

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Dalam pelaksanaan program magang di Stellar Property (PT Epik Properti Nusantara) praktikan ditempatkan di dalam Tim *Marketing*. Bidang kerja yang dijalani berfokus pada aktivitas pemasaran properti yang mencakup berbagai kegiatan operasional untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Dalam bidang kerja ini, praktikan secara langsung terlibat dalam berbagai kegiatan pemasaran properti, baik melalui strategi pemasaran digital maupun pelaksanaan aktivitas di lapangan. Pada aspek pemasaran lapangan, praktikan bertugas melakukan survei ke sejumlah lokasi proyek perumahan sebagai bagian dari proses dokumentasi terkait kondisi dan potensi proyek properti yang sedang dipasarkan. Selain itu, praktikan juga melakukan pengambilan konten video yang digunakan sebagai materi promosi dan di unggah melalui *platform Instagram* yang dikelola secara pribadi namun digunakan untuk kepentingan perusahaan.

Pada sisi pemasaran digital, praktikan bertanggung jawab dalam menyusun dan mendesain visual lowongan pekerjaan (*job vacancy*) dengan menggunakan aplikasi desain grafis *Canva*. Desain tersebut mencakup informasi seputar posisi yang dibutuhkan, kualifikasi pelamar, serta prosedur cara melamar. Selain itu praktikan juga menjalankan kegiatan *WhatsApp Blast* kepada calon pembeli dengan tujuan mempromosikan produk perumahan Serpong Jaya, salah satunya dengan penyebaran materi visual seperti poster yang memuat informasi mengenai harga serta peluncuran tipe terbaru yakni *Spring Breeze*.

Sebagai bagian dari tugasnya, praktikan juga mempelajari *Product Knowledge (PK)* yang meliputi tipe rumah, fasilitas, lokasi strategis, harga unit, serta promo yang sedang berlaku. Selain itu, praktikan secara rutin mengunggah konten promosi dalam bentuk *feeds* dan *reels* ke fitur *Instagram Story* untuk memperkuat *branding* perusahaan secara digital. Selain itu, praktikan turut membantu menyusun *script storytelling* untuk kebutuhan *voice over* dalam konten video promosi proyek perumahan, supaya pesan yang disampaikan lebih terstruktur, dan mudah dipahami oleh calon pembeli. Dalam kegiatan desain,

praktikan berkesempatan membuat *layout* denah *Marketing Gallery* untuk proyek Arcadia Karawang. *Layout* ini dirancang sebagai referensi visual awal yang akan direalisasikan secara fisik oleh perusahaan, serta berfungsi sebagai sarana presentasi serta pusat informasi bagi calon pengunjung dan calon pembeli yang akan datang ke lokasi.

Sebagai penunjang komunikasi visual, praktikan menyusun bahan presentasi pemasaran menggunakan platform *Canva* untuk mendukung kegiatan promosi proyek perumahan Arcadia Karawang. Materi presentasi mencakup *Campaign Pre-Launch Idea*, *Open Table di Mall*, *NUP Benefit Program*, serta program kerja sama dengan Paguyuban HR Karawang. Dengan menyusun presentasi tersebut, praktikan mendapatkan pengalaman langsung dalam merancang materi komunikasi visual yang efektif.

Tidak hanya fokus pada aspek promosi, praktikan turut berkontribusi dalam tugas administratif dengan membantu proses rekapitulasi *invoice* perusahaan Stellar Property. Tugas ini mencakup pengumpulan dan pencatatan data transaksi masuk, kegiatan ini memberikan pengalaman tambahan bagi praktikan dalam memahami pentingnya dokumentasi keuangan operasional perusahaan.

Secara keseluruhan, program kerja profesi memberikan pembelajaran dan pengalaman kerja yang mendalam bagi praktikan dalam memahami dan terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran properti secara praktis. Praktikan tidak hanya mengembangkan kemampuan teknis dalam bidang desain, pengeditan video, serta penyusunan konten, tetapi juga mendapatkan wawasan langsung mengenai penerapan strategi pemasaran, kolaborasi tim, serta pengelolaan administrasi perusahaan. Pengalaman yang diperoleh selama kerja profesi ini diharapkan dapat menjadi bekal yang bermanfaat bagi pengembangan kompetensi serta mempersiapkan praktikan untuk memasuki dunia kerja secara profesional.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Dalam Kerja Profesi di Stellar Property (PT. Epik Property Nusantara) Praktikan berperan sebagai Tim Marketing sekaligus *Video Editor*, sesuai tugas yang diberikan.

