



6.5%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 11 JUN 2024, 9:56 AM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.05%

● CHANGED TEXT
6.44%

Report #21636931

3 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Pasca pandemi, persaingan di dunia kerja semakin ketat terlebih untuk lulusan sarjana atau fresh graduate. Perekonomian Indonesia saat ini masih pada tahap pemulihan atau bisa dibilang pergerakannya cukup lambat dibandingkan negara lain. Hal ini menyebabkan tingginya angka pengangguran. 13 Data yang didapat dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada bulan Februari 2022, menunjukkan bahwa angka pengangguran di Indonesia sebanyak 5,83 persen dari total penduduk usia kerja adalah 208,54 juta orang. 14 persen di antaranya adalah penduduk dengan lulusan diploma dan sarjana S1 (Ernis, 2022). Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan lulusan sarjana banyak yang tidak mendapatkan kerja dalam jangka waktu yang lama. Menurut Head of Human Capital PT. Praweda Ciptakarsa Informatika yakni Alfeus Nehemia mengatakan bahwa penduduk yang memiliki latar pendidikan tinggi justru banyak dari mereka yang menganggur atau sulit mendapatkan pekerjaan yang layak. Menurutnya, salah satu alasan mengapa banyak sarjana yang masih belum mendapatkan pekerjaan dikarenakan keterampilan yang dimiliki sarjana tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan di perusahaan (Ernis, 2022). Kemudian, faktor lainnya yang memicu pengangguran adalah minimnya sarjana yang berkualitas. Penelitian yang dilakukan oleh UNESCO dan ILO mendapatkan hasil bahwa, perguruan tinggi di Indonesia secara massif kurang menyediakan sarana prasarana yang memadai untuk menghasilkan sarjana yang berkualitas,

melainkan berorientasi profit. Kondisi ini menyebabkan tingginya jumlah lulusan yang kurang berkualitas. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa banyak sarjana yang belum bekerja atau menganggur dalam waktu yang cukup lama (Anwar, 2022). Dunia pendidikan merupakan tempat untuk mempersiapkan mahasiswa menjadi lulusan yang memiliki keahlian, kemampuan serta pengalaman dalam bidangnya. Hal tersebut bertujuan agar mempersiapkan mahasiswa dapat beradaptasi dan memenuhi kebutuhan di dunia pekerjaan. Di era transformasi digital, mahasiswa harus bisa beradaptasi dengan perubahan tren yang begitu cepat. Sehingga dibutuhkan lulusan yang berkualitas, tidak hanya menguasai ilmu namun juga memiliki skill dan pengalaman yang dapat menunjang ketika di dunia kerja. ²⁴ Maka dari itu, perguruan tinggi memiliki pengaruh penting bagi mahasiswa dalam memberikan bekal di dunia kerja. Perguruan tinggi dapat meningkatkan dan mengembangkan soft skill yang dimiliki seseorang. Soft skill tersebut merupakan kepercayaan diri, komunikasi, memiliki pemikiran yang kritis, menjadi problem solver dan sebagainya. Tidak hanya soft skill yang dikembangkan, namun hard skill juga dapat ditingkatkan sesuai dengan bidang dan minat masing-masing. Survey yang dilakukan oleh Times Higher Education bahwa alasan utama seseorang masuk ke perguruan tinggi adalah ingin mempertajam minat yang mereka miliki. Perkuliahan merupakan wadah yang tepat bagi mereka yang ingin belajar, bersosialisasi, meningkatkan dan mengembangkan soft skill dan hard skill (Anjani, 2022). Salah satu cara perguruan tinggi untuk membantu mahasiswa mengenal dan melatih soft skill dan hard skill yang mereka miliki di dunia kerja adalah melalui magang. Magang merupakan proses dimana seseorang dapat menerapkan pengetahuan yang mereka miliki di dunia pendidikan ke dunia kerja. Pemagang mendapatkan pengetahuan, wawasan, pengalaman dan dapat memahami sistem yang ada di dunia kerja yang sesungguhnya (Al-Amin, 2022). Adapun tujuan dari magang yakni mendapatkan pengalaman di dunia kerja, dapat mengembangkan keterampilan, meningkatkan soft skill dan hard skill, membangun relasi secara profesional, mendapatkan referensi kerja dan mendapatkan kesempatan untuk

eksplorasi karir (Adieb, 2021). Universitas Pembangunan Jaya merupakan salah satu perguruan tinggi yang mewajibkan seluruh mahasiswanya untuk mengikuti kegiatan Kerja Profesi. Kerja Profesi merupakan kegiatan yang memiliki tujuan untuk memberikan gambaran kepada mahasiswa mengenai dunia kerja.

18 Kerja Profesi memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan atau mengaplikasikan teori yang telah dipelajari di perkuliahan, sesuai dengan program studi dan minat masing-masing. Kerja Profesi sendiri merupakan mata kuliah wajib yang diikuti oleh seluruh mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya, Program Studi Ilmu Komunikasi. Kerja Profesi dilaksanakan dengan bobot 3 (tiga) Sistem Kredit Semester (SKS), dengan kegiatan yang dilakukan Kerja Profesi selama 3 (tiga) bulan, maksimal waktu yang diperoleh adalah 400 jam kerja. Kerja Profesi ini dilakukan oleh mahasiswa semester enam menuju semester tujuh (Universitas Pembangunan Jaya, 2021). Pada Fakultas Humaniora dan Bisnis, Program Studi Ilmu Komunikasi dengan minor Public Relations, mahasiswa tidak hanya diberikan teori-teori akademis namun juga praktik-praktik khusus yang berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal. Praktik tersebut melatih mahasiswa dalam berkomunikasi, tanggung jawab serta profesionalisme ketika menghadapi dunia pekerjaan yang sesungguhnya. Serta Kerja Profesi ini penting dilakukan oleh mahasiswa Public Relations agar dapat mengasah pengetahuan serta skill yang dimiliki di dalam dunia kerja.

9 Public Relations sendiri memiliki arti sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publiknya yang mempengaruhi kesuksesan dan kegagalan dari organisasi tersebut (Cutlip, 2006). Sebagai mahasiswa Public Relations atau PR, harus dapat memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan tren-tren yang ada di sosial digital. Praktikan juga dibekali ilmu-ilmu pengetahuan mengenai bagaimana menjadi seorang Public Relations yang baik dan benar ketika di perkuliahan. Praktikan juga harus mempelajari bagaimana perkembangan humas di era 4.0, agar bisa menerapkannya di dunia pekerjaan. Setiap perusahaan membutuhkan seorang PR sebagai jembatan antara perusahaan dengan publik, sehingga

informasi yang didapat akan mudah diperoleh jika ada seorang PR. Namun, seorang PR tidak hanya memiliki tugas sebagai jembatan antara perusahaan dengan publik, namun PR juga memiliki berbagai kepentingan untuk perusahaan dan publiknya. Kegiatan-kegiatan PR antara lain membentuk strategi dalam setiap program yang dijalankan PR, menganalisis isu dan opini pada publik, membuat acara-acara khusus perusahaan. Kemudian, menjaga hubungan baik antara pihak atua lembaga yang berhubungan dengan perusahaan. Lalu, seorang PR juga harus memiliki kemampuan untuk membuat brief, menulis, mengedit, membuat dan menyusun konten, press release, mempersiapkan press conference. Lalu, PR juga harus memiliki strategi khusus yang telah disiapkan ketika perusahaan mengalami kasus atau krisis. Kegiatan yang dilakukan PR seputar kepentingan perusahaan dan publik (Tumpi, 2015). Era digital saat ini mengharuskan PR lebih bersaing dalam membuat sebuah kegiatan yang berkaitan dengan perusahaan dan publik. Era digital merubah cara pandang seorang PR dalam membangun reputasi perusahaan. Membangun reputasi sudah tidak lagi melalui media konvensional namun banyak perusahaan yang beralih ke platform media digital dan media sosial. PR harus lebih sering melakukan riset pasar untuk melihat tren-tren yang berkembang cukup pesat. Seorang PR juga membangun strategi konten untuk menciptakan loyalitas pada audiens. Selain membangun awareness sudiens, PR juga harus bisa membuat strategi konten yang membangun rasa percaya audiens. Konten yang dapat membangun rasa percaya biasanya konten-konten yang melibatkan audiens secara langsung, sehingga terdapat komunikasi secara dua arah (Indoensia PR, 2020). Lalu, tahap yang dilakukan PR ketika di era digitalisasi ini adalah memperhatikan engagement. Konten yang telah direalisasikan harus memiliki tolak ukur keberhasilan, sehingga bisa menjadi bahan evaluasi bagi PR untuk mengembangkan konten lebih baik lagi (Indoensia PR, 2020). Untuk dapat merealisasikan kegiatan-kegiatan PR dibutuhkan keahlian atau bidang khusus yang biasa disebut sebagai Marketing Komunikasi. Marketing komunikasi merupakan bentuk komunikasi yang bersifat informative dan juga

persuasif dengan tujuan untuk meningkatkan awareness dan mempromosikan suatu produk atau jasa. Dengan adanya Marketing komunikasi, perusahaan dapat berhubungan dengan pihak- pihak eksternal serta audiens secara efektif dan mudah. Marketing komunikasi memiliki peran penting pada perusahaan karena memegang beberapa divisi yang ada dibawah naungannya. Divisi yang berhubungan dengan Marketing komunikasi ada Promotion, Administrasi dan Design (Saretta, 2021). Marketing komunikasi tidak hanya berfokus pada penjualan atau sales, namun juga memperhatikan brand awareness, feedback dari audiens, memproduksi konten, menyusun strategi konten, menulis dan mengedit, menghubungi pihak-pihak eksternal dan sebagainya (Saretta, 2021) . Terdapat perubahan strategi marketing sebelum pandemi dan pasca pandemi. Sebelum pandemi strategi Marketing masih banyak yang menggunakan strategi konvensional seperti membuat billboard, banner atau umbul-umbul di jalan. Sedangkan pasca pandemi strategi Marketing berubah secara drastis, kebanyakan perusahaan beralih ke strategi digital yakni memaksimalkan sosial media. Hal ini banyak perusahaan yang mulai memakai sosial media seperti instagram, tiktok, twitter bahkan facebook untuk mempromosikan barang atau jasa yang mereka miliki. 10 Kegiatan pada marketing communication pada perusahaan PT DDD memiliki tujuan utama yaitu untuk meningkatkan brand awareness terhadap produk yang dijual pada perusahaan yakni properti. selain itu, kegiatan berfokus terhadap membantu divisi sales dengan menyediakan fasilitas yang mendukung kegiatan divis sales seperti membuat konten di sosial media, membuat bookflet dan leaflet, mencari tempat pameran, membuat event dan alat bantu tim Sales dalam proses presentasi kepada calon buyer maupun customer. salah satunya adalah event cooking with ABC Studio dan painting class with Bartega Alasan praktikan dalam bidang sosial media yakni untuk dapat meningkatkan ilmu pengetahuan dan pembelajaran terkait digital marketing pada perusahaan properti. Sehingga praktikan dapat memiliki pengetahuan secara luas, tidak hanya dalam bidang entertain namun juga pada bidang properti. Selain itu sosial media juga merupakan platform yang sangat berkaitan dengan

bidang kuliah yang praktikan pelajari, sehingga praktikan dapat bisa menerapkan ilmu serta pengetahuan yang praktikan dapat ketika perkuliahan. Hal tersebut menjadi alasan kuat mengapa praktikan melakukan kerja profesi di perusahaan property yakni PT.Duti Diamond Development (SINAR MAS LAND). Perusahaan tersebut bergerak dibidang properti, salah satu properti yang dimiliki oleh Sinar Mas Land adalah Unit Kizo. Berdasarkan latar Belakang yang telah diuraikan, praktikan membuat judul laporan Kerja Profesi “PERAN DAN PROSES KERJA CONTENT CREATOR PADA DEPARTEMEN MARKETING COMMUNICATION, PT DUTI DIAMOND DEVELOPMENT Melalui laporan Kerja Profesi ini, praktikan akan menjelaskan bagaimana kegiatan dalam divisi design sebagai content creator di perusahaan properti KIZO Residence.. Bagaimana sistem pada perusahaan, budaya dalam perusahaan, bagaimana cara mengatasi kendala saat bekerja dan apa solusi yang dapat diberikan.

