sosial dalam mengatur serta meningkatkan eksistensi di Facebook dan Instagram (Hitamedia, 2025). Meta Business Suite dapat diakses tanpa mengeluarkan biaya (gratis). Penggunaan Meta Business Suite dapat dimanfaatkan pada beragam fitur yang tersedia untuk platform media sosial Instagram dan Facebook. Prosedur penggunaan Meta Business Suite seperti dibawah ini:

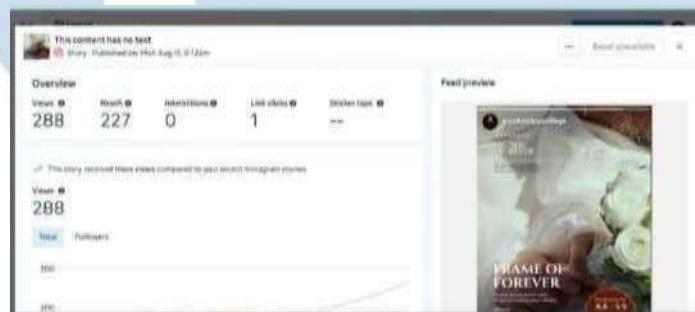
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.4 Tampilan Awal Meta Business Suite

Sumber: Meta Business Hotel Aryaduta Lippo Village

Meta Business Suite dalam pengerajan nya dapat mengatur waktu jadwal postingan untuk platform Instagram dan Facebook. Penjadwalan Meta Business Suite ini dapat diatur selama sebulan kedepan, sehingga memudahkan dalam pengerajan publikasi media sosial.



Gambar 3.5 Tampilan Kedua Meta Business Suite

Sumber: Meta Business Hotel Aryaduta Lippo Village

Meta Business Suite, flyer digital setelah dipublikasi di story media sosial dapat melihat ulasan yang telah diposting seperti views, link clicks, reach dan Interactions.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2. Manajemen Event (Event Management)

a. Event Kids Tennis Carnival



Gambar 3.6 Event Kids Tennis Carnival

Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Aryaduta Country Club, bagian dari Hotel Aryaduta Lippo Village menyelenggarakan Kids Tennis Carnival yang menjadi bagian dari soft launching dan free trial Lucky Tennis Aryaduta Country Club yang resmi dibuka pada tanggal 1 September 2025. Adapun tugas yang dilakukan sebagai berikut:

1. Membuat konten reels yang mencakup aktivitas bermain tennis anak-anak dan dewasa bermain di Aryaduta Lippo Village dalam acara Kids Tennis Carnival. Kegiatan yang di dokumentasikan seperti Kids Fun Activities, Free Trial Tennis.
2. Kegiatan ini membutuhkan divisi keamanan yang bertugas sebagai pengawasan kegiatan acara sebelum dimulai dan setelah kegiatan berlangsung untuk memastikan kegiatan Kids Tennis Carnival aman dan lancar.

b. Wedding Open House



Gambar 3.7 Wedding Open House

Sumber: Dokumentasi Pekerjaan Magang (2025)

Wedding Open House adalah rangkaian acara dari bagian Vow & Forever. Wedding Open House menawarkan berbagai opsi mengenai pilihan lamaran, proses siraman, sesi prewedding, hingga after party. Setiap paket dilengkapi dengan layanan premium, makanan dan minuman istimewa yang disiapkan oleh chef hotel, serta keuntungan khusus seperti stall gratis, makan malam romantis, hingga gratis menginap satu malam untuk merayakan ulang tahun pernikahan. Adapun tugas yang dilakukan sebagai berikut:

1. Membuat flyer digital Wedding Open House untuk bagian dari Vow & Forever, flyer digital yang dirancang meliputi penawaran paket pernikahan untuk periode bulan Agustus – September. Paket pernikahan ini dispesifikasi pada tanggal kembar yaitu 8.8 dan 9.9, 8 yang diartikan bulan Agustus serta tanggal 8 dan 9 diartikan bulan September serta tanggal 9. Dalam pembuatan flyer ini di edit menggunakan aplikasi canva.
2. Dalam pembuatan flyer ini pada bagian desain logo ialah logo Vow & Forever, selanjutnya dilanjutkan dengan pemberian judul acara “WEDDING OPEN HOUSE” disertai dengan informasi detail tempat dan tanggal acara berlangsung yaitu THE GARDENIA, ARYADUTA LIPPO VILLAGE 23 –

