



### **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**

Selama melakukan praktik kerja magang di BMW Pluit dalam kurun waktu tiga bulan, penulis ditempatkan sebagai divisi *marketing communication* yang berfokus pada *social media specialist*. Dalam praktiknya, penulis mendapatkan penugasan dari bagian *marketing* pusat dan bimbing oleh *sales manager dealer* yang memegang *social media* milik BMW Pluit serta kepala cabang BMW Pluit untuk perencanaan event. BMW Pluit tidak memiliki divisi khusus untuk *social media specialist*, Martha selaku *Head Marketing Office* BMW Astra menempatkan penulis secara khusus untuk membantu BMW Pluit dalam melakukan pemasaran melalui digital karena selama ini media sosial BMW Pluit tidak begitu berjalan dengan baik. Walaupun demikian, koordinasi utama tetap kepada pembimbing lapangan yang berada di *showroom* BMW Pluit yaitu Jordy selaku *Sales Manager* yang memegang kendali penuh atas media sosial BMW Pluit dan segala bentuk kegiatan tetap dimonitor oleh Martha selaku *Head Marketing Office*.

Christian selaku Kepala cabang BMW Pluit juga memberikan tugas dalam merencanakan *event showroom* yang menarik, serta memberikan arahan kepada penulis. Penulis juga ikut dalam rapat mingguan terkait dalam event dan konten media sosial BMW Pluit. Secara keseluruhan, tugas serta tanggungjawab yang ada, dan diberikan oleh perusahaan, berfokus kepada *social media specialist* dan *event* dimana penulis berfokus untuk membuat konten dan membuat sosial media BMW Pluit menarik dan aktif. Dalam hal ini, setiap tugas yang diberikan, penulis akan berkoordinasi dengan Jordy selaku pembimbing penulis, serta mengikuti arahan dari Martha selaku *marketing head* BMW Astra. Komunikasi menjadi hal utama untuk peneliti sangat penting didalam dunia pekerjaan, penulis akan semakin mudah untuk melaksanakan setiap tugas yang ada khususnya dalam pembuatan konten setiap hari. Oleh karena itu, komunikasi menjadi hal yang utama dalam setiap hari sebagai langkah

untuk melakukan koordinasi agar tugas yang diberikan bisa dilaksanakan dengan lancar dan baik.

### 3.2 Tugas yang Dilakukan

Dalam melaksanakan praktik magang, tugas yang dilakukan oleh penulis di BMW Pluit adalah sebagai *social media specialist* dan membantu dalam perencanaan *event showroom* Dalam setiap pekerjaan yang dilakukan penulis setiap minggu dirangkum dalam bentuk tabel sebagai berikut :

**Tabel 3.1 Aktivitas Magang Mingguan**

Minggu Ke-	Aktivitas yang Dilakukan
1. 9 Agustus- 10 Agustus 2019	1. Perkenalan struktur organisasi dan tugas yang harus dikerjakan 2. <i>Product knowledge</i> agar penulis tahu tentang mobil BMW untuk konten di sosial media
2. 13 Agustus – 18 Agustus 2019	1. Membuat konten di media sosial BMW Pluit 2. Melakukan analisis <i>traffic</i> media sosial BMW Pluit 3. Membuat poster untuk <i>event</i> HOG x BMW Pluit untuk diunggah ke sosial media BMW Pluit 4. Mempublikasikan <i>event</i> HOG x BMW Pluit untuk di sosial media BMW Pluit 5. Bertemu dengan cust BMW Pluit membantu menjelaskan keunggulan mobil
3. 20 Agustus – 24 Agustus 2019	1. Membuat konten di media sosial BMW Pluit 2. Mengambil gambar beberapa jenis mobil BMW, mengedit, membuat <i>caption</i> dan mengunggah di instagram BMW Pluit guna untuk konten media sosial

