

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Selama menjalani program Kerja Profesi di Stellar Property, praktikan ditempatkan pada divisi *Marketing*. Divisi *Marketing* berperan penting dalam meningkatkan *brand awareness*, membangun citra positif perusahaan, serta mendukung aktivitas penjualan melalui berbagai strategi pemasaran modern. Divisi *Marketing* bertanggung jawab dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi kampanye pemasaran digital perusahaan melalui berbagai platform, seperti media sosial, situs web, dan iklan digital. Selain itu, divisi ini juga memiliki tanggung jawab dalam

- menyusun strategi konten, melakukan riset pasar, mengelola database prospek pelanggan, serta menjalin komunikasi yang efektif dengan audiens dan calon konsumen. Tak hanya itu, divisi ini juga berperan dalam merancang materi promosi visual, mengelola reputasi merek secara daring, serta mendukung tim penjualan dengan menyediakan lead yang berkualitas dan data analitik untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat.

Divisi *Marketing* memiliki cakupan tugas yang luas dan berperan sebagai jembatan strategis antara perusahaan dan pasar sasaran, sehingga mampu mendorong pertumbuhan bisnis serta memperkuat posisi kompetitif Stellar Property di industri properti yang semakin dinamis. Sebagai bagian dari tim marketing, praktikan mendukung seluruh aktivitas promosi digital, mulai dari perencanaan konten, pengelolaan media sosial, hingga penyusunan materi visual promosi. Selain itu, praktikan juga diberikan ruang untuk berkreasi dalam membangun identitas visual dan kampanye media sosial melalui platform seperti Instagram.

Secara garis besar, jenis pekerjaan yang menjadi ruang lingkup selama kerja profesi ini mencakup berbagai aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Praktikan terlibat langsung dalam aktivitas pemasaran dan promosi, dengan tujuan utama untuk menarik minat calon konsumen serta

meningkatkan penjualan unit properti. Dalam hal konten digital, praktikan turut andil dalam proses pembuatan dan pengelolaan konten media sosial, mulai dari pengambilan footage, pengeditan video menggunakan aplikasi CapCut, penulisan caption, hingga penjadwalan posting agar konsistensi brand perusahaan tetap terjaga.

Selain itu, praktikan juga bertanggung jawab dalam aspek administrasi pemasaran, seperti merekap data leads, data penjualan, dan invoice, serta menyusun materi presentasi pemasaran. Praktikan juga menjalankan tugas dalam interaksi langsung dengan konsumen, yaitu dengan melakukan follow-up terhadap calon pelanggan berdasarkan data leads yang tersedia, serta membantu memberikan edukasi produk kepada mereka.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program kerja profesi di Stellar Property, praktikan ditempatkan di Divisi Marketing dan memiliki peran aktif dalam berbagai kegiatan pemasaran properti, baik dari sisi digital marketing maupun aspek administratif. Dalam pelaksanaannya, praktikan diberi tanggung jawab untuk mendukung operasional tim dalam merancang strategi promosi, mengelola media sosial, menyusun materi pemasaran, serta menjalankan aktivitas follow-up terhadap calon konsumen. Praktikan juga dilibatkan dalam aktivitas survei lapangan ke unit proyek untuk mendukung konten promosi.

Melalui keterlibatan langsung ini, praktikan tidak hanya mengembangkan pemahaman praktis terhadap pekerjaan yang dilakukan di dunia profesional, tetapi juga memperkuat keterampilan komunikasi, kreativitas dalam menyusun konten visual, serta kedisiplinan dalam menyelesaikan tugas sesuai deadline. Praktikan menunjukkan sikap aktif, dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan setiap tugas yang diberikan, dengan tujuan untuk memberikan kontribusi maksimal dalam pencapaian target pemasaran perusahaan, serta kemauan untuk terus belajar dan beradaptasi dengan dinamika pekerjaan di dunia pemasaran properti. Adapun rincian pelaksanaan kerja yang dilakukan oleh praktikan selama masa kerja profesi adalah sebagai berikut:

3.2.1 *Product Knowledge*

Untuk mendukung efektivitas kerja di bidang pemasaran, praktikan mengikuti sesi *Product Knowledge (PK)*. Melalui kegiatan ini, praktikan memahami dengan baik mengenai produk properti yang dipasarkan, seperti tipe unit, lokasi proyek, spesifikasi bangunan, keunggulan kompetitif, serta harga yang diterapkan oleh perusahaan.