24 AGUSTUS 2025 yang didukung oleh beberapa sponsor wedding berjumlah 12.

3. Sebelum flyer dipublikasikan dilakukan koordinasi dengan Supervisor mengenai hasil dari pembuatan flyer.
4. Setelah supervisor telah menyetujui hasil dari pembuatan flyer tersebut, lalu diberikan oleh pihak Head Office untuk disetujui agar dapat dipublikasikan melalui sosial media Instagram dan Facebook, giant banner serta TV Digital yang berada di area Hotel Aryaduta Lippo Village.
5. Konten kemudian diposting melalui feeds, story Instagram dan Facebook @aryadutalippovillage.

c. Asta Karya

Asta Karya merupakan sebuah event tahunan yang diadakan setahun sekali di Hotel Aryaduta Lippo Village diselenggarakan bulan September – November. Kegiatan Asta Karya menyediakan aneka hidangan nusantara, kegiatan seni dan bela diri seperti memperkenalkan tari nusantara, pencak silat dan pembawaan drama mengenai cerita sungai Cisadane Kota Tangerang. Melalui ASTA KARYA 2025, ARYADUTA mengangkat 14 legenda dari tanah Indonesia. Asta Karya 2025, Aryaduta Lippo Village mengangkat tema dari kisah legenda Pangeran Cisadane Kota Tangerang. Tema ini terlihat dengan bersama departemen F & B yang mengangkat kuliner nusantara Kota Tangerang yaitu Nasi Ayam Benteng, Sate Jawara dan Es Doger Cisadane. Dalam hal ini, Marketing Communication bertugas untuk menyediakan flyer digital promosi untuk 3 menu tersebut. Jalur pembuatan flyer digital ini berkoordinasi dengan chef hotel untuk pilihan menu 3 Asta karya, lalu di setujui oleh pihak F & B yaitu Bapak Agustinus Hendra selaku Manager F & B. Setelah chef dan pihak F & B menyetujui menu yang akan diperjual belikan untuk Asta karya ini, lalu pihak Marketing Communication lanjut membuat desain menu Asta karya. Dibawah ini merupakan flyer digital makanan dan minuman Asta karya 2025.



Gambar 3.8 Flyer Digital Asta Karya 2025

Sumber: Dokumentasi Pekerjaan Magang (2025)

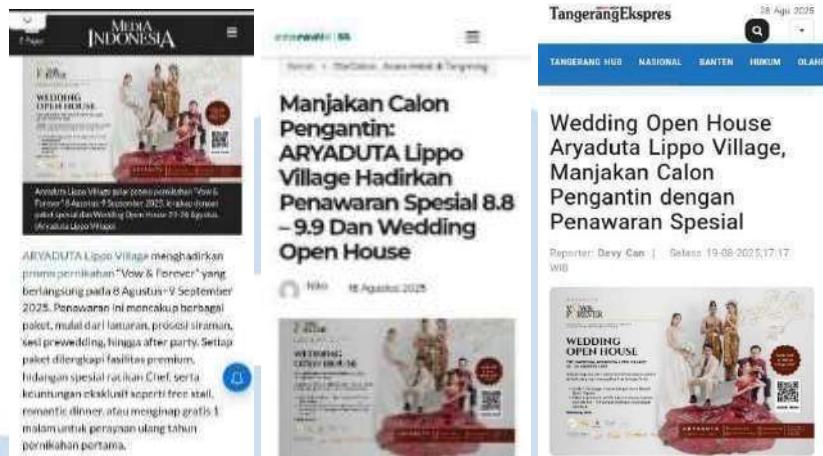
Di dalam pembuatan flyer digital Asta karya terdapat beberapa elemen wajib yang digunakan. Pertama terdapat logo ASTA KARYA. Kedua, terdapat visual makanan dan minuman yang akan dijual. Ketiga, nama menu dan harga. Selain itu, terdapat ornament yang telah disiapkan oleh *Head office* seperti desain contact person dan gambar tambahan.