	3. Membuat konten mobil yang sedang promo dikemas secara menarik untuk diunggah ke media sosial BMW Pluit
4. 27 Agustus – 31 Agustus 2019	1. Membuat konten di media sosial BMW Pluit 2. Mengundang <i>youtuber</i> Edward Tanzil untuk membuat video <i>vlogging</i> test drive mobil terbaru G20 di BMW Pluit dan diunggah di <i>youtube</i> Edward. Selain itu, guna untuk konten instagram BMW Pluit dan menaikkan <i>engagement</i> dan <i>traffic</i>
5. 3 September – 7 September 2019	1. Membuat ide video konten untuk instagram BMW Pluit sekaligus memperkenalkan layanan baru di BMW Pluit 2. <i>Meeting</i> bersama ibu Martha selaku Head Marketing, pak Christian kepala cabang BMW Pluit dan Pak Jordy <i>Sales Manager</i> selaku yang memegang media sosial BMW Pluit. terkait dengan konten video layanan BMW Pluit 3. Membuat <i>script</i> dan alur video layanan BMW Pluit untuk konten media sosial BMW Pluit
6. 10 September – 14 September 2019	1. Mengatur jalannya pengambilan video layanan baru BMW Pluit untuk diunggah di media sosial 2. Membuat konten <i>event</i> showroom “ <i>Weekend Festival</i> ” yang diunggah di media sosial BMW Pluit 3. <i>Meeting</i> bersama pak Christian terkait <i>event</i> “ <i>Weekend Festival</i> ” untuk membuat poster yang akan di <i>posting</i> para <i>influencer</i> dan <i>tag</i> instagram @bmwastra_pluit guna untuk meningkatkan <i>engagement</i> . 4. Menghubungi <i>influencer</i> terpilih untuk membantu <i>up</i> poster
7. 17 September – 22 September 2019	1. Mempublikasikan semua kegiatan <i>event</i> “ <i>Weekend Festival</i> ” di hari sabtu dan minggu untuk diedit dan diunggah di instagram berkaitan dengan konten media sosial BMW Pluit

	<p>2. <i>Meeting</i> untuk <i>press conference</i> terkait dengan layanan baru BMW Pluit</p> <p>3. Mempublikasikan saat <i>press conference</i> untuk diunggah menjadi konten media sosial BMW Pluit</p>
<p>8. 24 September – 28 September 2019</p>	<p>1. Membuat konten di media sosial BMW Pluit</p> <p>2. Mengusulkan ide ID <i>business consultant</i> untuk konten media sosial BMW Pluit guna untuk mempermudah konsumen menghubungi <i>sales</i> BMW Pluit</p> <p>3. Membuat <i>design</i> untuk konten ID <i>business consultant</i></p>
<p>9. 2 Oktober– 5 Oktober 2019</p>	<p>1. Membuat brosur promo mobil BMW untuk disebar dan dipublikasikan menjadi konten media sosial BMW Pluit</p> <p>2. Membuat konten di media sosial BMW Pluit</p>
<p>10. 8 Oktober – 12 Oktober 2019</p>	<p>1. Membuat konten di media sosial BMW Pluit</p> <p>2. Mengambil gambar mobil BMW, <i>edit</i> foto, membuat <i>caption</i> untuk diunggah ke media sosial BMW Pluit</p>
<p>11. 15 Oktober – 19 Oktober 2019</p>	<p>1. Membuat konten di media sosial BMW Pluit</p> <p>2. Mempublikasikan semua kegiatan <i>event</i> “G20” di hari sabtu dan minggu untuk di-<i>edit</i> untuk diunggah di <i>Instagram story</i> berkaitan dengan konten media sosial BMW Pluit</p>
<p>12. 22 Oktober – 27 oktober 2019</p>	<p>1. Membuat konten di media sosial BMW Pluit</p> <p>2. Membuat konten <i>event</i> <i>BCA Finance</i></p> <p>3. Mempublikasikan semua kegiatan <i>event</i> “<i>BCA Finance</i>” di hari Sabtu dan Minggu untuk di-<i>edit</i> dan diunggah di <i>Instagram story</i> berkaitan dengan konten media sosial BMW Pluit</p>
<p>13.</p>	<p>1. Membuat konten di media sosial BMW Pluit</p>

29 Oktober– 2 November 2019	2. Mengikuti acara launching mobil X1 3. Mempublikasikan serta mengedit dan membuat caption launching mobil X1 terbaru di Plaza Senayan guna untuk konten media sosial BMW Pluit.
14. 5 November – 12 November 2019	1. Membuat konten di media sosial BMW Pluit 2. Membuat brosur untuk <i>event</i> “Joy Fest” 2019 untuk diunggah di media sosial BMW Pluit

Sumber : Data Primer Penulis, 2019

### 3.3 Uraian Pekerjaan Yang Dilakukan

#### 3.3.1 *Social Media Specialist*

*Social media specialist* merupakan salah satu tugas utama penulis, yaitu bertanggungjawab penuh atas segala bentuk aktivitas media sosial BMW Pluit dengan membuat konten yang menarik berdasarkan kerativitas cara berpikir penulis. *Social media specialist* merupakan tugas dari bagian *marketing communication*. Menurut Kotler (2012, h. 478) *marketing communication* adalah sarana dimana perusahaan berusaha menginformasikan, membujuk, serta menyadarkan konsumen secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan produk dan merek yang dijual.