3.2.1 Survei ke Lokasi Proyek Perumahan



Gambar 3.1 Survei Perumahan Louise



Gambar 3.2 Survei Perumahan The Armont

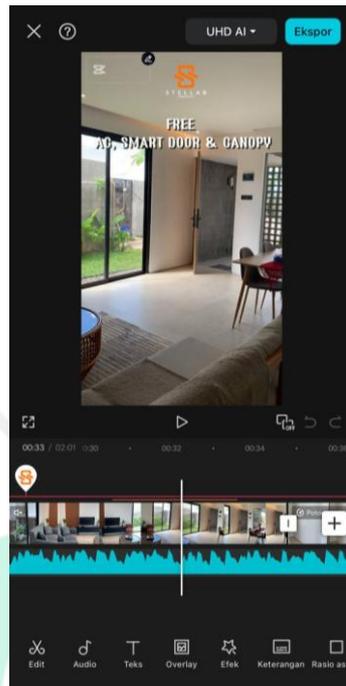
Salah satu kegiatan utama yang dilakukan praktikan selama menjalani kerja profesi di Stellar Property yaitu melakukan survei langsung ke sejumlah lokasi proyek perumahan yang sedang di pasarkan. Survei ini bertujuan untuk mendokumentasikan kondisi di lapangan, termasuk lingkungan sekitar, ketersediaan fasilitas umum, aksesibilitas jalan, dan proses pembangunan unit

rumah. Pada saat survei dilakukan, untuk sebagian besar unit perumahan masih dalam tahap pembangunan dan belum sepenuhnya selesai. Tetapi pada *show unit* atau rumah contoh sudah tersedia, lengkap dengan *furniture* dan dapat dikunjungi oleh calon konsumen.

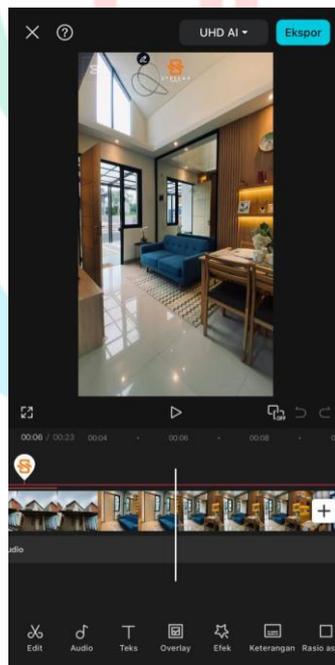
Keberadaan *show unit* ini menjadi salah satu sarana penting dalam pemasaran, karena memberikan gambaran nyata mengenai *desain*, ukuran, serta kualitas bangunan kepada calon pembeli. Melalui *Show Unit*, calon konsumen dapat merasakan langsung suasana dan tata letak ruangan, sehingga memudahkan mereka untuk membuat keputusan pembelian dengan lebih percaya diri dan cepat. Selain itu, *Show Unit* menjadi media visual yang efektif untuk memperlihatkan keunggulan dan nilai jual properti yang ditawarkan.

3.2.2 Mengedit Video Konten

Selama menjalani kerja profesi di Stellar Property, praktikan terlibat dalam proses pengeditan video konten yang digunakan untuk keperluan promosi digital. Kegiatan tersebut mencakup pemilihan *footage* dari dokumentasi survei lapangan serta pengambilan video pada *show unit*. Pengeditan video dilakukan menggunakan perangkat lunak *editing* yaitu aplikasi *Capcut*, supaya saat video di *upload* ke media sosial dapat terlihat menarik, informatif, dan profesional. Proses pengeditan meliputi pemotongan bagian video yang tidak relevan, penambahan teks informatif dan elemen visual, pengaturan transisi antar klip, dan penyesuaian musik latar yang sesuai agar konten lebih menarik dan mudah dipahami oleh calon pembeli.



Gambar 3.3 Pengeditan Video Perumahan Sagara Residence



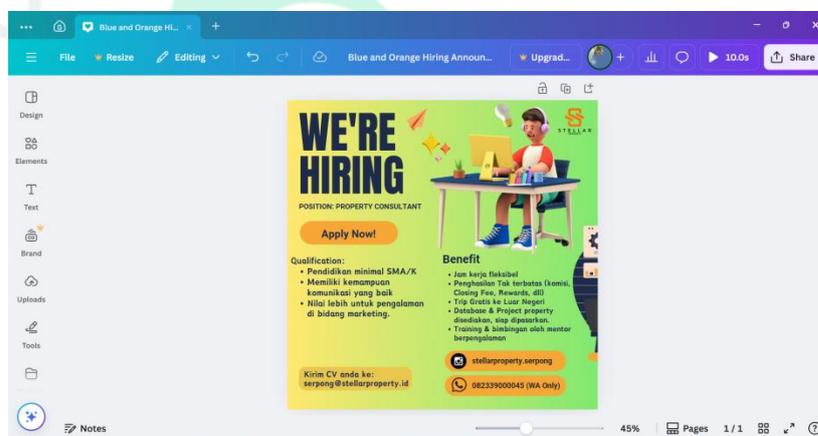
Gambar 3.4 Pengeditan Video Perumahan Grandia Liv

