

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Sebagai mahasiswa magang di Novotel Bandung dengan posisi sebagai content creator, penulis terlibat dalam serangkaian alur kerja yang meliputi pengembangan konten, koordinasi dengan mentor, dan distribusi konten. Proses dimulai dengan melihat pada Social Media Report untuk tujuan konten yang akan dibuat. Tujuan konten meliputi meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan *engagement*, dan sebagai media promosi kampanye tertentu. Dalam memastikan konten yang dibuat sesuai dengan content plan, penulis berkoordinasi secara langsung dengan mentor dari department Marketing Communication (Marcomm).

Setelah berkoordinasi dengan mentor, penulis mulai mengambil konten di sekitaran hotel. Konten yang diambil biasanya berupa video suasana kegiatan *meeting client* hari itu, suasana ketika *breakfast time*, video *room tour*, video melibatkan staff Novotel sebagai talent, serta fasilitas-fasilitas hotel. Dalam proses pengambilan konten, penulis dibimbing oleh mentor sehingga bahan konten yang diambil sesuai dengan ketentuan-ketentuan *branding* Hotel Novotel Bandung.

Selanjutnya, penulis mulai mengedit bahan-bahan konten menjadi satu video yang kemudian dikirim ke mentor penulis untuk dicek. Selagi menunggu, penulis biasanya membantu tim sales untuk mereservasi meeting room. Waktu pengunggahan dan *caption* dilakukan oleh mentor penulis yang memegang akun Instagram @novotelbandung. Selain membuat konten video harian, penulis juga bertanggung jawab untuk membuat beberapa poster campaign promosi makanan atau minuman yang nantinya akan diseleksi oleh pihak resto.

Langkah terakhir, penulis dibimbing oleh mentor mengisi social media report. Penulis mengisi bukti konten yang sudah diunggah dan dengan menggunakan fitur analitik Instagram, penulis dapat mengetahui metrik jumlah likes, comment, dan share setiap unggahan. Metriks ini nantinya menjadi acuan untuk membuat konten

kedepannya seperti tema konten dan waktu mengunggah konten yang dapat meningkatkan engagement @novotelbandung.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalani masa magang di Hotel Novotel Bandung, penulis terlibat aktif dalam seluruh proses pengelolaan konten Instagram. Proses pengelolaan dimulai dari perencanaan sampai evaluasi.

- a) Periode: Agustus - Desember
- b) Divisi: Sales dan Marketing
- c) Platform: Instagram
- d) Tools: Canva dan Capcut

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

No	Jenis Pekerjaan	Keterangan
1.	Content Creator	<ul style="list-style-type: none"><li>- Membuat daily content</li><li>- Membuat content campaign berbentuk video</li><li>- Membuat recap event internal</li></ul>
2.	Design Graphic	<ul style="list-style-type: none"><li>- Membuat content campaign berbentuk poster</li><li>- Membuat design poster untuk menu-menu terbaru di restoran</li></ul>
3.	Admin	<ul style="list-style-type: none"><li>- Membantu reservasi meeting room</li><li>- Mengecek ketersediaan meeting room dan kamar</li><li>- Membantu tim sales dalam memenuhi kebutuhan dan keperluan klien</li></ul>

