

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama melakukan kegiatan magang di PT Karya Prima Ultima, Bapak Andre Karev Hartanto adalah orang yang akan berperan sebagai *Supervisor* selaku *marketing communications manager*. Penulis berperan untuk membantu dalam pembuatan berbagai macam hal yang bertujuan untuk mendukung PT Karya Prima Ultima agar bisa menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Thomas Duncan (Shin, 2013) memiliki pandangan bahwa hal eksternal yang membuat *marketing communications* dibutuhkan adalah karena hubungan yang terjadi antara periklanan dengan pedagang. Salah satu hal yang sangat berpengaruh dalam *marketing communication* di era digital sekarang adalah dengan menggunakan sosial media karena sosial media merupakan hal yang sangat penting untuk dilihat oleh seorang *supplier* (Rowles, 2014). Hal ini dikarenakan banyak konsumen di zaman sekarang lebih banyak mempercayai pesan-pesan yang disampaikan di sosial media dibandingkan dengan media massa yang biasa. Konsumer juga lebih banyak akan mempercayai pengalaman asli yang didapatkan melalui komunitas daring dibandingkan dengan media yang mengiklankan sebuah perusahaan (Saxena Arora et al., 2015).

Beberapa tugas yang dikerjakan selama melakukan kegiatan magang di PT Karya Prima Ultima adalah membuat konten Instagram dalam bentuk *feeds* dan *story*, membuat desain-desain yang akan digunakan untuk pameran seperti desain *banner*, desain kartu nama perusahaan, desain brosur, desain *voucher*. Hal ini dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian para pelanggan agar mereka bisa lebih mengingat nama perusahaan PT Karya Prima Ultima pada saat sedang melakukan pameran-pameran mobil yang bertema klasik. Penulis juga diarahkan untuk membantu tamu-tamu yang datang untuk mengarahkan mereka kepada orang-orang yang mereka butuhkan.

Alasan kenapa *marketing communications* banyak memanfaatkan sosial media Instagram sebagai media untuk mempromosikan promo-promo adalah karena sosial media telah menciptakan konsumen tipe baru, dimana konsumen akan menjadi lebih interaktif dan bersedia untuk mengkomunikasikan sesuatu dengan penjual (Saxena Arora et al., 2015). Telegraph (Rowles, 2014) juga mengatakan kalau manusia, sekarang lebih banyak menggunakan *smartphone* untuk membuka sosial media.

Selama melaksanakan kegiatan magang di PT Karya Prima Ultima, kegiatan *marketing communications* yang dilaksanakan lebih menuju ke mata kuliah *Art Copywriting* dan *Social Media Marketing*. Hal ini dikarenakan beberapa tugas yang diberikan, seperti pembuatan *banner*, brosur, kartu nama perusahaan, dll. Lebih tertuju pada pembuatan *copywriting* dan desain untuk menarik perhatian pelanggan. Walaupun kegiatan tersebut juga terdapat unsur *marketing communications*, hal tersebut belum mencakup keseluruhan dari kegiatan *marketing communications* sepenuhnya. *Social media marketing* juga terlihat di dalam pekerjaan yang diberikan karena terdapat pembuatan konten *feeds* dan juga konten *story* Instagram yang dibuat dengan tujuan untuk menarik perhatian dari pelanggan.



Flow pekerjaan pada saat melaksanakan kegiatan magang di PT Karya Prima Ultima, antara lain:

a. Penugasan pekerjaan

Supervisor biasanya akan memberikan tugas berupa pembuatan konten *story* atau *feeds* Instagram terkait promo yang akan diadakan oleh perusahaan. Tugas lain juga bisa berupa hal-hal seperti pembuatan *banner* perusahaan, kartu nama perusahaan, dll.

b. Penerimaan pekerjaan

Beberapa pertanyaan seperti periode dan kejelasan dari promo tersebut akan ditanyakan kepada *supervisor* sebelum pembuatan agar proses pembuatan nantinya akan berjalan dengan lancar.

c. Pembuatan pekerjaan

Setelah mendapatkan informasi yang dibutuhkan, pekerjaan akan dilaksanakan dengan menggunakan perangkat lunak berupa adobe photoshop karena aplikasi tersebut memudahkan dalam proses desain. Adobe photoshop juga memperbolehkan penggunaan *font* BMW dan Mini yang sudah menjadi standar dalam segala macam desain yang diciptakan.

d. Pelaporan pekerjaan

Setelah proses pengerjaan selesai, *screenshot* dari hasil desain akan diambil dan dikirimkan menggunakan fitur Whatsapp untuk menanyakan kepada *supervisor* mengenai *copywriting* dan desain gambar dari hasil pengerjaan.

e. Revisi

Jika *supervisor* masih merasa bahwa hasil pekerjaan yang ditampilkan masih kurang, maka pekerjaan tersebut akan kembali diedit hingga *supervisor* menyatakan bahwa hasil tersebut sudah bagus. Pekerjaan kemudian akan dikirimkan ke *supervisor* menggunakan *hard drive* perusahaan.

### 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Pada bulan Juli awal, penulis bekerja di bagian atas kantor bersama dengan rekan kantor yang lainnya. Disitu, penulis diarahkan untuk membuat daftar kekurangan yang terdapat di *Instagram page* dan *website page* dari PT Karya Prima Ultima.