*Social media specialist* sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan, karena kehadiran media sosial telah merubah pendekatan dan cara perusahaan dalam berinteraksi dengan konsumennya. Menurut (Evans 2010, h. 8) *Social media marketing* membutuhkan penelitian, strategi, implementasi, persetujuan dari tim, *networking*, percakapan dan pengukuran. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan seseorang yang kompeten dalam bidang tersebut agar strategi komunikasi lewat media sosial dapat tersampaikan dengan baik pada konsumen. Dalam hal ini, pembimbing lapangan memberikan tugas kepada

penulis sehingga bisa di kembangkan oleh penulis dan menjadi konten yang baik untuk diunggah ke media sosial BMW Pluit.

Menurut Gunelius (2011, h.15) memaparkan ada lima tujuan dari *social media marketing*, yaitu:

1. *Relationship Building*

Tujuan utama dari *social media marketing* membangun hubungan dengan target konsumen yang terlibat, dan *online influencer*. Membangun hubungan dengan konsumen adalah hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan termasuk BMW Astra Pluit sadar bahwa media sosial sangat penting dalam membangun hubungan dengan konsumen.

2. *Brand Building*

Secara tidak langsung, komunikasi yang terjadi dalam *social media* sangat efektif untuk meningkatkan *brand awareness*, membantu konsumen untuk mendapatkan informasi seputaran produk, meningkatkan pengenalan akan sebuah merek dan meningkatkan loyalitas pada sebuah *brand*. *Brand building* menjadi salah satu alasan yang paling kuat untuk perusahaan BMW Pluit sadar akan pentingnya *social media marketing*.

3. *Publicity*

*Social media marketing* menjadi tempat dimana perusahaan dapat membagikan informasi dan menjadi sumber informasi yang penting untuk konsumen.

4. *Promotion*

Melalui *social media marketing*, konsumen dapat mengetahui promo yang sedang berlangsung dan diberikan oleh perusahaan. Promo eksklusif khusus konsumen BMW dapat membuat konsumen merasa *special*.

## 5. *Market Share*

*social media marketing* juga berguna untuk perusahaan mempelajari perilaku, kebutuhan, dan keinginan konsumen dan dapat digunakan untuk melihat sisi kompetitor.

Media sosial sangat penting untuk memberikan informasi dan berinteraksi langsung dengan konsumen. BMW Pluit adalah *dealer* BMW yang menjual mobil premium sehingga sangat penting pembuatan konten serta pengambilan foto, warna, *caption*, *design* yang menarik untuk diunggah dan menarik perhatian konsumen. Selain membuat konten, penulis juga menganalisa *traffic* dari *engagement* media sosial BMW Pluit. Dari hasil *traffic* yang sudah diamati, *engagement* media sosial BMW Pluit masih sangat rendah, dilihat dari *followers* BMW Pluit yang masih tertinggal dibandingkan *dealer* BMW Astra lainnya, selain itu *profile visits* Instagram yang masih rendah, sehingga penulis mengusulkan untuk mengundang *youtuber* untuk konten media sosial BMW Pluit serta meningkatkan *engagement* media sosial.

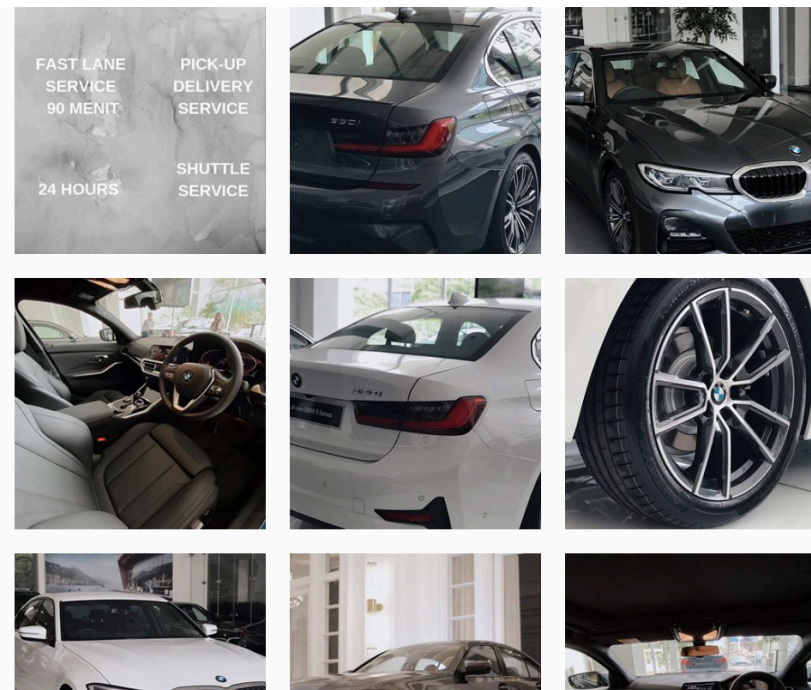
Setiap unggahan yang dilakukan hanya bertujuan untuk konten media sosial dan meningkatkan *traffic* media sosial BMW Pluit serta memberikan informasi kepada pelanggan tanpa menjadikan target untuk meningkatkan *sales*. Menurut (Kotler dan Keller 2012, h. 570) media sosial memungkinkan konsumen untuk terlibat dengan suatu merek pada tingkat yang lebih dalam dan lebih luas dibanding sebelumnya. Media sosial juga dipakai untuk umpan balik yang berguna untuk kegiatan pemasaran dimana secara positif dapat mempengaruhi konsumen.