3.2.3 Mendesain Visual Lowongan Pekerjaan (*Job Vacancy*)

Mendesain visual untuk kebutuhan pengumuman lowongan pekerjaan merupakan salah satu upaya perusahaan dalam memperkuat strategi komunikasi

untuk menjangkau dan menarik calon pelamar yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Desain visual yang dibuat harus mampu menyampaikan informasi secara jelas, menarik, dan profesional, sehingga mampu mendorong ketertarikan calon pelamar untuk mengajukan lamaran. Selain menjadi media informasi, desain juga memiliki peran dalam menciptakan kesan pertama yang positif terhadap perusahaan, sehingga harus mencerminkan identitas yang profesional dan terpercaya. Informasi yang ditampilkan mencakup posisi yang dibutuhkan, kualifikasi atau persyaratan pelamar, serta *benefit* yang ditawarkan oleh perusahaan Stellar Property.

Selain itu, disertakan instruksi pengiriman lamaran seperti mencantumkan alamat *email* untuk pengiriman CV dan dokumen pendukung.



Gambar 3.5 Mendesain Job Vacancy

Dalam mendesain, praktikan menggunakan aplikasi desain grafis seperti *Canva* untuk membuat visual yang sesuai dengan identitas merek perusahaan, mulai dari segi pemilihan warna, tipografi, sampai elemen desain lainnya. Proses desain juga harus mempertimbangkan aspek kejelasan informasi dan estetika visual, supaya pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami sekaligus mampu menarik perhatian calon pelamar ketika dibagikan melalui media sosial atau *platform* digital lainnya. Desain kemudian dipublikasikan melalui *platform* digital seperti *Instagram Story* dan *WhatsApp Story* perusahaan untuk menjangkau audiens secara lebih luas.

3.2.4 *WhatsApp Blast* kepada Calon Pembeli

Praktikan melakukan kegiatan yaitu *WhatsApp Blast* kepada calon pembeli, kegiatan tersebut bertujuan untuk mengirimkan pesan secara langsung dan personal kepada individu yang telah diidentifikasi sebagai target pasar potensial. Pesan umumnya berisi tentang informasi mengenai proyek perumahan dan promo yang sedang berlangsung. Dalam pelaksanaannya, pesan dikemas secara menarik dan informatif, serta disertai dengan media visual seperti brosur digital untuk meningkatkan daya tarik. Strategi ini dinilai cukup efektif karena memungkinkan komunikasi dua arah secara cepat, dan memberikan peluang bagi calon konsumen untuk memberikan respon secara langsung apabila tertarik.

Salah satu hasil dari *WhatsApp Blast* adalah munculnya respons dari calon pembeli yang meminta brosur proyek perumahan serta menanyakan lokasi proyek perumahan. Praktikan memberikan penjelasan mengenai lokasi perumahan, namun calon pembeli tersebut hanya membaca pesan dan tidak memberikan balasan lanjutan. Kondisi seperti ini cukup umum terjadi dalam proses pemasaran properti, karena calon konsumen membutuhkan waktu untuk mempertimbangkan informasi sebelum mengambil keputusan. Meskipun respon tidak selalu langsung mengarah pada konversi penjualan, kegiatan *WhatsApp Blast* tetap memberikan manfaat dalam membangun kesadaran produk dan menjaga eksistensi *brand*. Oleh karena itu, diperlukan strategi lanjutan berupa *follow up* yang lebih bersifat personal, dengan harapan komunikasi dapat berkembang menuju tahap kunjungan survei atau diskusi lebih lanjut terkait skema pembayaran dan pilihan unit perumahan.



Gambar 3.6 Melakukan WhatsApp Blast Kepada Calon Pembeli

Informasi tersebut dikemas secara ringkas dan menarik melalui media visual seperti poster digital untuk memperkuat daya tarik pesan dan mendorong minat calon konsumen. Dengan strategi ini dinilai efektif karena memungkinkan berinteraksi dengan cepat dan respon langsung dari penerima pesan, sehingga memperbesar peluang terjadinya komunikasi lanjutan dan peningkatan konversi penjualan.