Gambar 3.1 Praktikan Mengikuti Sesi *Product Knowledge*

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Pemahaman yang mendalam terhadap produk sangat penting dalam dunia pemasaran, karena menjadi dasar untuk menyampaikan informasi yang akurat dan relevan kepada calon pelanggan.

Dalam proses tersebut, praktikan menjalankan serangkaian aktivitas berikut:



Gambar 3.2 Proses Product Knowledge

1. Menghadiri Sesi PK Secara Terjadwal

Praktikan menghadiri sesi pelatihan *Product Knowledge* yang diselenggarakan oleh pihak eksternal perusahaan.

2. Mempelajari Materi yang Disampaikan

Praktikan membaca dan mempelajari materi pendukung, seperti *product booklet*, brosur proyek, *price list*, dan *FAQ (Frequently Asked Questions)* yang dibagikan oleh perusahaan.

3. Mengikuti Penjelasan Langsung Mengenai Produk

Praktikan mendengarkan penjelasan detail terkait:

- Tipe-tipe unit properti (contoh: tipe rumah, apartemen, ruko).
- Spesifikasi teknis bangunan (material, finishing, layout).
- Lokasi dan akses proyek.
- Fasilitas penunjang kawasan.
- Keunggulan kompetitif dibandingkan proyek pesaing.
- Strategi penetapan harga dan promosi yang berlaku.

4. Melakukan Tanya Jawab dengan Narasumber

Mengajukan pertanyaan dan diskusi selama sesi, terutama terkait aspek teknis atau informasi yang sering ditanyakan oleh calon pelanggan

5. Mengunjungi *Show Unit* atau Lokasi Proyek

Praktikan melakukan kunjungan langsung ke *show unit* atau lokasi proyek untuk melihat secara nyata kondisi produk yang dipasarkan, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih realistis kepada konsumen.

3.2.2 Kegiatan Survei Lapangan

Untuk mendukung dokumentasi promosi, praktikan turut serta dalam kegiatan survei lapangan ke berbagai proyek properti, terutama unit *show house*. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh materi visual berupa foto dan video yang nantinya akan digunakan sebagai konten promosi di media sosial. Dalam setiap kunjungan, praktikan mengambil footage secara mandiri dengan mempertimbangkan sudut pengambilan gambar yang estetik namun tetap menggambarkan keunggulan properti.



Gambar 3.3 Kegiatan Survei Lapangan

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

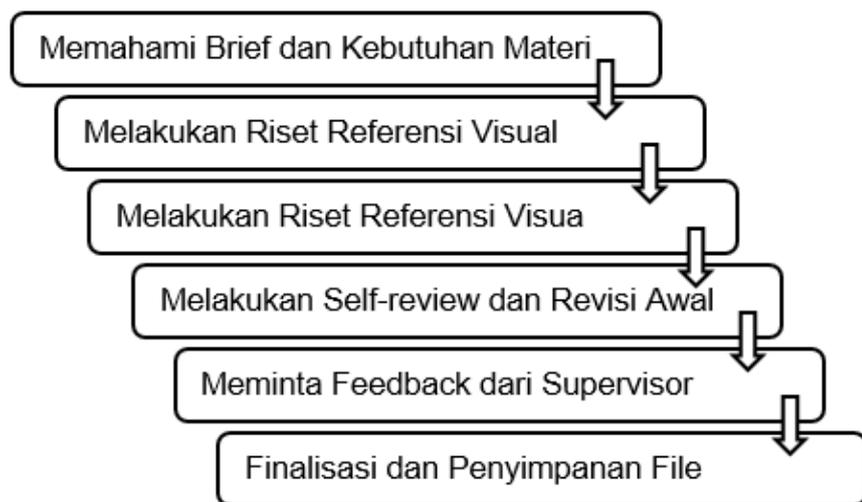
Melalui aktivitas ini, praktikan tidak hanya memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi fisik properti, tetapi juga memperdalam pemahaman mengenai elemen-elemen penting dalam pemasaran properti, seperti layout unit, fitur unggulan, hingga lingkungan sekitar proyek. Praktikan juga mempelajari bagaimana menyampaikan nilai jual dari sebuah properti melalui pendekatan visual yang menarik dan informatif. Selain itu, dengan keterlibatan langsung dalam aktivitas ini, praktikan semakin

memahami bagaimana sinergi antara penguasaan produk, kemampuan teknis dokumentasi, serta kreativitas visual dapat berperan besar dalam keberhasilan kampanye pemasaran digital.