BMW Pluit melihat bahwa setiap pelanggan mengutamakan gambar spesifik dan menarik serta promo yang berlangsung, sehingga penulis diberikan *job desk* untuk mengambil gambar secara spesifik, *edit* warna yang menarik dan mengunggah setiap mobil yang ada di BMW Pluit di media sosial sehingga konsumen dapat mengetahui produk terbaru, produk yang sedang diskon, produk yang masih ada *stock* dan bisa memilih dengan benar sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari konsumen.



Menurut (Evans 2010, h. 18) semua situs media sosial adalah kemampuan untuk berbagi, biasanya media sosial memfokuskan dua jenis tipe media yaitu foto dan video. BMW Pluit juga memfokuskan konten yaitu foto dan video karena produk yang dijual adalah mobil premium gambar visual sangat penting. Dalam menentukan konten media sosial sangat penting untuk mengetahui dan mengenal siapa *audience* dan apa yang mereka sukai, sehingga konten yang dibuat bisa tepat sasaran sehingga dapat meningkatkan *awareness* serta *engagement*.

Gambar 3.1 Contoh Konten Gambar Instagram



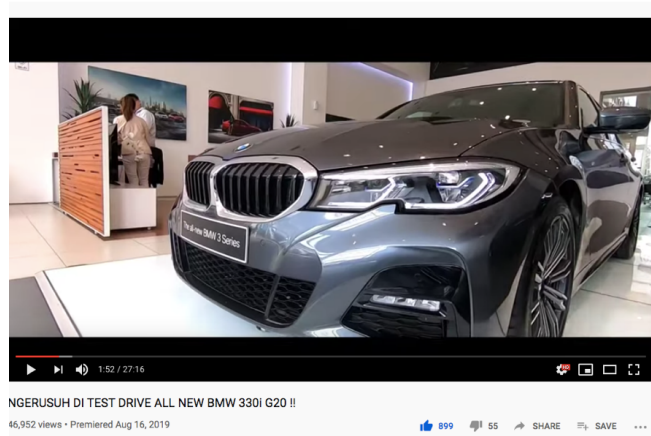
Sumber: Data Penulis, 2019

Penulis menentukan konten mana yang akan diunggah dan disetujui oleh pembimbing lapangan. Gambar diatas merupakan contoh gambar konten pengambilan gambar yang diambil oleh penulis sendiri, di *edit* dan diunggah di media sosial BMW Pluit. Teknik pengambilan gambar harus sesuai dengan BMW Pluit inginkan, dimana produk yang dijual oleh perusahaan adalah mobil premium, karena itu pengambilan

konten gambar mobil juga harus terlihat *elegant* dan harus menunjukkan sisi terbaik dan spesifik dari mobil tersebut. Dalam hal ini, konten dibuat setiap hari, dan di *update* karena terkadang setiap produk dapat mengalami perubahan harga karena ada promo. Pentingnya konten-konten yang menarik di media sosial membuat *engagement* BMW Pluit meningkat. BMW Pluit juga mulai menyadari selain digital marketing dalam meningkatkan *awareness* diperlukan adanya *influencer*. Menurut (Simamora, 2003, h. 94) *influencers* adalah orang yang membuat orang lain bisa mengambil keputusan secara cepat melalui pandangan dan nasihat dari *influencers* tersebut. Karena itu penulis mengundang *influencer* Instagram sekaligus youtuber yang bergerak dibidang otomotif yaitu Edward Tanzil untuk datang membuat *vlog* bersama mobil terbaru BMW seri 3 di *dealer* BMW Pluit Astra.

Dalam promosinya, pembuatan *vlog* yang dilakukan bertujuan untuk memberitahu kepada konsumen bahwa BMW seri 3 terbaru G20 itu memang bagus dan layak untuk dibeli bagi para pecinta mobil *sport* selain itu, informasi yang jelas mengenai BMW seri 3 jika konsumen tertarik untuk membeli mobil tersebut bisa langsung datang ke *dealer* BMW Pluit Astra atau menghubungi *sales* BMW Pluit Astra. Dalam hal ini, BMW Pluit ingin agar pelanggan tertarik dan melakukan aksi setelah melihat *review* dari Edward Tanzil. Selain untuk promosi dan meningkatkan *awareness* hal ini juga untuk konten media sosial BMW Pluit.