12 30

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi 1.2 1 Maksud Kerja Profesi Berikut maksud dari Kerja Profesi yang telah dilakukan oleh mahasiswa, antara lain : 1. Mempraktikkan teori dan pengalaman praktik yang diperoleh semasa studi pada Departemen Marketing Communication perusahaan property. 2. Mempelajari bagaimana cara untuk membuat planning konten, memproduksi konten, membuat design, mengedit dan running sebuah event. 3.

Meningkatkan wawasan serta pengetahuan mengenai dunia digital sebagai content creator. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi Berikut tujuan dari Kerja

Profesi yang telah dilakukan oleh mahasiswa, antara lain : 1. **21** Mendapatkan pengalaman, wawasan, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan bekerja sebagai content creator di perusahaan property. 2. Dapat memperoleh ilmu pengetahuan mengenai cara untuk membuat planning 10 konten, memproduksi konten, membuat design, mengedit dan running sebuah event. 3. Mendapatkan pengetahuan serta pengalaman mengenai dunia digital sebagai content

creator. 1.3 Kegunaan Kerja Profesi 1.3.1 Bagi UPJ 1. **22** Mendapatkan saran atau masukan secara positif agar dapat menyempurnakan kurikulum program studi, sesuai dengan perkembangan zaman. 2. Memperluas jaringan kerja sama antara pihak Universitas Pembangunan Jaya dengan pihak eksternal atau instansi

atau perusahaan yang terkait. 6 12 19 3. Memberikan masukan untuk mewujudkan konsep link and match pada dunia pendidikan dan industri, serta dapan meningkatkan kulaitas layanan dengan stakeholders. 1.3.2 Bagi Mahasiswa 1. Mendapatkan ilmu pengetahuan ketika melakukan kerja profesi sehingga dapat mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari pada saat perkuliahan. 2. Mendapatkan pengalaman yang bermanfaat bagi mahasiswa di dunia kerja sebagai content creator, mahasiswa juga dapat mempelajari dan menerapkan sikap, pengetahuan serta keterampilan tersebut untuk menjadi bekal bagi mahasiswa. 3. Dapat melakukan komunikasi dengan baik, efektif serta profesional kepada pihak internal maupun eksternal sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. 1.3.3 Bagi Instansi Perusahaan 1. Memberikan kerja sama positif antara pihak-pihak yang terlibat. 2. Menjalin hubungan baik dengan Universitas dengan instansi atau perusahaan. 3. Dapat merealisasikan tanggung jawab pada kelembagaan. 1 3 8 1.4 Tempat Kerja Pofesi PT Diamond Development Indonesia (DDI) merupakan perusahaan joint venture antara Mitsubishi Corporation melalui perusahaan PT Diamond Development Indonesia (DDI) dan Sinar Mas Land dengan nama perusahaan PT Duta Pertiwi Tbk. Perusahaan ini bergerak pada bidang properti dengan unit apartemen yaitu KIZO RESIDENCE yang diresmikan sejak tahun 2019 yang berlokasi di Sinarmas Land Plaza Tower 1, 6th Floor, JL. M.H Thamrin No.51, Jakarta Pusat, 10230. Sedangkan untuk unit proyek beralamat di Jl. 25 RS. Fatmawati Raya, Cipete Utara, Kec. 25 29 Kby. 25 29 Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12150. Selama melakukan kerja profesi di Sinasmas Land, praktik bekerja di bagian promotion divisi deisgn. Praktikan mendapatkan tugas dan tanggung jawab melakukan pekerjaan seperti membuat desain untuk kebutuhan promosi baik luring maupun daring, sebagai narahubung untuk melakukan kontka dengan Influencer & KOL, membuat konsep 10 konten visual berupa foto dan video, produksi visual foto & video, menyunting foto & video, dokumentasi acara, melakukan survey tempat untuk pameran dan melakukan riset untuk konten Instagram dan Tiktok. Praktikan bekerja dari 6 Juni hingga 6 Septmeber 2022, mulai dari hari Senin hingga Jumat pukul

8.30 - 17.30 WIB dengan total jam kerja sebanyak 480 Jam. Praktikan memilih Sinarmas Land dikarenakan memiliki ketertarikan pada Marketing Communication pada perusahaan properti. Praktikan ingin mengetahui bagaimana cara Marketing yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang properti. Selain itu, Sinarmas Land adalah salah satu perusahaan terbesar di Indonesia dengan 40 tahun pengalaman di bidang properti. Sehingga praktikan memiliki kepercayaan dan keyakinan besar untuk mendapatkan ilmu pengetahuan serta pengalaman, jika melakukan Kerja Profesi di PT. Duti Diamond Development unit apartemen KIZO Residence. **27** Berikut data dan informasi singkat mengenai perusahaan tempat pelaksanaan Kerja Profesi : Nama intansi : PT. DUTI DIAMOND DEVELOPMENT Alamat : Sinarmas Land Plaza Tower 1, 6th Floor, JL. M.H Thamrin No.51, Jakarta Pusat, 10230. Telepon : 021-27095556 Email : info@kizo.co.id Divisi : Design Praktikan melakukan Kerja Profesi secara hybrid, sesuai dengan urgensi serta kebutuhan perusahaan. Praktikan berharap dengan melakukan kerja profesi di PT. Duti Diamond Development agar mendapatkan ilmu dan pengalaman pada bidang Marketing communication serta membangun hubungan yang baik dengan rekan kerja di Sinarmas Land. Praktikan juga berharap dengan melakukan Kerja Profesi, praktikan dapat memberikan kontribusi yang baik dan positif kepada perusahaan.

1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi Tabel 1.1 Timeplan Pelaksanaan Kerja Profesi 10 Dalam melakukan Kerja Profesi ada berkas-berkas yang harus dipersiapkan dan dibutuhkan sebelum praktikan melaksanakan Kerja Profesi. Berkas tersebut diantaranya adalah praktikan harus melampirkan transkrip nilai dari semester 1 (satu) hingga semester 6 (enam), sebagai syarat untuk mengikuti mata kuliah Kerja Profesi dan untuk melengkapi berkas kampus. Kemudian pada bulan April dan Mei 2022, praktikan mempersiapkan CV beserta Portofolio untuk diajukan ke beberapa perusahaan melalui platform pencari kerja yakni, LinkedIn dan JobStreet. Praktikan mencari pekerjaan yang sesuai dengan bidang yang praktikan minati dan pastinya berhubungan dengan bidang Ilmu Komunikasi khususnya public realtions. Praktikan juga mencari perusahaan yang membuka lowongan magang



REPORT #21636931

melalui sosial media Instagram, seperti @magang_id dan @infolokertangsel . Salah satu perusahaan yang sedang membuka lowongan sesuai dengan bidang Ilmu Komunikasi (public relations) adalah Kidzania dan TukangSayur.id. Kedua perusahaan tersebut membuka lowongan di bidang Ilmu Komunikasi yakni, Marketing Communication dan Social Media Specialist. Namun, setelah praktikan mengirimkan e-mail kepada kedua perusahaan tersebut, masih belum mendapatkan feedback. Sehingga praktikan harus mencari alternative lain, agar dapat memenuhi waktu tenggat dari timeline praktik Kerja Profesi. Pada bulan Mei 2022, praktikan menemukan bahwa PT. DUTI DIAMOND DEVELOPMENT yang sedang membuat property baru yakni KIZO Residence, sedang membuka lowongan di bagian divisi design, melalui sosial media Instagram. Praktikan mengajukan CV dan Portofolio melalui e-mail yang tertera di tempat pencari kerja. Lalu, pada bulan yang sama, praktikan mendapatkan panggilan interview agar dapat mengetahui potensi yang dimiliki praktikan, sekaligus untuk memperkenalkan diri. Dua hari kemudian, praktikan mendapatkan feedback melalui email dan juga WhatsApp bahwa praktikan dapat melaksanakan magang untuk memenuhi praktik Kerja Profesi di PT. DUTI DIAMOND DEVELOPMENT KIZO Residence sebagai content creator di divisi design. Praktikan mulai menyiapkan dokumen-dokumen yang harus diberikan kepada perusahaan, antara lain adalah lampiran surat pernyataan kampus untuk kebutuhan data magang, nomor rekening dan form penilaian dari kampus. Kemudian, praktikan juga mempersiapkan dokumen yang dibutuhkan untuk kampus seperti surat pengantar perusahaan, transkrip nilai, pengajuan KP dan form penerimaan KP. Pada tanggal 6 Juni 2022 praktikan mulai melaksanakan Kerja Profesi dengan work form office. Selama praktikan melaksanakan magang, praktikan juga mempersiapkan laporan kerja profesi dan juga melakukan bimbingan, untuk mengumpulkan pelaporan KP pada akhir September 2022.