3.2.5 Mempelajari *Product Knowledge* (PK)

Praktikan melakukan kegiatan yaitu mengikuti proses pembelajaran *Product Knowledge* (PK) sebagai bagian penting dalam mendukung efektivitas kegiatan pemasaran properti. *Product Knowledge* mencakup pemahaman menyeluruh mengenai produk yang dipasarkan oleh perusahaan, baik dari sisi spesifikasi teknis maupun keunggulan yang dapat menarik minat konsumen. Pemahaman terhadap *Product Knowledge* diperoleh melalui aktivitas non formal yang bersifat praktis, seperti dengan menyimak pemaparan produk secara langsung dari tim *sales* dan marketing saat mereka mempresentasikan produk

kepada tim internal. Praktikan mendapatkan penjelasan mengenai berbagai aspek utama dari produk properti yang sedang ditawarkan, seperti tipe unit rumah, spesifikasi bangunan, fasilitas pendukung, lokasi dan aksesibilitas, harga dan skema pembayaran, serta promo yang sedang berlangsung. Pengetahuan ini selanjutnya digunakan dalam pembuatan konten video promosi yang jelas dan menarik, sehingga dapat meningkatkan minat dan kepercayaan calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan.



Gambar 3.7 Mempelajari Product Knowledge (PK)



Gambar 3.8 Mempelajari Product Knowledge (PK)



Gambar 3.9 Mempelajari Product Knowledge (PK)

3.2.6 Mengunggah Video Konten Promosi ke Instagram

Praktikan terlibat secara langsung dalam proses pembuatan dan pengelolaan akun Instagram baru yang digunakan sebagai sarana promosi produk properti perusahaan. Meskipun akun Instagram tersebut baru dibuat, identitas perusahaan tetap dijaga dengan menggunakan elemen visual resmi, seperti logo Stellar Property sebagai foto profil. Dalam prosesnya, Praktikan mengunggah konten video promosi yang telah disiapkan sebelumnya. Kegiatan ini mencakup penyusunan *caption* yang informatif untuk menyampaikan nilai jual produk secara jelas, serta penggunaan *hashtag* yang relevan agar konten lebih mudah ditemukan dan dapat dijangkau calon konsumen secara lebih luas. Untuk memperluas jangkauan, setiap unggahan pada *feeds* di bagikan melalui fitur *Instagram Story*.

Pemilihan Instagram sebagai media promosi dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik platform tersebut yang dinilai lebih sesuai dengan segmentasi pasar properti. Instagram memiliki fitur dengan tampilan visual berkualitas tinggi, seperti foto dan video yang estetik, sehingga lebih efektif menampilkan keunggulan unit rumah. Selain itu, audiens properti cenderung lebih banyak aktif di Instagram dibandingkan TikTok, karena sifat Instagram lebih profesional dan informatif, sementara TikTok lebih populer di kalangan remaja sehingga lebih cocok untuk konten hiburan. Oleh karena itu, penggunaan Instagram dipandang lebih strategis untuk membangun kredibilitas serta menjangkau calon pembeli potensial secara tepat sasaran.