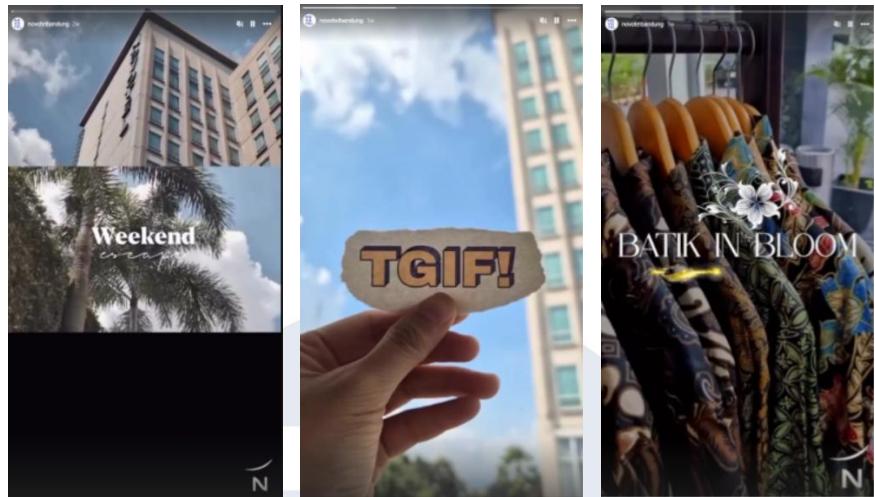
#### 3.2.2 Uraian Kerja Magang

##### 1. Content Creator

Selama menjalankan kegiatan magang, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam proses pembuatan konten harian, pembuatan video untuk

kebutuhan campaign, serta penyusunan video recap untuk event internal. Seluruh proses kerja dilakukan di bawah bimbingan mentor dan mengikuti alur kerja yang telah ditentukan.

Dalam pembuatan *daily content*, penulis berperan aktif mulai dari tahap perencanaan hingga tahap penyerahan hasil akhir. Proses ini diawali dengan pencarian referensi video sebagai dasar ide. Penulis biasanya mencari inspirasi konten dari aplikasi Tiktok, Instagram, dan Pinterest yang kemudian dilanjutkan dengan pengajuan ide konten kepada mentor untuk memperoleh persetujuan. Setelah ide disetujui, penulis melakukan kegiatan pengambilan gambar (*take shoot*) sesuai konsep yang telah direncanakan. Proses pengambilan biasanya berupa video *footage* suasana hotel, atau pengumpulan talent-talent jika konten yang dibuat membutuhkan talent, atau pengecekan ketersediaan kamar yang kosong untuk dijadikan bahan konten. Tahap berikutnya adalah proses *editing*, di mana penulis menyusun, memotong, dan menyesuaikan video agar selaras dengan kebutuhan konten. Video yang telah melalui proses *editing* kemudian diajukan kembali kepada mentor untuk ditinjau. Setelah mentor menerima video dari penulis, mentor akan merevisi dan menambahkan elemen-elemen seperti efek transisi, teks, maupun lagu sehingga siap untuk diunggah. Setelah konten mendapat persetujuan dari HOD Sales & Marketing, General Manager dan sekretarisnya, video tersebut akan diunggah oleh mentor ke Instagram *Story* sebagai bagian dari publikasi harian. Berikut terlampir hasil karya penulis selama magang . Diurutkan dari sisi kiri ke kanan contoh konten yang penulis buat adalah *Weekend Escape*, TGIF (*Thank God It's Friday*), dan Batik *In Bloom* (*content campaign* memperingati Hari Batik Nasional).



Gambar 3. 1 Contoh hasil karya #postoftheday dalam bentuk Instagram Story

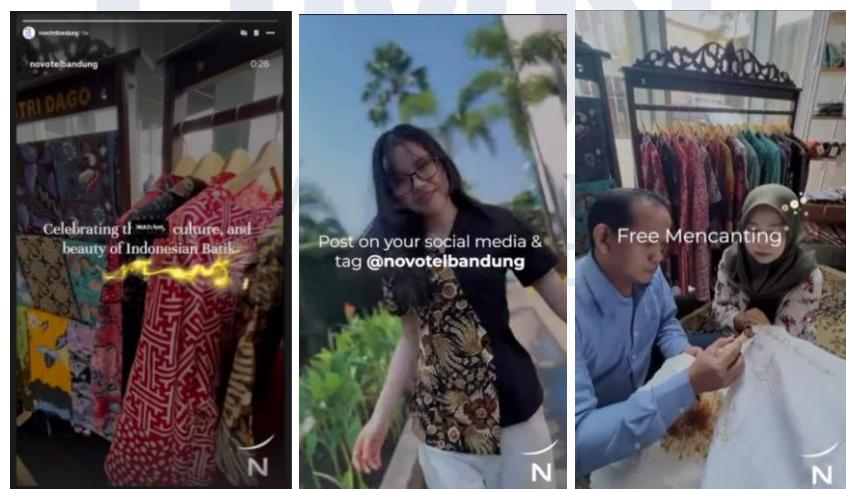
Dalam proses pembuatan video *content campaign* memiliki alur kerja yang serupa dengan pembuatan daily content. Penulis tetap melalui tahapan pencarian referensi, pengajuan ide, pengambilan gambar, proses editing, serta pengajuan hasil kepada mentor. Perbedaannya terletak pada fokus dan tujuan konten yang lebih strategis karena ditujukan untuk mendukung campaign tertentu. Meski demikian, struktur kerja dan mekanisme supervisinya tetap sama.