14 16 BAB II TINJAUAN UMUM
TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah Perusahaan Sinar Mas Land Limited
merupakan salah satu dari perusahaan konglomerasi besar di Indonesia yakni Sinar Mas Group.
Sinar Mas Group sendiri memegang tujuh pilar bisnis yakni pulp dan

kertas, agribisnis dan pangan, pengembang dan real estate, layanan dan keuangan, telekomunikasi, energy dan infrastruktur serta layanan kesehatan. Sinar Mas Group didirikan oleh salah satu konglomerat Indonesia yakni Eka Tjipta Widjaja pada tahun 1962. 17 Sinar Mas Land merupakan perusahaan pengembang property terbesar di Indonesia, yang berdiri sejak tahun 1988 dengan diversifikasi proyek yang beragam selama lebih dari 40 tahun. Sinar Mas Land mulai mendapatkan momentum dengan proyek perumahan dengan harga terjangkau dengan fasilitas yang elit. Sehingga banyak masyarakat mulai melihat nama Sinar Mas Land. Sinar Mas Land memiliki banyak anak perusahaan salah satunya adalah PT. Duti Diamond Development. PT. DDD tersebut merupakan perusahaan Joint venture antara PT. Diamond Development Indonesia yang merupakan anak perusahaan Mitsubishi Corporation dan Sinar Mas Land. PT. DDD kini menghadirkan apartemen baru dengan nuansa Jepang yang bernama KIZO Residence. Hongky J. CEO Commercial National Sinar Mas Land mengatakana bahwa pembangunan KIZO Residence sendiri ditandai dengan peluncuran Marketing gallery. 1 4 Salah satu upaya perusahaan untuk memberikan gambaran bagi calon pembeli ruang secara nyata. Pada siaran pers, Hongky J juga mengatakan terkait Marketing gallery bahwa KIZO Residnece memiliki konsep yang unik. 1 2 3 4 5 Apartemen dengan nuansa Jepang sehingga para konsumen dapat melihat dan merasakan langsung gambaran tinggal di Jepang. Apartemen tersebut juga sudah dilengkapi dengan teknologi smart home system yang tujuannya dapat memudahkan dan memanjakan penghuni ketika berada didalam rumah. Presiden Direktur dari PT Diamond Development Indonesia yakni Kenji Ono mengatakan bahwa Marketing gallery ini dirancang khusus oleh salah satu desainer ternama dan terbaik di Jepang. Ia juga mengatakan bahwa konsep yang dibuat merujuk pada filosofi dari Rin apanese Simplicity tujuannya adalah mengajak calon konsumen untuk menikmati keindahan desain yang memberikan kesan kontemplatif seperti Zen Garden, kemudian Enggawa Room yang memadukan suasana pada eksterior dan interior dan Japanese Ink Painting Art yang dapat mendukung mata para calon pembeli. 2 Marketing gallery ini konsemen dapat

merasakan dan mempelajari langsung bagaimana fitur-fitur unggulan dan terbaik yang sama persis dengan unit-unit yang ada di KIZO Residence nanti. Fitur yang dapat dipelajari adalah smart lock door yang nantinya dapat diakses menggunakan Radio-Frequency Identification (RFID, PIN dan Bluetooth).

Kemudian fitur lainnya adalah smart lighting yakni lampu pada ruangan akan otomatis menyala jika terdeteksi sensor pergerakan. Fitur yang terakhir adalah e-glass yang dapat mengurangi sinar matahari 100 persen menjadi 57 persen.

1 2 3 4 5 KIZO Residence juga dilengkapi dengan fitur Video Intercom dan Panic Button, hal ini bertujuan untuk keamanan dari penghuni. Sehingga penghuni tidak perlu khawatir 16 terkait privacy dan keamanan. KIZO Residence ini memiliki berbagai tipe unit apartemen, mulai dari tipe studio hingga tipe terbesar yang ada tiga bedroom. (Petriella, 2022). Gambar 2. 1

Logo KIZO Residence Sumber : Website www.kizo-apatment.com KIZO Residence memiliki konsep brand yakni untuk mewujudkan visi dan inovasi bisnis, serta dapat menjadi perusahaan yang dipercaya, meyakinkan, memotivasi dan menginspirasi. KIZO Residence juga memiliki brand value, dengan core dari value tersebut adalah menjadi brand yang simple dan practical. KIZO menghadirkan sebuah inovasi baru dengan tinggal di sebuah apartemen yang memiliki suasana dan fasilitas untuk mendukung kebutuhan serta keinginan customer. Selain itu KIZO juga menyediakan tempat tinggal dengan design serta kualitas tinggi, menggunakan tema modern dengan unsur design Jepang. KIZO sendiri memang diciptakan berada di tengah kota yang ramai pekerja, sehingga ketika pulang kerumah terasa nyaman, meskipun berada di tengah kota. KIZO Residence memiliki filosofi pada logo yang mereka miliki. Nama KIZO sendiri terinspirasi oleh pohon yang setiap tahun bertumbuh semakin besar dan tinggi. Kata “KI” merupakan arti dari pohon dalam bahasa Jepang. KIZO dalam perspektif Jepang memiliki arti “hadiah”. Logo KIZO tersebut menggabungkan dari beberapa elemen yang sudah disederhanakan menjadi gabungan antara pohon, bangunan, bentuk berlian dan gerakan tangan. Pohon melambangkan pertumbuhan yang stabil dalam bisnis dan perumahan pribadi. Lalu, bangunan yang berbentuk berlian

ini mengidentifikasi sebagai merek yang baik dibuat dengan presisi yang tinggi. Kemudian, gerakan tangan dapat diidentifikasi huruf O di KIZO diubah untuk memberikan kesan gerakan tangan yang mewakili kualitas hidup.

16 2.2 Struktur Organisasi Gambar 2.2 Struktur Organisasi KIZO Residence

Sumber : Internal Perusahaan PT. Duti Diamond Development memiliki berbagai unit pertama adalah Board Of Director, Project Director, Sales and Promotion, PM Construction, TP, Finance and Accounting, GA and HR dan Building Manager. Pada perusahaan PT. Duti Diamond Development memiliki struktur perusahaan yang tertata, setiap posisi memiliki tugas dan tanggung jawab masing-masing. Posisi board of director memiliki posisi tertinggi di perusahaan, yang dimana mereka dapat mengambil keputusan dan menilai apakah manajemen yang berjalan sudah sesuai atau belum. Dewan direksi pada PT Duti Diamond Development diisi oleh dua orang dari Mitsubishi Corporation dan satu orang dari Sinar Mas Land. Project Director memiliki tugas dan tanggung jawab kepada dewan direksi untuk menjalankan dan mensukseskan proyek serta mengambil keputusan pada manajemen perusahaan. Selanjutnya, sales and promotion bertugas sebagai tim operasional dan revenue perusahaan. Lalu, PM Constructions bertugas sebagai tim operasional perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan terhadap proyek yang akan dikerjakan oleh bagian tim teknis plan, bertanggung jawab untuk perencanaan pembangun konstruksi proyek yang akan dibuat. Selanjutnya terdapat divisi finance and accounting bertugas untuk mengatur manajemen keuangan pada perusahaan. Lalu, GA dan HR bertugas sebagai mengelola, memantu dan mencari SDM (Sumber Daya Manusia). Lalu terdapat building manager memiliki tugas dan tanggung sebagai mengurus kebutuhan dan pengelolaan gedung atau proyek perusahaan. Tiap unit memiliki divisi dan subdivisi yang berbeda, untuk kerja profesi sendiri praktikan ditempatkan di bagian sales and promotion. Sales and promotion merupakan dua divisi yang memiliki arti dan tugas yang berbeda. Dilansir dari situs Hubspot bahwa sales merupakan aktivitas yang merujuk pada penjualan barang atau jasa.

yang bekerja di divisi sales memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai menjaga hubungan baik dengan klien atau kostumer yang pada akhirnya akan berujung pada penjualan. 16 Sedangkan Marketing atau promotion merupakan aktivitas yang membantu meningkatkan kualitas dan ketertiban barang dan jasa yang akan dijual. Divisi Marketing memiliki tanggung jawab untuk membuat dan menjalankan sebuah kampanye yang menarik perhatian orang untuk melihat produk dan jasa yang dijual. Pada unit KIZO Residence praktikan memiliki tanggung jawab dibagian promotion atau Marketing. Praktikan bertugas untuk meriset konten, merencanakan konten, design konten, membuat story board, running event dan LO. 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan Pada divisi promotion terdapat sub divisi yang memiliki tugas dan tanggung jawab pada perusahaan, sebagai berikut : 1. Promotion Manager Promotion manager memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengatur dan mengkoordinasikan semua tugas yang dimiliki oleh divisi dibawahnya yakni design, field dan admin. Promotion manager juga bertugas untuk menyampaikan report kepada atasan sesuai dengan arahan yang diberikan. manager juga bertugas memberikan rencana konten yang nantinya akan di jalankan oleh divisi dibawahnya. Promotion manager nantinya akan berhubungan langsung dengan atas untuk memberikan update serta approval, yang berkaitan dengan perencanaan konten, desain video untuk media sosial, event dan sebagainya. 2. Design Design memiliki tugas yakni membuat sebuah konten visual yang dibutuhkan oleh promotion, mulai dari digital hingga cetak. Design konten digital dan cetak yang dibuat yakni konten sosial media, flyer, leaflet, booklet, materi out of home (OOH), desain di pameran atau booth, perencanaan konten sosial media, produksi konten video dan poster. Selain membuat perencanaan desain, divisi ini juga memiliki tugas untuk melakukan kerja sama dengan influencer atau KOL. Melakukan kontak dengan konten, brainstorming ide dan review insight KOL atau influencer itu sendiri. Dalam melakukan pelaksanaan kerja profesi, praktikan berada di dalam divisi design, dibawah pengawasan Galuh Raga Nandika. Dalam divisi design terdapat sebuah tim yang bekerja sama

untuk melakukan brainstorming ide konten, memproduksi konten, meriset konten, membuat perencanaan konten dan mengedit konten. 3. Field Divisi ini memiliki tanggung jawab untuk mensurvey tempat untuk pameran booth atau kegiatan yang berhubungan dengan acara yang diselenggarakan oleh KIZO. Field juga bertanggung jawab untuk negosiasi tempat acara, kemudian report kepada atasan, segala hal yang berhubungan dengan tempat acara KIZO merupakan tugas field. Namun, pada saat praktikan melakukan Kerja Profesi, praktikan juga melakukan survey untuk tempat pameran. Dikarenakan pada saat praktikan Kerja Profesi, belum ada SDM yang handle posisi field, sehingga praktikan dan pembimbing kerja praktikan yang mengambil alih posisi ini, sebagai pekerjaan tambahan. 4. Admin 16 Admin memiliki tanggung jawab yang berkaitan dengan surat menyurat seperti membuat memo, SPK atau surat pengajuan kerja sama. Kemudian berita acara yang nantinya akan dilanjutkan ke bagian finance. Admin juga bertugas untuk membalas vendor maupun pihak ketiga yang bertanya melalui media sosial ataupun email, terkait apartemen. Praktikan berada di posisi design, dimana posisi tersebut berkaitan dengan pihak internal maupun eksternal. Dalam divisi design, juga harus menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal seperti KOL atau influencers. Sehingga praktikan tidak hanya mempelajari teknis- teknis dalam membuat sebuah konten, namun praktikan juga harus bisa memiliki komunikasi yang baik agar dapat menjalin kerja sama dengan pihak eksternal. Praktikan berada di divisi design sebagai content creator dibawah naungan pembimbing kerja praktikan yakni Galuh Raga Nandika. Pada pelaksanaan Kerja Profesi, praktikan di mentori oleh Mas Galuh dalam mempelajari terkait sistem perusahaan, budaya perusahaan, brand knowledge dan sebagainya. Praktikan selalu berkoordinasi oleh pembimbing praktikan agar, pembimbing dapat menilai kinerja praktikan selama melakukan Kerja Profesi. Selain itu, untuk meminimalisir terjadinya miscommunication antara praktikan dan pembimbing kerja.