Gambar 3.10 Membuat Akun Instagram

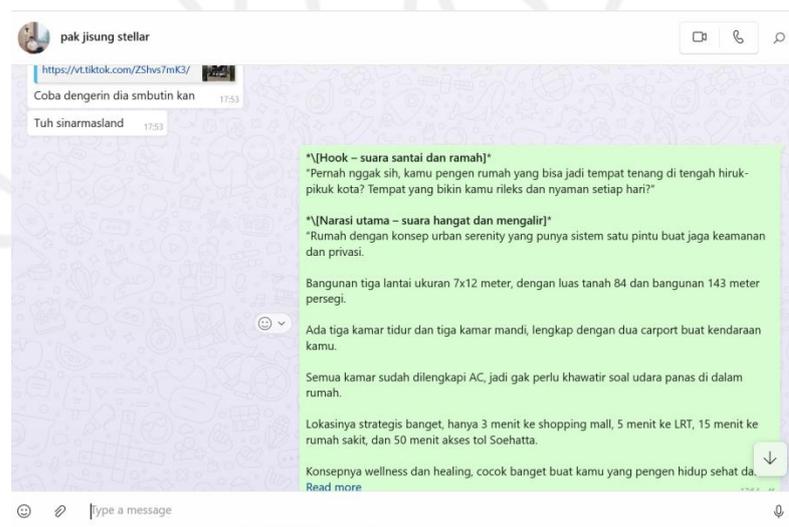


Gambar 3.11 Mengunggah Cerita di Instagram

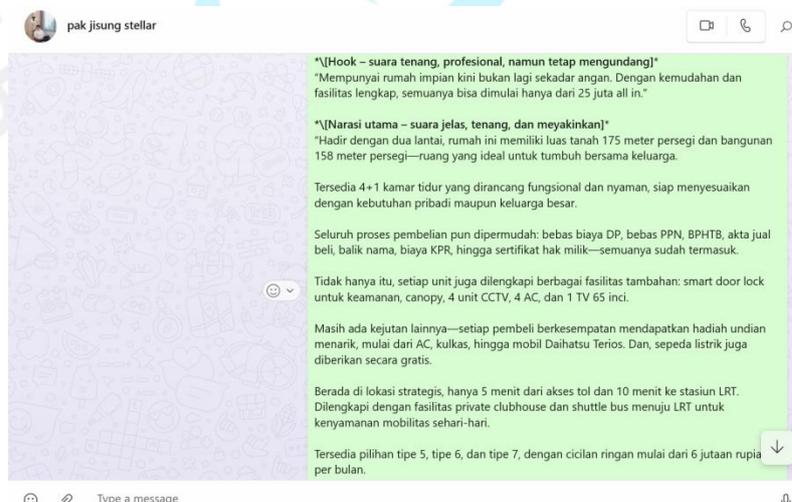
3.2.7 Menyusun *Script Storytelling* untuk *Voice Over*

Praktikan turut berperan dalam proses penyusunan *script storytelling* yang digunakan untuk *voice over* pada konten video promosi properti.

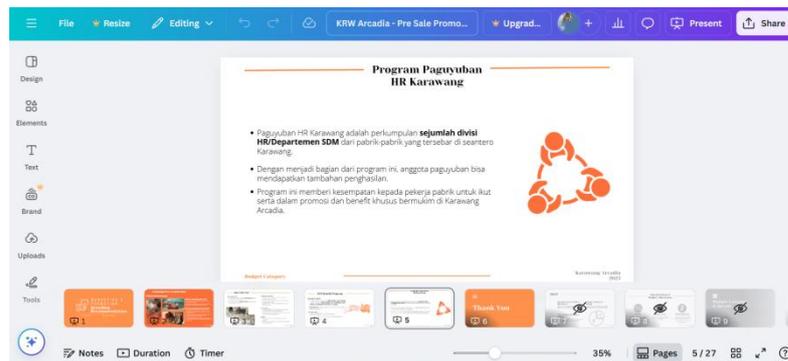
Penyusunan naskah dimulai dari pengenalan produk, penyampaian keunggulan dan nilai jual utama. Dalam prosesnya, praktikan memastikan bahwa bahasa yang digunakan komunikatif, persuasif, dan sesuai dengan karakteristik target pasar. Naskah disesuaikan dengan durasi video dan disusun sedemikian rupa supaya mampu memperkuat citra positif produk di mata calon konsumen. Kegiatan tersebut memberikan pengalaman praktis bagi praktikan dalam merancang materi komunikasi pemasaran yang efektif di era digital.



Gambar 3.12 Menyusun Script Story Telling untuk Voice Over



Gambar 3.13 Menyusun Script Story Telling untuk Voice Over



Gambar 3.15 Membuat Materi Presentasi

3.2.10 Membantu Proses Rekapitulasi Invoice

Dalam tugas membantu proses rekapitulasi *invoice*, praktikan menerima dan mengelola dokumen pendukung berupa foto Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), serta bukti pembelian perumahan dari klien maupun pihak terkait. Setelah dokumen diterima, praktikan melakukan penginputan data secara teliti ke dalam sistem administrasi atau *spreadsheet* yang digunakan perusahaan untuk proses pencatatan *invoice*. Selain itu, praktikan memastikan bahwa setiap data yang dimasukkan sesuai dan tidak terjadi kesalahan input yang dapat mengganggu proses administrasi selanjutnya. Selama proses ini, praktikan berkoordinasi dengan tim admin untuk mengatasi kendala yang mungkin muncul serta memastikan kelancaran proses administrasi dan pelaporan.