3. Media Monitoring

News Monitoring diperlukan untuk melaporkan hasil liputan dari media tentang acara yang berlangsung. Media monitoring diperlukan untuk memberikan evaluasi terhadap perusahaan. (Milivojević, 2003) Dalam konteks magang di Hotel Aryaduta, kegiatan monitoring dilakukan dengan cara mengumpulkan sumber berita beserta membuat daftar media yang meliput kegiatan yang sistematis untuk dalam penugasan ini, membuat report berita untuk diserahkan kepada pimpinan departemen *Head Office*. Adapun report berita yang dikelola ialah:

a. Wedding Open House

Wedding Open House merupakan rangkaian acara dari bagian Vow & Forever yang diselenggarakan pada 23 – 24 Agustus 2025 di Gardenia, Aryaduta Lippo Village. Dalam pelaksanaan pameran Wedding Open House ini, terdapat 9 media berita online yang meliput kegiatan berlangsung. Adapun beberapa media tersebut yaitu: Media Indonesia, Palapa news, Warta Tangerang, Media Kawasan, Star radio, Planet berita, Heartline, tangerangekspres.disway.id dan trust banten

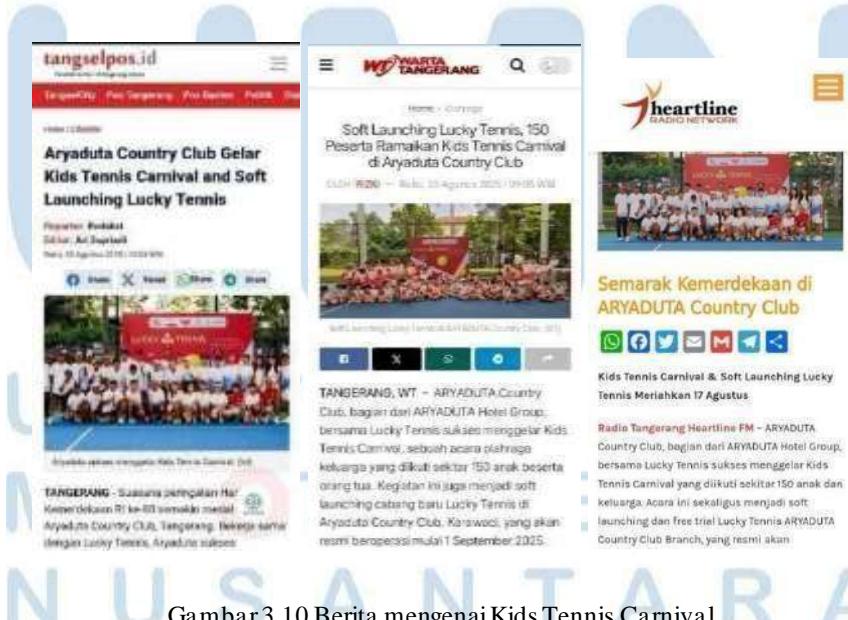


Gambar 3.9 Berita mengenai Wedding Open House

Sumber: Hasil Liputan Media (2025)

b. Kids Tennis Carnaval

Aryaduta Country Club, bagian dari Hotel Aryaduta Lippo Village menyelenggarakan Kids Tennis Carnival yang menjadi bagian dari soft launching dan free trial Lucky Tennis Aryaduta Country Club yang resmi dibuka pada tanggal 1 September 2025. Penyelenggara Kids Tennis Carnival terdapat 9 media berita online yang meliput kegiatan berlangsung yaitu: media indonesia, star radio, tangselpos, wartatgr, heartline, travelxplore, palapanews, tripbiru dan whatsnewindonesia.