19 BAB III
PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Content Creator Komunikasi pemasaran adalah komunikasi yang bertujuan dapat meningkatkan branding

perusahaan, meningkatkan pelayanan dan penjualan, menjalin hubungan baik dengan konsumen, menarik investor dan kostumer dan memunculkan ide-ide yang inovatif. Dalam bidang kerja content creator , sendiri memiliki tugas dan tanggung jawab untuk menciptakan pesan-pesan bersifat perusafif khususnya jika bekerjasama dengan pengiklan , mencitptakan konten yang orisinil yang akan dipublikasikan di berbagai media sosial . Tujuan utama dari bidang kerja content creator adalah untuk membentuk branding perusahaan dan membangun hubungan baik dengan eksternal maupun internal (Quipper, 2022) . Sehingga content creator masuk kedalam teori komunikasi pemasaran. Konten tidak hanya dibuat semata-mata untuk menghibur audiens namun juga harus menyertakan pesan yang ingin disampaikan ke masyarakat dan memastikan pesan tersebut diterima oleh masyarakat. Pekerjaan yang melibatkan pembuatan konten dari mulai planning hingga konten tersebut terpublish adalah pekerjaan content creator. Bidang kerja content creator masuk kedalam kegiatan komunikasi pemasaran . **7** Komunikasi pemasaran sendiri menurut William G. Nickels merupakan pertukaran komunikasi atau informasi yang dilakukan menggunakan cara persuasif , agar proses pertukaran komunikasi tersebut dapat berjalan dengan efisien dan efektif (LinovHR, 2021). Dalam membuat sebuah konten terdapat beberapa aspek yang dibutuhkan agar konten tersebut dapat sampai kemasyarakat, baik dari tampilan maupun pesan yang disampaikan. Aspek yang paling utama adalah melihat tren yang ada di masyarakat dan juga meriset apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh masyarakat. Aspek tersebut penting dikarenakan perkembangan tren yang yang cepat membuat para pembuat konten juga harus berkompetisi. Namun, dalam membuat konten khususnya konten yang bersifat profesional untuk kebutuhan perusahaan, juga harus diperhatikan value serta do's and don't yang diberikan perusahaan. Selama melakukan Kerja Profesi, praktikan ditempatkan dibagian divisi design sebagai content creator. Praktikan juga berpartisipasi dalam special event yang diselenggarakan oleh perusahaan. Berikut paparan bidang kerja yang dilakukan oleh praktikan. 3.1.1 Content Creator Content creator merupakan seseorang yang memiliki tanggung jawab

untuk membuat sebuah konten yang mengombinasikan nilai edukasi dan juga hiburan. Content creator memiliki tujuan untuk membuat sebuah konten yang memiliki pesan positif namun juga terdapat nilai hiburan yang dapat dinikmati oleh masyarakat. Content creator juga harus cepat dan tanggap dalam mengikuti perkembangan tren, agar konten yang dibuat tidak membosankan. Content creator juga harus memastikan setiap konten yang dibuat memiliki kualitas foto atau video yang layak untuk diberikan kepada publik. Menjadi content creator harus memiliki kreatifitas yang tinggi, kreatif menjadi salah satu alat utama untuk content creator agar dapat menarik perhatian khalayak. Selain memiliki kreatifitas content creator juga harus memiliki strategi yang matang agar konten yang dibuat bisa viral dan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima oleh khalayak. Selanjutnya, content creator juga harus memahami audiensnya, apa yang dibutuhkan oleh audiens, bagaimana demografis audiensnya. Sehingga dapat menciptakan konten yang sesuai dengan target audiens. **11** Kemudian, content creator juga harus memiliki penilaian bagi kontennya sendiri atau key performance indicator (KPI). KPI ini yang dapat menilai apakah konten yang dibuat sudah layak atau belum. Selanjutnya, content creator juga harus menciptakan konten yang orisinal, artinya konten yang memiliki ciri khas. Ciri khas inilah yang nantinya akan menjadi pembeda antara pencipta konten lain. Jika tidak memiliki ciri khas khusus maka akan tersingkirkan dengan pencipta konten yang sudah memiliki gaya sendiri. Karena audiens cenderung lebih suka melihat konten yang berbeda dan menonjol, karena akan lebih mudah untuk diingat oleh audiens. Seorang content creator memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain, pertama melakukan riset dan mempelajari tren terkini yang ada di internet atau sosial media. Kedua, menulis, meninjau serta mengedit konten yang dibuat sesuai dengan platform yang digunakan. **11** Ketiga, bekerja sama dengan tim kreatif atau melakukan brainstorming terkait persiapan materi promosi. Keempat, melakukan monitoring media sosial dari perusahaan dan meningkatkan traffic dari konten yang telah dibuat (Firdiansyah, 2022). Dari penjelasan

diatas, content creator merupakan seseorang yang ada di balik setiap konten yang dibuat, baik pribadi atau perusahaan. Dalam melakukan Kerja Profesi praktikan memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab setiap harinya. Content creator di perusahaan KIZO Residence Berada pada divisi promotion dengan sub divisi yaitu design. Content creator pada divisi design tidak hanya berfokus untuk memproduksi konten-konten di sosial media yaitu berupa design , tetapi juga memikirkan bagaimana untuk konten planning pada sosial media Instagram KIZO Residence .Selain konten planning , juga memproduksi konten-konten selain design yang berupa video. Berikut adalah rangkain aktivitas selama praktikan melakukan Kerja Profesi di KIZO Residence. A. Pekerjaan Utama 1) Riset Konten Melakukan sebuah riset merupakan hal terpenting dalam menjadi seorang content creator. Riset merupakan kegiatan pengumpulan, pengkajian dan penyajian data yang bersifat objektif. Menurut pakar sosiologi yakni Earl Robert Babbie, riset merupakan suatu kegitsan penyelidikan percobaan sistematis untuk medeskripsikan, memprediksi suatu fenomena yang terjadi dimasyarakat. Tujuan utama dari sebuah riset bagi content creator adalah untuk dapat meidentifikasi fenomena baru atau tren baru yang ada dimasyarakat. Sehingga konten yang dibuat sesuai dengan target market yang dituju oleh content creator (Popilix, 2022).. 26 Praktikan dalam melaksanakan Kerja Profesi selalu melakukan riset untuk konten yang nantinya akan diproduksi. Riset tersebut dapat berupa riset audiens, riset tren yang ada dimasyarakat, dan riset konten apa saja yang dibutuhkan oleh audiens namun tetap orisinil. **26** Praktikan melakukan riset mengoptimalkan sosial media seperti Instagram, Tiktok, Facebook dan Twitter. Karena tren yang muncul biasanya ada di keempat platform sosial media tersebut. Sehingga praktikan banyak menghabiskan waktu untuk melihat sosial media tersebut. Melakukan riset untuk sebuah konten merupakan bagian dari kegiatan yang berkaitan dengan mata kuliah praktikan di perkuliahan yakni, Hubungan Masyarakat Online dan Critical and Creative Thingking. 2) Membuat Konten Planning Konten plan merupakan sebuah perencanaan atau pengembangan konten

yang dilakukan agar dapat mencapai hasil yang ingin dicapai. Konten plan berupa apa saja konten yang ingin dibuat, menggunakan platform apa dan kapan hari dan tanggal terbitnya konten. Konten plan ini bertujuan agar konten memiliki jadwal yang tersusun secara rapih agar konten dapat dipersiapkan jauh-jauh hari dari tanggal posting konten tersebut. Jika tidak ada planning yang jelas dan terstruktur, konten yang akan diproduksi tidak akan memiliki nilai, visual dari konten tersebut juga tidak maksimal. Konten plan juga memiliki tujuan untuk meningkatkan awareness audiens terkait perusahaan (Aliya, 2020). Selama praktikan melakukan Kerja Profesi, praktikan membuat konten planning untuk setiap bulannya. Hal ini bertujuan agar praktikan dapat mempersiapkan produksi konten yang urgent dan yang tidak. Praktikan membuat konten plan berdasarkan riset yang telah dilakukan, agar praktikan mengetahui konten apa yang layak untuk ditampilkan di publik dan yang tidak layak. Membuat perencanaan konten untuk sebuah konten merupakan bagian dari kegiatan yang berkaitan dengan mata kuliah praktikan di perkuliahan yakni, Hubungan Masyarakat Online. 3) Produksi Konten Berupa Design Maupun Video

Produksi konten merupakan tahap akhir setelah semua perencanaan konten dibuat. Produksi konten merupakan salah satu realisasi dari ide dan planning yang sebelumnya sudah direncanakan. Ketika praktikan melakukan Kerja Profesi, ada beberapa tahapan dalam melakukan produksi sebuah konten, berikut tahapannya : a. Pertama yang harus dilakukan adalah membuat story board. Story board sendiri menjadi panduan ketika nanti melakukan produksi konten. Apa saja yang ingin ditampilkan dalam konten tersebut sudah ada didalam story board. Story board yang dibuat oleh praktikan adalah hasil brief dari supervisor promotion yaitu mengusung tema keluarga muda. Dibawah pengawasan mentor, praktikan membuat story board mengenai sebuah keluarga yang tinggal di apartement dengan sudut pandang dari seorang ibu. Menceritakan ketika keluarga tinggal di apartement KIZO yang memiliki fasilitas yang memadai. Hal ini diangkat untuk memberikan gambaran apa saja fasilitas yang dimiliki pada unit

apartemen KIZO Residence, seperti smart door lock, e-glass, video intercom, dan full kitchen set. Selain fasilitas, praktikan juga 26 mengangkat terkait kemudahan akses yang dimiliki oleh KIZO Residence, hal ini mengacu kepada dekatnya apartemen KIZO dengan stasiun MRT Haji Nawari. Hal ini menjadi poin penting yang harus diangkat karena menjadi salah satu Unique Selling Point dari KIZO terhadap kompetitor. Berpergian menggunakan MRT ke arah koridor perkantoran seperti TB Simatupang dan ke arah Sudirman menjadi salah satu hal yang dijadikan highlight untuk menuju potential buyer. Yang dimana target market yang dimaksud adalah orang-orang yang bekerja pada daerah tersebut. Selain fasilitas dan kemudahan akses, praktikan juga memasukan daerah sekitar KIZO yang mendukung untuk kebutuhan sehari-hari. Hal tersebut dapat memberikan gambaran ada tempat apa saja yang berada di dekat dengan KIZO. Seperti ITC Fatmawati, Pondok Indah Mall, Pasar Cipete, RSUD Kebayoran Baru dan tempat makan fast food.

b. Kedua, melakukan approval kepada atasan, apakah sudah sesuai brief yang diberikan atau belum. Tahap ini banyak mendapatkan masukan serta perubahan sebelum akhirnya produksi.

c. Ketiga melakukan budgeting untuk produksi konten. Budgeting berguna untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang diperlukan seperti talent, konsumsi, alat-alat untuk shooting dan sebagainya.

d. Keempat membuat scheduling atau membuat rundown shooting. Hal ini bertujuan agar ketika hari shooting, tim sudah mengetahui apa saja yang harus dilakukan pada hari itu. Sehingga, jadwal tersusun dengan rapih dan tidak membuang waktu.

e. Kelima adalah produksi konten. Setelah melewati keempat tahap tersebut maka, produksi konten bisa di laksanakan sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Selama melakukan Kerja Profesi praktikan menerapkan tahapan dalam melakukan produksi konten. Sehingga konten yang dibuat dapat dipersiapkan secara matang dan memiliki hasil yang memuaskan. Berikut adalah contoh dari story board yang praktikan telah buat : Gambar 3

1 Contoh Story Board KIZO Residence Produksi konten berupa design maupun video merupakan bagian dari kegiatan yang berkaitan dengan Mata

Kuliah yang praktikan pelajari, yakni Produksi Media Hubungan Masyarakat.