No	Periode	Tanggal	No Pesanan	Project	Nama Buyer
7	Januari 2025	20 Januari		Ananta Residence	LISA SARI LUSANTI
8	Januari 2025			Sarana Residence	Y. ANGGI SIVY CHRISTIANE

Gambar 3.16 Rekapitulasi Invoice Bulan Januari

REKAP PENJUALAN STELLAR PROPERTY SERPONG														
BOOKING FEE														
No.	Periode	Tanggal	No Pesanan	Project	Nama Buyer	Alamat KTP	Alamat Surat	No KTP	NPWP	Sales	Kantor Agent	Deal Closer	Sumber	Blok
1	Februari 2025			Emerald Residence	Soudine Karista					Taja	Stellar Property			
RESERVASI														
No.	Periode	Tanggal	No Pesanan	Project	Nama Buyer	Alamat KTP	Alamat Surat	No KTP	NPWP	Sales	Kantor Agent	Deal Closer	Sumber	Blok
1	Februari 2025			Bukit Golf Residence	Anor Abubakar					Anel	Stellar Property			

Gambar 3.17 Rekapitulasi Invoice Bulan Februari

3.3 Kendala yang Dihadapi

Selama pelaksanaan kerja praktik di Stellar Property, praktikan mengalami beberapa kendala yang di hadapi dalam proses pekerjaan yaitu:

3.3.1 Observasi *Show Unit* di Lapangan

Selama kegiatan survei lokasi perumahan, praktikan menghadapi kendala berupa tingginya jumlah pengunjung yang melakukan kunjungan secara bersamaan, khususnya di area *show unit*. Kondisi ini menyebabkan area tersebut menjadi cukup padat, sehingga ruang gerak untuk melakukan dokumentasi menjadi terbatas. Praktikan perlu menyesuaikan waktu dan menunggu giliran untuk memperoleh sudut pengambilan video yang optimal.

3.3.2 Proses Pengeditan Video

Selama pelaksanaan kerja profesi, salah satu kendala yang cukup signifikan adalah proses pengeditan video yang memerlukan ketelitian tinggi dan pemahaman teknis yang matang. Praktikan mengalami kesulitan dalam menyesuaikan transisi, melakukan pemotongan klip secara tepat, serta menambahkan elemen visual seperti teks yang relevan dan mendukung narasi. Kesalahan dalam penempatan transisi mupun durasi klip membuat alur video terasa tidak mulus, sehingga mengganggu kenyamanan visual audiens. Selain itu, ketidaktepatan dalam menyusun teks yang ditampilkan di dalam video menyebabkan pesan inti menjadi kurang jelas dan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman di kalangan audiens.

3.3.3 Mendesain Visual Lowongan Pekerjaan (*Job Vacancy*)

Selama proses mendesain visual lowongan pekerjaan dengan menggunakan aplikasi *Canva*, Praktikan menghadapi beberapa kendala teknis yang memengaruhi kelancaran pekerjaan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan referensi visual yang sesuai dengan identitas perusahaan, seperti warna khas dan gaya desain yang konsisten dengan citra profesional Stellar Property. Selain itu, Praktikan mengalami kesulitan dalam menyesuaikan tata letak informasi, seperti posisi yang dibuka, kualifikasi serta cara melamar, supaya dapat tersampaikan secara ringkas namun tetap menarik secara visual.

3.3.4 Melakukan WhatsApp Blast kepada Calon Pembeli

Dalam pelaksanaan kegiatan WhatsApp Blast, praktikan menghadapi beberapa kendala yang memengaruhi efektivitas komunikasi serta potensi konversi penjualan. Salah satu kendala utama adalah rendahnya tingkat respons dari calon pembeli, meskipun pesan telah dibuat secara menarik dan disertai dengan media visual seperti poster digital yang dikirim dalam bentuk gambar. Selain itu, terdapat kasus di mana calon pembeli membaca pesan dan menanyakan tipe rumah, namun setelah itu calon pembeli tidak memberikan balasan lanjutan setelah diberikan penjelasan. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketertarikan awal belum tentu berujung pada keputusan pembelian pada produk perumahan.

3.3.5 Mempelajari *Product Knowledge* (PK)

Dalam proses mempelajari *Product Knowledge* (PK) terkait berbagai proyek perumahan, Praktikan menghadapi beberapa kendala yang cukup memengaruhi pemahaman informasi secara menyeluruh. Salah satu kendala utama adalah banyaknya tipe produk yang harus dipelajari dalam waktu yang terbatas, mulai dari tipe rumah, fasilitas, skema pembayaran, hingga keunggulan lokasi masing-masing proyek. Selain itu, Praktikan mengalami kendala terkait istilah teknis dan singkatan dalam *Product Knowledge*, seperti sistem KPR, *booking fee*, atau tipe bangunan tertentu, hal tersebut menjadi tantangan bagi Praktikan yang belum terbiasa dengan istilah tersebut.

