



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

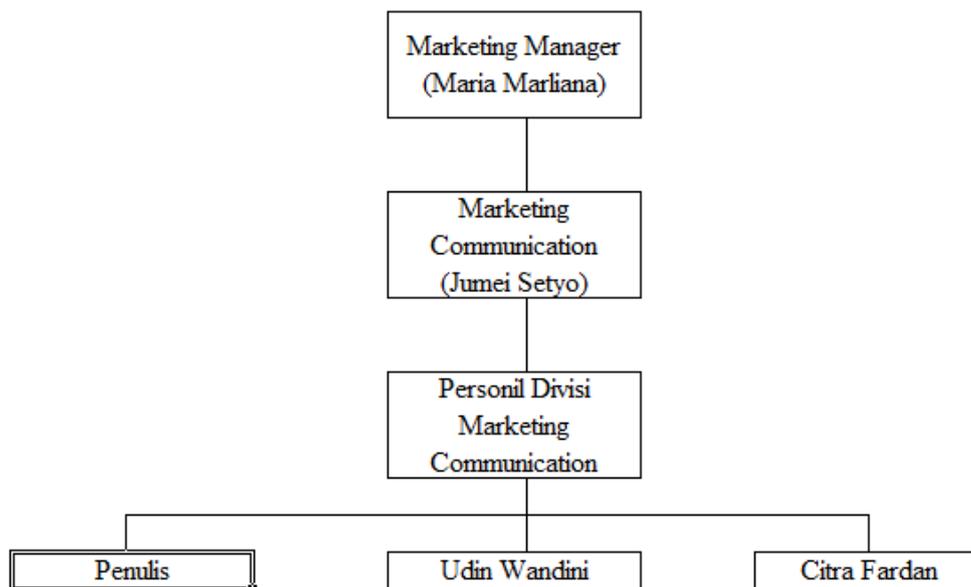
## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Kedudukan penulis pada PT Istana Kebayoran Raya Motor selama praktik kerja magang yaitu berada pada divisi *Marketing Communication* yang dipimpin oleh Bapak Jumei E. Susetyo. Dan divisi *Marketing Communication* sendiri dipimpin langsung oleh *Marketing Manager* yaitu Ibu Maria Marlina. Untuk beberapa pekerjaan, penulis berkoordinasi dengan Bapak Jumei.

Gambar 3.1 Struktur Organisasi dan Kedudukan Penulis



Sumber : Data Perusahaan

## 3.2 Tugas yang Dilakukan

Praktik kerja magang dilaksanakan sejak tanggal 7 September 2019 sampai dengan 16 November 2019, penulis diberikan kepercayaan untuk menyelesaikan beberapa tugas atau tanggung jawab. Berikut adalah tabel rincian mengenai tugas yang telah diberikan oleh pembimbing lapangan dan dikerjakan oleh penulis:

No	Jenis Pekerjaan	Koordinasi
1	Membuat konten instagram	Bapak Jumei Susetyo
2	Mendistribusikan Kartu <i>Augmented Reality</i> kepada SPV dan <i>sales counter</i>	Bapak Jumei Susetyo
3	Membuat laporan penjualan setiap awal bulan	Bapak Jumei Susetyo
4	Membuat visualisasi hasil penjualan sales berupa gantungan	Bapak Jumei Susetyo

Sumber: Data Penulis

## 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

### 3.3.1 Proses Pelaksanaan

Sebelum melaksanakan praktik kerja magang, penulis mendapatkan lowongan magang dari Jeremy Joshua Kusno menggantikannya karena masa magangnya telah selesai dan penulis diminta untuk mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan surat permohonan magang ke perusahaan terkait. Kemudian penulis melakukan *interview* dengan HRD PT Istana Kebayoran Raya Motor sesuai dengan tanggal yang telah ditetapkan oleh HRD. Penulis diberikan kabar oleh perusahaan bahwa penulis diberikan izin untuk melakukan praktik kerja magang di PT Istana Kebayoran Raya Motor pada bagian atau divisi *Marketing Communication*. Pada

hari pertama praktik kerja magang atau tanggal 7 September 2019 penulis diperkenalkan kepada pembimbing lapangan atau *Head of Marketing Communication*, yaitu Bapak Jumei Susetyo kemudian penulis diberikan penjelasan mengenai pekerjaan yang akan dikerjakan oleh penulis selama praktik kerja magang berlangsung. Secara umum, pekerjaan yang dilakukan oleh penulis pada divisi *Marketing Communication*, yaitu membuat konten instagram (*digital marketing*), membuat laporan penjualan setiap awal bulan, mendistribusikan kartu *Augmented Reality*, dan membuat visualisasi hasil penjualan sales berupa gantungan.

Berikut adalah penjabaran secara *detail* dari tugas-tugas atau pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan oleh penulis:

### **1. Membuat Konten Instagram**

Pada kesempatan ini, penulis diberikan tugas untuk membuat konten yang nantinya akan di posting kedalam media sosial Instagram Honda Pondok Indah. Pada awalnya penulis menggunakan *platform* Canva untuk membuat *design* konten karena penulis tidak terlalu mengerti penggunaan Adobe Photoshop namun setelah melihat *design* yang dihasilkan oleh *platform* Canva, penulis merasa *design* tersebut tidak maksimal untuk di posting kedalam sosial media Instagram. Akhirnya penulis mempelajari penggunaan Adobe Photoshop melalui Youtube untuk membuat konten-konten selanjutnya.