#### Review Instagram BMW Ultima:

- Kurang menampilkan hasil foto mobil-mobil yang telah menerima layanan dari Karya Prima Ultima
- Kurang konten feeds maupun reels, dan jarang update
- Bisa ditambahkan konten dan caption yang komunikatif dan ambience
- Update harian pada konten story untuk mendokumentasikan pelanggan yang datang

#### Saran Konten:

- Konten Ambience



- Konten komunikatif



- Konten Ajakan atau pengenalan produk dalam bentuk Konten Reels
- Detail produk - produk yang disediakan pada BMW Ultima, dan dapat menekankan ke-eksklusifan produk

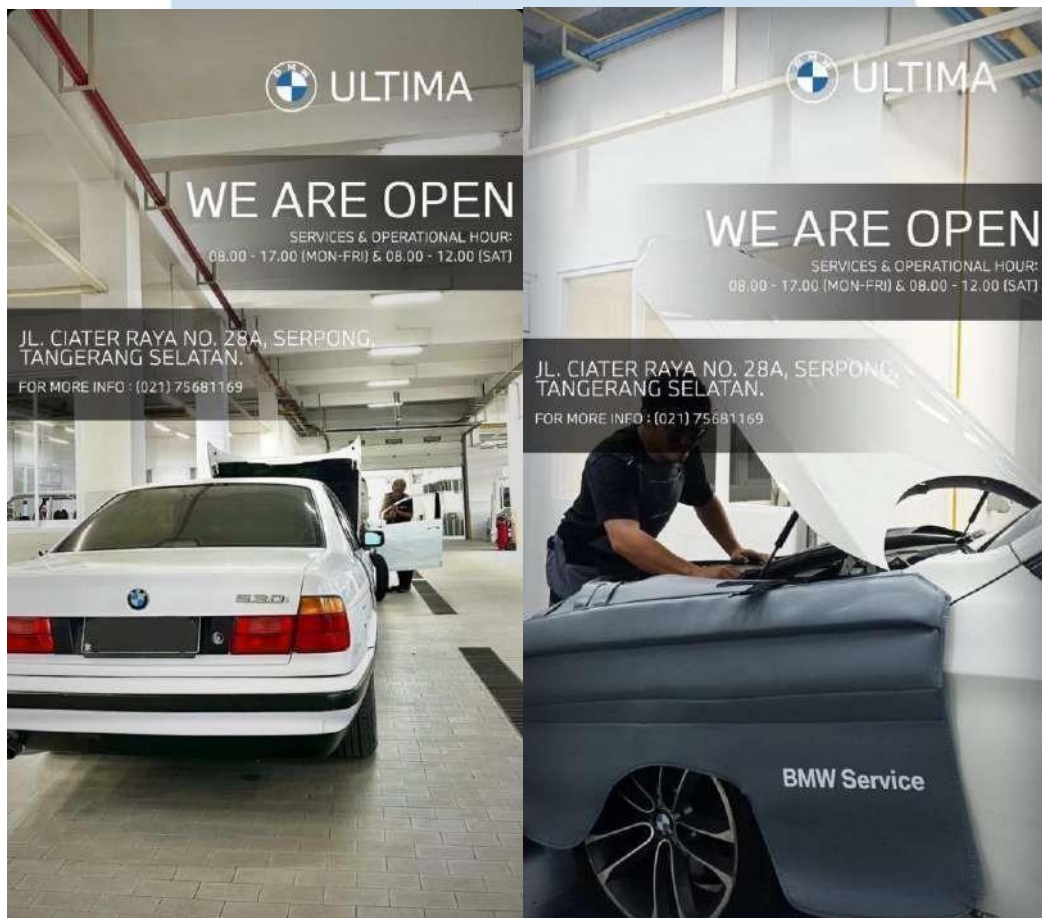
#### Review Website PT Karya Prima Ultima:

- Ada gambar yang kurang HD pada bagian Body & Paint
- Pada halaman utama dapat diberikan gambar - gambar mengenai layanan produk dan jasa yang disediakan.
- Perlu juga menyertakan atau menyediakan bahasa Indonesia dalam pemaparan website

Gambar 3.1 Review Instagram dan Website Perusahaan

Pada awal-awal hari melaksanakan kegiatan magang, tugas belum oleh *supervisor* sehingga penulis berinisiatif untuk mencoba membuka konten yang akan di *post* di *story* Instagram berupa *story* untuk memberitahukan *followers* PT Karya Prima Ultima tentang jadwal buka perusahaan.

Tujuan pembuatan konten *story* Instagram adalah karena di era digital ini, sudah semakin banyak kesempatan yang ditemukan dengan menggunakan sosial media untuk melakukan periklanan. Hal ini juga mengakibatkan banyak perusahaan untuk mengganti bentuk periklanan mereka dari media tradisional ke media digital untuk dapat mengakses kelompok orang-orang yang lebih beraneka ragam (Shimp & Andrews, 2013).



UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3.2 Story Instagram Informatif PT Karya Prima Ultima

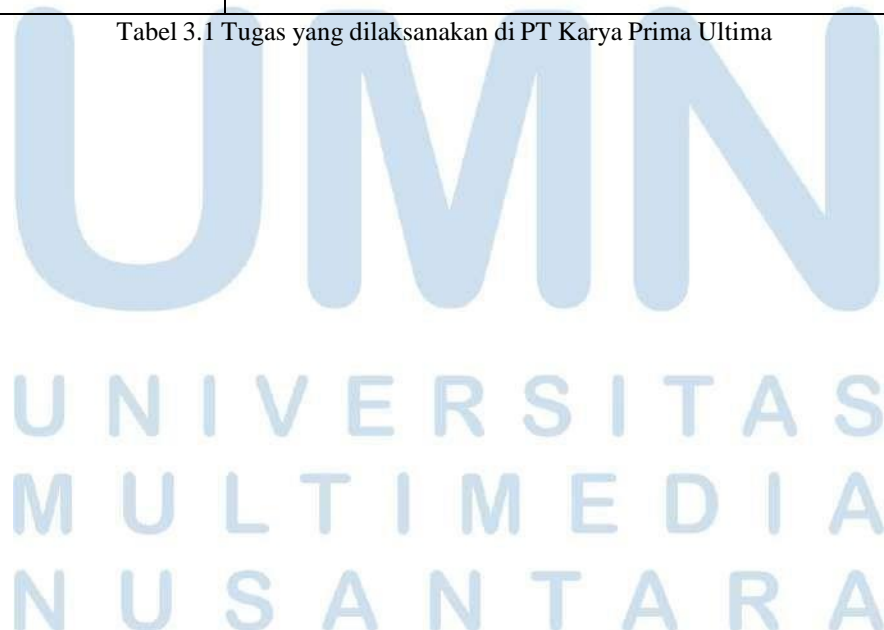
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas yang dilaksanakan selama melakukan kegiatan magang di PT Karya Prima Ultima, antara lain:

<b>Membuat Konten Story Instagram</b>	Membuat <i>story</i> Instagram untuk mempromosikan <i>feeds</i> Instagram yang akan di posting mengenai promo yang berlaku.
<b>Membuat Desain Banner Perusahaan</b>	Membuat <i>banner</i> perusahaan untuk mempromosikan promo-promo yang diadakan di bengkel.
<b>Membuat Desain Brosur Perusahaan</b>	Membuat brosur untuk mengenalkan pelanggan tentang jasa apa saja yang disediakan di bengkel.
<b>Membuat Desain Kupon</b>	Membuat kupon untuk menarik perhatian pelanggan agar mereka datang untuk mencoba jasa bengkel dengan promo di kupon tersebut.
<b>Membuat Konten Design Feeds Instagram</b>	Membuat <i>design feeds</i> Instagram untuk merayakan hari raya atau mempromosikan promo yang sedang diselenggarakan.
<b>Membuat Desain Kartu Nama Perusahaan</b>	Membuat kartu nama perusahaan agar dapat diberikan ke pelanggan yang nantinya tertarik untuk datang ke bengkel.

Tabel 3.1 Tugas yang dilaksanakan di PT Karya Prima Ultima





### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Uraian dari pekerjaan yang dilaksanakan di PT Karya Prima Ultima, antara lain:

#### 1. Membuat Konten Story Instagram

Konten di *story* Instagram diarahkan *supervisor* untuk dibuat dengan cara merekam beberapa mekanik di bengkel yang sedang mengerjakan mobil BMW atau Mini. Hal tersebut akhirnya menjadi rutinitas untuk turun ke bengkel setiap hari untuk melakukan perekaman terhadap mobil-mobil yang sedang dikerjakan oleh para mekanik. Kegiatan tersebut dilakukan dengan upaya agar *story* akun Instagram PT Karya Prima Ultima agar terus terisi dengan konten yang mengiklankan agar orang-orang yang melihat menjadi tertarik untuk pergi ke PT Karya Prima Ultima. Salah fungsi iklan adalah untuk meningkatkan perkembangan dari suatu *brand* dan hal tersebut dapat mempengaruhi konsumen yang menonton (Fill, 2023).

Sosial media telah membangun dirinya sendiri untuk menarik perhatian orang-orang untuk menggunakan media digital dan komunikasi yang menggunakan teknologi. Dikatakan juga, sosial media mengenalkan komunikasi baru yang telah mendorong orang-orang untuk menggunakan mereka sebagai cara utama untuk dapat melakukan *marketing communications* ke konsumen (Rizomyliotis & Konstantoulaki, 2017). Perekaman *story* Instagram dilakukan menggunakan *smartphone* dan diusahakan untuk tidak mengambil video dengan kendaraan brand lain disekitar kendaraan utama yang menjadi bahan rekaman karena Instagram BMW Ultima hanya boleh memuat video/foto dengan brand BMW atau Mini.

Video yang direkam tidak diperbolehkan untuk merekam mobil dengan *brand* lain karena hal tersebut akan bertolak belakang dengan brand BMW dan Mini. PT Karya Prima Ultima adalah perusahaan yang bekerja sama dengan kedua brand tersebut, oleh karena itu sangatlah penting untuk menjaga *image* perusahaan untuk menjaga kerja sama yang telah dibangun antara PT Karya Prima Ultima dengan BMW dan Mini.

Disamping itu, penggunaan *location tag* dalam *story* Instagram ditujukan untuk memberitahu pengguna Instagram lainnya tentang lokasi keberadaan PT Karya Prima Ultima. Hal ini diharapkan akan membuat orang-orang yang lokasinya berdekatan dengan PT Karya Prima Ultima menjadi lebih tertarik untuk mencoba jasa yang disediakan dengan melihatnya cara petugas PT Karya Prima Ultima menangani mobil-mobil lain dengan menggunakan peralatan yang sesuai dan seragam yang unison, serta sarung tangan untuk menjaga mobil agar tidak lecet.

Kegiatan tersebut menggunakan konsep teknik persuasi yang dikatakan oleh Shimp dan Andrews (Andrews & Shimp, 2018) karena dengan adanya perekaman *story* Instagram mengenai kegiatan sehari-hari bengkel. Jika konsumen yang melihat merasa puas dengan cara pekerja di PT Karya Prima Ultima mengerjakan kendaraan-kendaraan yang lain. Maka itu akan menarik perhatian mereka agar mereka ingin mendatangi PT Karya Prima Ultima untuk reparasi kendaraan mereka.

Selain itu, sama seperti pembuatan konten feeds Instagram, penulis juga membuat konten *story* Instagram berupa desain dengan tujuan untuk mempromosikan unggahan feeds Instagram mengenai promo yang sedang berlaku di PT Karya Prima Ultima agar semakin banyak orang dapat melihat dan tertarik untuk mencoba pelayanan di PT Karya Prima Ultima. Kegiatan marketing kini sudah memperluas, sehingga beberapa alat yang digunakan untuk marketing communications adalah social media, blog, review dari suatu produk,

pesan yang dikirimkan ke orang-orang, dan stealth marketing (E et al., 2017).

Infografik adalah satu bentuk marketing communications yang merupakan sebuah grafik yang menunjukkan data. Infografik harus berisikan suatu komponen visual dan tidak boleh berisikan hanya tulisan. Visualisasi penting karena hal tersebut merupakan representatif dari informasi yang ingin ditunjukkan. Visualisasi ini kemudian ditunjukkan dengan cara mengunggah hal tersebut ke social media, website, manual, report, dll. Story Instagram dibuat dengan menggunakan Adobe Photoshop bersampingan dengan feeds Instagram agar story dan feeds terlihat sebagai satu kesatuan yang saling membantusatu sama lain untuk memberikan informasi yang tersedia ke pelanggan.

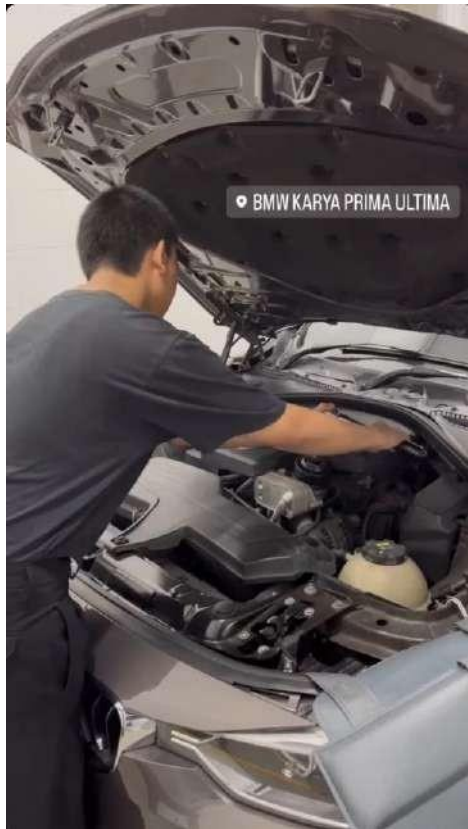
Adobe Photoshop digunakan untuk mengunduh font yang diberikan perusahaan agar hasil desain bisa menggunakan font yang selaras antar satu sama lain. Penggunaan story Instagram digunakan untuk membantu postingan feeds Instagram. Hal ini dikarenakan banyak orang yang merupakan pengguna Instagram yang biasanya hanya tertarik untuk melihat bagian story Instagram saja karena biasanya story Instagram merupakan hal-hal yang terjadi pada saat itu juga. Story Instagram di PT Karya Prima Ultima ditujukan untuk menarik perhatian orang-orang yang tertarik dalam melihat story Instagram.

Pembuatan story Instagram juga dibuat identik dengan feeds Instagram yang diciptakan agar menghindari kebingungan pada saat pengguna Instagram ingin mencarikan feeds Instagram yang memuat informasi mengenai promo. Jika gambar dari story Instagram diciptakan berbeda dengan feeds, maka pengguna Instagram akan kebingungan pada saat mereka mencari informasi lebih lengkap mengenai promo tersebut di feeds Instagram. Story Instagram mengenai promo diciptakan dengan komponen- komponen yang sama dengan feeds Instagram tetapi tanpa informasi lebih lengkap yang akan disediakan oleh caption feeds Instagram.

Oleh karena itu, story Instagram hanya berfungsi untuk menarik perhatian pengguna Instagram dan mendorong mereka untuk mencoba melihat feeds Instagram yang berisikan informasi lebih lengkap di caption Instagram. Dengan mendorong pengguna Instagram untuk melihat feeds Instagram, diharapkan bahwa mereka akan tertarik juga ketika melihat mobil-mobil di feeds Instagram dan akhirnya mengikuti akun Instagram tersebut.



UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA





Gambar 3.3 Story Instagram PT Karya Prima Ultima

## 2. Membuat Desain Banner Perusahaan

Selain membuat *story* konten Instagram, penulis juga diarahkan untuk membuat *banner* dengan tujuan untuk memajukan promo yang akan diselenggarakan oleh PT Karya Prima Ultima sebagai iklan yang tidak menarget seseorang yang spesifik (Geuens et al., 2013) agar orang-orang yang berkemudi melewati perusahaan dapat melihat bahwa PT Karya Prima Ultima sedang mengadakan promo yang sangat menarik. Beberapa hal yang digunakan untuk menarik perhatian masyarakat untuk mempromosikan suatu hal dapat menggunakan majalah, pesan visual atau verbal terkait kegiatan tersebut, donasi atau kartu terima kasih, poster, dan *banner* (Blakeman, 2018).

Pembuatan *banner* menggunakan teknik *copywriting*, yaitu *persuasive copywriting* yang digunakan dengan cara membuat pesan inti yang bertujuan untuk mempengaruhi pemikiran konsumen dan mempengaruhi mereka untuk bertindak sesuai dengan kemauan penjual. *Copywriting* yang baik dapat menarik perhatian pembaca dan membuat mereka agar lebih memperhatikan isi pesan yang dituliskan agar terjadi sebuah koneksi antara penjual dan pembeli (DiMarco, 2017).

Pembuatan *banner* menggunakan aplikasi digital Adobe Photoshop karena terdapat *font* BMW dan Mini yang selalu harus digunakan untuk pembuatan segala jenis konten. *Font* tersebut diberikan oleh supervisor dan ditegaskan kalau semua jenis konten harus menggunakan font tersebut agar dapat diperbolehkan oleh direksi untuk dipublikasikan.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

*Banner* juga sebelumnya telah dibuat oleh PT Karya Prima Ultima dengan harapan untuk menarik perhatian konsumen yang sedang berkendara disekitar agar ketika mereka melihat promo yang tertulis di *banner*, mereka akan tertarik dan langsung mendatangi PT Karya Prima Ultima. Hal ini diharapkan karena lokasi PT Karya Prima Ultima yang terletak di tempat yang strategis. PT Karya Prima Ultima dekat dengan Tol Serpong, pasar modern BSD, beberapa universitas, dan sekolah. Hal ini akan memastikan bahwa akan ada banyak orang yang melewati PT Karya Prima Ultima dan akhirnya akan ada beberapa orang yang melihat *banner* yang tertuliskan promo di depan PT Karya Prima Ultima.

Pembuatan *banner* juga termasuk dalam konsep Kotler mengenai pemasaran tradisional. *Banner* merupakan salah satu contoh dari pemasaran tradisional dan termasuk juga dalam menggunakan teknik persuasi Shimp dan Andrews (Andrews & Shimp, 2018). Hal ini dikarenakan dengan adanya *banner* yang terpajang di depan PT Karya Prima Ultima, pengemudi yang mengemudi melewati PT Karya Prima Ultima dapat melihat *banner* tersebut dan akhirnya terpersuasi untuk mendatangi PT Karya Prima Ultima untuk mendapatkan promo-promo tersebut.







Gambar 3.4 Banner Perusahaan PT Karya Prima Ultima

U N I V E R S I T A S  
 M U L T I M E D I A  
 N U S A N T A R A

### 3. Membuat Desain Brosur Perusahaan

Penulis juga diarahkan untuk membuat beberapa brosur dengan tujuan untuk dibagikan pada saat PT Karya Prima Ultima akan mengadakan suatu pameran agar orang-orang yang datang bisa langsung membaca dan melihat hasil pekerjaan yang telah diberikan oleh PT Karya Prima Ultima. Robyn Blakeman mengatakan bahwa tidak semua bentuk relasi publik harus berkaitan dengan berita, terkadang hal-hal seperti sponsor dan brosur bisa memastikan bahwa pesan yang disampaikan akan tersampaikan dengan Bahasa yang mudah untuk dimengerti oleh semua orang (Blakeman, 2018; Semenenko, n.d.).

Menurut (Baack & Clow, 2017) dari sisi komunikasi, pemberian informasi dari suatu perusahaan ke konsumen merupakan salah satu cara penting untuk memberitahukan performa dari suatu *brand*. Hal ini tentunya dapat dicapai melalui pemberian informasi yang bisa disalurkan dengan menggunakan *website*, brosur, dan media *print* lainnya. Kegiatan tersebut dapat membantu konsumen dalam menelaah informasi yang ingin mereka dapatkan langsung ke tangan mereka.

Pembuatan brosur dilakukan menggunakan perangkat lunak Adobe Photoshop karena Adobe Photoshop memudahkan dalam pengunggahan *font* yang akan digunakan untuk proses pengeditan konten yang akan digunakan di brosur.

Brosur yang diciptakan adalah 2 versi, yaitu versi untuk mobil *body* dan *repair* dan versi BMW reparasi *Classic*. Tema warna yang digunakan juga tentunya dibedakan dengan reparasi *classic* yang menggunakan nuansa warna hitam dan *body* dan *repair* yang menggunakan nuansa warna biru tua. Brosur juga diciptakan dengan 2 bahasa yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris untuk memastikan bahwa setiap konsumen dapat membaca brosur dengan baik dan benar tanpa adanya kebingungan.

Brosur juga termasuk ke dalam konsep Kotler mengenai pemasaran tradisional karena brosur merupakan salah satu contoh dari pemasaran tradisional. Hal ini juga menggunakan teknik persuasi yang dijelaskan Shimp dan Andrews (Andrews & Shimp, 2018) karena brosur yang diterima oleh pengemudi bisa menjadi daya tarik bagi mereka untuk menjadi lebih terpersuasi untuk datang ke PT Karya Prima Ultima dan mendapatkan jasa yang diberikan.

Pembuatan brosur awalnya ditujukan untuk acara GIIAS 2023 yang diselenggarakan di ICE BSD. Namun, PT Karya Prima Ultima tidak mendapatkan tempat untuk membuka *booth* di GIIAS sehingga brosur yang tadinya ingin diciptakan untuk diberikan ke konsumen kini akan digunakan PT Karya Prima Ultima pada saat ada acara lainnya. Brosur tentunya berisikan seluruh informasi mengenai perusahaan agar konsumen dapat membaca sendiri tentang seluruh jasa yang disediakan oleh PT Karya Prima Ultima dan penjelasannya tanpa harus menanyakan hal tersebut ke orang lain.





**YOUR CLASSIC VEHICLE  
IN SAFE HANDS.  
KENDARAAN KLASIK  
ANDA AMAN.**

Quality, authenticity, and customer satisfaction are a top priority for us. From repairs to restoration work to spare parts, your BMW Classic authorised dealer is a one-stop shop that covers all your needs. Our BMW Classic authorised dealers employ specially trained people in order to provide the complete range of BMW Classic vehicle services with great professionalism and a real sense of devotion.

Kualitas, autentik, dan kepuasan pelanggan adalah prioritas utama untuk kami. Dari reparasi ke pekerjaan restorasi untuk suku cadang, dealer resmi BMW Klasik adalah toko yang mencakup seluruh kebutuhanmu. Dealer resmi BMW Klasik mempekerjakan pekerja yang sudah dilatih agar bisa memberikan jasa lengkap untuk mengservis seluruh BMW Klasik dengan profesionalisme dan kesetiaan yang baik.

**SERVICING FIT FOR A  
NEW VEHICLE  
SERVIS YANG COCOK  
UNTUK KENDARAAN BARU.**

No matter whether your vehicle requires extensive engine reconditioning or its annual service, let us professionals take care of your maintenance and restoration work. They will be happy to assess the exact condition of your vehicle. Nobody knows your BMW better.

Apapun yang dibutuhkan oleh kendaraan seperti rekondisi mesin yang luas atau servis tahunan, biarkan profesional seperti kami yang merawat pemeliharaan dan pekerjaan restorasi. Mereka akan senang untuk dapat menilai kondisi tepat kendaraanmu. Tidak ada yang akan tahu kendaraan BMW-mu lebih dari kami.

**ONE HUNDRED PERCENT  
GENUINE.  
SERATUS PERSEN IKHLAS.**

Original BMW Classic parts don't just help to retain your vehicle's value, they can actually increase it. Our vast range of parts includes over 60,000 items for classic BMW vehicles. And should a particular part you need for your restoration project no longer be available, we can help by offering suggestions and contacts. Just visit your nearest BMW Classic authorised dealer, who will be delighted to assist you.

Suku cadang original BMW Klasik tidak hanya untuk membantu mempertahankan nilai kendaraanmu, tetapi juga untuk mendakanya. Suku cadang kami memiliki lebih dari 60.000 untuk kendaraan BMW Klasik. Jika ada suku cadang yang dibutuhkan untuk proyek restorasi yang tidak bisa ditemukan, maka kami bisa membantu dengan memberikan saran dan kontak. Datanglah dealer resmi BMW Klasik terdekat. Kami akan dengan senang hati membantu.



**QUALIFIED BODY  
& PAINT SHOP.**

Karya Prima Ultima, or KPU, was established on the basis of the difficulty in finding proper body and paint workshops, in this case correct workmanship with quality materials, as well as supporting ability of qualified workers.

KPU is The First to adopt Glasurit 100 Line - The Latest Generation Water Based Paint, a greener product for environmental friendly operations.

Karya Prima Ultima, atau KPU, didirikan atas dasar sulitnya mencari bengkel bodi dan cat yang tepat, dalam hal ini pengerjaan yang benar dengan bahan berkualitas, serta didukung kemampuan tenaga kerja yang mumpuni.

KPU adalah bengkel pertama di Indonesia yang mengadopsi Glasurit 100 Line - Cat Berbasis Air Generasi Terbaru, produk ramah lingkungan untuk pengoperasian yang lebih ramah lingkungan.



**SERVICE & CONTACT.**


PT. Karya Prima Ultima  
Jl. Ciater Raya No. 28A RW Mekor Jaya,  
Kec. Serpong, Kota Tangerang, Banten.  
(021) 7568 1169

[www.ultima-werke.com](http://www.ultima-werke.com)



**BODY SHOP &  
SERVICE REPAIR.**  
BMW Service. Mini Service.

MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**GENERAL REPAIR.  
PERBAIKAN UMUM.**



KPU technicians are responsible for performing a wide range of repairs and services on your vehicle. They must be able to diagnose problems quickly, accurately, and efficiently and they must know how to repair or replace any part of the vehicle that needs attention.


Teknisi KPU bertanggung jawab untuk melakukan berbagai perbaikan dan servis pada kendaraan Anda. Mereka harus dapat mendiagnosa masalah dengan cepat, akurat, dan efisien dan mereka harus tahu cara memperbaiki atau mengganti bagian mana pun dari kendaraan yang memerlukan perhatian.

**BMW PAINTWORK REPAIRS.  
PERBAIKAN WARNA BMW.**

Just a scratch in the paint detracts from the appearance of your vehicle. With BMW spot paint repair, your BMW Service Partner removes minor paint damage to proven BMW standards of quality: quickly and accurately using the environmentally friendly BMW ColorSystem. A special treatment and partial painting is able to eliminate chips, scrapes or small scratches in the paintwork without removing the parts – with gleaming results.

Hanya goresan kecil di cat akan mengurangi penampilan dari kendaraan Anda. Dengan perbaikan menggunakan spot paint milik BMW mitra servis, kerusakan cat yang kecil akan dihilangkan untuk membuktikan bahwa kualitas standar BMW: cepat dan akurat menggunakan ColorSystem BMW yang ramah lingkungan. Perawatan spesial dan sebagian cat akan bisa menghilangkan ketupasan, dan goresan di cat tanpa harus menggantikan bagian mobil dengan hasil yang memuaskan.



**BREAK AND  
SUSPENSION TEST.  
TES REM DAN SUSPENSII.**

Just a scratch in the paint detracts from the appearance of your vehicle. With BMW spot paint repair, your BMW Service Partner removes minor paint damage to proven BMW standards of quality: quickly and accurately using the environmentally friendly BMW ColorSystem. A special treatment and partial painting is able to eliminate chips, scrapes or small scratches in the paintwork without removing the parts – with gleaming results.

Hanya goresan kecil di cat akan mengurangi penampilan dari kendaraan Anda. Dengan perbaikan menggunakan spot paint milik BMW mitra servis, kerusakan cat yang kecil akan dihilangkan untuk membuktikan bahwa kualitas standar BMW: cepat dan akurat menggunakan ColorSystem BMW yang ramah lingkungan. Perawatan spesial dan sebagian cat akan bisa menghilangkan ketupasan, dan goresan di cat tanpa harus menggantikan bagian mobil dengan hasil yang memuaskan.

**BMW Classic Partner,  
BMW Ultimo.**

BMW Ultimo was the first and only BMW Classic Partner in Asia. BMW Classic Partner handles BMW with expertise as well as high employee passion and competence.

Well-equipped workshop equipment, and routine maintenance, servicing, and repairs are carried out with the utmost care. Originality is our main thing.

BMW Ultimo sebagai BMW Classic Partner pertama dan satu-satunya di Asia. BMW Classic Partner menangani BMW dengan keahlian serta semangat, kompetensi, dan keabdian karyawan yang tinggi.

Pemilihan bengkel lengkap serta pemeliharaan secara teratur, layanan, dan perbaikan dilakukan dengan penuh ketelitian. Orisinalitas adalah hal yang Utama bagi kami.



**SERVICE & CONTACT.**

PT. Karya Prima Ultimo  
Jl. Cipter Raya No. 28A RW Mekar Jaya,  
Kec. Setpong, Kota Tangerang, Banten.  
(021) 7568 1169  
[www.ultimo-werke.com](http://www.ultimo-werke.com)

**ULTIMA**  
BMW CLASSIC  
PARTNER.  
BMW Classic.

Gambar 3.5 Brosur Perusahaan PT Karya Prima Ultima

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

#### 4. Membuat Desain Kupon

Pembuatan kupon terkait promo yang ingin diselenggarakan perusahaan biasanya berisikan mengenai gratis untuk mendapatkan jasa berupa *brake test* dan *suspension test*. Promo lain yang diciptakan juga berkaitan dengan acara GIIAS 2023 dimana PT Karya Prima Ultima akan memberikan tumpangan berupa *shuttle bus* gratis untuk semua orang yang memiliki kupon tersebut. Kupon merupakan teknik *direct marketing* yang biasa digunakan untuk mendapatkan respon dan aksi yang cepat dari pelanggan (Blakeman, 2018). Kupon juga merupakan cara untuk menaikkan penjualan karena penjualan merupakan tujuan utama *marketing* (Geuens et al., 2013).

Kupon termasuk ke dalam hierarki komunikasi di bagian action. Action merupakan program komunikasi yang bertujuan untuk mendukung pembeli agar mereka ingin membeli suatu produk. Teknik iklan ini bisa digunakan secara langsung dan bertujuan untuk menuntun pembeli ke suatu situasi tertentu. Menggunakan teknik ini akan membuat pembeli menjadi lebih tertarik untuk membeli suatu produk karena rasa kehilangan yang akan mereka rasakan ketika mereka tidak menggunakan kupon tersebut (Chris Fill & Sarah Turnbull, 2016).