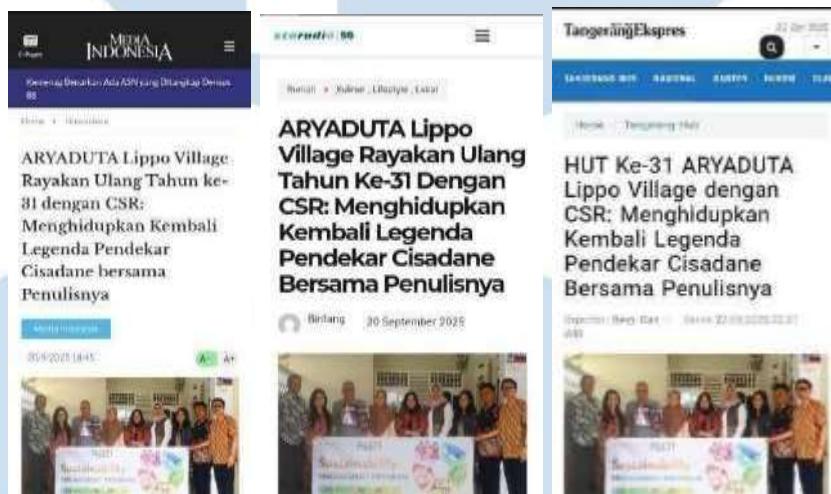


Gambar 3.10 Berita mengenai Kids Tennis Carnival

Sumber: Hasil Liputan Media (2025)

c. Ulang Tahun Aryaduta Lippo Village ke – 31

Dalam perayaan Ulang Tahun Aryaduta Lippo Village ke – 31, Aryaduta Lippo Village mengangkat program tahunan Asta Karya: Art & Culture. Dengan tema Local Legend/Folk Tales. Tema yang ditentukan ialah sejarah dari wilayah Kota Tangerang yaitu Pendekar Cisadane. Tepatnya, pada Jumat 19 September 2025 pihak hotel Aryaduta Lippo Village yang diwakili oleh *Executive Assistant Manager, Director of Sales & Marketing dan Marketing Communication Manager* mengunjungi tempat tinggal Mimy Chaitamy Al Bantani selaku pencipta novel Pendekar Cisadane, di kawasan Mauk, Kabupaten Tangerang. Dalam kunjungan dan program Ulang Tahun Aryaduta ini, terdapat 17 media online yang meliput yaitu: Lensa Banten, Best Tangsel, tangselpos.id, tangerangplus.com, staradio, hitz serpong, palapan ews, tangerangonline.id, bantenonline, infotangerang.id, Harianrakyat.id, Serpongupdate.com, Portalkota.id, Wartatangerang, Media Indonesia, tangerangekspres dan heartline.



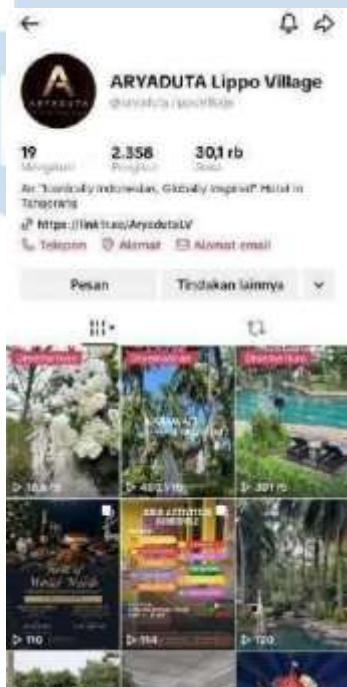
Gambar 3.11 Berita mengenai Ulang tahun Aryaduta Lippo Village ke-31

Sumber: Hasil Liputan Media (2025)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

4. Pengelolaan Media Sosial (Social Media Management)

Dalam pengelolaan sosial media tiktok, hal yang dilakukan ialah membuat dan menyusun konten Hotel Aryaduta Lippo Village setiap hari. Dalam pelaksanaan konten ini, pekerjaan yang dilakukan seperti mengunggah video, *editing* video dan memantau akun tiktok hotel seperti memantau jumlah like, membala komentar, serta membala notifikasi chat. Adapun dalam pengelolaan sosial media ini, diwajibkan dalam waktu satu bulan membuat report *Marketing Communication* untuk diserahkan kepada *Head Office* melalui bantuan *Supervisor* yaitu 3 konten FYP. Report diberikan satu bulan sekali setiap akhir bulan pada bulan Agustus, September, Oktober dan November.