3.2.3 Pembuatan Materi Promosi

Praktikan bertanggung jawab membuat berbagai materi promosi visual menggunakan Canva. Materi yang dibuat mencakup banner digital seperti “Rumah Dijual/Disewakan”, serta desain lowongan kerja untuk keperluan perekrutan agen atau staf marketing. Desain yang dibuat mengikuti dan menyesuaikan pedoman visual perusahaan.

Langkah-langkah pekerjaan yang dilakukan oleh praktikan meliputi:



Gambar 3.4 Proses Pembuatan Materi Promosi

1. Memahami Brief dan Kebutuhan Materi

Praktikan menerima arahan dari supervisor atau divisi marketing terkait jenis materi yang perlu dibuat (misalnya: banner promosi, flyer lowongan kerja) beserta pesan utama yang ingin disampaikan.

2. Melakukan Riset Referensi Visual

Praktikan mencari referensi desain yang sesuai dengan karakteristik brand perusahaan, baik dari contoh desain sebelumnya maupun dari sumber inspirasi lain.

3. Menyusun Konsep Desain di Canva

Praktikan menggunakan Canva untuk mengatur seluruh elemen visual ke dalam format desain yang diinginkan.

- Mengunggah dan menggunakan logo perusahaan.
- Memilih gambar atau ilustrasi yang relevan.
- Menyesuaikan warna agar konsisten dengan brand identity.
- Menyusun teks dengan hierarki visual yang jelas.

4. Melakukan Self-review dan Revisi Awal

Praktikan memeriksa kembali hasil desain secara mandiri untuk memastikan kesesuaian pesan, kejelasan informasi, serta konsistensi elemen visual.

5. Meminta Feedback dari Supervisor

Praktikan mengajukan desain kepada supervisor untuk mendapatkan masukan. Apabila terdapat masukan, praktikan melakukan penyesuaian atau revisi sesuai arahan yang diberikan.

6. Finalisasi dan Penyimpanan File

Setelah disetujui, praktikan menyimpan file desain dalam format yang sesuai (misalnya: PNG, JPG, PDF) dan mengunggah ke folder penyimpanan



Gambar 3.5 Banner Digital Promosi Properti “Rumah Dijual/Disewakan”

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)



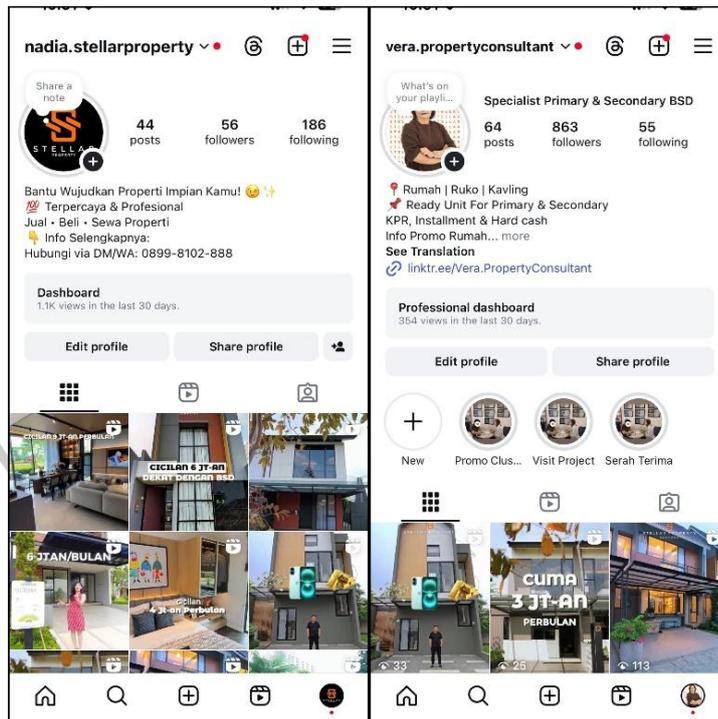
Gambar 3.6 Desain Materi Lowongan Kerja untuk Perekrutan Agen/Staf Marketing

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Selama proses ini, praktikan juga menunjukkan kemampuan dalam bekerja kolaboratif, terbuka terhadap masukan, serta menjaga profesionalitas dalam proses revisi dan komunikasi antar tim.