Penulis melakukan *posting* pada pukul 10.00 dan pukul 14.00, dimana pada jam tersebut menurut Bapak Jumei adalah waktu dimana mayoritas orang bermain dengan *smartpohonnya*.

Honda Pondok Indah menggunakan *platform* Instagram karena pada saat ini masyarakat cenderung lebih menyukai untuk melihat ataupun mendapatkan informasi dengan berupa visual gambar/video dibandingkan dengan sebuah tulisan/bacaan karena hal tersebut menurut masyarakat sekarang adalah suatu hal yang membosankan.

Bapak Jumei beranggapan bahwa dengan menggunakan *platform* Instagram masyarakat dapat dengan mudah diakses oleh semua kalangan dan juga dengan adanya fitur baru yang disediakan oleh Instagram yaitu *instastory* masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi terbaru dari Honda Pondok Indah.

Pada saat melakukan praktek kerja magang penulis berkoordinasi dengan Bapak Jumei dalam membuat konten yang diinginkan oleh Honda Pondok Indah yaitu mengikuti perkembangan *trend* yang ada pada saat ini seperti tampilan warna yang menarik sehingga membuat masyarakat tertarik dan tidak bosan untuk melihat konten-konten yang dibuat, dan bahasa yang digunakan tidak terlalu kaku sehingga masyarakat menjadi sangat nyaman dengan konten yang telah dibuat, Hal tersebut bertujuan untuk membuat *brand image* Honda Pondok Indah sebagai perusahaan yang mengikuti perkembangan jaman. Bapak Jumei juga memberikan kebebasan kepada penulis untuk berkreasi dalam pembuatan konten.

Ketika membuat konten Penulis ingin melihat seberapa berpengaruhnya *engagement followers* Honda Pondok Indah. Untuk itu penulis membuat konten-konten yang diharapkan dapat menarik respon dari masyarakat sehingga terciptanya interaksi antara masyarakat dan Honda Pondok Indah. Dalam pembuatan konten, penulis tidak hanya membuat *quiz* tetapi penulis juga membuat konten berupa

informasi maupun hiburan sehingga masyarakat tidak merasa jenuh dengan konten-konten yang dibuat oleh Honda Pondok Indah.

Dengan adanya Instagram diharapkan perusahaan dapat meningkatkan *brand awereness* dan *engagement* masyarakat tentang Honda Pondok Indah sehingga melalui hal tersebut jumlah *followers* yang ada sekarang akan terus meningkat dan mendapatkan respon yang baik dari masyarakat. Berikut adalah konten-konten yang telah dibuat penulis selama menjalankan praktek kerja magang.

**Tabel 3.1 Konten yang sudah dibuat**

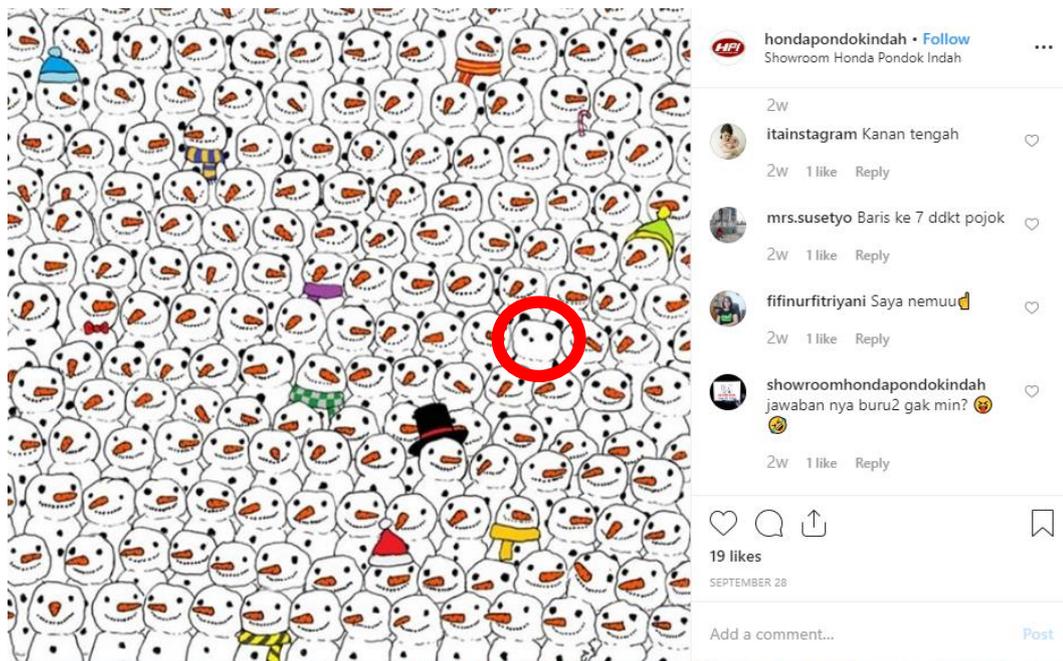
No.	Konten yang sudah dibuat	<i>Like</i>	<i>Comment</i>	Jam <i>Posting</i>
1	Membuat Quotes	9		10.00
2	Ucapan turut berdukacita Alm. BJ Habibie	30		10.00
3	Produk Honda (Honda E)	26		14.00
4	6 Trik anti bangkrut saat travelling	16	1	10.00
5	Cara mencegah kebakaran hutan	12		10.00
6	Faktor penyebab kecelakaan	23		10.00
7	Repost: Hondaisme	24		10.00
8	Customer Loyalty: Hari Pelanggan	36		14.00
9	Quotes	9		10.00
10	Cara menghilangkan baret pada velg	12		10.00
11	Penyebab ban sering kempes	18	1	14.00
12	Repost: Video karyawan Honda	2/276 view	1	10.00