Contoh pertama *content campaign* adalah promosi menu minuman baru *Matcha Series* di Novotel. Ide konten ini muncul ketika penulis dan mentor melihat konten promosi di salah satu akun Instagram. Setelah ide dirasa cocok, mentor dan penulis membuat daftar talent-talent yang akan ikut serta dan meminta kepada pihak resto untuk membuat salah satu minuman dari *Matcha Series* sebagai properti. Setelah talent bersedia dan properti sudah siap, proses pengambilan video pun dimulai. Proses pengambilan video dimulai dengan talent utama meminum *Matcha Latte*. Video ini kemudian akan digunakan sebagai properti untuk talent-talent lainnya gunakan.



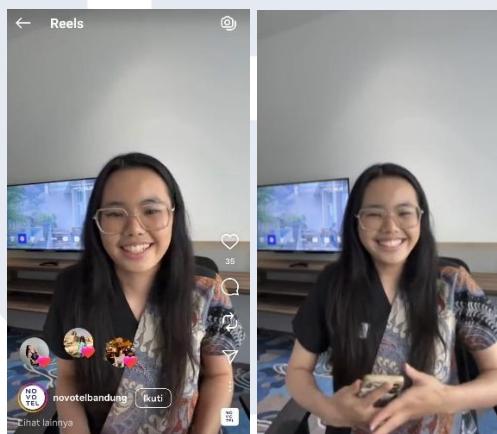
Gambar 3. 2 Hasil karya konten promosi Matcha Series berbentuk *Reels* Instagram

Contoh kedua pembuatan *content campaign* adalah konten Batik *In Bloom* dalam memperingati Hari Batik Nasional. Konten ini memiliki sedikit proses yang berbeda, di mana penulis dan mentor diberikan brief oleh HOD yang harus dikembangkan mengenai apa yang akan disorot untuk campaign Batik *In Bloom* ini. Dikarenakan tanggal tenggat yang singkat, penulis dan mentor meminimalisir talent tambahan dan mengutamakan video *footage booth* Batik Putri Dago di Novotel serta menggunakan dokumentasi lama yang dimiliki oleh mentor. Pada konten ini, penulis juga berperan menjadi *main talent* dan videografer *footage booth*. Proses pengeditan seperti teks, lagu, dan efek transisi dikerjakan oleh mentor penulis.



Gambar 3. 3 Hasil karya konten Batik *In Bloom* berbentuk *Reels* Instagram

Contoh terakhir agenda *content campaign* yang penulis terlibat adalah menjadi *host live* Instagram untuk kegiatan *campaign* NanoVakansi dalam bentuk sesi QnA (*Questions and Answers*) untuk menyambut *flash sale* 8.8. Dalam live tersebut, penulis memberikan informasi mengenai tipe kamar yang mendapatkan diskon sampai dengan 80%, mengenai kapan flash sale akan dimulai, memberikan *room tour*, serta menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh audiens. Dalam live ini, penulis juga didampingi oleh mentor dalam mencegah adanya misinformasi.