3.2.4 Pengelolaan Media Sosial Properti

Sebagai bagian dari strategi branding digital, praktikan secara aktif mengelola dua akun Instagram: akun pribadi properti (@nadia.stellarproperty) dan akun konsultan properti (@vera.consultantproperty). Kedua akun tersebut menjadi media utama untuk membangun citra profesional dan mempromosikan produk-produk properti kepada target pasar secara lebih dekat dan personal.



Gambar 3.7 Akun Instagram yang Dikelola Praktikan untuk Kegiatan Promosi dan Personal Branding

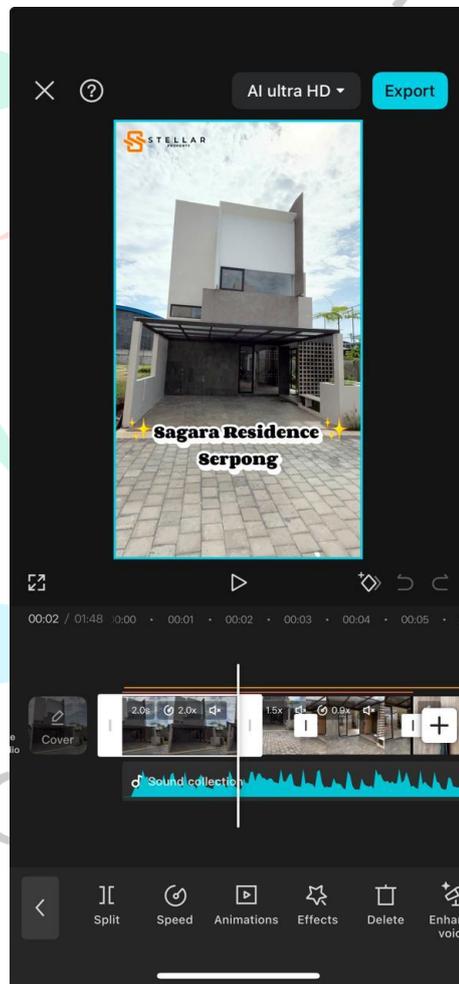
Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Pengelolaan akun dilakukan secara profesional dan konsisten, mulai dari penjadwalan konten, penyusunan caption yang menarik dan persuasif, penggunaan hashtag yang relevan agar konten memiliki potensi untuk menjangkau audiens yang lebih luas, serta memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Story dan Reels sebagai bagian dari strategi engagement.

Melalui praktik ini, praktikan memahami bahwa media sosial bukan hanya alat untuk memasarkan produk, tetapi juga sebagai kanal utama untuk membangun hubungan, menciptakan kepercayaan, serta menciptakan nilai tambah di benak konsumen. Dengan pendekatan tersebut, pengelolaan media sosial tidak hanya meningkatkan engagement, namun juga memperluas jangkauan audiens, memperkuat citra brand perusahaan, dan mendukung konversi penjualan secara tidak langsung.

3.2.5 Produksi Konten Digital dan Video Promosi

Dalam pembuatan konten, praktikan terlibat mulai dari pengambilan footage yang relevan dengan kegiatan pemasaran, serta melakukan proses editing video menggunakan aplikasi CapCut. Aktivitas ini menuntut kepekaan visual, ketelitian, dan kemampuan membaca angle atau sudut pengambilan gambar yang menarik. Selain itu, praktikan juga menyusun caption dengan gaya bahasa yang persuasif dan informatif, guna menarik perhatian sekaligus menyampaikan pesan yang jelas dan bernilai kepada target audiens.



Gambar 3.8 Mengolah Footage Menjadi Konten Promosi: Editing Video di CapCut

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Penjadwalan unggahan juga dilakukan secara rutin di Instagram dan WhatsApp. Dengan penjadwalan yang konsisten, konten dapat menjangkau audiens secara lebih efektif dan berkelanjutan.