13	Repost: Hondaisme	16		10.00
14	Repost: Hondaisme	20		10.00
15	Informasi Honda Smart Infraboard	19		14.00
16	Test Psikologi	8	3	10.00
17	Customer Delight	38	1	14.00
18	Informasi Honda (Cruise Control)	19		10.00
19	Quiz mencari panda	19	4	10.00
20	Mobil Classic Honda	26		10.00
21	Hari Batik Nasional	55	1	10.00
22	Quotes	20		10.00
23	Informasi pengecekan mesin	14	1	14.00
24	Tips berkendara malam hari	15		14.00
25	Quotes	11		10.00
26	Repost: Hondaisme	23		10.00
27	Event Ngopi Mantul Eps 1	16		10.00
28	Quotes	15		10.00
29	Informasi pameran Honda	22	1	14.00
30	Mobil Classic Honda	16		14.00
31	Quotes	10		10.00
32	Penyebab radiator bocor	10		14.00
33	Event Ngopi Mantul Eps 2	5		10.00
34	Honda Year and Special	7		10.00

Sumber : Data Penulis

Pada gambar 3.3.1 penulis membuat konten *quiz* “mencari gambar Panda”, tujuannya yaitu untuk terjalinnya interaksi antara *followers* dengan perusahaan. Sehingga *followers* mengetahui bahwa Honda Pondok Indah mempunyai Instagram yang aktif.

Gambar 3.3.1 Konten Quiz “Mencari gambar Panda”



Sumber : Instagram Honda Pondok Indah, 2019

Pada gambar 3.3.2 penulis juga membuat konten *quiz* “menebak jenis Kendaraan”, penulis melakukan *posting* konten tersebut di *insta story* tujuannya yaitu penulis ingin melihat perbedaan antara melakukan *posting* di *feed* dan *insta story* dan hasilnya lebih banyak respon *followers* di *insta story* dibandingkan dengan respon *followers* di *feed*.

Gambar 3.3.2 Konten Quiz “Menebak jenis Kendaraan”



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2019

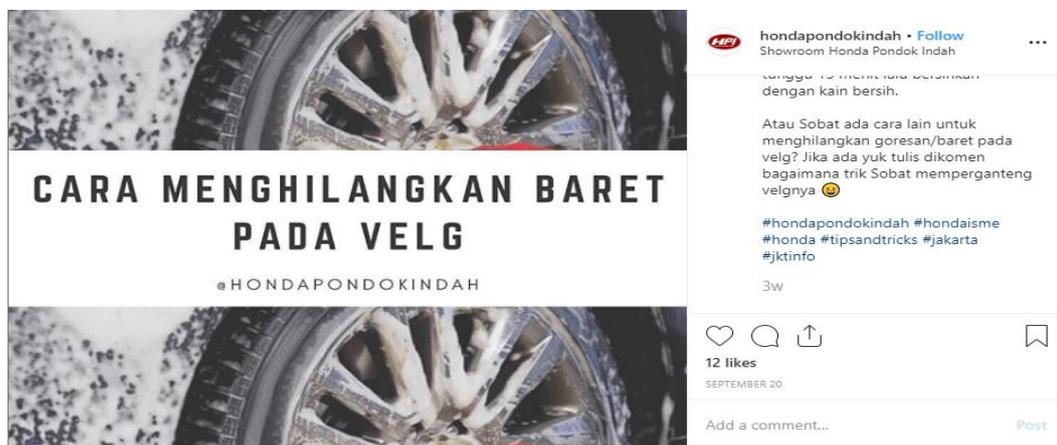
Pada gambar 3.3.3 sampai 3.3.7 penulis membuat konten untuk diposting di *feed* Instagram Honda Pondok Indah yang bertujuan untuk sekedar memberikan informasi.

Gambar 3.3.3 Konten Untuk *Feed* “6 trik anti bangkrut saat *travelling*”