Gambar 3. 4 Dokumentasi *Live* Instagram untuk *campaign* NanoVakansi

Selain pembuatan konten harian dan *campaign*, penulis juga bertanggung jawab dalam pembuatan rekap event internal. Projek pertama penulis dalam membuat dokumentasi *event* internal adalah membuat video farewell untuk *Bapak General Manager*. Tahap pertama, mentor, penulis, dan rekan penulis mendapat brief dari HOD untuk membuat video farewell Bapak. Penulis diberikan tanggung jawab dalam mencari lagu dan membuat moodboard yang penulis presentasikan ke HOD, mentor, dan rekan-rekan lainnya. Setelah ide penulis disetujui, proses pengambilan video boleh dimulai. Sebelum masuk ke dalam proses syuting, penulis dan mentor membuat daftar orang-orang yang akan dilibatkan dan properti yang harus disiapkan. Proses syuting memakan waktu 2 hari, selama syuting, penulis berperan sebagai sutradara sedangkan mentor penulis berperan sebagai videografer. Setelah

pengambilan video dan gambar sesuai dengan *moodboard*, proses *editing* dikerjakan oleh mentor penulis.



Gambar 3. 5 Hasil video kenang-kenangan untuk Bapak GM



Gambar 3. 6 Hasil video rekап event internal: *General Talent Meeting* (kiri) dan *Heartist Gratitude Week* (kanan)

Contoh *event* internal lainnya yang penulis terlibat adalah event *General Talent Meeting* (GTM) 2025 dan *Heartist Gratitude Week* (HGW) 2025. Dalam event GTM, penulis berperan sebagai videografer. Penulis meliput rangkaian acara, keseruan Novotel Family, dan penampilan-penampilan yang dibawakan oleh masing-masing departemen. Proses editing dilakukan oleh mentor penulis, yang kemudian beliau unggah ke akun instagram @Novotelbandung. Berbanding terbalik dengan GTM, pada *event* HGW, penulis berperan dalam proses *editing*

video sedangkan mentor penulis berperan sebagai videografer. Video hasil edit penulis, penulis serahkan kepada mentor untuk ditinjau dan direvisi yang kemudian disempurnakan oleh mentor sehingga siap unggah ke akun Instagram @novotelbandung.

Secara keseluruhan, rangkaian tugas yang dijalankan selama masa magang memberikan pengalaman kerja yang mendalam dalam produksi konten digital, mulai dari tahap perencanaan, eksekusi, hingga publikasi. Setiap proses dilakukan secara sistematis dan terstruktur sesuai standar kerja yang ditetapkan oleh mentor dan lingkungan kerja tempat penulis menjalani magang.

## 2. *Design Graphic*

Selama masa magang, salah satu tanggung jawab utama yang dijalankan adalah membuat content *campaign* berbentuk poster serta desain poster untuk menu-menu terbaru di restoran. Kedua tugas ini berperan penting dalam mendukung kegiatan promosi dan menjaga konsistensi identitas visual brand, baik *online* maupun *offline*.

Tugas pertama, yaitu membuat content campaign berbentuk poster, berfokus pada pembuatan materi promosi yang sejalan dengan tema kampanye yang sedang dijalankan oleh hotel. Proses ini dimulai dengan memahami konsep dan tujuan kampanye yang ingin disampaikan, kemudian dilanjutkan dengan tahap brainstorming ide visual yang menarik dan relevan dengan target audiens. Dalam pembuatan poster kampanye, aspek seperti komposisi warna, tipografi, serta pesan utama (*key message*) menjadi perhatian penting agar desain dapat menarik perhatian dan mudah dipahami oleh publik. Selain itu, setiap desain juga perlu disesuaikan dengan format media publikasi, baik untuk sosial media, cetak, maupun display digital.

Salah satu contoh poster *content campaign* yang penulis lakukan adalah membuat poster *Matcha Series* untuk dipajang di area hotel. Penulis mendapatkan brief dari mentor untuk membuat poster dengan format A4, lalu mentor juga memberikan beberapa visual berupa foto produk minuman Matcha Series untuk

penulis olah menjadi poster. Penulis diminta untuk membuat 3 *design* poster yang nantinya akan dipilih oleh pihak resto. Dalam proses penggerjaan, penulis melihat inspirasi di aplikasi Pinterest. Penulis memakan waktu 2 hari untuk menyelesaikan tugas yang diberikan, sudah beserta dengan revisi yang mentor berikan.