26 4) Narahubung KOL dan Influencers Salah satu cara untuk meningkatkan awareness sebuah perusahaan adalah dengan menggunakan KOL atau Influencer. Seseorang yang memiliki pengaruh pada masyarakat dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan awareness perusahaan. Dengan cara melakukan kerja sama antara perusahaan dengan KOL dan Influencers. Pada awal melakukan Kerja Profesi, praktikan memiliki tugas untuk mencari dan menghubungi KOL atau influencers dengan tujuan kerja sama dan membangun relasi. KIZO Residence membutuhkan exposure untuk meningkatkan awareness untuk menarik calon pembeli. Praktikan menghubungi beberapa KOL dan Influencers seperti Raditya Dika, Deddy Corbuzer dan Putri Tanjung. Tugas praktikan hanya menjadi perantara antara perusahaan dengan pihak eksternal. Praktikan hanya menghubungi dan menanyakan rate card dari KOL atau influencers. Praktikan juga berkoordinasi dengan pembimbing terkait budget yang dimiliki perusahaan. Praktikan juga meriset KOL dan Influencers yang ingin dihubungi, karena praktikan juga harus mencari kriteria yang sesuai dan cocok dengan brand image dari KIZO Residence. Setelah melakukan riset, praktikan menghubungi KOL atau influencer melalui e-mail dan DM Instagram. Lalu praktikan hubungkan dengan WhatsApp agar komunikasi lebih terstruktur dan mudah. Setelah itu, praktikan menanyakan ratecard yang dimiliki KOL dan Influencers dan praktikan juga berkoordinasi kepada pembimbing terkait ratecard yang dimiliki KOL atau Influencers tersebut. Menjaga hubungan baik dengan pihak eksternal maupun internal, melakukan komunikasi secara efektif, menjadi narahubung antara internal dan eksternal merupakan tugas dari seorang Humas. Hal tersebut juga berkaitan dengan pelaksanaan Kerja Profesi dengan Mata Kuliah yang praktikan pelajari yakni Penulisan Hubungan Masyarakat. B. Pekerjaan Tambahan Ketika melakukan Kerja Profesi, praktikan juga mendapatkan pekerjaan tambahan diluar dari pekerjaan utama praktikan. Pekerjaan tambahan yang dilakukan praktikan adalah membantu pelaksanaan special event dan melakukan survey tempat pameran. Perusahaan sering kali membuat special event dengan tujuan untuk menarik perhatian

khalayak kepada perusahaan. Special event sendiri merupakan kegiatan atau aktivitas yang memang dirancang secara khusus oleh perusahaan sebagai salah satu strategi Marketing (Gani, 2013). Setiap bulannya, KIZO Residence melakukan Special Event yang bertujuan untuk menarik perhatian khalayak agar mengetahui eksistensi perusahaan. KIZO Residence rutin melakukan special event seperti Workshop dan Open House. Special event yang diselenggarakan masih berkaitan dengan Jepang. Pada saat melakukan Kerja Profesi, praktikan ikut berpartisipasi dalam dua special event yakni ABC Cooking Class dan Painting Class with Bartega.

1) Survey Tempat Pameran Saat melaksanakan survey tempat pameran, praktikan dipercaya untuk mendatangi beberapa tempat. Survey merupakan sebuah metode untuk mendapatkan sebuah 26 informasi atau data serta wawasan, tergantung tujuan dari survey tersebut (Sendari, 2022). Banyak cara yang dapat dilakukan untuk melakukan survey, cara pertama adalah dengan melakukan wawancara dengan orang yang bersangkutan. Kedua adalah menyebarkan kuesioner kepada audiens yang terlibat. Ketiga, survey secara langsung jika ingin menggelar sebuah acara dan membutuhkan tempat. Dilansir dari Scribbr, terdapat beberapa penggunaan umum untuk melakukan penelitian survey, yakni untuk penelitian sosial, riset pasar, penelitian kesehatan, politik dan psikologi. Praktikan melakukan survey tempat untuk kebutuhan kegiatan atau acara perusahaan. Praktikan mengunjungi beberapa tempat yang dirasa cocok untuk menyelenggarakan acara, seperti Thamrin Nine, BNI 46, Sampoerna Strategic Square dan World Trade Center. Praktikan menanyakan perihal biaya, syarat dan ketentuan jika ingin melakukan pemasangan booth atau open table di tempat tersebut. Praktikan juga meminta kontak Marketing atau sales gedung tersebut.

2) ABC Cooking Class Saat melaksanakan Kerja Profesi di KIZO Residence, praktikan dipercaya untuk terlibat dalam special event cooking class yang berkerjasama dengan ABC Cooking Studio pada tanggal 28 Juli 2022. Praktikan memuat rundown acara selama satu hari dan praktikan juga dipercaya memegang dokumentasi selama acara berlangsung. Acara ini ditujukan untuk mengundang para customer untuk

visit dan memiliki kedekatan dengan para sales. Cooking class bersama ABC Cooking Studio memberikan pelatihan masak dengan menu Jepang yaitu Nikujaga. Nikujaga adalah makanan tradisionial yang populer di Jepang pada saat musim dingin, hal ini dikarenakan Nikujaga mirip dengan masakan khas Indonesia yaitu semur. Jadi, untuk bahan baku yang diperlukan dan rasa yang disantap tidak jauh berbeda dengan lidah orang Indonesia. Adapun Chef yang diundang pada acara tersebut adalah Chef Rezyan yang memang menjadi spesialis makanan khas Jepang. Setelah acara tersebut para customer atau calon pembeli akan diajak keliling show unit yang berada di Marketing gallery.

3) Painting Class with Bartega

Pada acara selanjutnya di tanggal 27 Agustus praktikan dipercayai untuk menjadi koordinator lapangan pada Painting Class bersama Bartega. Selain menjadi koordinator lapangan, praktikan juga dipercaya untuk memegang dokumentasi pada saat kegiatan acara berlangsung. Bartega adalah sebuah komunitas dan workshop yang berfokus pada bidang lukis. Special event ini juga menjadi salah satu acara yang dapat mendatangkan buyer potential pada KIZO Residence. Pada kelas kali ini untuk bahan materialnya menggunakan kipas kertas atau kipas jepang yang bernama Senu. Special event tersebut dapat mendatangkan 20 customer yang diselenggarakan di ruko Marketing gallery KIZO Residence. Acara ini berlangsung selama dua hari, namun praktikan hanya terlibat untuk satu hari acara.

3.2 Pelaksanaan Kerja

3.2.1 Content Creator

26 Dalam melakukan Kerja Profesi di KIZO Residence, praktikan memiliki pekerjaan utama sebagai content creator. Praktikan berada di bawah pengawasan pembina design KIZO Residence. Sehari-hari praktikan melakukan riset konten di sosial media Tiktok dan Instagram agar dapat mendapatkan ide untuk konten perusahaan. Kemudian, praktikan membuat design konten untuk Instagram. Lalu, setiap satu bulan praktikan harus mengisi absensi untuk melihat hari mana praktikan izin dan melakukan work from home.

A. Pekerjaan Utama

1) Riset Konten Dalam meriset sebuah konten, pembimbing praktikan memberikan referensi untuk dijadikan acuan praktikan dalam

meriset konten. Referensi tersebut berasal dari akun Instagram @arumayajakarta dan @thezorabsd. Selain dari Instagram, praktikan juga meriset konten dari tren yang ada di Tiktok saat itu, yang berkaitan dengan bisnis properti. Biasanya, praktikan menggunakan dua platform sosial media Instagram dan Tiktok dalam mencari referensi dan meriset konten yang sedang tren saat itu. Dalam meriset sebuah konten, ada beberapa hal yang dibutuhkan, pertama adalah referensi visual dari produk knowledge KIZO. Hal ini bertujuan agar visual sesuai dengan brand image dari KIZO Residence. Kedua, mengikuti pilar konten dari KIZO Residence yakni product, lifestyle dan acquisition. **28** Ketiga pilar tersebut yang menjadi pedoman praktikan untuk meriset sebuah konten. Pilar product lebih menjelaskan pengetahuan terkait produk dari KIZO itu sendiri. Contohnya seperti fasilitas-fasilitas dan winning benefits atau keunggulan yang dimiliki oleh KIZO. Selanjutnya pilar lifestyle, yakni menjelaskan terkait brand image KIZO yang menyangkut budaya Jepang. Contohnya adalah kultur di Jepang, hari raya Jepang dan habit orang-orang di Jepang. Pilar yang terakhir adalah acquisition yakni pilar yang memfokuskan terhadap program atau kegiatan yang menyangkut promosi. Praktikan juga meriset market yang menyesuaikan dengan visual konten KIZO. Market yang biasanya dituju adalah para pekerja di daerah perkantoran Jakarta Pusat dan Jakarta Selatan, dikarenakan posisi apartemen yang strategis dan mempunyai banyak akses. Lalu, KIZO juga menawarkan untuk para investor agar membeli apartemen KIZO Residence yang ROI (return of investment) hingga 10% per tahun. Oleh karena itu, visual yang dibuat oleh praktikan harus sesuai dengan target 30 market tersebut. Dalam mencari sebuah konten, praktikan biasanya menggunakan beberapa keywords yaitu, great locations yang memfokuskan pada tempat yang strategis di daerah perkantoran maupun tempat perbelanjaan. Hal tersebut menjadi salah satu winning benefits dari KIZO Residence. Keywords kedua adalah great connectify, dikarenakan KIZO dekat dengan stasiun MRT, akses merupakan salah satu hal yang penting ditengah mobilitas masyarakat yang tinggi. Dalam meriset konten, praktikan

selalu berkoordinasi dengan pembimbing dan atasan melalui Google Slide. Karena, dengan menggunakan Google Slide praktikan, pembimbing maupun atasan dapat berinteraksi dan merespon ide gagasan konten secara langsung. Dalam Google Slide juga terdapat referensi-referensi yang menjadi acuan praktikan dalam meriset konten. Biasanya pembimbing atau atasan memberikan briefing to do list untuk memproyeksikan pekerjaan seminggu kedepan. Setiap minggu di hari kamis, divisi promotion mengadakan weekly report kepada atasan, untuk menerima feedback dan update terkait hal yang berhubungan dengan promotion.