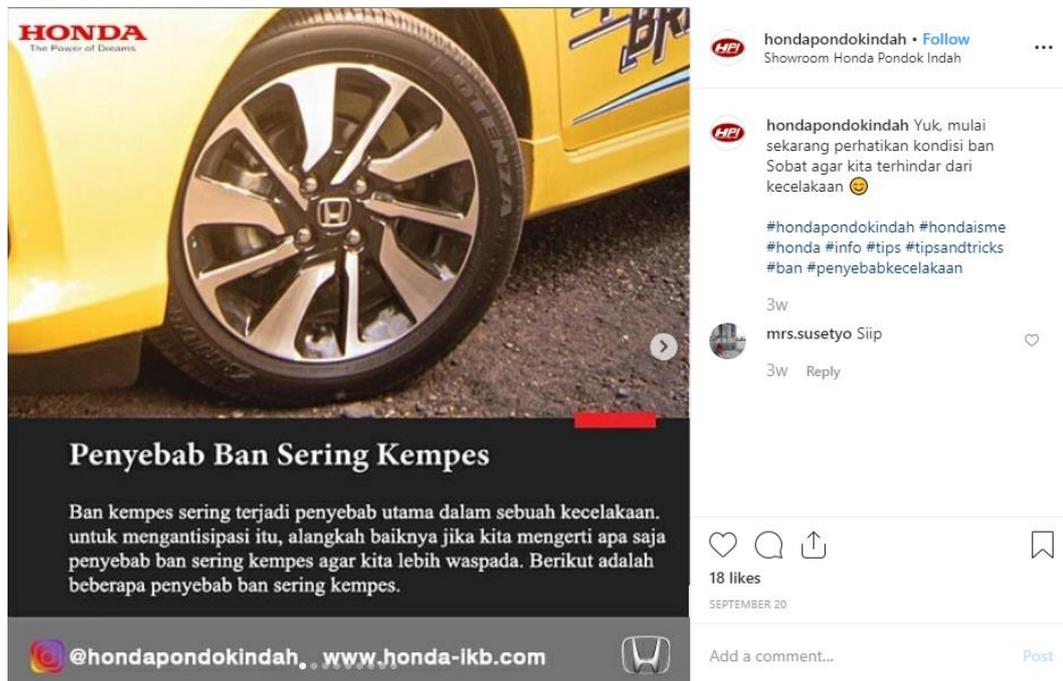
Sumber : Instagram Honda Pondok Indah, 2019

Gambar 3.3.4 Konten Untuk *Feed* “Cara menghilangkan baret pada Velg”



Sumber : Instagram Honda Pondok Indah, 2019

Gambar 3.3.5 Konten Untuk Feed “Penyebab ban sering kempes”



Sumber : Instagram Honda Pondok Indah, 2019

Gambar 3.3.6 Konten Untuk Feed “Tips berkendara di Malam Hari”



Sumber : Instagram Honda Pondok Indah, 2019

Gambar 3.3.7 Konten Untuk *Feed* “6 trik anti bangkrut saat *travelling*”



Sumber : Instagram Honda Pondok Indah, 2019

Pada gambar 3.3.8 penulis melakukan *posting* mengenai *event* yang akan diadakan oleh Honda Pondok Indah pada hari Sabtu, 12 Oktober 2019 di Starbucks Alteri Pondok Indah.

Gambar 3.3.8 Konten Untuk *Event* “Ngopi mantul”



Sumber : Instagram Honda Pondok Indah, 2019.

Pada gambar 3.3.9 penulis melakukan *posting* konten di *instastory* berupa ucapan turut berduka cita atas meninggalnya Alm. BJ. Habibie.

Gambar 3.3.9 Konten Untuk *Insta Story* “Ucapan turut berduka cita”



Sumber : Data Penulis, 2019

Gambar 3.3.10 Konten Untuk *Feed* “Quotes”



Sumber : Instagram Honda Pondok Indah, 2019

Untuk informasi selengkapnya dapat dilihat melalui Instagram perusahaan yaitu pada *username* @hondapondokindah.

## 2. Mendistribusikan Kartu *Augmented Reality* kepada setiap *Sales Supervisor* dan *Sales Counter*

Pekerjaan selanjutnya yang penulis lakukan pada praktek kerja magang yaitu penulis diberikan tanggungjawab untuk memotong kartu *Augmented Reality* dan mendistribusikannya kepada setiap *Sales Supervisor* dan *Sales Counter*. Kartu *Augmented Reality* sendiri merupakan sarana yang dibuat oleh Honda Pondok Indah yang bertujuan untuk membantu setiap *sales* maupun *sales counter* untuk mendeskripsikan unit yang akan dijual kepada konsumen.

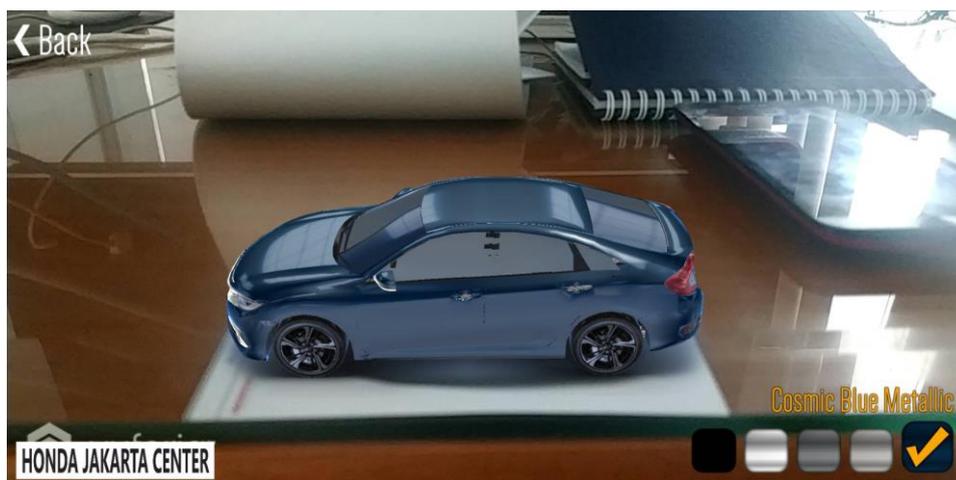
Gambar 3.3.11 Distribusi Kartu *Augmented Reality*



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2019

Cara penggunaannya setiap *sales* dan *sales counter* harus men-download aplikasi Honda AR yang terdapat di PlayStore kemudian arahkan Kartu AR ke arah kamera dan secara langsung akan muncul unit/kendaraan dalam bentuk *Augmented Reality* yang bisa digunakan untuk mempresentasikan secara unik kepada konsumen.