3.3.6 Kurangnya Ketelitian dalam Penyusunan *Script Storytelling*

Salah satu kendala yang dihadapi selama pelaksanaan kerja profesi adalah kurangnya ketelitian dalam penyusunan *script* untuk kebutuhan *storytelling*. Hal ini menyebabkan alur cerita yang disusun menjadi kurang terstruktur, sehingga pesan yang disampaikan kepada audiens tidak tersampaikan secara efektif. Kurangnya keselaran antara narasi dan tujuan komunikasi visual menyebabkan konten menjadi kurang menarik dan sulit dipahami oleh audiens.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Dalam menghadapi berbagai kendala selama pelaksanaan kerja praktik, praktikan mengambil beberapa langkah strategis untuk mengatasinya.

3.4.1 Mengatasi Survei Lokasi Perumahan

Untuk mengatasi kendala terbatasnya ruang gerak akibat padatnya pengunjung di area *show unit*, praktikan perlu melakukan dokumentasi secara bertahap dan memilih waktu yang lebih kondusif, yaitu pada pukul 12.00 hingga 13.00 WIB, di mana jumlah pengunjung relatif lebih sedikit karena sebagian besar pengunjung beristirahat dan meninggalkan lokasi untuk makan siang. Praktikan juga memanfaatkan momen tersebut untuk mengambil sudut ruangan yang strategis dan meminimalkan gangguan visual seperti menghindari efek *backlight*, yaitu memastikan cahaya utama tidak datang dari belakang objek. Selain itu, dilakukan koordinasi dengan mentor lapangan untuk menentukan urutan prioritas dokumentasi pada *show unit*, sehingga waktu kerja dapat digunakan secara lebih efisien. Pendekatan ini membantu memastikan bahwa hasil dokumentasi tetap optimal meskipun dihadapkan pada kondisi lapangan yang cukup padat.

3.4.2 Mengatasi Proses Pengeditan Video

Untuk mengatasi kendala dalam proses pengeditan video, praktikan perlu meningkatkan pemahaman teknis terkait perangkat lunak *editing* yang digunakan, baik dengan melalui *tutorial daring*, maupun bimbingan dari rekan kerja atau pembimbing lapangan. Selain itu, praktikan disarankan untuk memanfaatkan referensi visual dari *template* yang relevan sebagai acuan dalam

proses *editing* untuk menjaga konsistensi dan kualitas tampilan. Praktikan juga perlu menerapkan perencanaan yang matang sebelum proses pengeditan dimulai, seperti membuat kerangka alur video secara rinci agar proses pemilihan *klip*, penempatan transisi, dan penyusunan teks dilakukan secara lebih sistematis.

3.4.3 Mengatasi Mendesain Visual Lowongan Pekerjaan (*Job Vacancy*)

Untuk mengatasi kendala dalam mendesain visual lowongan pekerjaan, praktikan dapat berkonsultasi langsung dengan mentor lapangan untuk memperoleh arahan mengenai penggunaan warna, jenis huruf desain, dan elemen visual yang mencerminkan citra profesional perusahaan. Selain itu, dalam menyesuaikan tata letak informasi agar tetap menarik, praktikan dapat memanfaatkan fitur template yang tersedia di aplikasi *Canva* dan melakukan proses revisi desain berdasarkan masukan dari mentor lapangan.

3.4.4 Mengatasi Pelaksanaan *WhatsApp Blast* kepada Calon Pembeli

Untuk mengatasi kendala rendahnya tingkat respons dari calon pembeli, praktikan dapat melakukan strategi lanjutan berupa *follow up* yang lebih personal dan terarah yaitu dengan pesan lanjutan dikirimkan beberapa hari setelah pesan pertama, dengan nada komunikasi yang lebih ramah serta disesuaikan dengan minat awal yang pernah disampaikan oleh calon pembeli, seperti tipe perumahan atau promo yang sedang berlangsung. Pendekatan ini bertujuan supaya tetap menjaga komunikasi agar selalu terbuka dan mendorong calon konsumen agar kembali merespons. Selain itu, praktikan juga menyusun format pesan yang lebih ringkas, menarik serta tidak terkesan seperti promosi massal, supaya terasa lebih personal dan relevan dengan kebutuhan penerima.

3.4.5 Mengatasi Mempelajari *Product Knowledge* (PK)

Untuk mengatasi kendala keterbatasan waktu dalam mempelajari berbagai tipe produk perumahan, praktikan dapat menyusun ringkasan informasi setiap proyek secara terstruktur dalam bentuk poin-poin supaya lebih mudah dipahami dan diingat. Selain itu untuk mengatasi kendala istilah singkatan yang belum familiar, praktikan dapat berdiskusi dengan mentor dan tim *sales* serta melakukan pencarian mandiri melalui situs daring seperti *Google*. Dengan pendekatan ini, pemahaman terhadap materi *Product Knowledge* menjadi lebih

menyeluruh saat digunakan dalam kegiatan promosi maupun komunikasi dengan calon konsumen.