10 Selama melakukan riset, praktikan juga berkoordinasi dengan pembimbing terkait briefing serta mencari referensi yang cocok untuk konten. Jika, referensi yang dicari tidak cocok dengan briefing yang diberikan, maka praktikan melakukan brainstorming dengan pembimbing, apa yang harus diubah atau diganti. Biasanya atasan memberikan briefing melalui Google slide, agar dapat dilihat oleh pembimbing ekra maupun praktikan. 2) Membuat Konten Planning Membuat konten planning merupakan tugas penting bagi content creator. Karena di dalam planning tersebut praktikan bisa melihat dan mempersiapkan kebutuhan yang dibutuhkan untuk konten berikutnya. Setelah praktikan melakukan riset konten menggunakan referensi dan briefing yang diberikan, praktikan membuat planning untuk konten dalam jangka waktu sebulan kedepan. Selama praktikan melakukan Kerja Profesi, praktikan baru membuat planning konten di bulan Juli untuk konten bulan Agustus. Lalu, dibulan Agustus praktikan membuat planning konten untuk bulan September. Praktikan dipercaya membuat konten planning di pertengahan bulan, dikarenakan pembimbing praktikan ingin di awal Kerja Profesi praktikan dapat memahami product knowledge KIZO. Sehingga untuk bulan-bulan kedepan praktikan dapat memahami secara mendalam dan ikut berpartisipasi mengerjakan proyek atau event yang lebih besar. Dalam membuat konten planning, praktikan menggunakan Google Slide. Tujuannya agar semua pekerjaan dapat dilihat oleh pihak yang bersangkutan seperti atasan, pembimbing dan praktikan serta divis-divisi lain yang ikut berpartisipasi. Berikut adalah contoh tabel konten planning pada bulan Agustus dan bulan September.

REPORT #21636931

Tabel 3.1 Konten Planning Bulan Agustus WEEK 1 WEEK 2 WEEK 3 WEEK 4 Acquisition Product Lifestyle - 30 Product Acquisition - - Acquisition Lifestyle Product Lifestyle - Product Product - Pada bulan Agustus terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh KIZO Residence. Namun, ada beberapa kegiatan yang diminta langsung oleh divisi sales untuk kebutuhan Marketing seperti open house, GIIAS dan undangan event Bartega. Sisa dari kegiatannya, praktikan yang merancang, terdapat juga kegiatan hard selling yang diminta langsung oleh atasan praktikan. Dalam planning tersebut, terdapat penjelasan di bawah tabel terkait tiga pilar konten yakni product, lifestyle dan acquisition. Pada tanggal 5 Agustus masuk kedalam pilar product, topik yang diangkat adalah great connectivity yang berkaitan dengan MRT. Dikarenakan adanya pemberitaan pembangunan MRT fase 2,3 dan 4 maka KIZO mengeluarkan konten terkait MRT. Pada tanggal 13 masuk kedalam pilar product dengan topik winning benefits. Konten yang dibuat berupa konten terkait fasilitas yang terdapat pada KIZO Residence. Lalu, tanggal 15 merupakan hard sell yang diminta langsung oleh atasan, dikarenakan untuk mendukung konten-konten GIIAS. Kemudian, pada tanggal 17 Agustus pilar yang digunakan adalah lifestyle karena berkaitan dengan hari Kemerdekaan Indonesia. Kemudian pada tanggal 18 Agustus terdapat konten untuk Painting Class Bartega, yang masuk kedalam pilar acquisition dengan topik promotion and sales. Pada tanggal 19 Agustus terdapat konten AquaGym masuk kedalam pilar product dengan topik winning benefit. Fokus dari konten ini adalah untuk kesehatan, benefit apa yang akan didapat ketika berolahraga. Kemudian pada tanggal 20 Agustus, masuk kedalam investment benefits yang merupakan pilar product. Konten ini ditujukan kepada para investor dengan keunggulan lokasi strategis dan akses kemana-mana mudah karena dengan perkantoran dan perbelanjaan. Selanjutnya pada tanggal 22 Agustus terdapat konten Hanabi Taikai yang merupakan pilar lifestyle mengusung budaya Jepang. Pada musim kemarau terdapat pesta kembang api yang dinamakan Hanabi Taikai . lalu, tanggal 26 Agustus masuk dalam pilar product dengan topik yang

diambil winning benefit yakni electric charging stasion. Kemudian pada tanggal 31 Agustus terdapat Yoga masuk ke pilar product dengan topik winning benefits. Dikarenakan nanyatinya KIZO Residence memiliki tempat Yoga sendiri untuk para costumer. Tabel konten planning bulan September tidak jauh berbeda dengan bulan Agustus. Planning tersebut masih mengacu pada tiga pilar konten KIZO Residence. Planning yang telah dibuat untuk sebulan kedepan harus berdasarkan persetujuan oleh atasan. Plan tersebut diajukan pada saat weekly report oleh atasan sehingga bisa langsung mendapatkan persetujuan atau ada perubahan dan tambahan sehingga bisa segera di revisi. Berikut adalah konten planning di bulan September. mendapatkan 30 persetujuan atau ada perubahan dan tambahan sehingga bisa segera di revisi. Berikut adalah konten planning di bulan September.

Tabel 3.2 Konten Planning Bulan September WEEK 1 WEEK 2 WEEK 3 WEEK

4 Lifestyle Lifestyle Acquisition Lifestyle Acquisition Acquisition - -

Product Product Product - Product Product Product Product Pada bulan September tanggal 2 masih sama seperti bulan Agustus, terus memantau perkembang MRT. Lalu di tanggal 4 September dengan menggunakan pilar product, membuat konten terkait bangunan dengan nuansa Jepang. Lelu, pada tanggal 6 September membuat konten dengan tema “3 reasons live in apartement menggunakan pilar lifestyle. Kemudian, tanggal 10 September menjelaskan terkait pilar product yang dimana apartmen KIZO Residence merupakan apartemen pet friendly. Kemudian, tanggal 13 September menggunakan pilar lifestyle membuat konten bertema “Tsukimi”. Tsukimi merupakan sebuah festival di Jepang yang dimana pada musim semi menonton bulan sebagai tanda rasa syukur kepada Dewa Bulan. Kemudian pada tanggal 26 September membuat konten dengan pilar lifestyle mengusung tema kebudayaan Jepang yakni Sadou. Sadou merupakan ritual meminum teh Jepang, biasanya teh yang diminum adalah teh matcha. Praktikan merencanakan 14 konten di media sosial pada bulan Agustus hingga September. 3) Produksi Konten Berupa Design Maupun Video Dalam publikasi mengenai informasi sebuah perusahaan, membutuhkan sebuah media untuk menyampaikan pesan kepada

audiens. Media publikasi dapat berupa audio, visual dan audio-visual. Praktikan di percaya untuk fokus mengerjakan konten visual dan audio-visual. Kemudian, dalam mengerjakan konten visual, praktikan mendesign konten menggunakan beberapa tools seperti Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop. Adobe Illustrator berfungsi sebagai menggambar visual yang akan digunakan pada platform Instagram KIZO Residence. 34 Praktikan harus mempelajari guideline dan product knowledge bagaimana personal branding KIZO Residence pada platform Instagram. Hal ini dilakukan agar design yang dibuat oleh praktikan sesuai dan selaras dengan brand image perusahaan. Terdapat beberapa langkah untuk mendesign sebuah konten menggunakan Adobe Illustrator :

1. Langkah pertama, membuat halaman baru berdasarkan resolusi yang sesuai dengan kebutuhan di platform. Contoh ukuran Instagram Story 1080x1920 (9:16), hal tersebut harus diatur agar konten yang dibuat sesuai dengan ukuran yang tersedia di platform tersebut.
2. Langkah kedua, buat artboard pada Adobe Illustrator hal ini diibartkan sebagai kertas kosong yang dinamakan nantinya kita akan membuat design di kertas tersebut.
3. Langkah ketiga, menggunakan ruler dan grid untuk memposisikan tempat-tempat yang akan diisi dengan elemen-elemen design seperti teks, foto atau gambar. Hal ini menjadi penting karena dengan menggunakan ruler and grid, praktikan bisa mengetahui komposisi yang ideal.
4. Langkah keempat, meletakkan gambar utama sebagai acuan tata letak design yang sesuai dengan brief yang diberikan.

Gambar 3.2 Contoh Design menggunakan Adobe Illustrator

Sumber : Desain Pribadi Design yang dibuat oleh praktikan memiliki simbolis khusus yakni elegan, mewah dan minimalist. Elegan divisualkan dengan menggunakan font yang bold berfungsi untuk menekankan keseriusan atau ketegasan. Kemudian, untuk simbolis mewah menggunakan tiga unsur warna yakni emas, coklat dan putih. Ketiga warna tersebut juga memiliki simbolis dengan kultur Jepang yakni Japanese Modern Arsitektur. Kemudian simbolis yang terakhir adalah minimalist yang lebih memfokuskan kepada tampilan konten yang tidak terlalu banyak informan yang tidak penting. Hal ini bertujuan agar audiens dapat

memahami isi pesan yang dimaksud secara langsung. 34 Selanjutnya, tools yang digunakan adalah Adobe Photoshop yang berfungsi sebagai mensunting atau memanipulasi foto. Hal ini bertujuan untuk membuat foto sesuai dengan keinginan praktikan. Contohnya seperti perubahan warna, perubahan bentuk foto, memotong foto, menduplikasi foto dan menempel foto. Selain tools, praktikan juga menggunakan platform online untuk mendapatkan kebutuhan asset yang tidak bisa diproduksi secara langsung. Hal tersebut membuat praktikan efisien waktu dalam memproduksi sebuah design. Platform yang digunakan adalah shutterstock. Shutterstock merupakan perusahaan dari Amerika yang memprovide beberapa jenis kebutuhan asset seperti, fotografi, stock video, musik dan editing tools. Praktikan menggunakan shutterstock untuk memperoleh foto-foto yang terkait dengan kebutuhan design. Platform yang kedua adalah Envanto Element. Envanto Element merupakan platform berlangganan yang berisikan kebutuhan asset dari mulai grafis, sumber edukasi dan bisnis manajemen tools. Praktikan lebih condong memakai Envanto Element untuk memperoleh aset yang dibutuhkan untuk design dan video. Dikarenakan Envanto Element lebih lengkap, mudah digunakan dan harganya lebih ekonomis dibandingkan shutterstock. Berikut adalah contoh editorial tools yang praktikan gunakan menggunakan Envanto Element yaitu Plug In, Bumper Video dan Logo KIZO Dynamic link Adobe Illustrator ke Adobe After Effect. Selain design praktikan juga memproduksi video untuk kebutuhan konten sosial media. Video merupakan salah satu aspek penting ketika membuat konten, agar audiens mendapatkan gambaran terkait informasi pada perusahaan. Tools yang digunakan dalam mengedit video pertama adalah Adobe Premier Pro dan After Effect. Adobe Premier Pro berfungsi untuk menyambungkan beberapa video menjadi satu video pada platform Instagram dan Tiktok KIZO. Praktikan harus mempelajari referensi video dari instagram @Arumayajakarta dan tren video yang berkaitan dengan properti . Hal yang harus diperhatikan selain itu adalah brand guideline dari KIZO Residence. Sama halnya seperti penjelasan pembuatan design. Terdapat beberapa langkah untuk menggunakan Adobe Premier Pro yang praktikan