Gambar 3.3.12 Tampilan Kartu *Augmented Reality*

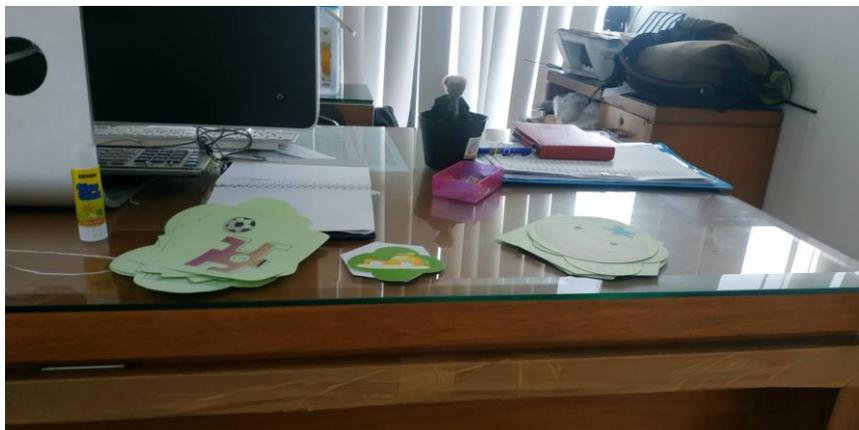


Sumber : Dokumentasi Penulis, 2019

### 3. Membuat Visualisasi Hasil Penjualan Sales Berupa Gantungan

Kemudian ketika penulis sudah menyelesaikan pekerjaan utamanya, penulis diminta oleh Bapak Jumei untuk membuat gantungan yang nantinya bertujuan untuk meningkatkan semangat dan daya saing bagi para *sales* karena masing-masing *team sales* bisa saling melihat *team sales* mana yang penjualannya pada bulan tersebut sedang tinggi dan dapat memudahkan Sales Supervisor dalam melakukan *briefing* pagi sebelum setiap *sales* melakukan pekerjaannya. Penulis membuat 2 jenis gantungan yang pertama berwarna merah untuk SPK (Surat Pemesanan Penjualan) dan yang kedua berwarna hijau untuk DO (*Delivery Order*). Setiap *sales* dapat mengambil gantungan SPK yang berwarna merah jika konsumen sudah melakukan pembelian unit mobil dan melakukan pembayarn DP (*Down Payment*), sedangkan *sales* dapat mengambil gantungan DO yang berwarna hijau (*Delivery Order*) ketika *sales* sudah mengirimkan produk atau mobil sampai ke tangan konsumen. Dengan adanya gantungan tersebut, diharapkan semua *sales* memiliki semangat untuk bersaing dengan antara satu dengan *sales* yang lainnya. Berikut adalah contoh visualisasi yang dibuat selama praktik kerja magang.

Gambar 3.3.13 Visualisasi berupa Gantungan



Sumber : Dokumentasi Penulis, 2019

#### **4. Membuat Laporan Penjualan Setiap Awal Bulan**

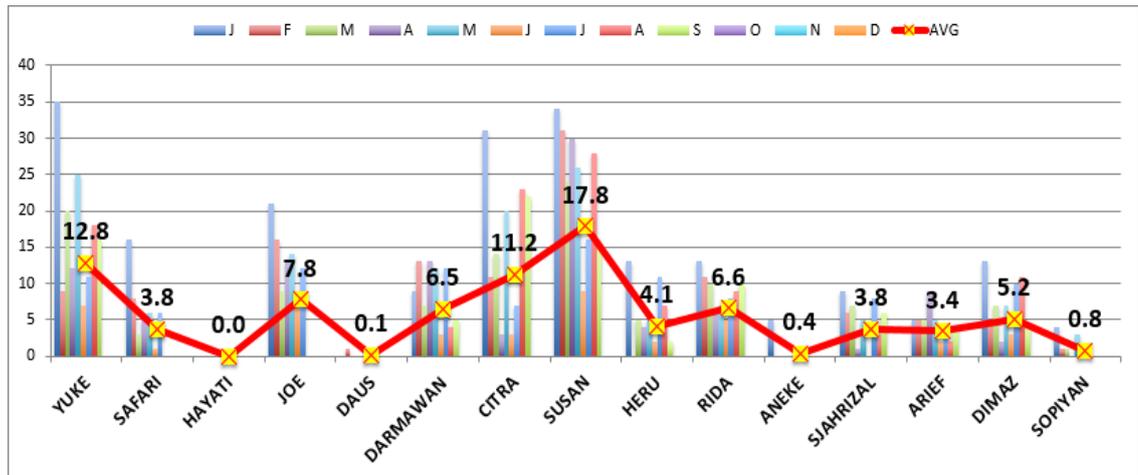
Setiap awal bulan penulis diberikan data hasil penjualan *sales* yaitu penjualan unit, penjualan asuransi, dan penjualan aksesoris oleh Bapak Jumei untuk di input kedalam *Microsoft Excel* dan dibuatkan ranking kemudian dibuat dalam *Microsoft Powerpoint*. Kemudian setelah data tersebut penulis olah penulis diminta untuk membuat grafik penjualan atas tiga laporan tersebut dan dimasukkan kedalam *powerpoint* yang nantinya akan ditayangkan dalam sebuah layar TV yang nantinya dapat dilihat oleh *Sales Supervisor* dan *Sales* sehingga melalui data tersebut dapat menjadi bahan evaluasi bagi setiap *team sales* maupun individu apakah penjualan dari masing-masing *team sales* maupun individu sudah mencapai target yang telah ditetapkan oleh perusahaan atau belum. Jika target pada bulan itu belum terpenuhi, *Sales Supervisor* harus membuat strategi baru sehingga *team sales* yang dipimpin dapat memenuhi target yang telah ditentukan oleh perusahaan. Penulis juga diminta untuk menunjukkan ke dalam *powerpoint* KPI (*Key Performance Indicator*) yang terdapat pada data penjualan tersebut sehingga setiap *Sales Supervisor* dapat melihat apakah sudah efektif atau belum kinerja dari setiap *sales* yang dipimpinnya. Berikut ini adalah hasil dari tugas yang telah dilakukan oleh penulis dalam membuat laporan penjualan sales terlihat pada gambar 3.3.13 sampai dengan gambar 3.3.19 dan data tersebut sudah disetujui oleh Bapak Jumei untuk penulis masukkan ke dalam laporan.