Gambar 3.9 Strategi Publikasi Konten: Upload Story Instagram Secara Terjadwal

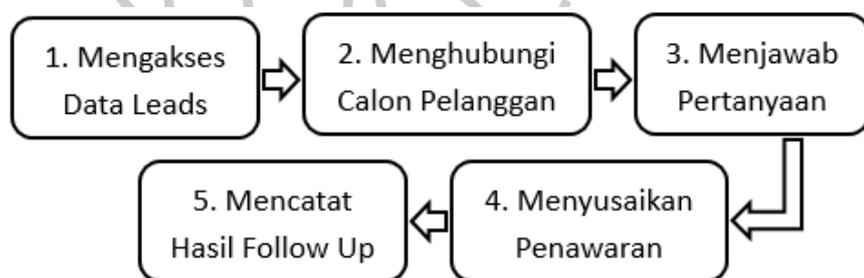
Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Melalui pengalaman ini, praktikan tidak hanya mengembangkan kemampuan teknis dalam pembuatan konten digital, tetapi juga memperoleh wawasan yang lebih luas tentang strategi komunikasi pemasaran digital yang efektif. Keterlibatan dalam proses kreatif dan analitis ini mendukung pencapaian tujuan pemasaran perusahaan, yaitu memperkuat brand awareness dan membangun hubungan yang lebih dekat dengan calon pelanggan. Oleh karena itu, kemampuan praktikan dalam mengelola konten secara profesional dan strategis menjadi salah satu kontribusi nyata dalam mendukung kinerja tim pemasaran secara keseluruhan.

3.2.6 *Follow-up Leads* (Calon Pelanggan Potensial)

Praktikan melakukan *follow-up* terhadap calon pelanggan berdasarkan data *leads* yang telah tersedia dari tim *marketing*. *Follow-up* ini dilakukan melalui media komunikasi digital, khususnya WhatsApp, yang memungkinkan interaksi cepat dan responsif.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam kegiatan *follow-up* ini meliputi:



Gambar 3.10 Proses *Follow Up*

1. Mengakses Data Leads

Praktikan terlebih dahulu mengakses database leads yang telah disediakan oleh tim marketing.

2. Menghubungi Calon Pelanggan

Praktikan mengirim pesan personal melalui WhatsApp, memperkenalkan diri dengan ramah dan profesional. Pada tahap ini, praktikan bertujuan untuk membuka percakapan, membangun kepercayaan, dan mengajak calon pelanggan untuk berdiskusi lebih lanjut mengenai kebutuhan mereka.

3. Menjawab Pertanyaan

Dalam proses percakapan, praktikan aktif merespons pertanyaan, memberikan penjelasan detail mengenai produk atau layanan yang ditawarkan.

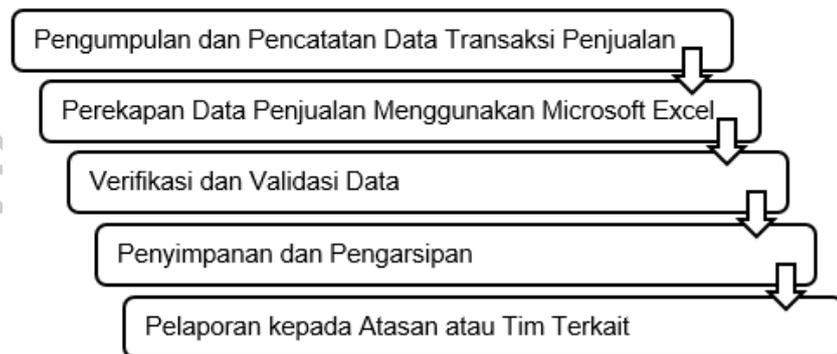
4. Menyesuaikan Penawaran

Praktikan menyesuaikan informasi penawaran, diskon, atau promo yang relevan dengan kebutuhan spesifik calon pelanggan, berdasarkan hasil percakapan yang berjalan.

3.2.7 Administrasi Pemasaran

Praktikan turut serta dalam proses administrasi, seperti merekap data invoice, penjualan unit, serta membuat surat Co-Broking Seluruh kegiatan ini dilaksanakan menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel dan Microsoft Word.

Langkah-Langkah Administrasi Pemasaran yang Dilakukan Praktikan:



Gambar 3.12 Proses Administrasi Pemasaran

1. Pengumpulan dan Pencatatan Data Transaksi Penjualan

Praktikan menerima data transaksi (misalnya data pembeli, unit yang dibeli, tanggal transaksi, dan nilai jual).

2. Perekapan Data Penjualan Menggunakan Microsoft Excel

Praktikan membuka template atau membuat file baru di Microsoft Excel.