gunakan untuk mengedit video konten KIZO : 5. Langkah pertama, buat project baru di Premier Pro, lalu buat sequence untuk mengatur format dan resolusi sesuai dengan platform yang digunakan. Hal dasar ini sering dilupakan atau dilewati oleh sebagian editor, karena kesalahan format video berdampak pada kualitas dan juga warna dari video tersebut. 6. Langkah kedua, masukkan file-file video yang ingin diedit kedalam media browser. Hal ini berguna untuk merapihkan file-file yang akan diedit. File yang ada di dalam folder nantinya akan berpindah ke program premier pro. Menjadikan praktikan tidak perlu mengimport file satu per satu ke dalam premier pro. 7. Langkah ketiga, memasang beberapa video didalam timeline yang nantinya akan di exprot menjadi satu video. 34 8. Langkah keempat, setelah video diedit, vide di export sesuai dengan yang dipakai. Selain menggunakan Adobe Premier Pro, praktikan juga menggunakan Adobe After Effect untuk membuat animasi grafis atau online editing seperti lower third, 3d logo, bumper dan sebagainya. Adobe After Effect cenderung untuk menambahkan efek-efek untuk mempercantik video editing yang sedang di edit pada aplikasi Adobe Premiere Pro. Praktikan menggunakan aplikasi Adobe Family dalam memproduksi konten dikarenakan sesama aplikasi adobe dapat berintegrasi satu sama lain yang dinamakan Dynamic Link. Hal ini sangat efektif dalam proses produksi tersebut. Gambar 3.3 Pembuatan Bumper Logo KIZO Sumber : Pribadi Pada saat melakukan Kerja Profesi, praktikan lebih sering menggunakan aplikasi Adobe Premier Pro. Karena, brief yang diberikan untuk konten video tidak terlalu berat sehingga praktikan lebih sering mengedit di Adobe Premier Pro. Praktikan menggunakan aplikasi After Effect untuk mengedit video yang kapasitasnya lebih berat contohnya seperti bumper. Selama praktikan melakukan kerja profesi, konten yang telah di produksi sebanyak 20 konten dan yang terpublikasi sebanyak 14 konten desain 2 konten video. 4) Narahubung KOL dan Influencers Praktikan dipercayai untuk menjadi narahubung antara pihak perusahaan dengan influencer yang nantinya akan diajak bekerjasama dalam pembuatan

konten guna memperluas dan mengiklankan apartment kizo residence. Praktikan diberi tugas untuk menanyakan rate card dan persyaratan kerjasama kepada pihak influencer. Dengan menggunakan relasi yang dimiliki oleh praktikan hal ini dapat membantu dalam mencari contact person influencer yang dibutuhkan. Praktikan menggunakan surel dan aplikasi whatsapp messenger untuk mengontak influencer tersebut. Selain menggunakan relasi, praktikan juga mengunjungi sosial media para influencer untuk mendapatkan contact person yang dicari. Beberapa influencer yang di kontak oleh praktikan adalah Deddy Corbuzier, Helmy Yahya, Putri Tanjung, Raditya Dika, Denny Sumargo, dan Arief Muhammad. Setelah mendapatkan rate card dan persyaratan 38 kerja sama praktikan membuat sebuah ringkasan yang nantinya akan dilaporkan pada rapat mingguan perusahaan. Sebelum praktikan menyelesaikan kerja profesi, influencer Raditya Dika yang akhirnya sedang di proses administrasi dan pembuatan storyline yang nantinya akan diproduksi saat praktikan sudah menyelesaikan kerja profesi di perusahaan. **23** Berikut adalah langkah-langkah yang praktikan lakukan selama menjadi narahubung KOL dan influencer, sebagai berikut : 1. Mencari kontak manajer dari relasi yang praktikan punya, jika tidak mendapatkan kontak tersebut, praktikan akan mencari melalui media sosial. 2. Jika sudah mendapatkan contact person, biasanya yang dilakukan praktikan langsung menghubungi melalui WhatsApp atau melalui email yang tertera pada biodata media sosial KOL dan influencers. 3. Praktikan menulis greetings chat, maksud dan tujuan untuk menghubungi dan meminta rate card KOL dan influencers tersebut. B.

Pekerjaan Tambahan 1) Survey Tempat Pameran Praktikan dipercaya untuk melakukan survey tempat lokasi untuk menyelenggarakan acara perusahaan, bersama dengan pembimbing kerja praktikan. Survey dilakukan untuk mencari informasi terkait ketersediaan tempat, harga dan fasilitas pada tempat tersebut. Praktikan dan pembimbing kerja praktikan mengunjungi beberapa tempat yang cocok untuk diselenggarakan acara yakni Thamrin Nine, BNI 46, Sampoerna Strategic Square dan World Trade Center. Alasan pemilihan tempat tersebut adalah dikarenakan tempat tersebut berada di tengah

perkotaan dan perkantoran, tempat tersebut banyak dikunjungi oleh pekerja dengan gaji di atas UMR. Sehingga cocok untuk KIZO Residence menyelenggarakan acara. Ketika Praktikan melakukan survey lokasi, terdapat beberapa tahap yang harus praktikan lakukan, sebagai berikut :

- Praktikan mencari informasi terkait kontak yang bisa dihubungi atau yang bertanggung jawab untuk menyewakan tempat tersebut. Biasanya praktikan mencari kontak Marketing atau sales dari tempat tersebut.
- Kemudian, setelah menghubungi bagian Marketing atau sales, praktikan melakukan jadwal kunjungan atau jadwal survey tempat tersebut. Biasanya praktikan melakukan survey di hari Jumat.
- Praktikan mencari informasi terkait harga venue, syarat dan ketentuan untuk menambahkan booth atau open table di tempat tersebut.
- Kemudian, setelah semua tempat sudah ditangani, praktikan melakukan perbandingan dari satu tempat dan tempat lainnya. Untuk menyesuaikan dengan kebutuhan serta budget dari perusahaan.

38 Ketika melakukan survey, praktikan didampingi oleh pembimbing kerja agar dapat diawasi secara langsung untuk mengurangi kesalahan.

2) ABC Cooking Class

Selama praktikan melakukan Kerja Profesi, praktikan dipercaya untuk ikut berpartisipasi dalam dua special event KIZO Residence. Special event yang pertama adalah ABC Cooking Class yang bekerja sama dengan ABC Cooking Studio. Praktikan berpartisipasi dalam membuat rangkaian acara atau rundown yang dilakukan satu hari pada tanggal 28 Juli 2022 di Marketing Gallery KIZO Residence. Rundown sendiri memiliki tujuan agar seluruh kegiatan acara dapat terlaksana tepat waktu dan aktivitas yang dilakukan juga terstruktur. Tim pelaksana juga mengetahui kegiatan apa yang akan berlangsung dan jam berapa kegiatan tersebut harus berakhir. Praktikan membuat rundown acara ABC Cooking Class bersama dengan pembimbing kerja praktikan. Rundown tersebut dibuat seminggu sebelum acara berlangsung, agar ada persiapan untuk tim pelaksana. Terdapat beberapa dua sesi kegiatan yang berlangsung saat cooking class. Sesi pertama adalah registrasi peserta yang dilakukan di jam 2.11-2.45 pm. Kemudian, setelah registrasi dilakukanlah pembukaan acara pada sesi pertama, terdapat presentasi dari

KIZO berlangsung selama 15 menit. Setelah itu, cooking show and food testing untuk sesi pertama dimulai, dengan janga waktu 60 menit. Lalu, sesi kedua dilanjutkan dengan registrasi peserta di jam 3.30 berlangsung selama 35 menit. Setelah itu, terdapat pembagian ABC Trial Lesson Ticket untuk peserta sesi pertama dan disusul dengan foto grup untuk sesi pertama. Selanjutnya di jam 4.10 dilakukan pembukaan acara dan presentasi KIZO untuk sesi kedua yang berlangsung selama 15 menit. Di waktu yang bersamaan untuk sesi pertama diadakan Marketing Gallery Tour bertujuan untuk menunjukkan show unit KIZO Residence kepada calon pembeli. Kemudian dilanjutkan dengan agenda sesi kedua yakni cooking shot dan food testing pada jam 4.25 berlangsung selama 60 menit. Setelah berakhir agenda selanjutnya adalah pembagian ABC Trial Ticket Lesson dan disusul dengan foto bersama peserta sesi kedua. Sesi kedua juga melakukan Tour Show Unit KIZO Residence pada jam 5.51 hingga selesai.

Gambar 3.4 Dokumentasi ABC Cooking Class 38 Sumber : Dokumentasi Pibadi

Selama berlangsungnya acara, praktikan juga berpartisipasi dalam kegiatan dokumentasi untuk kebutuhan perusahaan. Dokumentasi yang dibuat biasanya untuk publikasi dan untuk kebutuhan konten. Dokumentasi acara tersebut juga di butuhkan untuk arsip perusahaan. Praktikan juga berkoordinasi ke pembimbing kerja untuk memilah dokumentasi yang bagus untuk di publikasi dan untuk konten perusahaan.

3) Painting Class with Bartega Special event kedua selama praktikan Kerja Profesi dan di percaya untuk berkontribusi adalah Painting Class with Bartega. Bartega merupakan perusahaan manajemen event yang berfokus pada kesenian lukis, mereka juga menjual kebutuhan alat untuk lukis. KIZO berkolaborasi dengan Bartega dalam membuat sebuah event yang mengusung tema Jepang. Dalam event ini mengajak para peserta untuk melukis diatas kipas Jepang yang telah disediakan oleh panitia. Kipas Jepang yang disediakan dalam tradisi Jepang bernama Sensu. Sensu merupakan kipas yang dipakai untuk upacara para biksu pada masa Jepang kuno. Namun di jaman modern sensu digunakan sebagai aksesoris untuk pertunjukkan seni tari tradisional Jepang,

pada saat upacara teh (sadou). Painting class ini berlangsung selama dua hari di Marketing gallery KIZO pada tanggal 27 dan 28 Agustus 2022. Dalam acara ini praktikan menjadi koordinator acara di hari kedua. Praktikan bertugas untuk memastikan kelengkapan dan kebutuhan pada hari kedua acara. Praktikan sebagai perantara komunikasi antara pihak KIZO dan pihak Bartega dalam memenuhi kebutuhan dan perlengkapan acara. Praktikan juga memastikan semua barang-barang sudah tersedia seperti meja, kursi dan alat lukis. Gambar 3.5 Dokumentasi Painting Class with Bartega Sumber : Dokumentasi Pibadi Selain menjadi koordinator lapangan pada saat acara, praktikan juga memegang dokumentasi saat acara berlangsung hingga akhir acara. Sama seperti dokumentasi pada event pertama, dokumentasi event kedua ini juga digunakan untuk publikasi dan arsip perusahaan jika nantinya 40 dibutuhkan. Namun, pada kegiatan painting class partisipan yang datang di acara tersebut kurang dari 20 orang. Hal tersebut tidak sesuai dengan target yang di rencanakan, praktikan juga berpartisipasi pada acara painting class with Bartega dengan tujuan untuk meramaikan acara.

6 20 3.3 Kendala Yang Dihadapi Dalam melakukan Kerja Profesi di divisi Design KIZO Residence, praktikan memiliki beberapa kendala yang membuat terhambatnya pekerjaan. 10 Kendala tersebut berasal dari beberapa faktor internal, baik dari praktikan, tim dan juga atasan.