Gambar 3.3.14 Ranking Unit

No	SPV	SEMESTER 1	SEMESTER 2							AVG	Total
		(JANUARI-JUNI)	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER			
1	SUSAN	125	13	28	16				19	57	
2	CITRA	73	5	23	22				16.7	50	
3	YUKE	108	11	18	16				15	45	
4	DIMAZ	37	10	11	4				8.3	25	
5	RIDA	37	5	9	10				8	24	
6	DARMAWAN	54	12	4	5				7	21	
7	HERU	27	10	7	2				6.3	19	
8	SYAHRIZAL	25	8	3	6				5.7	17	
9	JOE	81	12						12	12	
10	ARIF	23	1	2	4				2.3	7	
11	SAFARI	39	6						6	6	
	TOTAL	629	93						106.3	283	

Sumber : Data Perusahaan

Gambar 3.3.15 Grafik Penjualan Unit



Sumber: Data Perusahaan

Gambar 3.3.16 Ranking Penjualan Asuransi

No	SPV	SEMESTER 1	SEMESTER 2						AVG	Total
		(JANUARI-JUNI)	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER		
1	YUKE	54	12	14	5				10,3	31
2	SUSAN	32	5	17	5				9	27
3	CITRA	59	3	18	1				7,3	22
4	DIMAZ	38	4	15					9,5	19
5	RIDA	23	7	3	1				3,7	11
6	DARMAWAN	27	1	6	2				3	9
7	HERU	14	2	4					3	6
8	JOE	50	5						5	5
9	SYAHRIZAL	14		3	1				2	4
10	SAFARI	28	3						3	3
11	ARIF	10	1	1					1	2
TOTAL		349	43	81	15				46,3	0
No	SPV	(JANUARI-JUNI)	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	AVG	Total

Sumber : Data Perusahaan

Gambar 3.3.17 Ranking Penjualan Asuransi

No	SPV	(JANUARI-JUNI)	JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER	AVG	Total
1	YUKE	Rp262,921,596	Rp 74,725,519	Rp 125,849,760	Rp 30,087,675				Rp 76,887,651	Rp 230,662,954
2	CITRA	Rp334,118,730	Rp 23,202,180	Rp 155,858,853	Rp 5,362,360				Rp 61,474,464	Rp 184,423,393
3	SUSAN	Rp156,563,967	Rp 9,624,115	Rp 141,922,715	Rp 28,903,791				Rp 60,150,207	Rp 180,450,621
4	DIMAZ	Rp163,136,881	Rp 27,395,495	Rp 94,425,806					Rp 60,910,651	Rp 121,821,301
5	RIDA	Rp92,106,986	Rp 36,128,020	Rp 65,526,499	Rp 5,409,160				Rp 35,687,893	Rp 107,063,679
6	DARMAWAN	Rp144,630,307	Rp 1,428,571	Rp 55,384,058	Rp 11,297,040				Rp 22,703,223	Rp 68,109,669
7	ARIF	Rp89,270,762	Rp 20,977,494	Rp 1,775,510					Rp 11,376,502	Rp 22,753,004
8	HERU	Rp85,537,238	Rp 586,181	Rp 7,233,335					Rp 3,909,758	Rp 7,819,516
9	SYAHRIZAL	Rp61,224,296		Rp 9,821,704	Rp 3,870,200				Rp 6,845,952	Rp 13,691,904
10	JOE	Rp321,809,425	Rp 12,642,060						Rp 12,642,060	Rp 12,642,060
11	SAFARI	Rp130,553,203	Rp 10,437,681						Rp 10,437,681	Rp 10,437,681
	TOTAL	Rp1,448,398,592	Rp 131,984,116	Rp 531,948,480	Rp 54,842,551				Rp 239,591,716	Rp 718,775,147