3.4.6 Mengatasi Kurangnya ketelitian dalam Penyusunan *Script* *Storytelling*

Praktikan perlu menerapkan proses perencanaan yang lebih matang sebelum menyusun *script*. Langkah awal yang dapat dilakukan yaitu dengan membuat kerangka cerita secara sistematis, sehingga ide dapat tersusun dengan jelas dan sesuai urutan. Selain itu, praktikan disarankan untuk melakukan proses revisi secara bertahap dan meminta masukan dari pembimbing untuk memastikan alur cerita tersusun secara logis serta saling mendukung antara satu bagian dengan bagian lainnya, sehingga membentuk alur cerita yang utuh dan mudah dipahami. Dengan memperhatikan keselarasan antara narasi, visual dan tujuan pesan materi naskah yang dihasilkan menjadi lebih informatif, komunikatif dan terorganisir dengan baik.

3.5 Pembelajaran yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Selama menjalani kegiatan kerja profesi, praktikan memperoleh berbagai pembelajaran yang berharga yang tidak hanya mendukung pemahaman teori dari perkuliahan tetapi juga meningkatkan keterampilan yang dibutuhkan dalam dunia kerja. Adapun pembelajaran yang praktikan peroleh yaitu:

1. Memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai proses survei lokasi perumahan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Praktikan belajar bagaimana melakukan observasi langsung terhadap kondisi fisik unit, lingkungan sekitar, serta aksesibilitas lokasi sebagai bahan informasi untuk calon konsumen. Praktikan juga memahami pentingnya ketepatan sudut saat pengambilan video dokumentasi.
2. Mendapatkan pengalaman teknis dalam proses pembuatan video konten, khususnya dalam mengedit video promosi menggunakan aplikasi *Capcut*. Kegiatan tersebut mencakup keterampilan dalam melakukan transisi, pemotongan klip yang presisi, serta penggunaan elemen visual tambahan seperti musik latar, teks, serta efek khusus. Praktikan menyadari pentingnya ketelitian dan estetika desain agar konten promosi dapat

tersampaikan secara efektif, informative dan menarik di platform *Instagram*.

3. Menyadari pentingnya membangun komunikasi yang efektif dengan anggota tim, baik dengan mentor maupun rekan kerja lainnya. Dalam mendesain visual lowongan pekerjaan, praktikan perlu mendiskusikan preferensi desain dengan mentor agar hasil akhir sesuai dengan citra perusahaan. Pengalaman tersebut membentuk pemahaman praktikan bahwa komunikasi bukan hanya soal menyampaikan pesan, tetapi juga mendengarkan secara aktif dan bekerja sama demi mencapai hasil kerja yang optimal.
4. Pelaksanaan kegiatan *WhatsApp Blast* memberikan pengalaman dalam memahami strategi komunikasi langsung dalam pemasaran properti. Selain itu, pengalaman berharga ketika praktikan menerima respons langsung dari calon pembeli yang menanyakan lebih lanjut mengenai brosur dan lokasi proyek perumahan. Praktikan menyadari bahwa walaupun tidak semua komunikasi berakhir pada transaksi, proses membangun hubungan (*relationship building*) dengan calon konsumen merupakan bagian penting dari strategi pemasaran jangka panjang.
5. Memahami pentingnya penguasaan informasi terkait tipe rumah, spesifikasi bangunan, fasilitas yang ditawarkan, skema pembayaran, promo yang sedang berlangsung, dan keunggulan lokasi masing-masing proyek. Pengalaman ini membuka wawasan praktikan bahwa *Product Knowledge* bukan hanya sekedar data teknis, tetapi merupakan modal utama bagi tim pemasaran untuk membangun komunikasi yang meyakinkan dengan calon pembeli, serta memengaruhi keberhasilan dalam menyampaikan nilai jual produk.
6. Mempelajari bagaimana menyusun *script storytelling* yang menarik dan terstruktur supaya pesan promosi tersampaikan secara jelas, persuasif dan tepat sasaran kepada audiens yang dituju. Pengalaman ini membantu praktikan memahami pentingnya narasi dalam membangun daya tarik konten promosi digital dan meningkatkan minat calon konsumen terhadap produk yang ditawarkan.