Gambar 3. 7 Hasil poster Matcha Series yang penulis kerjakan

Sementara itu, tugas kedua yaitu membuat desain poster untuk menu-menu terbaru di restoran, desain yang dibuat harus mampu menggugah selera dan menyampaikan informasi secara visual dengan jelas, seperti nama menu, harga, dan deskripsi singkat. Prosesnya melibatkan kerja sama dengan tim digital marketing dan tim *kitchen* untuk mendapatkan foto produk yang representatif, serta memastikan bahwa elemen visual yang digunakan tetap konsisten dengan gaya branding restoran.

Dalam proses pembuatan menu, alur penggerjaannya serupa dengan poster *campaign content* tetapi ada tahap penggerjaan tambahan, yaitu *photoshoot product* yang akan dijual. Keperluan properti dan jadwal *photoshoot* diatur oleh mentor penulis. Dalam kegiatan *photoshoot*, penulis berperan sebagai penata produk dan fotografer menggunakan kamera *handphone* sedangkan mentor penulis menggunakan kamera DSLR.



Gambar 3. 8 Dokumentasi kegiatan penulis *photoshoot* produk



Gambar 3. 9 Hasil karya poster menu *All Day Vibes*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 10 Design poster menu terbaru *restaurant*

Selain *design-design* yang sudah disebutkan sebelumnya, penulis juga berkesempatan membuat design untuk menu format *tent card*. Menu ini dibuat karena Novotel akan mendirikan *booth* di salah satu kampus. Waktu penggerjaan memakan waktu sekitar 3-4 jam termasuk revisi yang diberikan kepada penulis.



Gambar 3. 11 Hasil karya menu *tent card*

Design terakhir yang penulis kerjakan adalah kartu ucapan yang akan diunggah di Instagram *Story*. Proses penggerjaannya sama dengan *design-design* sebelumnya,

di mana penulis diberikan brief berupa teks yang akan dimasukkan untuk design *greetings*-nya. Setelah mendapat brief, penulis mencari inspirasi di Pinterest dan mulai mengeksekusi. Ketika penulis selesai membuat *design*-nya, penulis mengirimkannya kepada mentor untuk ditinjau dan direvisi. Terkadang ada beberapa *design* penulis yang difinalisasi oleh mentor penulis.



Gambar 3. 12 Hasil karya kartu ucapan yang diunggah ke Instagram *Story*

Kedua tugas ini memberikan pengalaman berharga dalam hal komunikasi visual dan penerapan prinsip desain grafis dalam dunia kerja nyata. Selain mengasah kemampuan teknis menggunakan software desain seperti Adobe Photoshop atau Canva, kegiatan ini juga melatih kepekaan estetika, pemahaman terhadap strategi pemasaran visual, dan kemampuan bekerja secara kolaboratif dalam tim kreatif.

### 3. Admin

Selama pelaksanaan kegiatan magang juga, penulis ditempatkan untuk membantu aktivitas operasional pada bagian sales, khususnya yang berkaitan dengan pelayanan klien dan pengelolaan kebutuhan reservasi. Dalam pelaksanaannya, penulis terlibat secara langsung dalam beberapa tugas utama, antara lain membantu proses reservasi meeting room, melakukan pengecekan ketersediaan meeting room dan kamar, serta membantu tim sales dalam memenuhi kebutuhan dan keperluan klien. Tugas-tugas tersebut memberikan pengalaman

praktis mengenai bagaimana proses pelayanan dan koordinasi dilakukan dalam industri perhotelan.

Salah satu tugas utama yang dilakukan oleh penulis adalah membantu proses reservasi *meeting room*. Dalam kegiatan ini, penulis berperan dalam mendukung tim sales ketika terdapat permintaan dari klien terkait penggunaan *meeting room* di Novotel Bandung. Proses ini dimulai dengan menerima informasi mengenai kebutuhan klien, seperti tanggal penggunaan, durasi acara, jumlah peserta, serta jenis kegiatan yang akan dilaksanakan. Informasi tersebut menjadi dasar untuk menentukan jenis meeting room yang sesuai dengan kebutuhan klien.