Menginput data penting seperti:

- Nama Pembeli
- Jenis Unit
- Harga Penjualan
- Tanggal Transaksi
- Nomor Invoice

3. Verifikasi dan Validasi Data

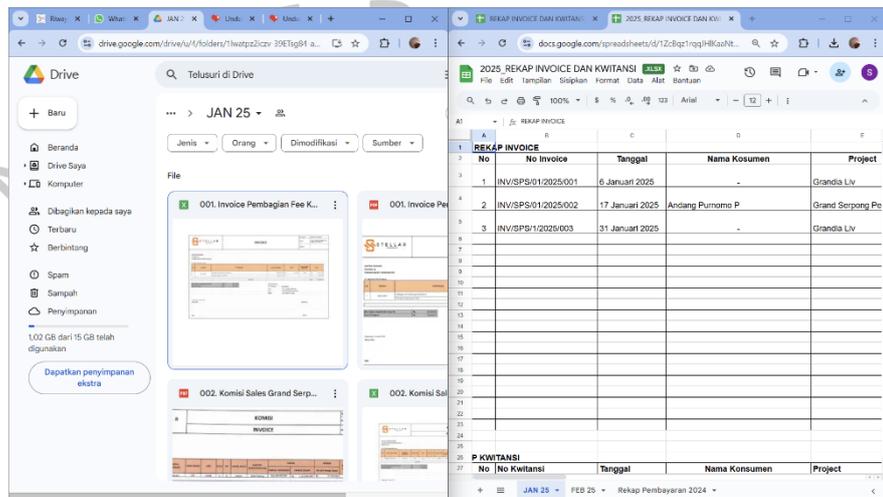
Praktikan melakukan pengecekan ulang terhadap seluruh data yang telah diinput. Data dicek untuk memastikan tidak ada duplikasi, kesalahan ketik, atau informasi yang hilang.

4. Penyimpanan dan Pengarsipan

Seluruh file Excel dan Word yang telah dibuat disimpan dalam folder khusus di *Google Drive* perusahaan.

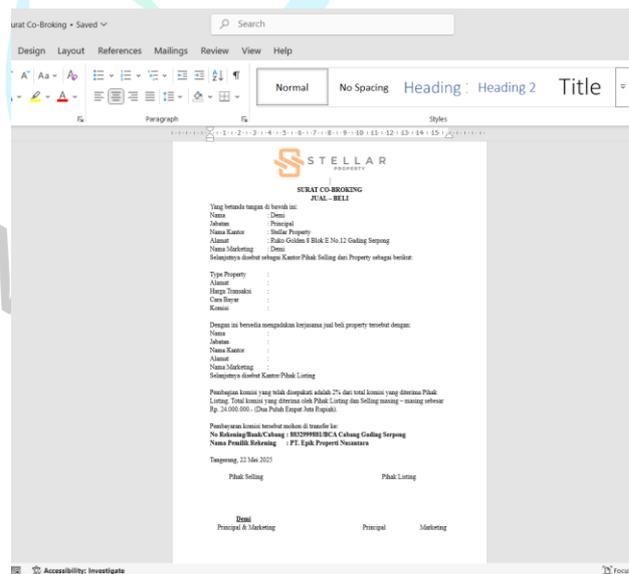
5. Pelaporan kepada Atasan atau Tim Terkait

Praktikan menyerahkan hasil pekerjaan kepada supervisor atau staf pemasaran senior untuk ditinjau. Jika ada revisi, praktikan melakukan perbaikan sesuai arahan.



Gambar 3.13 Tampilan Rekap Data yang Dikelola oleh Praktikan Menggunakan Microsoft Excel

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)



Gambar 3.14 Tampilan Surat Co-Broking yang Disusun oleh Praktikan Menggunakan Microsoft Word

Sumber: Dokumentasi pribadi (2025)

Melalui kegiatan ini, praktikan dilatih untuk bekerja secara teliti dan bertanggung jawab terhadap keakuratan data yang dikelola. Setiap informasi yang dicatat, mulai dari rincian pembeli, jenis unit, nilai transaksi, hingga tanggal penjualan, memiliki implikasi penting terhadap proses pelaporan dan pengambilan keputusan strategis oleh pihak manajemen.

Dengan pengalaman ini, praktikan tidak hanya memahami aspek pemasaran dari sisi lapangan, tetapi juga mendapatkan wawasan mendalam mengenai pentingnya pengelolaan dokumen dalam mendukung keseluruhan proses bisnis perusahaan. Hal ini menjadi nilai tambah dalam pengembangan kompetensi praktikan sebagai calon profesional yang adaptif dan kompeten dalam dunia kerja.

3.3 Kendala yang Dihadapi

Selama menjalani program kerja profesi, praktikan tidak hanya mendapatkan pengalaman dan wawasan baru, tetapi juga menghadapi berbagai tantangan yang menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran. Setiap kendala mencerminkan dinamika dunia kerja yang menuntut kemampuan beradaptasi, berpikir kreatif, serta semangat untuk terus belajar dan berkembang.