Gambar 3.12 Tampilan Tiktok Hotel Aryaduta Lippo Village

Sumber: Tiktok Hotel Aryaduta Lippo Village

Hotel Aryaduta Lippo Village memiliki platform sosial media Tiktok yang diberi nama @aryaduta.lippovillage yang berjumlah 2358 pengikut yang berfokus pada skema perkembangan pemandangan hotel, promosi makanan/minuman bahkan perkenalan staff hotel Aryaduta Lippo Village, dengan slogan hotel yaitu *An*

“Iconically Indonesian, Globally Inspired” Hotel in Tangerang. Pengelolaan sosial media Tiktok ini ditugaskan seperti memposting konten setiap hari di platform Tiktok dan memantauan perkembangan akun sehingga dari beberapa konten tersebut, membuat report kepada *Supervisor* mengenai 3 konten FYP setiap bulan untuk menjadi laporan sosial media *Marketing Communication* yang akan diberikan kepada *Head Office*. Dalam pembuatan proses pembuatan video tiktok, adapun alur konten yang dipersiapkan seperti:

1. Mencari ide. Dalam pencarian ide, tidak di tentukan tema sehingga dibebaskan dalam pencarian ide konten untuk hotel Aryaduta Lippo Village. Dalam pencarian ide, terdapat beberapa ide konten yang bertujuan untuk memasarkan destinasi hotel seperti kamar hotel/vila, kolam renang, tempat bermain anak-anak, tempat olahraga (gym) dan fasilitas lapangan olahraga (tennis, padel, bulu tangkis dan basket).
2. Analisis situasi. Setelah pencarian ide, kegiatan selanjutnya ialah berkoordinasi kepada *Supervisor* mengenai rencana pembuatan konten. Dalam pembuatan konten tersebut, hal yang dipastikan yaitu memastikan situasi yang terjadi apakah memungkinkan untuk mengambil video tiktok untuk dijadikan konten di akun tiktok hotel. Dalam memastikan situasi tempat, spesifik tempat yang dipastikan seperti fasilitas kamar hotel/vila, taman bermain dan fasilitas olahraga.
3. Eksekusi konten. Setelah memastikan ide konten dan analisis situasi sudah dalam kondisi aman, dilanjutkan dengan membuat konten seperti rancangan yang telah dibuat. Dalam eksekusi konten ini, tidak selalu pembuatan video berjalan dengan lancar tetapi terdapat kendala yang dihadapi. Kendala tersebut misalnya ketika ingin mengambil konten video mengenai pemasaran kamar/vila hotel, strategi yang dilakukan harus berkomunikasi kepada pihak resepsionis apakah terdapat kamar yang kosong untuk melakukan video tersebut. Selain itu, ketika ingin mengambil video mengenai tempat fasilitas olahraga, seringkali terjadi perbaikan lapangan atau atap dari tempat yang disediakan sehingga harus menunda pengambilan video tersebut.
4. Teknik editing. Proses yang dilakukan dalam teknik editing ini menggunakan aplikasi capcut, konten yang diunggah berkisar paling lama 2 menit. Tidak ada

editan tambahan dari pihak *Head Office* atau *Supervisor*, konten yang di edit disesuaikan dengan video yang ditampilkan.

Diatas merupakan alur pembuatan proses konten video tiktok, sebagai *Marketing Communication Intern*, penugasan yang diwajibkan ialah membuat report kepada *Supervisor* mengenai 3 konten FYP setiap bulan untuk menjadi laporan sosial media *Marketing Communication* yang akan diberikan kepada *Head Office*. Dibawah ini beberapa tampilan 3 konten FYP yang telah dimasukkan menjadi laporan sosial media *Marketing Communication*.



Gambar 3.13 Tampilan 3 konten FYP bulan Agustus

Sumber: Dokumentasi Pekerjaan Magang (2025)

Pada bulan Agustus, membuat report social media Marketing Communication. 3 konten FYP Tiktok yaitu:

- 1) POV lapangan Tennis video ini berhasil mendapatkan 1804 *views*, 16 *likes*, 2 *komen* dan 3 *share*.
- 2) Line dance at Aryaduta Country Club Lippo Village video ini berhasil mendapatkan 1285 *views*, 6 *likes*, 2 *komen* dan 0 *share*.
- 3) Indoor Playground video ini berhasil mendapatkan 421 *views*, 7 *likes*, 0 *komen* dan 3 *share*.