Setelah informasi awal diterima, penulis membantu dalam mencatat detail reservasi serta memastikan bahwa data yang diberikan sudah lengkap dan jelas. Penulis juga berkoordinasi dengan tim terkait untuk memastikan bahwa *meeting room* yang diminta dapat digunakan sesuai jadwal. Dalam proses ini, ketelitian menjadi hal yang sangat penting, mengingat kesalahan pencatatan jadwal atau spesifikasi ruang dapat berdampak pada kelancaran acara klien. Melalui tugas ini, penulis memahami bahwa reservasi meeting room tidak hanya sekadar pencatatan, tetapi juga mencakup koordinasi antar departemen agar pelayanan yang diberikan dapat berjalan optimal.

Selain membantu proses reservasi, penulis juga bertugas untuk mengecek ketersediaan kamar. Kegiatan ini dilakukan untuk memastikan apakah kamar hotel masih tersedia pada tanggal yang diinginkan oleh klien. Pengecekan ketersediaan ini biasanya dilakukan melalui sistem internal hotel serta konfirmasi dengan pihak terkait. Informasi mengenai ketersediaan menjadi hal krusial karena akan menentukan keputusan klien dalam melakukan pemesanan.

Dalam menjalankan tugas ini, penulis belajar untuk memahami sistem kerja hotel, termasuk bagaimana data ketersediaan kamar dan meeting room dikelola serta diperbarui secara berkala. Penulis juga dituntut untuk bekerja secara teliti dan cepat, terutama ketika permintaan klien bersifat mendesak. Ketepatan informasi yang diberikan sangat berpengaruh terhadap kepercayaan klien kepada hotel.

Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh pemahaman mengenai pentingnya manajemen data dan koordinasi dalam operasional perhotelan.

Tugas lainnya yang tidak kalah penting adalah membantu tim sales dalam memenuhi kebutuhan dan keperluan klien. Dalam hal ini, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas pendukung yang bertujuan untuk memastikan kepuasan klien selama proses kerja sama berlangsung. Kebutuhan klien yang dimaksud dapat beragam, mulai dari membuat *design* sertifikat untuk *event table manner*, *design birthday menu*, *design table name*, *design layout meeting room* dan *design room voucher*, *lunch voucher* dan *flat parking voucher*.



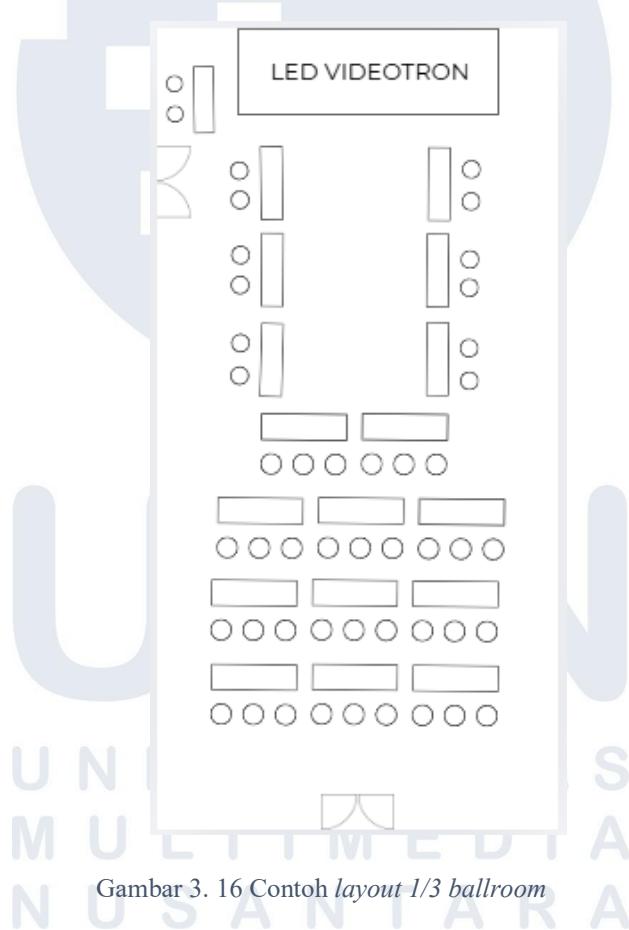
Gambar 3. 13 Design sertifikat yang penulis buat mengikuti *guidelines* Novotel Bandung