3.3.1 Keterbatasan Kemampuan Desain dan *Editing*

Kreativitas desain dan kemampuan teknis dalam mengolah video merupakan bagian penting dalam produksi konten digital, khususnya dalam menunjang aktivitas promosi dan pemasaran secara visual. Walaupun praktikan cukup familiar dengan aplikasi seperti Canva dan CapCut, masih terdapat kesulitan dalam menerapkan teknik desain dan *editing* yang lebih mendalam, seperti penggunaan efek transisi yang kompleks, penyesuaian audio visual yang presisi, dan pengolahan visual yang lebih dinamis. Keterbatasan ini dapat memperlambat proses produksi konten, serta berdampak pada kualitas hasil yang diharapkan.

Keterampilan ini sangat dibutuhkan dalam menunjang efektivitas komunikasi visual dalam dunia pemasaran digital. Tanpa

penguasaan yang memadai, kontribusi praktikan dalam menghasilkan konten kreatif yang menarik dan profesional menjadi kurang maksimal. Dengan demikian, keterbatasan tersebut dapat memengaruhi efektivitas strategi pemasaran dan menghambat pencapaian tujuan komunikasi perusahaan secara menyeluruh.

3.3.2 Keterbatasan Perangkat dan *Software* Pendukung

Perangkat kerja yang memadai serta ketersediaan *software* pendukung merupakan faktor penting dalam mendukung kelancaran proses produksi konten digital, terutama dalam menciptakan desain visual yang berkualitas. Selama masa praktik, praktikan menghadapi kendala teknis berupa keterbatasan perangkat pribadi, khususnya dalam mengoperasikan *software* desain seperti *Adobe Illustrator* yang tidak dapat berjalan dengan optimal karena spesifikasi laptop yang terbatas. Hal ini menyulitkan proses editing visual secara maksimal dan menghambat efisiensi kerja dalam produksi konten.

3.3.3 Kendala dalam Pengelolaan Media Sosial

Pengelolaan akun media sosial merupakan salah satu kegiatan utama yang dilakukan praktikan, namun terdapat beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaannya. Salah satu tantangan utama adalah menjaga konsistensi jadwal unggahan konten secara rutin. Praktikan perlu menyesuaikan waktu antara pembuatan konten dan waktu publikasi yang tepat. Selain itu, praktikan menghadapi kesulitan dalam menentukan jenis konten yang menarik dan sesuai dengan preferensi target audiens. Proses perumusan *caption*, pemilihan visual, serta penggunaan *hashtag* yang efektif. Terlebih, perubahan algoritma media sosial juga menjadi tantangan tersendiri, di mana jangkauan (*reach*) dan interaksi konten bisa berubah sewaktu-waktu tanpa pola yang pasti, sehingga upaya yang telah dilakukan tidak selalu menghasilkan *outcome* yang sebanding.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

Setiap tantangan yang dihadapi selama program kerja profesi mendorong praktikan untuk mencari solusi yang adaptif dan kreatif. Dalam upaya menjaga produktivitas serta meningkatkan kualitas kinerja, berbagai pendekatan dilakukan untuk mengatasi keterbatasan yang muncul. Tindakan ini tidak hanya membantu menyelesaikan permasalahan, tetapi juga menjadi sarana pengembangan diri yang berkelanjutan di lingkungan kerja profesional.

3.4.1 Mengatasi Keterbatasan Kemampuan Desain dan *Editing*

Untuk mengatasi keterbatasan dalam kemampuan desain dan *editing*, praktikan berusaha meningkatkan skill secara mandiri dengan memanfaatkan sumber belajar *online* seperti tutorial di YouTube dan *platform* pembelajaran digital lainnya. Selain itu, praktikan juga meminta bantuan dan bimbingan dari rekan kerja atau mentor yang lebih berpengalaman dalam bidang desain dan *editing*. Pendekatan ini bertujuan agar praktikan dapat menguasai teknik yang lebih kompleks dan meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan secara bertahap.

3.4.2 Mengatasi Keterbatasan Perangkat dan Software Pendukung

Dalam menghadapi keterbatasan perangkat dan software, praktikan mencari solusi alternatif dengan menggunakan aplikasi yang lebih ringan dan sesuai dengan spesifikasi laptop yang tersedia. Contohnya, Canva digunakan untuk kebutuhan desain grafis dasar, sementara aplikasi seperti CapCut dimanfaatkan untuk proses *editing* video yang lebih sederhana. Pemilihan tools yang efisien ini memungkinkan praktikan tetap produktif meskipun dengan keterbatasan teknologi.

3.4.3 Mengatasi Kendala dalam Pengelolaan Media Sosial

Dalam mengatasi tantangan pada pengelolaan media sosial, praktikan menyusun jadwal konten mingguan secara sistematis agar unggahan lebih konsisten dan terorganisir. Praktikan menggunakan reminder pribadi untuk mengatur waktu publikasi konten, serta mendiskusikan waktu unggah terbaik bersama mentor agar selaras dengan jam aktif target audiens.

Untuk mengatasi kesulitan dalam menentukan jenis konten yang menarik, praktikan melakukan observasi terhadap tren konten pesaing, serta visual mana yang memperoleh interaksi tinggi. Praktikan juga melakukan riset *hashtag* untuk meningkatkan jangkauan.

3.5 Pembelajaran yang diperoleh dari Kerja Profesi

Melalui pelaksanaan kerja profesi di Stellar Property, praktikan memperoleh berbagai pembelajaran berharga yang tidak hanya memperkaya pengetahuan teoritis yang telah diperoleh di bangku perkuliahan, tetapi juga mengembangkan keterampilan praktis yang sangat relevan di dunia kerja. Berikut adalah beberapa pembelajaran utama yang diperoleh:

1. Pendalaman Pengetahuan Produk melalui *Product Knowledge* dan Survei Lapangan

Praktikan memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai produk properti yang dipasarkan, baik dari aspek teknis bangunan, tipe unit, lokasi proyek, hingga keunggulan kompetitifnya. Kegiatan ini memperkuat kemampuan praktikan dalam menyampaikan informasi yang akurat dan meyakinkan kepada calon pelanggan. Kunjungan langsung ke show unit juga memberikan gambaran nyata yang memperkuat pemahaman praktikan terhadap nilai jual properti.

2. Keterampilan dalam Produksi Konten Promosi Visual dan Video

Melalui tugas pembuatan banner, desain lowongan kerja, dan konten video promosi, praktikan belajar menggunakan aplikasi seperti Canva dan CapCut secara lebih maksimal. Praktikan memahami bagaimana menyusun komposisi visual, mengatur narasi promosi, dan memastikan desain sesuai identitas visual perusahaan. Kegiatan ini melatih kreativitas, ketelitian, serta kemampuan menyampaikan pesan secara visual yang menarik.

3. Pengalaman Strategis dalam Pengelolaan Media Sosial

Dengan mengelola akun Instagram pribadi dan konsultan properti, praktikan belajar menyusun konten secara terjadwal, membuat *caption* persuasif, dan menggunakan *hashtag* untuk

meningkatkan jangkauan. Praktikan juga memperoleh pemahaman tentang pentingnya konsistensi *brand image*, interaksi audiens, serta peran media sosial dalam membangun kepercayaan pelanggan dan memperluas pasar.

4. Peningkatan Kemampuan Komunikasi dan Negosiasi dalam *Follow-Up Leads*

Melalui aktivitas *follow-up leads*, praktikan memperoleh pengalaman nyata dalam menjalin komunikasi yang sopan, profesional, dan persuasif kepada calon pelanggan. Praktikan belajar menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan karakteristik pelanggan serta memberikan penawaran yang sesuai berdasarkan kebutuhan dan minat audiens. Ini memperkuat kemampuan interpersonal dan negosiasi praktikan.

5. Pengenalan Terhadap Administrasi Pemasaran Properti

Kegiatan administrasi seperti rekap data penjualan, pengisian invoice, dan penyusunan surat co-broking memberi gambaran langsung tentang pentingnya pencatatan data secara rapi dan akurat. Praktikan belajar menggunakan Microsoft Excel dan Word dalam konteks kerja profesional, sekaligus memahami bagaimana data tersebut digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam bisnis.

6. Pengembangan *Soft Skills* dan Manajemen Waktu

Dengan beragam tanggung jawab yang harus dijalankan secara simultan, praktikan belajar mengelola waktu secara efektif, mengatur prioritas kerja, serta menyelesaikan tugas tepat waktu. Praktikan juga mengasah *soft skills* seperti kemampuan beradaptasi, berpikir kreatif, bekerja sama dalam tim, serta terbuka terhadap masukan dan perubahan. Semua ini menjadi bekal penting dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang dinamis dan kompetitif.