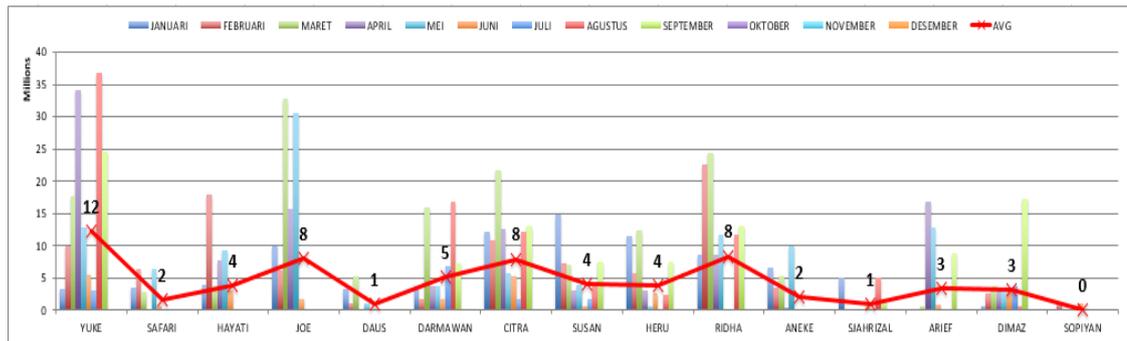
Sumber : Data Perusahaan

Gambar 3.3.18 Ranking Penjualan Asesoris

No	SPV	SEMESTER 1		SEMESTER 2						AVG	Total
		JULI	AGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DESEMBER				
1	YUKE	Rp 83,569,000	Rp 3,099,200	Rp 36,887,768	Rp 24,675,000					Rp 21,553,989	Rp 64,661,968
2	DARMAWAN	Rp 25,800,000	Rp 6,750,000	Rp 16,850,000	Rp 6,800,000					Rp 10,133,333	Rp 30,400,000
3	CITRA	Rp 68,370,000	Rp 2,020,000	Rp 12,150,000	Rp 13,000,000					Rp 9,056,667	Rp 27,170,000
4	RIDA	Rp 67,230,000		Rp 11,700,000	Rp 13,000,000					Rp 12,350,000	Rp 24,700,000
5	DIMAZ	Rp 15,350,000	Rp 3,800,000	Rp 650,000	Rp 17,300,000					Rp 7,250,000	Rp 21,750,000
6	SUSAN	Rp 36,700,000	Rp 1,850,000	Rp 3,750,000	Rp 7,600,000					Rp 4,400,000	Rp 13,200,000
7	HERU	Rp 36,050,000		Rp 2,350,000	Rp 7,500,000					Rp 4,925,000	Rp 9,850,000
8	ARIF	Rp 31,150,000			Rp 8,850,000					Rp 8,850,000	Rp 8,850,000
9	SYAHRIZAL	Rp 650,000		Rp 5,000,000	Rp 1,500,000					Rp 3,250,000	Rp 6,500,000
10	JOE	Rp 96,710,000	Rp 1,100,000							Rp 1,100,000	Rp 1,100,000
11	SAFARI	Rp 65,950,000	Rp 300,000							Rp 300,000	Rp 300,000
	TOTAL	Rp 352,210,000	Rp 18,919,200	Rp 89,337,768	Rp 100,225,000					Rp 83,168,989	Rp 208,481,968

Sumber : Data Perusahaan

Gambar 3.3.19 Grafik Penjualan Aksesoris



Sumber : Data Perusahaan

Gambar 3.3.20 KPI (Key Performance Indicator)

BSTK	PRODUKTIVITAS TEAM												AVG	TOTAL	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12			
YUKE	7.00	1.80	5.00	3.00	6.25	1.75	1.83	3.60						3.78	30.23
SAFARI	1.60	0.89	0.38	0.71	0.86	0.14	0.86							0.78	5.44
HAYATI	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00									0.00	0.00
JOE	2.63	2.29	1.29	1.86	2.80	1.60	1.71							2.02	14.17
DAUS	0.00	0.13	0.00	0.00	0.00		0.00	0.00						0.02	0.13
DARMAWAN	1.00	1.44	0.88	2.17	2.40	0.60	0.00	0.00						1.06	8.49
CITRA	4.43	1.83	2.33	0.50	2.50	0.38	1.17	3.29						2.05	16.42
SUSAN	6.80	6.20	4.80	7.50	4.33	2.25	2.67	5.60						5.02	40.15
RIDA	1.63	0.00	1.67	1.33	1.25	0.50	1.57	1.17						1.14	9.11
HERU	2.17	2.75	2.50	1.20	1.40	1.00	1.33	1.50						1.73	13.85
ANEKE	0.83	0.00	0.00	0.00	0.00									0.17	0.83
SJAHRIZAL	1.50	1.20	2.33	0.50	2.50	0.00	1.60	0.75						1.30	10.38
ARIEF	0.83	0.83	0.83	1.50	1.00	0.40	0.67	0.40						0.81	6.47
DIMAZ	1.63	0.63	1.17	0.50	2.33	0.50	1.43	1.38						1.19	9.55
SOPIYAN	0.80	0.20	0.20	0.00	1.50									0.54	2.70

Sumber: Data Perusahaan

### 3.4 Kendala yang Ditemukan

Kendala yang ditemukan oleh penulis selama praktik kerja magang di PT Istana Kebayoran Raya Motor adalah sebagai berikut.