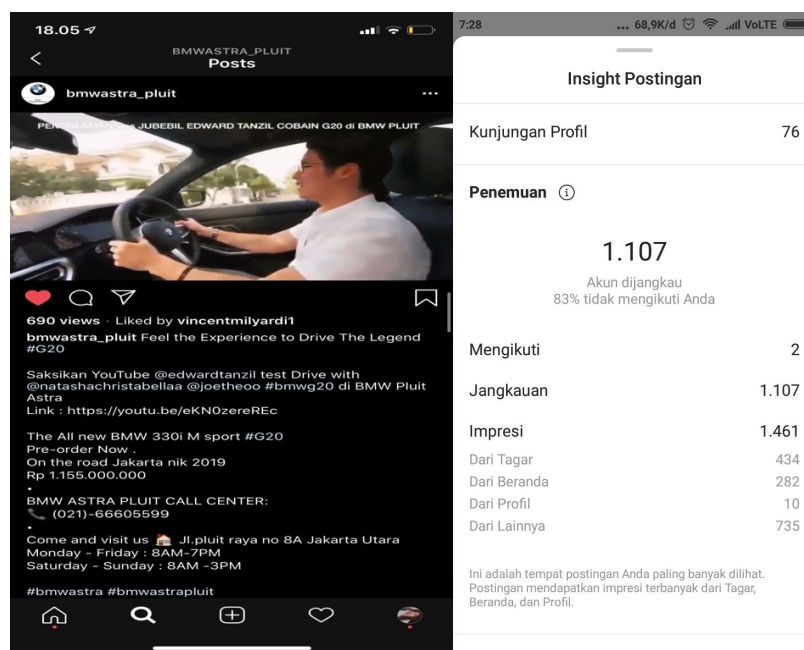
Gambar 3.2 Konten *vlog* yang dilakukan di BMW Pluit



Sumber: Youtube Edward Tanzil, 2019

Dapat dilihat dari hasil konten youtube Edward Tanzil meraih *engagement* sebanyak 46,952 penonton, dan meraih 899 *likes*. Selain itu, konten ini juga diunggah di Instagram BMW Pluit meraih sebanyak 690 penonton dan 57 *likes*. Dengan *insight* postingan menghasilkan 76 tindakan kunjungan profil, serta meraih sebanyak 1.107 akun yang dijangkau dengan 83% bukan *followers* BMW Pluit.

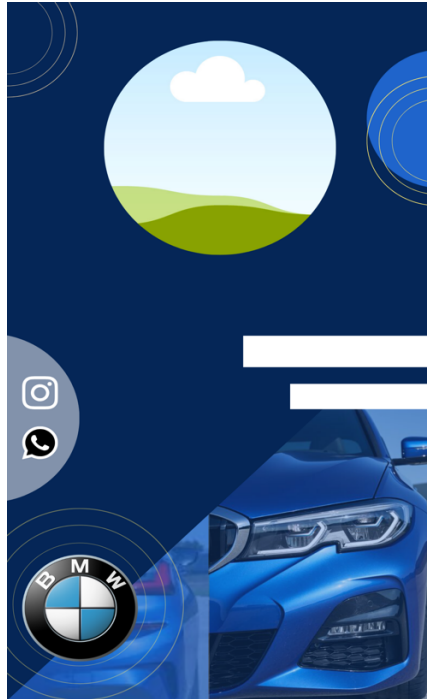
Gambar 3.3 Konten Instagram BMW Pluit



sumber: Data Penulis, 2019

Selain Konten gambar mobil yang menarik, penulis juga diberikan tugas untuk memudahkan pelanggan dalam menghubungi *sales* terkait untuk menanyakan seputar produk. Karena itu, penulis diberikan tugas oleh pembimbing lapangan untuk membuat suatu desain *profile* seluruh *sales* yang bekerja di BMW Pluit untuk diunggah di media sosial BMW Pluit. Media sosial berguna untuk sumber informasi yang dibutuhkan oleh konsumen karena itu selain informasi tentang produk, media sosial BMW Pluit juga ingin membuat konten-konten yang memudahkan konsumen dalam bentuk *service*.

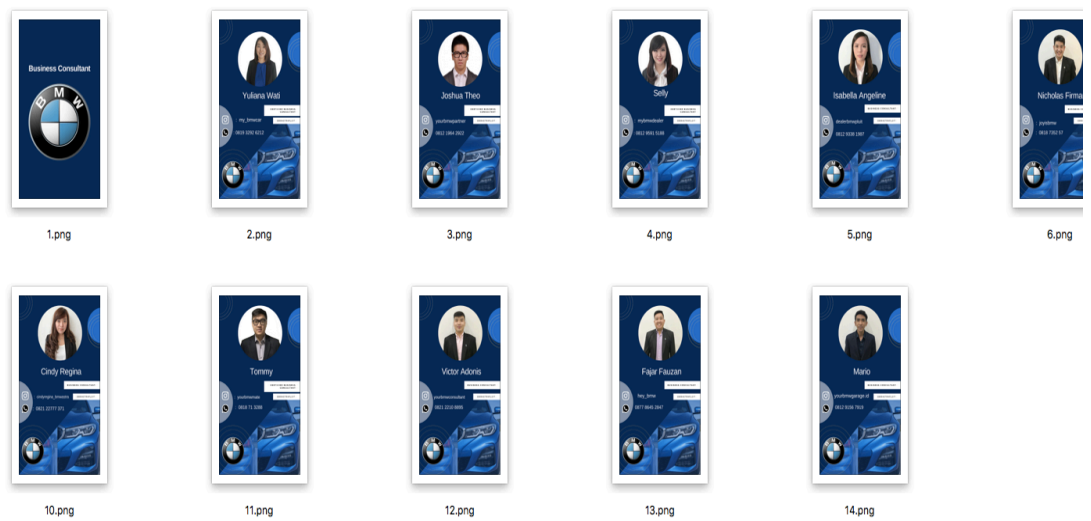
Gambar 3.4 Contoh Konten *Template* Desain Profil *Sales* BMW Pluit



Sumber: Data Penulis, 2019

Setelah disetujui, konten *template* akan di *edit* oleh penulis untuk diunggah ke media sosial. Tujuan dari pembuatan konten ini adalah untuk memberikan informasi kepada pelanggan terkait dengan *sales* BMW Pluit yang bisa dihubungi oleh mereka. Ketika konsumen tertarik terhadap mobil yang telah diunggah oleh penulis, konsumen tidak kebingungan harus bertanya dan menghubungi kepada siapa karena informasi profil para *sales* BMW dimulai dari nama, nomor telfon dan Instagram *sales* akan muncul di media sosial milik BMW Pluit, sehingga memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi terkait produk yang diminati. Dalam hal ini, konten desain yang penulis buat telah disetujui oleh pembimbing lapangan.

Gambar 3.5 Editan Konten Menggunakan Aplikasi Canva



Sumber : Data Penulis, 2019

Setelah semua sudah disetujui oleh pembimbing, konten ini akan diunggah di Instagram *story* milik BMW Pluit. Tujuan dari konten ini adalah untuk para konsumen lebih mudah dan praktis dalam menghubungi *sales* BMW Pluit terkait dengan produk yang ada. Konten ini juga dibuat untuk memperkenalkan bahwa BMW Pluit mempunyai *sales* yang memiliki *certified business consultant*. Tema dari desain konten yang penulis buat terlihat *elegant*, warna biru melambangkan dapat dipercaya dan bertanggung jawab, sehingga makna pesan tersebut mengartikan bahwa *sales* dari BMW Pluit dapat diandalkan jika dibutuhkan oleh konsumen.

Penulis juga diberikan tugas oleh pembimbing untuk membuat konten produk yang sedang promo untuk diunggah di media sosial BMW Pluit. Informasi seputar produk dengan harga terjangkau sangat penting diunggah di media sosial milik perusahaan, konsumen akan lebih mudah mengetahui informasi dengan cepat dan jelas dari sumber terpercaya. Konten promo mobil yang dibuat oleh penulis juga diajarkan langsung oleh bu Martha selaku *Head Marketing* dan dibimbing oleh pembimbing

lapangan penulis karena *font* penulisan agar tetap mirip dengan konten promo BMW Astra.

Gambar 3.6 Contoh Konten Promo Mobil BMW Pluit



BMW 320i Sport Shadow  
BUY BACK GUARANTEE 85%  
up to 3yr

**OTR 790mio**  
0% Interest, 100% Interesting  
down payment 459mio  
installment 32 mio (1yr)

BMW ASTRA PLUIT  
Jl. Pluit Selatan Raya no. 8a  
Pluit, Jakarta Utara

3 Warranty 5 BMW 3 A

The image is a promotional advertisement for a BMW 320i Sport Shadow. It features a dark-colored sedan on a road. The text highlights a 'BUY BACK GUARANTEE 85% up to 3yr' and lists the price as 'OTR 790mio' with '0% Interest, 100% Interesting' financing, a 'down payment 459mio', and 'installment 32 mio (1yr)'. The BMW logo and 'The Driving Pleasure' slogan are in the top right. At the bottom, it shows the dealership name 'BMW ASTRA PLUIT' with its address and several award icons.

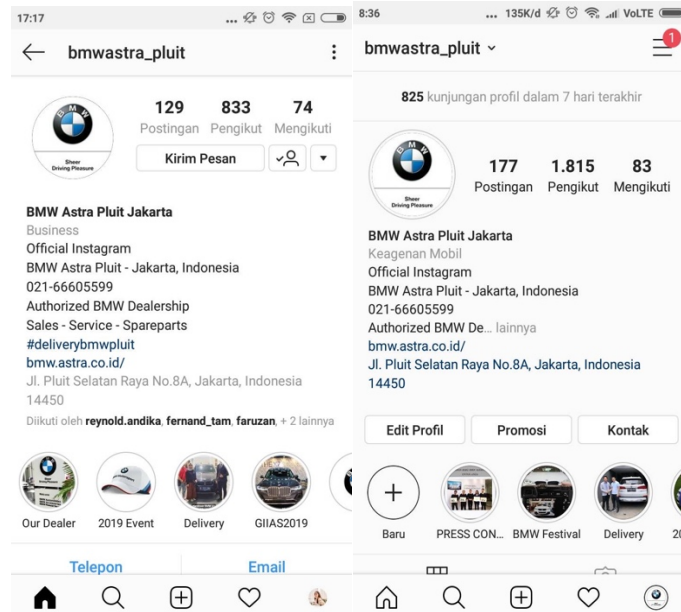
Sumber: Data penulis, 2019

Penulis juga membuat dan membantu pelaksanaan pembuatan video layanan baru yang ada di BMW Pluit Astra terkait untuk konten media sosial BMW Pluit. Penulis membuat ide serta jalan cerita video layanan baru BMW Pluit Astra serta menentukan *talent* yang ada. Video tersebut untuk memberikan informasi kepada konsumen bahwa *dealer* BMW Pluit mempunyai layanan baru untuk terus meningkatkan kualitas *services* untuk para pelanggan. Video tersebut diunggah di Instagram dan menghasilkan 456 akun yang menonton.

Dari semua yang telah penulis lakukan untuk konten media sosial Instagram BMW Pluit lebih menarik, penulis berhasil mencapai tujuan untuk meningkatkan *awareness* dan *engagement*. Dapat dilihat dari *followers* Instagram BMW Pluit yang

meningkat pesat dari sebelumnya, dan *profile visits* juga meningkat pesat dari sebelumnya serta *engagement* dari tindakan setiap postingan juga meningkat pesat.

Gambar 3.7 *Engagement* Instagram BMW Pluit



Sumber : Data Penulis, 2019

### 3.3.2 *Event Management*

Menurut (Bowden 2013, h.501) dalam *event management* terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan antara lain :

#### 1. *Power*

*Power* adalah pementasan acara dimana melibatkan banyak orang untuk melayani kerumunan ini, listrik memiliki peran yang sangat penting dalam hal ini.

#### 2. *Lights*

*Lights* yang dimaksud adalah pencahayaan. Pencahayaan menjadi sesuatu hal yang harus diperhatikan dalam event. Pencahayaan mempunyai dua fungsi yaitu pragmatis dan artistic. Pragmatis yaitu lampu berfungsi bagi semua orang dapat melihat

dengan jelas produk serta acara yang ada di event tersebut. Artistic adalah inti dari *design event* untuk membuat acara terlihat dramatis.

3. *Sound*

*Sound* berfungsi agar para hadirin dapat mendengar dengan jelas baik itu musik, pidato dan lainnya.

4. *Properties and Decoration*

Properti dan Dekorasi merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah event. Tema dalam sebuah *event* akan lebih jelas terlihat oleh para *audience*.

5. *Perfomers*

Pengisi acara juga merupakan bagian hal yang penting dalam sebuah acara. Seperti pemusik, penyanyi atau pembawa acara akan sangat mempengaruhi *event*.

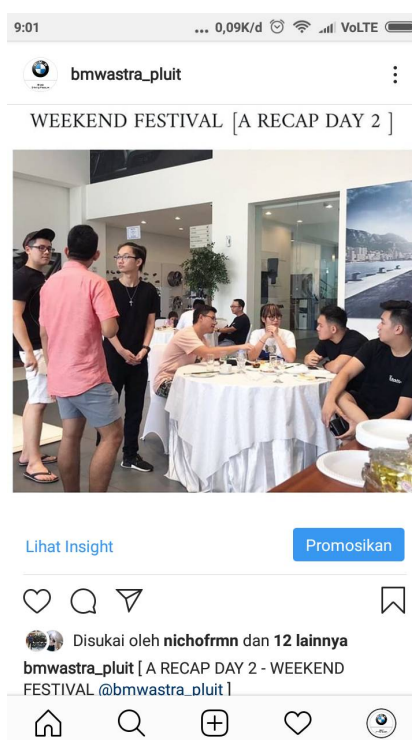
Menurut Goldblatt (2014, h. 12) *event management* adalah kegiatan profesional yang tujuannya adalah mengumpulkan dan mempertemukan sekelompok orang untuk tujuan perayaan, pendidikan, pemasaran dan reuni dan bertanggung jawab mengadakan riset, membuat desain kegiatan, dan melakukan perencanaan serta melaksanakan koordinasi dan evaluasi untuk merealisasikan kehadiran sebuah kegiatan. Selama melakukan praktek kerja magang di BMW Pluit, penulis juga melakukan perencanaan, koordinasi dan membuat desain kegiatan dari pelaksanaan awal acara sampai akhir. Penulis terlibat untuk perencanaan *showroom event* BMW Pluit mulai dari melakukan perencanaan dan ikut *meeting* bersama Christian selaku *branch manager* BMW Pluit penulis juga banyak memberikan sumbangan-sumbangan ide untuk *event showroom* yang berlangsung antara lain dari merumuskan *rundown* acara, memilih musik dan menggabungkan musik yang tepat agar menciptakan *mood* dan menentukan nama dan tema dari *event showroom* tersebut berlangsung. Selama diberi tugas untuk membuat proposal *simple* untuk *event showroom* yang diberi nama *weekend festival*.



Selain itu penulis juga ditunjuk menjadi pembawa acara untuk *event weekend festival*. Penulis juga memberikan ide untuk *brosur event* yang telah dibuat di-*posting* oleh *influencer* di Instagram story milik mereka. *Influencer* yang terpilih juga merupakan target dari BMW Pluit agar lebih banyak menjangkau konsumen untuk datang meramaikan *event showroom* di BMW Pluit.

Selama *event* berlangsung, peneliti juga mengerjakan pekerjaan *public relations* dimana peneliti mempublikasikan semua kegiatan selama *event* berlangsung dan diunggah ke media sosial BMW Pluit.

Gambar 3.8 Konten *Event* BMW Pluit



Sumber: Instagram @bmwastra\_pluit, 2019

*Event showroom* “Weekend Festival” berhasil mendapatkan pengunjung terbanyak selama BMW Pluit mengadakan *event* di *dealer* BMW Pluit. *Event* ini berhasil mendatangkan sebanyak 100 pengunjung ke *dealer* BMW Pluit.

### 3.3.3. Uraian Kendala Selama Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan praktik kerja magang di BMW Astra Pluit, kendala utama yang penulis temukan ialah mengenai *job desk* untuk *intership* pada awalnya masih kurang jelas dan tercampur oleh *bussiness consultant*. Penulis seringkali diberi tugas diluar dari pekerjaan *marketing communication*.

Jarak dan kemacetan menjadi kendala saat melaksanakan praktik kerja magang. Penulis yang berdomisili di Gading Serpong sedangkan tempat praktik kerja magang berada di Pluit Jakarta Utara cukup jauh, selain itu setiap pagi penulis harus menghadapi kemacetan yang cukup parah sehingga di bulan pertama penulis beberapa kali telat karena macet dan kecelakaan mobil di tol. Penulis berinisiatif untuk berangkat lebih pagi untuk menghindari kemacetan yang parah dan kecelakaan mobil.

*Budget* juga menjadi kendala selama penulis melaksanakan praktik kerja magang. Tuntutan pekerjaan tugas secara maksimal dalam merancang *event*, membuat konten Instagram, menaikkan *engagement* Instagram dengan *budget* yang sedikit itu terasa sulit. Seperti pembuatan video untuk konten media sosial BMW Pluit penulis hanya diberi budget sangat minim untuk melaksanakan tugas tersebut. Meningkatkan *engagement* memakai *youtuber* dan *influencer* juga tidak diberikan budget sehingga penulis harus mencari *influencer* dan *youtuber* yang suka rela membantu penulis untuk konten media sosial.

### 3.3.4. Solusi Atas Kendala Selama Pelaksanaan Kerja Magang

1. Penulis berinisiatif untuk bertanya kepada Christian selaku *branch manager* dan Jordy pembimbing lapangan agar dapat mengarahkan penulis untuk pekerjaan yang sesuai dengan *social media specialist* dan terkait dengan sesuai divisi *marketing communications*.
2. Penulis berinisiatif untuk selalu jalan lebih pagi, pada awalnya penulis berangkat pukul 7 pagi setelah sudah mengetahui jalanan penulis berangkat pukul 6 pagi untuk menghindari kemacetan.
3. Perusahaan seharusnya memiliki anggaran *budget* untuk setiap *event showroom* dan kepentingan lainnya. Jika ingin mempunyai acara yang baik dan maksimal serta konten media yang baik harus berani untuk mengeluarkan *budget* lebih.

Solusi untuk kendala budget yang penulis alami, penulis menggunakan koneksi. Penulis mempunyai banyak teman *influencer* dan *youtuber*, sehingga penulis bisa tetap menjalankan tugas dengan baik dan *engagement* Instagram BMW Pluit terbukti dapat meningkat.