Gambar 3.14 Tampilan 3 konten FYP bulan September

Sumber: Dokumentasi Pekerjaan Magang (2025)

Pada bulan September, membuat report social media Marketing Communication. 3 konten FYP Tiktok yaitu:

- 1) POV Kerja di hotel. Dalam konten video ini membahas mengenai, pekerjaan yang dilakukan sebagai pegawai hotel yang dinilai dari sudut pandang pegawai Receptionist yang seringkali mendapatkan uang tips yang dinilai publik merupakan pekerjaan yang di inginkan, video ini berhasil mendapatkan 30.400 yang *views*, 1431 *likes*, 8 komen dan 97 *share*.
- 2) POV muka jutek tapi jadi receptionist, isi konten video ini merupakan sebuah konten hiburan video ini berhasil mendapatkan 5917 *views*, 68 *likes*, 3 *komen* dan 4 *share*.
- 3) Suasana pernikahan di malam hari. Bagi para calon pengantin yang memiliki ide suasana pernikahan, hotel Aryaduta Lippo Village memberikan nuansa suasana pernikahan sesuai yang diingkan. Di dalam konten tiktok tersebut, merupakan salah satu suasana pernikahan yang telah terlaksana sehingga video ini berhasil mendapatkan 5374 *views*, 84 *likes*, 0 *komen* dan 16 *share*.



Gambar 3.15 Tampilan 3 konten FYP bulan October

Sumber: Dokumentasi Pekerjaan Magang (2025)

Pada bulan Oktober, hasil dari konten sosial media dilaporkan dalam *report* social media Marketing Communication. 3 konten FYP Tiktok yaitu:

- 1) Suasana kolam renang Hotel Aryaduta Lippo Village. Dalam konten ini di dokumentasikan area kolam renang beserta fasilitas nya seperti perosotan dan tempat duduk di area kolam renang. Video ini berhasil mendapatkan 2709 *views*, 38 *likes*, 2 *komen* dan 10 *share*.
- 2) Perkenalam Staff Hotel Aryaduta Lippo Village. Dalam konten ini berisi perkenalan staff Marketing dan Receptionist. Video ini berhasil mendapatkan 1567 *views*, 20 *likes*, 2 *komen* dan 2 *share*.
- 3) Suasana lapangan tennis outdoor video ini berhasil mendapatkan 642 *views*, 12 *likes*, 3 *komen* dan 0 *save*.

3.2.2 Kendala Utama

Kendala utama dalam proses kerja magang yaitu dalam hal komunikasi persuasif yang ditujukan untuk pemasaran, pada hal ini terdapat perbedaan antara apa yang dilakukan dalam aktivitas magang jika dibandingkan dengan latihan yang telah dilakukan pada masa perkuliahan. Dalam pemasaran Hotel Aryaduta Lippo Village, kendala yang dihadapi adalah komunikasi pemasaran yang dilihat dari keterbatasan waktu dan keterbatasan saran dan prasana. Pemasaran yang dilakukan mengikuti arahan supervisor. Komunikasi yang dilakukan oleh Aryaduta menggunakan pemasaran secara digital yaitu mengunggah informasi melalui sosial media, dan

beberapa konten promosi harus dipublikasikan dalam waktu singkat. Sehingga, penyampaian ide pesan belum sepenuhnya melalui tahapan perencanaan komunikasi. Sedangkan, pada konsep yang diajarkan dikampus mengenai konsep komunikasi persuasif ialah sebuah seni dalam merangkai kata-kata atau tindakan untuk meyakinkan minat orang lain untuk membangun kredibilitas Hotel Aryaduta Lippo Village.

3.2.3 Solusi

Solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan kendala tersebut adalah dengan berkonsultasi secara koordinasi intensif dengan tim Marketing Communication guna memahami tujuan pesan secara cepat serta menggunakan referensi konten yang diberikan arahan oleh Head Office agar pesan yang disampaikan tetap relevan dan sesuai dengan strategi pemasaran Hotel Aryaduta Lippo Village.