1. Penulis mengalami kesulitan saat meng-*upload* konten di Instagram karena setiap karyawan Honda Pondok Indah masih kurang aktif dalam mendukung Instagram perusahaan sehingga setiap konten yang diunggah memiliki jumlah *like and share (repost)* yang sedikit. Diharapkan kedepannya setiap karyawan dapat lebih aktif lagi dalam mendukung

Instagram Honda Pondok Indah dengan cara melakukan *like and share* (*repost*) terhadap konten-konten yang telah dibuat oleh divisi marketing komunikasi.

2. Dalam pembuatan konten penulis kesulitan dalam mencari gambar maupun referensi dikarenakan *Wi-Fi* perusahaan yang tidak tersedia untuk anak magang, namun untuk terus melakukan pekerjaan tersebut penulis menggunakan *tethering hotspot* sendiri.
3. Dalam menjalankan praktek kerja magang penulis mengalami kesulitan karena tidak tersedianya meja dan aliran listrik untuk anak magang namun permasalahan tersebut dapat diselesaikan dengan cara penulis mengunggu para *sales* selesai *briefing* kemudian penulis dapat menggunakan salah satu meja dari *sales*.

### **3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Dari kendala yang ditemukan oleh penulis maka penulis memberikan solusi sebagai berikut.

1. Selama melakukan kerja magang, penulis menggunakan *hotspot* pribadi untuk mencari referensi konten dan mencari gambar. Sehingga, penulis menyarankan untuk kedepannya agar perusahaan dapat memberikan akses internet kepada anak magang untuk digunakan dalam mencari referensi konten dan gambar.
2. Selama melakukan kerja magang jika penulis ingin membuat konten dengan menggunakan laptop, penulis harus menunggu *briefing* pagi yang

dilakukan *Sales Supervisor* kepada *sales* selesai kemudian penulis dapat menggunakan meja *sales* yang kosong untuk membuat konten.

3. Penulis menyarankan untuk melakukan komunikasi kepada setiap karyawan untuk lebih aktif dalam menggunakan media sosial Instagram sehingga setiap penulis membuat konten dan melakukan *posting* setiap karyawan dapat memberikan *like* atas konten yang diunggah di Instagram dan melakukan *repost* sehingga konten dapat tersebar luas ke publik. Dengan tersebarnya konten ke publik maka diharapkan konsumen dapat mengetahui informasi mengenai *event* yang dibuat oleh perusahaan, promo yang sedang berlangsung, produk baru, ataupun informasi lainnya sehingga membuat setiap masyarakat mengenal dengan baik Honda Pondok Indah.
4. Memperbaiki sistem manajemen perusahaan agar kinerja setiap divisi menjadi lebih baik untuk ke depannya, terutama bagi mahasiswa/i yang melakukan praktik kerja magang agar dapat dengan mudah mendapatkan seluruh informasi atau data yang diperlukan untuk membuat laporan kerja magang.

### **3.6 Pemanfaatan Instagram untuk peningkatan *brand awareness* dan *engagement* dealer Honda Pondok Indah.**

Dealer Honda Pondok Indah memanfaatkan *platform* Instagram sebagai sarana untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* terhadap masyarakat. Sampai saat ini jumlah *followers* Honda Pondok Indah sudah mencapai 1.047 namun dapat dilihat pada konten-konten yang telah penulis buat jumlah *like*

dan *comment* masih sangat sedikit bahkan kurang dari 3% dari jumlah *followers*. Penulis beranggapan bahwa pemanfaatan Instagram saat ini untuk meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* masih kurang efektif. Penulis melihat Instagram Mobil123 dengan *followersnya* yang mencapai 174.000 namun jumlah *likanya* mencapai ratusan bahkan ribuan. Kedepannya penulis memiliki beberapa saran untuk perbaikan dalam pemanfaatan Instagram seperti membuat konten terjadwal dengan mengikuti *trend* yang sedang berkembang maupun hiburan supaya Instagram Honda Pondok Indah tidak terlihat kaku dan dapat dijangkau oleh semua kalangan dan setiap karyawan HPI lebih aktif dalam melakukan *like* dan *repost* terhadap konten yang telah dibuat, tujuannya untuk orang yang belum mengetahui Honda Pondok Indah dapat mengetahui dan mendapatkan informasi seputar aktivitas Honda Pondok Indah melalui *platform* Instagram.

Gambar 3.6.1 Insight waktu terbanyak orang membuka Instagram



Sumber: Instagram Perusahaan

Pada Gambar 3.6.1 penulis melihat dari Insight keseluruhan konten-konten yang telah dibuat penulis menyatakan bahwa waktu yang paling cocok untuk melakukan posting yaitu pada jam 12 siang dan jam 3 sore. Dan pada gambar 3.6.2 dapat dilihat bahwa pembuatan konten-konten yang menarik dapat dimaksimalkan pada hari Sabtu.

Gambar 3.6.2 Insight hari terbanyak orang mengunjungi Instagram HPI



Sumber: Instagram Perusahaan