Gambar 3. 14 Design table name untuk event PAMA



Gambar 3. 15 Design room voucher



Gambar 3. 16 Contoh layout 1/3 ballroom



Gambar 3. 17 Contoh *lunch voucher* untuk event KIBAR BJB



UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA  
Gambar 3. 18 Contoh *flat parking* untuk event UNISBA



Gambar 3. 19 Contoh *design birthday* menu untuk keperluan klien

Penulis membantu tim sales dengan menyiapkan data pendukung, melakukan *follow-up* sederhana, serta membantu komunikasi internal agar kebutuhan klien dapat dipenuhi dengan baik. Melalui tugas ini, penulis belajar mengenai pentingnya pelayanan yang responsif dan profesional dalam menjaga hubungan baik dengan klien. Setiap permintaan klien perlu ditangani dengan sikap ramah, cepat, dan solutif agar tercipta kepuasan serta loyalitas terhadap hotel.

Dalam pelaksanaan tugas-tugas tersebut, penulis juga berkesempatan untuk mengamati secara langsung bagaimana tim sales berinteraksi dengan klien, menyusun penawaran, serta menjaga komunikasi yang efektif. Pengalaman ini memberikan gambaran nyata mengenai peran tim sales dalam mendukung pencapaian target perusahaan, sekaligus menjaga citra positif hotel di mata pelanggan. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam memenuhi kebutuhan klien tidak hanya bergantung pada satu individu, tetapi merupakan hasil kerja sama antar departemen yang terkoordinasi dengan baik.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Selama menjalani kegiatan magang di Novotel Bandung, penulis menghadapi beberapa kendala yang berkaitan dengan proses kerja di bidang digital marketing. Kendala pertama adalah waktu penggeraan konten video yang cukup singkat, terutama untuk kebutuhan unggahan harian. Kondisi ini menuntut penulis untuk dapat bekerja secara cepat dan efisien dalam proses produksi maupun editing. Kendala kedua adalah keterlambatan revisi atau persetujuan konten, yang umumnya terjadi ketika mentor atau pihak terkait memiliki jadwal pekerjaan yang padat. Akibatnya, beberapa konten tidak dapat dipublikasikan sesuai rencana awal.

Kendala ketiga yang dihadapi adalah penyesuaian dengan gaya visual brand perusahaan. Setiap hotel memiliki identitas visual yang khas, sehingga penulis memerlukan waktu untuk memahami karakter konten Instagram Novotel Bandung agar hasil karya tetap konsisten dengan standar brand. Kendala berikutnya adalah bahan konten yang terbatas, misalnya ketika penulis tidak dapat melakukan pengambilan video di kamar hotel karena seluruh kamar sedang penuh oleh tamu. Situasi tersebut membuat beberapa ide konten tidak dapat direalisasikan pada waktu yang direncanakan.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Untuk mengatasi kendala waktu yang singkat dalam pembuatan konten video, penulis memanfaatkan template yang tersedia di aplikasi CapCut sehingga proses editing dapat dilakukan lebih cepat tanpa mengurangi kualitas visual. Terkait keterlambatan revisi atau persetujuan konten, solusi yang diterapkan adalah pengunggahan konten dilakukan pada hari berikutnya oleh mentor setelah revisi selesai, sehingga alur publikasi tetap berjalan dengan baik.

Dalam menghadapi kendala penyesuaian gaya visual brand, penulis berusaha aktif bertanya, menerima arahan, dan beradaptasi dengan standar konten Instagram Novotel Bandung, sehingga setiap konten yang dibuat semakin sesuai dengan identitas perusahaan. Untuk mengatasi keterbatasan bahan konten, penulis melakukan penggantian ide konten dengan alternatif lain, seperti melakukan pengambilan gambar di area meeting room atau fasilitas hotel lainnya yang

memungkinkan, sehingga proses produksi tetap dapat berjalan walaupun terdapat batasan situasional.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA