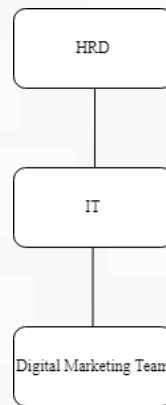


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Kedudukan Dan Koordinasi

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

3.1 Struktur Organisasi

Penulis melaksanakan kegiatan kerja praktik di unit bisnis milik PT Selamat Lestari Mandiri Sukabumi yang terletak di Jl. Sudirman No.76, Gunungpuyuh, Kec.Gunungpuyuh, Kota Sukabumi, Jawa Barat, kode pos 43123, Indonesia. Kegiatan kerja praktik yang dilakukan oleh penulis dilaksanakan selama 4 bulan yaitu terhitung dari 7 Februari 2023 sampai dengan 3 Juni 2023 dengan penempatan di departemen *Marketing* dengan posisi sebagai *Digital Marketing*. Pelaksanaan kerja praktik dibimbing oleh bapak Deni Gumilar dengan posisi sebagai *Information dan Technology (IT)*. Alur kegiatan yang dilakukan penulis selama berada di posisi *Marketing*.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

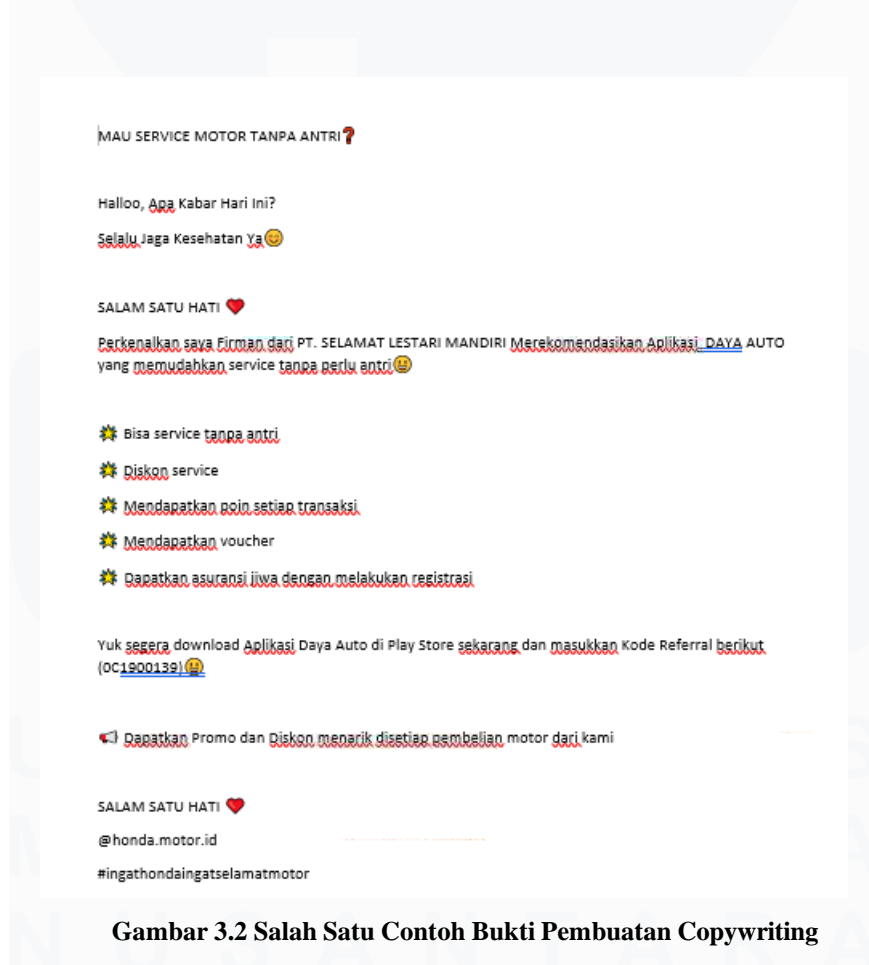
Tugas dan uraian kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis selama periode magang yang dilakukan yaitu dari tanggal 7 Februari 2023 hingga 3 Juni 2023. Selama periode ini penulis mendapatkan tugas dari atasan yang bersifat rutin dan juga tidak rutin yaitu:

3.2.1. Pekerjaan Rutin

Tabel 3.2.1 Tugas Rutin Yang Dilakukan Penulis

No	Tugas	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi	Hasil
1	Membuat Copywriting	Untuk menarik konsumen karena, dengan copywriting konsumen akan mendapatkan update terbaru yang nantinya akan meningkatkan penjualan	IT	Setiap Hari	Penulis mendapatkan pengalaman menganalisis permasalahan yang membuat pelanggan tidak nyaman dalam penyampaian di media sosial
2	Monitoring dan reporting pengisian guest book DDMS	Untuk dapat mengedukasi masyarakat dan membantu penerapan penggunaan WhatsApp Business	IT	Setiap Hari	Penulis mendapatkan pengalaman dalam mempresentasikan hasil kerja dan mendapatkan pengalaman dari atasan apakah hasil project atau kerjaan bagus atau kurang bagus.
3	Merencanakan & Mengeksekusi Konten	Untuk meningkatkan traffic pengunjung di media sosial serta mengevaluasi apakah konten berjalan dengan baik atau tidak.	IT	Setiap Hari	Penulis mendapatkan pengalaman langsung berkomunikasi dengan konsumen dengan banyak kepribadian yang berbeda beda
4	Melakukan Broadcasting	Mendapatkan attraction dari banyak konsumen dengan adanya pesan otomatis menggunakan WhatsApp Business	IT	Setiap Hari	Penulis mendapatkan pengalaman langsung berkomunikasi dengan konsumen dengan banyak kepribadian yang berbeda beda

5	Membantu penginputan data pembelian konsumen & pengecekan stock kendaraan	Dapat menganalisis pasar dan permintaan motor	IT	Setiap Hari	Penulis mendapatkan pengalaman memahami tren pembelian motor, preferensi merek dan model, varian yang populer, serta faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.
6	Monitoring dan reporting Market Share	Memiliki perbandingan dengan berbeda dealer	IT	Setiap Hari	Penulis mendapatkan pengalaman tentang



Gambar 3.2 Salah Satu Contoh Bukti Pembuatan Copywriting

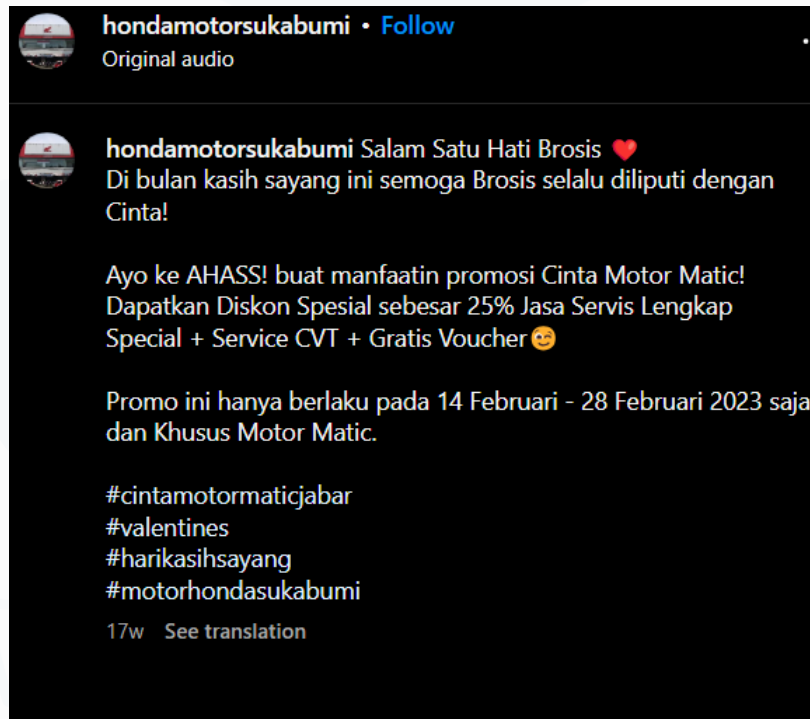
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

1. Membuat Copywriting

Copywriting adalah seni dan proses menulis teks atau konten persuasif yang dirancang untuk mempromosikan produk, layanan, merek, atau tujuan pemasaran lainnya. Tujuan utama dari copywriting adalah untuk menginspirasi tindakan dari pembaca, seperti membeli produk, mendaftar ke newsletter, mengisi formulir, atau mengunjungi situs web.

Copywriting melibatkan penggunaan bahasa yang menarik, kreatif, dan persuasif untuk menarik perhatian audiens target, menggugah emosi mereka, dan membujuk mereka untuk mengambil tindakan tertentu. Seorang copywriter yang baik mampu menghadirkan pesan yang kuat dan relevan dalam bentuk teks yang mudah dimengerti dan menarik.

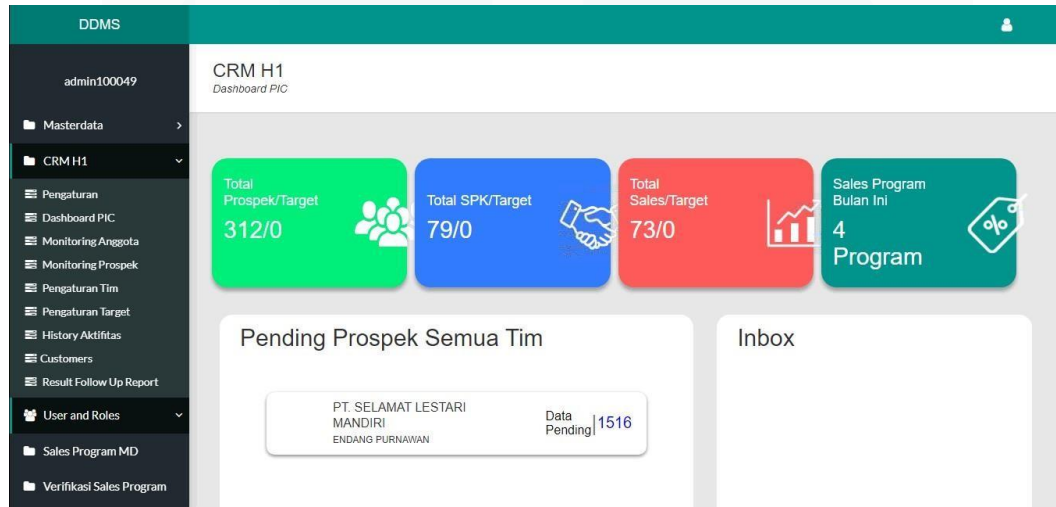
Pada gambar diatas merupakan salah satu contoh bukti penulis membuat copywriting yang setiap bulannya perlu ada pergantian kata – kata dan informasi yang menarik bagi konsumen.



Gambar 3.3 Salah Satu Contoh Bukti Pembuatan Copywriting

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas merupakan salah satu contoh copywring pada media sosial Instagram. Ada beberapa langkah dalam pembuatan copywriting tersebut yaitu seperti mencari refrensi dari kompetitor kemudian menentukan produk apa yang cocok untuk konten yang ingin disajikan dan melihat trend pasar.



Gambar 3.4 Bukti Monitoring Guest Book

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

2. Monitoring dan reporting pengisian guest book DDMS

Dengan adanya guest book ini dealer dapat memperluas basis data pelanggan. Dalam guest book, pengunjung yang membeli mobil baru atau mengunjungi dealer secara teratur dapat meninggalkan catatan mereka dan menjadi bagian dari database pelanggan yang dapat digunakan untuk mengirim informasi promosi, pembaruan produk, atau undangan acara khusus. Guest book dapat berfungsi sebagai sarana untuk mengumpulkan umpan balik dari pengunjung tentang pengalaman mereka di dealer. Pengunjung dapat memberikan penilaian, komentar, atau saran tentang layanan, proses pembelian mobil, kualitas kendaraan, atau aspek lain yang relevan. Umpan balik ini dapat membantu dealer dalam meningkatkan pengalaman pelanggan dan mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

KODE	GUESTBOOK	FAKTUR	RATIO	ACH	INPUT	GUESTBOOK	FKTR BARU	FAKTUR ALL	MINIMAL GB	ACH
SAJU	46	11	44	105%	9	160	4	15	60	267%
SAJV	54	17	68	79%	1	131	5	22	88	149%
SAJW	40	9	36	111%	10	93	6	15	60	155%

UPDATE GUESTBOOK DDMS																	
KODE	01-Apr			03-Apr			05-Apr			06-Apr		10-Apr		11-Apr			
	GUESTBOOK	FAKTUR	ACH	GUESTBOOK	FAKTUR	ACH	total prospek	total sales / target	total prospek	total sales / target	total prospek	total sales / target	total prospek	total sales / target			
SAJU	46	11	105%	160	15	267%	admin47	165	23	admin47	199	30	admin47	273	48	admin47	25
SAJV	54	17	79%	57	22	149%	admin48	130	29	admin48	151	33	admin48	230	51	admin48	24
SAJW	40	9	111%	93	15	155%	admin49	93	20	admin49	129	27	admin49	174	41	admin49	15

Gambar 3.5 Data Excel Monitoring Guest Book

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas penulis membuat catatan pribadi bukti monitoring pengisian tiga guest book. Guest book ini adalah hal penting yang akan mempengaruhi penjualan motor di dealer. Jika salah satu guest book tersebut tidak memenuhi target maka dealer tidak akan mendapatkan produk indent yang di pesan konsumen dalam jangka waktu yang tidak bisa ditentukan. Oleh karena itu penulis diberikan tugas untuk membantu memantau peningkatan target sales serta membantu menginput data calon konsumen yang ingin membeli produk.

A	B	C	D	E	F
Konten planning yang akan dibuat kedepannya					
	1	PRODUK (Hardsell)			
	2	TIPS TRIK (SOFTSELL)			
	3	TUTORIAL (SOFTSELL)			
	4	QUIZ (CASUAL)			
	5	Q&A (CASUAL)			
	6	HIBURAN (SOFTSELL)			
	7	INFO (SOFTSELL)			
	8	TESTIMONI (SOFTSELL)			
	9	REVIEW (SOFTSELL)			
	10	PROMO EVENT /PROMO DISKON (HARDESELL)			
	11	UCAPAN HARI RAYA (CASUAL)			
	12	QUOTES INSPIRASI (CASUAL)			

Gambar 3.6 Bukti Konten Planning Yang Akan Dibuak Kedepannya

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

3. Merencanakan & Mengeksekusi Konten

Planning konten adalah proses perencanaan strategis untuk menciptakan, mengatur, dan mengelola konten yang relevan, bermanfaat, dan menarik target Audiens. Ini melibatkan mengidentifikasi tujuan, penelitian target audiens,

pengembangan topik, penentuan format, dan penjadwalan konten yang akan diproduksi dan dipublikasikan.

Pada gambar diatas penulis telah menyusun beberapa contoh topik yang akan dijadikan sebagai tema konten untuk menarik perhatian konsumen.

JADWAL POSTINGAN BULAN APRIL				
Tanggal	Tema	jenis Konten	Waktu Posting	PIC
Sabtu, 01-04-2023	Hiburan	Foto	12,00	Mira
Minggu, 02-04-2023	Info	Video	12,00	Azzahra
Senin, 03-04-2023	Quotes Inspirasi	Foto	12,00	Diisha
Selasa, 04-04-2023	Quiz	Foto	12,00	Yonatan
Rabu, 05-04-2023	Testimoni	Foto	12,00	Firman
Kamis, 06-04-2023	Q&A	Foto	12,00	Ulfa
Jum'at, 07-04-2023	Promo diskon	Foto	12,00	Mira
Sabtu, 08-04-2023	Hiburan	Video	12,00	Alsa
Minggu, 09-04-2023	Selamat Hari Paskah	Foto	12,00	Alya
Senin, 10-04-2023	Quotes Inspirasi	Foto	12,00	Azzahra
Selasa, 11-04-2023	Promo diskon	Foto	12,00	Diisha
Rabu, 12-04-2023	Info	Video	12,00	Ulfa
Kamis, 13-04-2023	Tips & Trik	Carousell	12,00	Yonatan
Jum'at, 14-04-2023	Hiburan	Foto	12,00	Firman
Sabtu, 15-04-2023	Produk	Video	12,00	Alsa
Minggu, 16-04-2023	info	Video	12,00	Mira
Senin, 17-04-2023	Lailat al-qadr	Foto	12,00	Azzahra
Selasa, 18-04-2023	Testimoni	Foto	12,00	Ulfa
Rabu, 19-04-2023	Quotes Inspirasi	Foto	12,00	Diisha
Kamis, 20-04-2023	Hiburan	Foto	12,00	Yonatan
Jum'at, 21-04-2023	Hari Kartini	Foto	12,00	Firman
Sabtu, 22-04-2023	Ucapan Idul Fitri	Foto	12,00	Ulfa
Minggu, 23-04-2023	Quiz	Foto	12,00	Alya
Senin, 24-04-2023	Quotes Inspirasi	Foto	12,00	Azzahra
Selasa, 25-04-2023	Tips & Trik	Video	12,00	Mira
Rabu, 26-04-2023	Info	Video	12,00	Alsa
Kamis, 27-04-2023	Produk	Video	12,00	Diisha
Jum'at, 28-04-2023	Hiburan	Foto	12,00	Yonatan
Sabtu, 29-04-2023	Hiburan	Foto	12,00	Firman

Gambar 3.7 Bukti Konten Planning Yang Akan Dibuat Kedepannya

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Berikut pembagian jadwal konten yang telah dibuat penulis untuk rekan kerja tim digital marketing



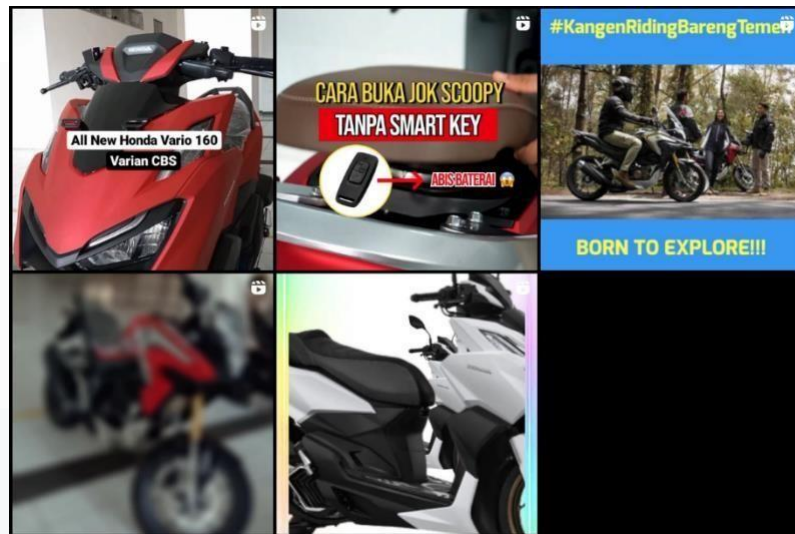
Gambar 3.8 Proses Pembuatan Konten Cinematic

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Konten cinematic mengacu pada jenis konten visual, seperti video atau film, yang dirancang dan diproduksi dengan gaya sinematik. Istilah "cinematic" mengacu pada estetika dan pendekatan produksi yang menyerupai atau terinspirasi oleh sinema atau film.

Konten sinematik mampu menciptakan suasana yang kaya emosi dan membawa cerita atau pesan kehidupan. Penggunaan visual yang mengesankan, musik, dialog, dan narasi yang kuat dapat membuat konten tersebut menjadi memorable dan meninggalkan kesan yang dalam pada audiens.

Pada gambar diatas penulis sedang mengatur angel posisi produk yang akan dijadikan sebagai konten cinematic untuk di upload di media sosial.



Gambar 3.9 Contoh Hasil Konten Yang di Upload di Media Sosial

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Konten memiliki berbagai fungsi yang dapat membantu menarik minat konsumen. Konten yang menarik dan bermanfaat dapat membantu membangun keterlibatan dengan konsumen potensial. Dengan menyajikan konten yang relevan, informatif, atau menghibur, penulis dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan audiens, mengajak mereka berinteraksi, dan meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan.

Pada gambar diatas penulis mencoba memberikan konten semenarik mungkin untuk mendapatkan perhatian dari konsumen agar tertarik dengan produk yang ditawarkan.



Gambar 3.10 Contoh Hasil Konten Berupa Promo

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Konten promo adalah jenis konten yang dibuat khusus untuk mempromosikan produk, layanan, atau acara tertentu kepada audiens. Tujuan dari konten promo adalah untuk mempengaruhi dan mendorong konsumen untuk mengambil tindakan tertentu, seperti membeli produk, atau menggunakan layanan yang ditawarkan.

Pada gambar diatas merupakan salah satu contoh bukti konten promo bulanan yang dilakukan penulis untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut.



Gambar 3.11 Contoh Hasil Konten Berupa Quotes

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Kutipan yang inspiratif dan memotivasi dapat mempengaruhi suasana hati dan pikiran seseorang dengan cara positif. Konten quotes dapat menyampaikan pesan-pesan yang membangkitkan semangat, menginspirasi tindakan, dan mendorong orang untuk mencapai potensi terbaik mereka. Konten ini disajikan agar audiens tidak jenuh dan hal ini dapat membantu memperluas jangkauan konten juga mendapatkan lebih banyak pengikut atau audiens baru.



Gambar 3.12 Contoh Hasil Konten Berupa Perayaan Hari Raya

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

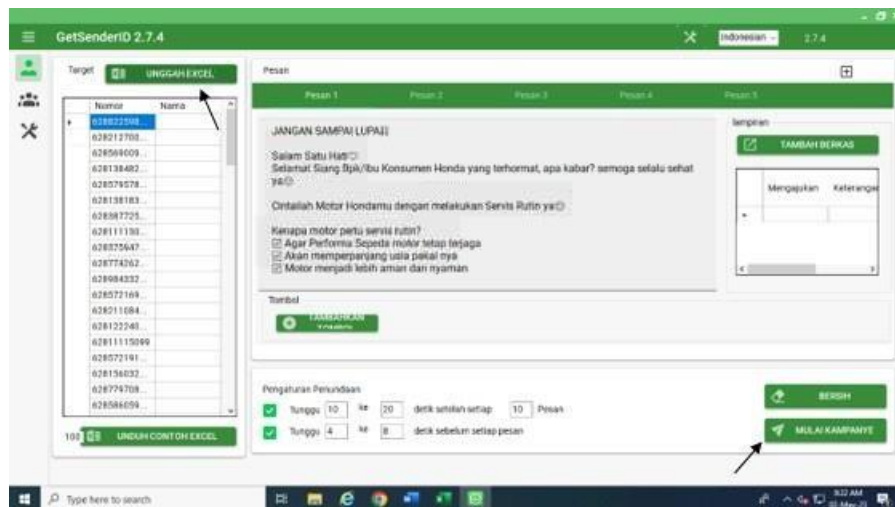
Selain konten tentang Quotes, konten yang disajikan lainnya berupa konten hari raya untuk konten Hari Raya dapat membantu mempertahankan dan menghormati tradisi dan nilai-nilai budaya yang terkait dengan perayaan tersebut. Konten ini dapat memperkuat identitas budaya, melestarikan warisan budaya, dan membangun rasa kebersamaan di antara komunitas yang merayakan Hari Raya.



Gambar 3.13 Kartu Nama

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas merupakan konten memperkenalkan diri yang bertujuan untuk mempermudah konsumen bertanya tentang produk yang dijual dan info promo yang sedang berlangsung pada bulan bulan tertentu.



Gambar 3.14 Tugas Broadcasting

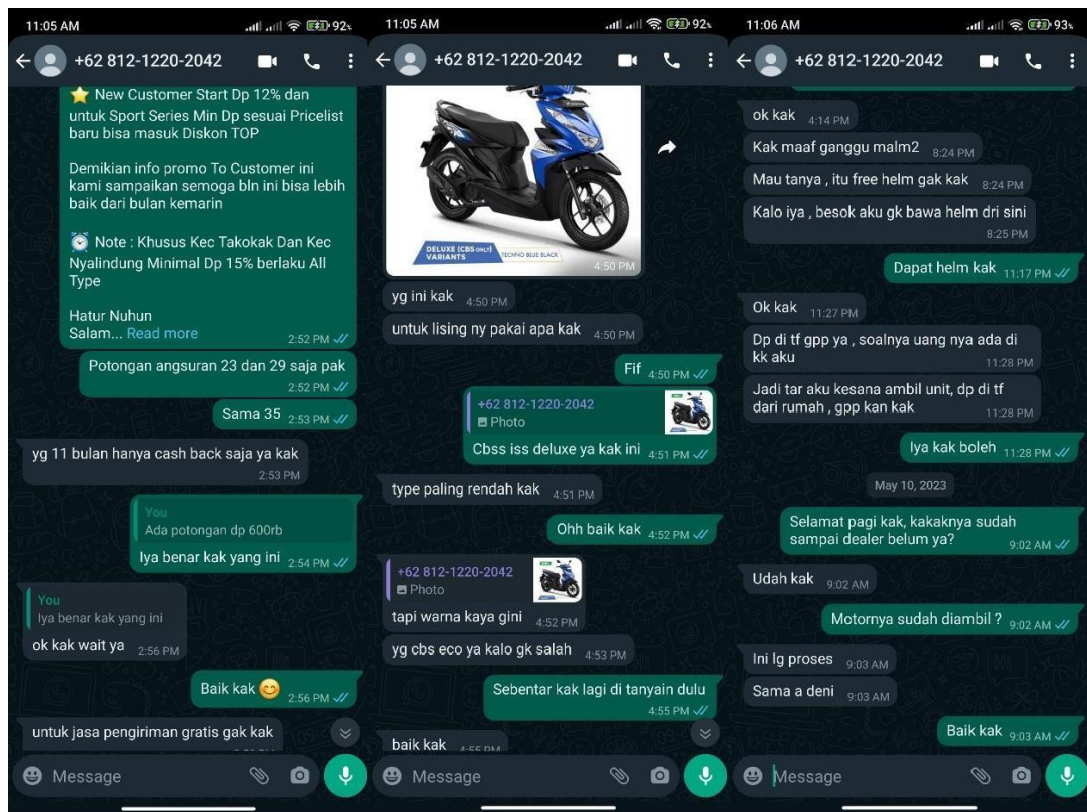
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

4. Melakukan Broadcasting

Broadcasting merujuk pada proses penyiaran atau penyebaran konten melalui media massa, seperti radio, televisi, atau platform digital. Ini melibatkan pengiriman informasi, program, atau pesan kepada audiens yang luas dan terdiversifikasi.

Dengan berkembangnya teknologi digital, broadcasting lebih sering dilakukan melalui platform digital. Ini memungkinkan konten audio dan video untuk diakses secara langsung atau diunduh oleh pengguna di berbagai perangkat.

Pada gambar diatas penulis memberikan sedikit bagian dari pengerjaan Broadcasting yang akan di siarkan kepada kurang lebih 100 orang. Dalam satu hari penulis melakukan Broadcasting kepada 200 orang.



Gambar 3.15 Salah Satu Bukti Pembelian Melewati Iklan Di Media Sosial

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas merupakan salah satu contoh bukti pembelian sebuah unit kendaraan lewat platform digital. Oleh karena itu sangat penting pembuatan konten digital. Selain memberikan informasi tentang promo produk bulanan, konten tersebut juga sebagai pengingat untuk konsumen yang sudah berlangganan di PT.Selamat Lestari Mandiri.



Gambar 3.16 Salah Satu Contoh Konsumen Yang Membeli Produk Lewat Konten Digital

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas merupakan dokumentasi salah satu konsumen yang melakukan pembelian lewat platform digital karena melihat konten yang telah disajikan oleh penulis.

produk bulanan, konten tersebut juga sebagai pengingat untuk konsumen yang sudah berlangganan di PT.Selamat Lestari Mandiri.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

	D	E	F	G	H	
1						
2	Nama.STNK	Nama.Pemohon	Alamat	No.JHP	Src.Payment	Leasing
3	SIYFA FAUZIAH MAUDI	SIYFA FAUZIAH MAUDI	KP PANGKALAN RT.006 RW.002	081563600021	CASH	SIYFA FAUZIAH MAUDI
4	REGI SAPUTRA	REGI SAPUTRA	KP CISEUPAN RT.005 RW.004	08551161615	CASH	REGI SAPUTRA
5	GALUH DZAKWAN PRAMESWARA	GALUH DZAKWAN PRAMESWARA	PERUM TAMANI ASRI BLOK B5 NO 07 RT 003 RW 014	089947766035	CASH	GALUH DZAKWAN PRAMESWARA
6	ANGGI BAHTIAR	ANGGI BAHTIAR	KP MANONAYIA RT 008 RW8 003	082720087834	CASH	ANGGI BAHTIAR
7	AHMAD HOPPY PURNAMA	AHMAD HOPPY PURNAMA	JL.SILIWANGI GG.KOPI NO.11 RT.006 RW.002	081310111275	CASH	AHMAD HOPPY PURNAMA
8	MUHTAR	MUHTAR	KP MANDALA RT 007 RW 004	081287183873	CASH	MUHTAR
9	NENENG NUR AENI	NENENG NUR AENI	KP. GUNUNG SARI RT. 002 RW. 004	081615479187	CASH	NENENG NUR AENI
10	HAERUL CANDRA	HAERUL CANDRA	KP CIPANENGAH RT 005 RW 004	085782223519	CASH	HAERUL CANDRA
11	WINDI NURWINDA UTAMI	WINDI NURWINDA UTAMI	KP CIJALUNG RT 031 RW 008	08568331983	CASH	WINDI NURWINDA UTAMI
12	DIAN HERMAWATI	DIAN HERMAWATI	KP. GANDASOLI RT. 002 RW. 007	08781324423	CREDIT	FEDERAL INTERNATIONAL FII
13	FIRYAL AULIA RAHMAN	FIRYAL AULIA RAHMAN	LEMBURSIU RT.002 RW.005	085692119058	CREDIT	FEDERAL INTERNATIONAL FII
14	MUHAMMAD AGISTINA SEPTIANA	MUHAMMAD AGISTINA SEPTIANA	JL. BHAYANGKARA GG. KARYA I NO. 2 RT. 003 RW. 009	08197772423	CASH	MUHAMMAD AGISTINA SEPTIANA
15	RINA	RINA	KP. BOJONG KAWUNG RT. 001 RW. 007	085778279506	CASH	RINA
16	RATNA SARI	RATNA SARI	KP. SALAMUNCANG RT. 002 RW. 001	08180857035	CASH	RATNA SARI
17	RATHI HITAHIA	RATHI HITAHIA	KP. BANTARGADUNG GIRANG RT. 004 RW. 003	085759178970	CASH	RATHI HITAHIA
18	DARLIAH	DARLIAH	KP CANGEHAR RT. 003 RW. 003	083818082833	CASH	DARLIAH
19	RAHMA AWALYAH	SUDRIYAT	KP PANGANTOLAN RT 004 RW 001	085863511676	CREDIT	FEDERAL INTERNATIONAL FII
20	ENENG RULIAN	ENENG RULIAN	KP BABAKAN GOBANG RT 009 RW 009	081382683341	CASH	ENENG RULIAN
21	DADI	DADI	KP. BOJONG RT. 004 RW. 003	08569529296	CASH	DADI
22	RIZWAN	RIZWAN	KP. NYOMPONG RT. 002 RW. 002	085720706882	CASH	RIZWAN
23	IIS	IIS	KP CIBUNTU RT 019 RW 004	085215626522	CASH	IIS
24	AYI RAHMAWATI	AYI RAHMAWATI	KP. SELAKOPI RT. 001 RW. 011	085773199237	CASH	AYI RAHMAWATI
25	CUCUN	CUCUN	KP PUPUNJUL RT 001 RW 002	085723524674	CREDIT	FEDERAL INTERNATIONAL FII
26	YANDI	YANDI	KP CIWARU RT 005 RW 003	085624069487	CREDIT	FEDERAL INTERNATIONAL FII
27	AZY SYAHRIL ZAUHARI	AZY SYAHRIL ZAUHARI	KP GEMPOL RT 001 RW 007	085215711562	CASH	AZY SYAHRIL ZAUHARI

Gambar 3.17 Data Konsumen

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Data konsumen dapat memberikan wawasan berharga bagi perusahaan dalam mengembangkan produk atau layanan baru. Dengan menganalisis data konsumen, perusahaan dapat mengidentifikasi kesenjangan dalam pasar, memahami kebutuhan yang belum terpenuhi, dan menemukan peluang untuk inovasi dan diferensiasi produk. Pada gambar diatas merupakan sebuah data konsumen yang siap dikirim pesan otomatis.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	NAMA	NO WA	KETERANGAN		TGL	DATA	AKTIF	DAK AKTI	RESPON	ETERANGA	FU 1
3	NURHADI	81288339069	AKTIF		01-Apr	100	83	17	0		
4	MOCHAMAD TAUFIK	81220220845	AKTIF	90 10	03-Apr	100	85	15	0		
5	BBPAT	85624636562	AKTIF	90 10	04-Apr	202	170	32	0		
6	PAGIUS	811282118958			05-Apr	200	161	39	0		
7	BBPAT	85624636562	AKTIF		06-Apr	200	169	31	0		
8	BELI KRISTIANO	83819032468	AKTIF		08-Apr	100	76	14	0		
9	BBPAT	85861594858	AKTIF		10-Apr	202	170	32	0		
10	BBPAT	85624636562	AKTIF		11-Apr	200	159	41	0		
11	BBPAT	85624636562	AKTIF		12-Apr	201	166	35	0		
12	BBPAT	85624636562	AKTIF		13-Apr	200	164	36	1		
13	BBPAT	85624636562	AKTIF		14-Apr	200	171	29	0		
14	PUNGUAN ROBERTU	82274392338	AKTIF		15-Apr	100	81	19	0		
15	PT. BRI	85624960825	AKTIF		17-Apr	100	88	12	0		
16	NUR AENI	8.95804e+11	AKTIF		18-Apr	100	80	20	0		
17	G KADARINAH	87715180391	AKTIF		19-Apr	72	57	15			
18	ENDAH PURWITASAF	85795811679	AKTIF		20-Apr	200	179	21			
					27-Apr	200	180	20	0		

Gambar 3.18 Seleksi Data

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas penulis membuat daftar pengguna whatsapp aktif dan tidak aktif bertujuan agar kedepannya data yang masih aktif dapat di satukan dengan data baru untuk menghemat waktu pengerjaan Broadcasting selanjutnya.

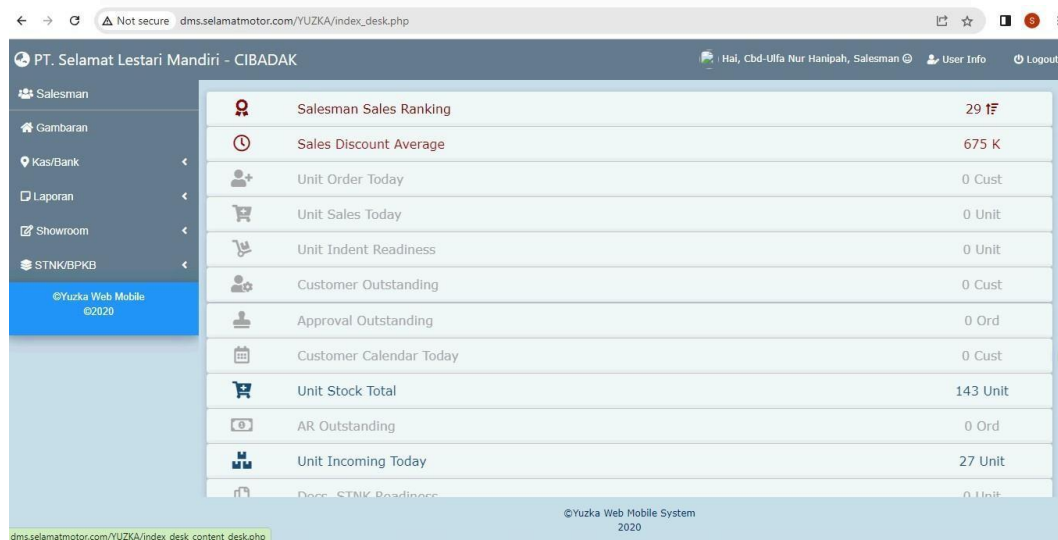
	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2		Laporan data base konsumen 2019						
3		DATA	AKTIF	TIDAK AKTIF	RESPON	% AKTIF	%RESPON	PROSPEK
4	ALSA	980	470	510	6	48%	1%	
5	ALYA	1180	598	562	7	51%	1%	
6	DISHA	1055	508	572	4	48%	1%	
7	FIRMAN	1050	474	576	5	45%	1%	
8	MIRA	1050	538	690	8	51%	1%	
9	ULFA	1258	590	663	9	47%	2%	
10	ZAHRA	1215	601	593	13	49%	2%	
11	YONATAN	1305	708	597	23	54%	3%	
12	TOTAL	9093	4487	4763	75	49%	2%	

Gambar 3.19 Laporan Keseluruhan Data Base Tahun 2019 Yang Sudah Di Broadcasting

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas penulis membuat perhitungan data konsumen aktif per tahun 2019. Data tersebut merupakan salah satu contoh data yang sudah terselesaikan.

5. Membantu penginputan data pembelian konsumen & pengecekan stock kendaraan



Gambar 3.20 Website Penginputan Data Pembeli, Pengecekan Unit Stock dll.

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas merupakan website yang paling sering digunakan penulis untuk melihat data data yang berhubungan dengan perusahaan.

6. Monitoring dan reporting Market Share

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	
1	Update faktur SUKABUMI 11 MAR 2023 By Peringkat Dealer, Dgn format:									DEALER	GROUP	FAKTUR	AREA	ACH	
2	pengajuan tgl tsb / total / (growth total) (growth daily)									SLM 1	SLM	72	949	8%	
3										SLM 2	SLM	62	949	7%	
4										SLM 3	SLM	54	949	6%	
5	1.Mega Motor 16/162/(-02.41%) (-02.41%)									DAYA 1	DAYA	121	949	13%	
6	2.Tunas Dwipa Matra 12/158/(+04.64%) (+04.64%)									DAYA 2	DAYA	78	949	8%	
7	3.Astra International Tbk 11/136/(-06.21%) (-06.21%)									MEGA	OTHERS	162	949	17%	
8	4.Daya Motor Sukabumi 0/121/(-12.95%) (-12.95%)									TDM	OTHERS	158	949	17%	
9	5.Daya Motor Cicantayan 4/78/(-03.70%) (-03.70%)									ASTRA	OTHERS	136	949	14%	
10	6.Selamat Lestari Mandiri 6/72/(-08.86%) (-08.86%)									NSS	OTHERS	68	949	7%	
11	7.Nusantara Surya Sakti 7/68/(+06.25%) (+06.25%)									TJSM	OTHERS	38	949	4%	
12	8.Selamat Lestari Mandiri 3/62/(00.00%) (00.00%)											949			
13	9.Selamat Lestari Mandiri 10/54/(+31.71%) (+31.71%)														
14	10.Terus Jaya Sentosa Motor 2/38/(-20.83%) (-20.83%)														
15															
16	SUKABUMI 71/949/(-02.77%) (-02.77%)														
17															
18															
19															
20															

Gambar 3.21 Contoh Data Market Share

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas merupakan contoh data market share dan cara penyelesaiannya.



Gambar 3.22 Dokumentasi Proses Pembuatan Chart Untuk Market Share

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas penulis mendokumentasi ketika Supervisi dari tim digital marketing sedang memberikan arahan cara pembuatan chart market share kepada anak PKL yang akan digunakan untuk mengetahui penjualan dari setiap dealer dealer yang berada di Sukabumi.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

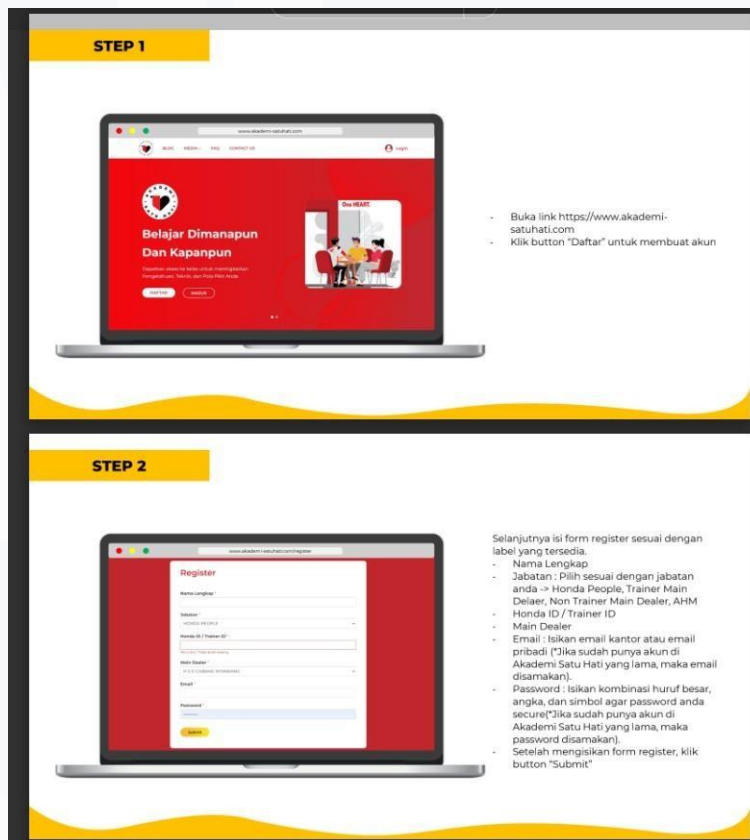
3.2.2 Pekerjaan Tidak Rutin

Tabel 3.2.2 Tugas Tidak Rutin yang Dilakukan Penulis

No.	Tugas	Tujuan	Koordinasi	Frekuensi	Hasil
1	Membantu karyawan yang belum claim E - Certificate	Tanda bukti jabatan	IT	Tidak rutin	Melalui proses membantu orang lain mengklaim e-sertifikat, penulis dapat memperluas jaringan dengan terlibat dalam interaksi positif dan dengan orang-orang baru. Penulis dapat terhubung dengan individu yang memiliki minat, tujuan, atau keahlian yang serupa, yang dapat membuka pintu bagi kolaborasi dan kesempatan baru di masa depan.
2	Membuat PPT edukasi safety riding, melakukan latihan presentasi & mengevaluasi slide PPT yang kurang tepat	Agar masyarakat peduli akan keselamatan berkendara	IT	Tidak rutin	Penulis mendapatkan pengalaman berkomunikasi di depan umum untuk mengedukasi masyarakat tentang berkendara yang baik dan benar
3	Membuat pertanyaan	Untuk meningkatkan	IT	Tidak rutin	Penulis mendapatkan

	(Quiz) seputar dunia permotoran	traffic pengunjung di media sosial serta mengevaluasi apakah konten berjalan dengan baik atau tidak.			pengalaman bekerja di dalam perusahaan perlu adanya sesuatu yang menghibur agar suasana di kantor tidak membosankan dan tidak jenuh
4	Membuat materi penggunaan Broadcasting WhatsApp Business	Mendapatkan attraction dari banyak konsumen dengan adanya pesan otomatis menggunakan WhatsApp Business	IT	Tidak rutin	Penulis mendapatkan pengalaman berbagi pengetahuan tentang cara penggunaan Broadcasting WhatsApp Business
5	Membuat materi bagaimana cara mengoptimalkan penggunaan Instagram	Untuk dapat mengembangkan media sosial perusahaan	IT	Tidak rutin	Penulis mendapatkan pengalaman berbagi tentang cara mengoptimalkan penggunaan Instagram sebagai media meningkatkan awareness masyarakat
6	Acara halal bihalal	Semangat saling berbagi, kegembiraan, dan kebahagiaan yang terpancar dalam acara ini dapat memperkuat rasa persaudaraan dan keakraban di	IT	Tidak rutin	Membangun Jaringan dan Peluang Kerja Sama: Acara halal bihalal dapat memberikan kesempatan untuk memperluas

		antara semua yang hadir.			jaringan sosial dan profesional.
7	Pameran	Survei lokasi yang akan dijadikan sebagai pameran	IT	Tidak rutin	Penulis mendapatkan pengalaman langsung berinteraksi dengan calon kosnumen



Gambar 3.23 Panduan Untuk Claim E - Certificate

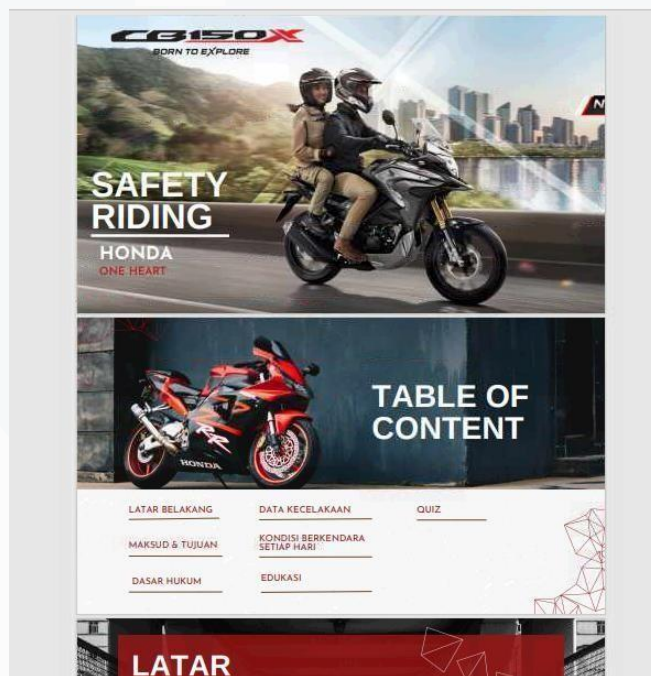
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

1. Membantu karyawan yang belum claim E - Certificate

E-sertifikat dapat berfungsi sebagai alat validasi dan pengakuan atas pengetahuan, keterampilan, atau pencapaian yang Anda miliki. Ini dapat menjadi bukti yang kuat untuk menunjukkan kepada orang lain atau pihak

yang berkepentingan bahwa Anda telah menyelesaikan pelatihan atau berhasil dalam suatu proyek.

Pada gambar diatas penulis mengikuti panduan mendaftarkan account baru atas nama karyawan yang belum mendapatkan E - Certificate jabatan di PT.Selamat Lestari Mandiri.



Gambar 3.24 PPT Edukasi Safety Riding Untuk Semniar

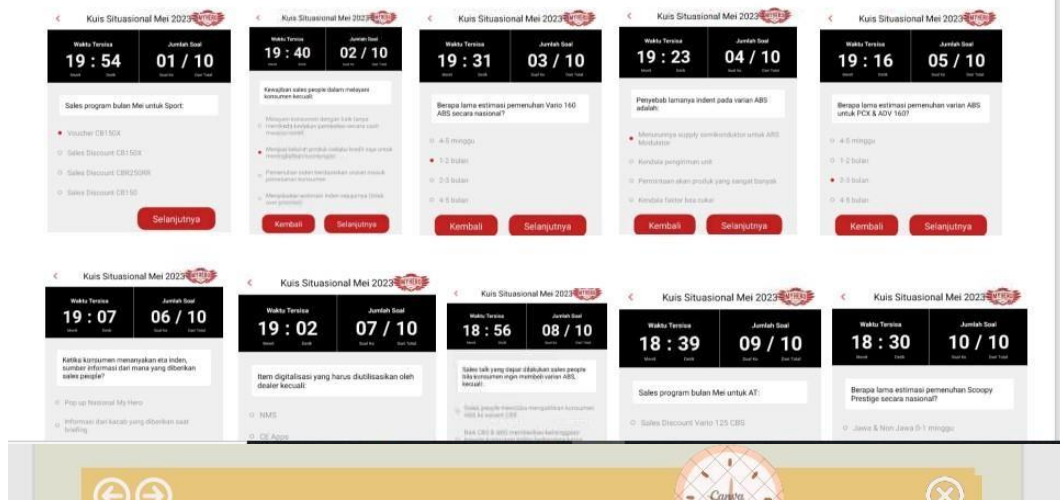
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

2. PPT edukasi Safety Riding

Safety riding adalah konsep atau pendekatan dalam berkendara yang bertujuan untuk memastikan keselamatan dan keamanan bagi pengendara, penumpang, serta pengguna jalan lainnya. Konsep ini melibatkan perilaku dan kebiasaan positif yang diterapkan oleh pengendara untuk mengurangi risiko kecelakaan dan melindungi nyawa dan integritas fisik mereka sendiri serta orang lain di sekitar mereka.

Pada gambar diatas penulis membuat PPT tentang edukasi berkendara aman yang akan dijadikan sebagai materi seminar.

KISI KISI KUIS SITUASIONAL MEI 2023
KATEGORI BIG BIKE, WSP, KORD. SC, KORD. SM, SWAT, SC & SM
PERIODE Pengerjaan 22/05/2023-25/05/2023 PUKUL 07.29



Gambar 3.25 Kisi Kisi Jawaban Quiz

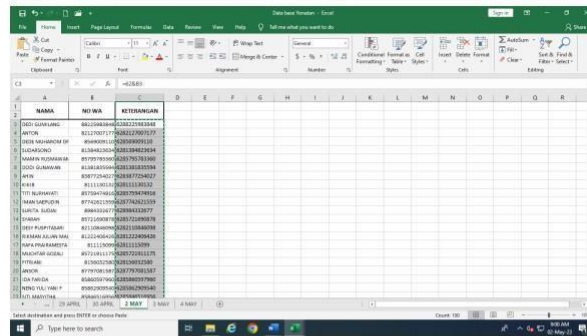
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

3. Membuat pertanyaan (Quiz) seputar dunia permotoran.

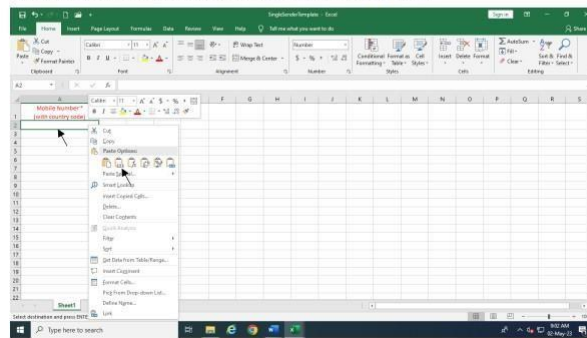
Bermain game kuis adalah cara yang menyenangkan untuk belajar. Ini memicu motivasi intrinsik dan minat dalam pencapaian tujuan, karena merasa tertantang untuk mencapai skor tinggi atau mencapai prestasi tertentu. Pembelajaran yang menyenangkan ini dapat memperkuat motivasi belajar dan membuat proses pembelajaran lebih menarik.

Pada gambar diatas penulis sudah menyiapkan kunci jawaban yang akan dibuka di akhir sesi. Pemenang dari quiz tersebut mendapatkan hadiah dari supervisi berupa sebuah note book.

Jika sudah seperti pada gambar di bawah, selanjutnya copy lagi data tersebut lalu paste di Single Sender Template.



Cara selanjutnya yaitu paste nomor telepon yang sudah di copy tadi dengan cara, click kolom kosong teratas lalu click kanan kemudian click pada tombol 123 sesuai anak panah.



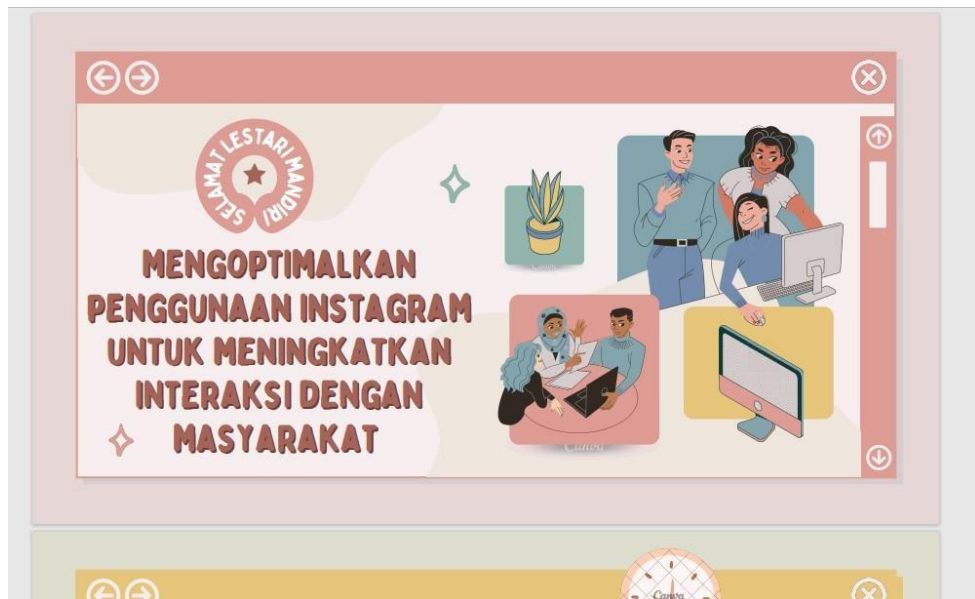
Gambar 3.26 Tutorial Penggunaan WhatsApp Business

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

4. Membuat materi penggunaan Broadcasting WhatsApp Business bagi karyawan PT. Selamat Lestari Mandiri

WhatsApp Business adalah versi aplikasi WhatsApp yang dirancang khusus untuk keperluan bisnis. Penggunaan WhatsApp Business dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi bisnis, terutama dalam hal komunikasi dengan pelanggan dan pengembangan hubungan dengan mereka.

Pada gambar diatas penulis membuat slide presentasi tentang bagaimana cara menggunakan WhatsApp Business untuk broadcasting bagi karyawan PT.Selamat Lestari Mandiri.



Gambar 3.27 PPT Tentang Mengoptimalkan Penggunaan Instagram

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

5. Membuat materi bagaimana cara mengoptimalkan penggunaan Instagram

Mengoptimalkan penggunaan Instagram adalah hal penting untuk bisnis atau individu yang ingin memanfaatkan potensi penuh platform tersebut. Pada gambar diatas tujuan penulis yaitu berbagi pengetahuan tentang cara penggunaan Instagram yang optimal untuk digunakan sebagai media promosi.



Gambar 3.28 Acara Buka Puasa Bersama & Mengumumkan Pemenang Pergi Umroh

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar diatas penulis dan supervisi penulis berkesempatan menjadi mc pada acara buka bersama. Acara tersebut memberikan kesempatan untuk berinteraksi sosial yang lebih intens dengan orang-orang di sekitar kantor dan acara ini juga sekaligus sebagai pengumuman pemenang pergi Umroh yang diberikan langsung oleh Direktur Utama PT. Selamat Lestari Mandiri Sukabumi.

*foto pada tabel 3.28 bukan pemenang tiket umroh



Gambar 3.29 Gambaran Penghargaan Yang Diberikan Perusahaan

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Penghargaan tersebut berupa sebuah tiket pergi Umroh yang diberikan oleh PT.Selamat Lestari Mandiri kepada tiga karyawannya karena telah berkontribusi penuh dalam memajukan perusahaan PT. Selamat Lestari Mandiri. Hal ini yang menjadi semangat bagi karyawan lainnya untuk bekerja keras mendapatkan pencapaian tersebut.



Gambar 3.30 Bukti Melakukan Pameran Dan Berinteraksi Dengan Konsumen

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

Pada gambar di atas penulis sedang berinteraksi dengan calon konsumen. Pada saat berinteraksi dengan calon konsumen penulis memberikan salam dan menjelaskan secara singkat produk yang tertera pada brosur. di hari sabtu, lalu penulis juga membantu menyiapkan meja serta merias booth agar menarik. sehingga konsumen merasa tertarik untuk datang ke booth yang telah di sediakan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.31 Melakukan Survei Lokasi Untuk Melakukan Pameran Motor

Sumber : Dokumentasi Penulis, 2023

7. Pameran

Tugas ini diberikan oleh Bapak Deni Gumilar pada tanggal 10 maret 2023, lalu tugas ini mulai dilaksanakan dari tanggal 18 untuk melakukan pameran di Sukabumi Indah Plaza. Tugas yang di berikan untuk penulis yaitu melakukan pameran motor serta melakukan transaksi di booth yang terdapat di dalam mall Sukabumi Indah Plaza. Lalu melakukan penilaian seperti tempat booth apakah nyaman dan apakah sudah menarik yang bertujuan agar penulis dapat membuat promosi yang dibutuhkan untuk nantinya.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama proses kegiatan magang di PT. Selamat Lestari Mandiri, penulis mendapatkan beberapa kendala yang menjadi rintangan yang berdampak pada kurangnya efektifitas dalam menjalankan pekerjaan yang diberikan, kendala tersebut berupa:

1. Penggunaan WhatsApp Business pada account baru tidak dapat melakukan Broadcasting secara otomatis karena terindikasi SPAM oleh pihak WhatsAppBusiness sehingga menghambat dalam pengerjaan tugas.
2. Belum bisa mendapatkan akses untuk membuat konten diluar kantor.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Solusi atas kendala yang ditemukan oleh penulis selama proses kerja magang mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Mendiskusikan dengan senior dan rekan kerja terkait penggunaan Broadcasting pada WhatsApp Business. Setelah itu penulis mendapat arahan untuk melakukan Broadcasting secara manual dengan ketentuan satu hari Broadcasting ke 5 orang selama satu sampai dua minggu agar mendapatkan interaksi dengan konsumen terlebih dahulu.
2. Memanfaatkan lahan kosong yang terdapat di dalam kantor sebagai tempat pembuatan konten.