Berikut adalah kendala yang dihadapi oleh praktikan selama melakukan Kerja Profesi : a) Pada saat melakukan Kerja Profesi praktikan sering kali mengalami kesulitan ketika meminta approval kerjaan. Approval tersebut harus disetujui oleh pembimbing praktikan, kemudian atasan dari pembimbing praktikan. Sehingga pekerjaan selalu tertunda dikarenakan approval yang cenderung lama. b) Briefing yang diberikan oleh atasan kepada praktikan kerap kurang detail, atasan hanya memberitahu secara garis besar. Sehingga, praktikan sulit untuk membuat konten yang sesuai dengan keinginan atasan. c) Kendala berikutnya adalah banyaknya miscommunication antara praktikan dengan pembimbing dan pembimbing dengan atasan. Dikarenakan sistem perusahaan yang masih konvensional sehingga praktikan sulit

berkomunikasi langsung dengan atasan. d) Pada awal masuk Kerja Profesi tidak ada yang memegang jabatan promotion manager. Sehingga, di dalam divisi Promotion hanya ada dua orang yaitu design dan admin. Hal ini membuat perencanaan program tidak memiliki manajerial yang baik. Dampaknya bagi praktikan adalah tidak ada perencanaan yang benar-benar jelas dan membuat pekerjaan menumpuk. e) Ketika melakukan survey pameran, kendala yang dihadapi adalah praktikan sulit untuk bertemu langsung dengan penanggung jawab tempat tersebut. Praktikan sering disampingkan dan selalu di hold cukup lama untuk bertemu langsung dengan penanggung jawabnya. 15 3.4 Cara

Mengatasi Kendala Terdapat beberapa kendala yang praktikan hadapi ketika melakukan Kerja Profesi, namun praktikan berusaha mengahadapi dan memperbaiki kendala tersebut. Berikut cara praktikan mengatasi kendala yang

dihadapi ketika Kerja Profesi : a) Praktikan selalu melakukan follow up kepada pembimbing praktikan terkait pekerjaan yang bisa dilakukan oleh praktikan, untuk mengurangi pekerjaan yang belum dikerjakan maupun yang tertunda, hal ini agar pekerjaan tersebut dapat secepatnya dilaporkan kepada atasan pada saat melakukan weekly report. b) Praktikan berusaha untuk membuat konten yang diinginkan oleh atasan, meskipun banyak revisi dan tidak memiliki referensi visual yang sesuai dengan arahan atasan. Namun, praktikan juga selalu mengkonfirmasi dan membuat notulensi jika ada arahan dari pembimbing atau atasan. Jika nantinya ada perubahan, praktikan selalu melihat dari briefing awal yang pembimbing atau atasan berikan. c) Praktikan selalu berusaha untuk berkomunikasi secara professional meskipun sistem perusahaan yang masih konvensional. Praktikan selalu memfollow up dan mengkonfirmasi ulang untuk mengurangi adanya miscommunication atau kesalahan briefing dengan tim atau dengan atasan. d) Praktikan berusaha untuk mengerjakan pekerjaan yang masih sesuai dengan divisi praktikan. Kecuali, pembimbing praktikan memperbolehkan untuk mengerjakan hal tersebut selama praktikan masih sanggup dan mengerti pekerjaan tersebut. Praktikan juga berusaha untuk melakukan manajemen waktu agar pekerjaan yang diberikan dapat diselesaikan sesuai dengan arahan

maupun capaian dari atasan. e) Praktikan selalu berkomunikasi kepada pihak-pihak yang bersangkutan terkait program yang direncanakan oleh divisi Marketing agar mendapat informasi se jelas mungkin untuk mengurangi adanya miscommunication terhadap perusahaan kepada pihak luar. 42 BAB IV PENUTUP

4.1 Simpulan Dalam melaksanakan kegiatan Kerja Profesi di PT. Duti Diamond Development sebagai content creator divisi design, selama tiga bulan, praktikan mendapatkan pembelajaran, yakni :

1. Content creator dibutuhkan di berbagai perusahaan di era digital, tidak terkecuali perusahaan yang bergerak dibidang Marketing seperti KIZO Residence.
2. Seorang content creator dituntut untuk memiliki kemampuan riset yang cermat sesuai dengan bidang perusahaan, harus berpikir kritis, memiliki kemampuan dasar untuk mengedit konten dan paham bagaimana cara untuk menyusun perencanaan konten.
3. Dalam meriset sebuah konten seorang content creator harus memiliki referensi visual dari product knowledge KIZO, mengikuti tiga pilar konten KIZO dan juga target marker KIZO Residence.
4. Membuat perencanaan konten merupakan hal terpenting selain melakukan riset, dikarenakan perencanaan tersebut bertujuan agar konten memiliki jadwal yang tersusun secara rapih agar konten dapat dipersiapkan jauh-jauh hari dari tanggal posting konten tersebut.
5. Dalam memproduksi konten design maupun video, seorang content creator harus dapat memilih penggunaan tools yang tepat sesuai dengan kebutuhan format konten yang diminta. Contohnya ketika memproduksi konten yang ringan menggunakan Adobe Premier Pro, sedangkan untuk memproduksi konten lebih rumit menggunakan After Effect.
6. Dalam menghubungi KOL dan influencer, seorang content creator harus melalui email agar mendapatkan feedback lebih cepat dan juga lebih professional. Dibanding menghubungi melalui direct messages Instagram.
7. Kegiatan Kerja Profesi yang telah dilakukan berkaitan dengan teori- teori yang telah dipelajari di perkuliahan, yakni Humas Online, Critical and Creative Thingking, Produksi Media Humas dan Penulisan Humas.

4.2 Saran Berdasarkan penjelasan dan hasil kerja Profesi di KIZO Residence dan mendapatkan kesimpulan yang telah dijelaskan,

berikut adalah saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas di dunia kerja dan perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan, yakni : Saran untuk KIZO Residence: 1. Meningkatkan komunikasi antara atasan dengan tim yang bersangkutan agar tidak terjadi kesalahan komunikasi, khususnya untuk mahasiswa magang. Pada saat melakukan Kerja Profesi, praktikan masih sulit untuk berkomunikasi secara langsung untuk berdiskusi bersama tim dengan atasan. Sehingga diperlukan peningkatan komunikasi agar berjalan secara efektif. 2. Meningkatkan eksplorasi terhadap konten yang bersifat ringan atau konten yang lebih umum, sehingga konten yang dipublikasi akan lebih mudah dipahami oleh audiens dengan menggunakan penyampaian bahasa sehari-hari. 3. Melakukan kegiatan evaluasi secara menyeluruh terkait kinerja, baik atasan maupun karyawan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui letak permasalahan agar dapat segera diperbaiki. Saran untuk IPTEK: 1. Dapat memberikan pelatihan terkait bagaimana mengembangkan ide- ide dalam membuat konten berdasarkan permasalahan yang ada dimasyarakat. 2. Memberikan pembekalan terkait pentingnya melakukan riset materi konten dan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) pada mahasiswa. 3. Menambah waktu pelaksanaan Kerja Profesi lebih lama, agar mahasiswa lebih memiliki waktu untuk mempelajari budaya dan sistem kerja pada perusahaan.



REPORT #21636931

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	1.67% www.propertynbank.com	●
	https://www.propertynbank.com/marketing-gallery-kizo-residence-diresmikan/	
INTERNET SOURCE		
2.	1.65% ekonomi.republika.co.id	●
	https://ekonomi.republika.co.id/berita/ra0cqk459/jelajahi-berbagai-fitur-unik-a...	
INTERNET SOURCE		
3.	1.55% infobrand.id	●
	https://infobrand.id/jelajahi-berbagai-fitur-unik-ala-jepang-di-apartemen-kizo-r...	
INTERNET SOURCE		
4.	1.36% propertiterkini.com	●
	https://propertiterkini.com/marketing-gallery-kizo-residence-diresmikan-yuk-je...	
INTERNET SOURCE		
5.	1.24% www.sinarmasland.com	●
	https://www.sinarmasland.com/id/news/jelajahi-berbagai-fitur-unik-ala-jepang...	
INTERNET SOURCE		
6.	0.44% repository.fe.unj.ac.id	●
	http://repository.fe.unj.ac.id/4871/2/LAPORAN%20PKL.pdf	
INTERNET SOURCE		
7.	0.32% eskripsi.usm.ac.id	●
	https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/G31A/2018/G.331.18.0090/G.331.18.0090-...	
INTERNET SOURCE		
8.	0.31% www.propertynbank.com	●
	https://www.propertynbank.com/mitsubishi-dan-sml-luncurkan-kizo-residence/	
INTERNET SOURCE		
9.	0.31% journal.untar.ac.id	●
	https://journal.untar.ac.id/index.php/prologia/article/download/23261/14088/6...	



REPORT #21636931

INTERNET SOURCE		
10. 0.29%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1501/13/BAB%20III%20-%20FIX.pdf	●
INTERNET SOURCE		
11. 0.27%	glints.com https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-content-creator/	●
INTERNET SOURCE		
12. 0.27%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1885/11/BAB%20I.pdf	●
INTERNET SOURCE		
13. 0.25%	repository.unhas.ac.id http://repository.unhas.ac.id/27960/2/E011191015_skripsi_09-01-2023%201-2.p...	●
INTERNET SOURCE		
14. 0.24%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3407/12/BAB%20II.pdf	●
INTERNET SOURCE		
15. 0.24%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3269/13/2018011067-Rini%20Oktavia-KerjaPr...	●
INTERNET SOURCE		
16. 0.23%	hr.proxisgroup.com https://hr.proxisgroup.com/perbedaan-sales-dan-marketing/	●
INTERNET SOURCE		
17. 0.22%	www.sinarmasland.com https://www.sinarmasland.com/id/	●
INTERNET SOURCE		
18. 0.22%	repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/4085/1/LAPORAN%20PKL%20Margaretha%20Estia...	●
INTERNET SOURCE		
19. 0.22%	repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/5636/1/LAPORAN%20PKL%20RR%20FEBRY%20LAR..	●
INTERNET SOURCE		
20. 0.21%	eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1609/13/13.%20BAB%20III.pdf	●



REPORT #21636931

INTERNET SOURCE		
21. 0.16%	core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/159372062.pdf	●
INTERNET SOURCE		
22. 0.16%	repository.fe.unj.ac.id http://repository.fe.unj.ac.id/7594/1/Hajar%20Mareti%20Ashary_8105164117_La..	●
INTERNET SOURCE		
23. 0.15%	core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/159370909.pdf	●
INTERNET SOURCE		
24. 0.14%	digilib.unila.ac.id http://digilib.unila.ac.id/73088/3/3%20SKRIPSI%20TANPA%20PEMBAHASAN.pdf	●
INTERNET SOURCE		
25. 0.13%	www.lamudi.co.id https://www.lamudi.co.id/proyek/kizo-residence/	● ●
INTERNET SOURCE		
26. 0.13%	www.djkn.kemenkeu.go.id https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pamekasan/baca-artikel/14449/Desain..	●
INTERNET SOURCE		
27. 0.13%	core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/159371804.pdf	●
INTERNET SOURCE		
28. 0.11%	kc.umn.ac.id https://kc.umn.ac.id/20663/5/BAB_III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
29. 0.08%	jendela360.com https://jendela360.com/sewa-apartemen-kizo-residence	●
INTERNET SOURCE		
30. 0.05%	kerma.esaunggul.ac.id https://kerma.esaunggul.ac.id/upload/kerjasama/3557-Laporan%20Magang%20..	●