Komunikasi yang ditujukan untuk membangun suatu brand akan membantu pembeli dalam membuat mereka berpikir kalau pembelian suatu barang/jasa itu tidak apa-apa untuk dilakukan dengan menekankan keuntungan positif yang akan mereka dapatkan dengan membeli barang/jasa tersebut. Teknik ini akan membuat mereka merasa bahwa mereka telah membuat keputusan yang benar. Contohnya dengan menggunakan kupon, mereka akan merasa mereka akan mengeluarkan uang lebih sedikit dari harga biasanya, maka dari itu mereka akan merasa bahwa mereka untung telah membeli barang/jasa sekarang dengan bantuan kupon tersebut (Egan John, 2014).

Pembuatan kupon menggunakan Adobe Photoshop karena Adobe Photoshop memiliki banyak *tools* yang bisa digunakan untuk memudahkan dalam proses pembuatan kupon tersebut. Hal ini dikarenakan pembuatan kupon diperlukan lebih banyak desain dibandingkan dengan brosur dan juga *banner*. Adobe Photoshop juga memberikan sarana untuk mengunduh font yang nantinya akan digunakan untuk seluruh *copywriting* di kupon tersebut.

Pada saat pembuatan kupon, ada beberapa kriteria yang tidak boleh dilanggar. Beberapa kriteria tersebut adalah untuk hanya menggunakan satu jenis bahasa dalam pembuatannya. Hal ini dikarenakan penggunaan dua bahasa ditakutkan akan membuat pelanggan yang membaca menjadi bingung, sehingga ditegaskan kalau penggunaan bahasa hanya boleh satu jenis saja dari antara bahasa Indonesia atau bahasa Inggris. Akhirnya penggunaan bahasa Inggris dipilih karena kupon terlihat lebih indah dengan penggunaan bahasa tersebut.

Kriteria lainnya adalah untuk menegaskan *terms and condition* pada saat pembuatannya untuk menghindari kesalah-pahaman pada saat konsumen membaca promo yang disediakan PT Karya Prima Ultima. Salah satu hal yang paling penting dalam *terms and condition* adalah tanggal berlakunya promo tersebut. Ini sangat penting karena dengan ketikan yang salah, maka semua orang yang mendapatkan kupon ini akan mendapatkan informasi yang salah dan akan menyebabkan kesalahan berantai yang akan menjatuhkan nama PT Karya Prima Ultima sebagai perusahaan yang dapat dipercayai.

Kupon yang dibuat selaras dengan buku Blakemen (Blakeman, 2018) dimana ia mengatakan bahwa diperlukan ide kreatif dalam pembuatan *copywriting* agar konsumen menjadi terjual akan apa yang sedang dijual. Blakemen juga mengatakan bahwa *copywriting* tersebut harus mengetahui keinginan dari pelanggan. Kupon yang dibuat berupa promo yang merupakan daya tarik untuk banyak orang karena tentunya orang akan lebih tertarik untuk datang ke PT Karya Prima Ultima dengan adanya promo.

**ULTIMA**

TERUS MELAJU  
UNTUK  
INDONESIA  
MAJU

**EXCLUSIVE INDEPENDENCE  
DAY PROMO, ONLY ON THIS AUGUST.**

**TERMS & CONDITIONS:**

1. Promotion Period September 1st - 30th, 2023.
2. Follow & Mention @bmwultima on Instagram Story.
3. This promo is available only when you have done a service / general check up at BMW Ultima.

**FOR MORE INFORMATION:**

☎️ (021) 7568 1169 📍 [+62] 811 9580 168  
[www.ultima-werke.com](http://www.ultima-werke.com)

**VOUCHER:**

- BRAKE TEST
- SUSPENSION TEST

**IDR 500.000,-**  
 (FOR ONLY) IDR. 0,-

**(FREE)  
EXCLUSIVE  
SHUTTLE  
BUS TO  
GIAS 2023,  
ICE BSD City.**

**ULTIMA**

**ULTIMA**

TERUS MELAJU  
UNTUK  
INDONESIA  
MAJU

**EXCLUSIVE INDEPENDENCE  
DAY PROMO, ONLY ON THIS AUGUST.**

**BALANCING  
VOUCHER**

**IDR 500.000,-  
IDR. 0,-**

**SPOORING  
VOUCHER**

**IDR 500.000,-  
IDR. 0,-**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**BMW ULTIMA**

**78** TERUS MELAJU UNTUK INDONESIA MAJU

EXCLUSIVE INDEPENDENCE DAY PROMO, ONLY ON THIS AUGUST.

**(FREE) EXCLUSIVE SHUTTLE BUS TO GIIAS 2023, ICE BSD City.**

**VOUCHER:**

- HEADLIGHT ADJUSTMENT
- SUSPENSION TEST

**IDR-500.000,- (FOR ONLY) IDR. 0,-**

**BMW ULTIMA**

**TERMS & CONDITIONS:**

1. Promotion Period August 10 - 20, 2023.
2. Follow @bmwultima & Mention us on Instagram Story.

**THIS PROMOTION INCLUDES:**

(FREE) Special Car Wash Treatment with RO Water System.

**FOR MORE INFORMATION:**

☎ (021) 7568 1169    📞 (+62) 811 9580 168

[www.ultima-werke.com](http://www.ultima-werke.com)

Gambar 3.6 Kupon Perusahaan PT Karya Prima Ultima

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 5. Membuat Konten Desain *Feeds* Instagram

Selain pemberian tugas dari supervisor terkait pembuatan desain konten *feeds* Instagram, inisiatif pembuatan beberapa desain konten *feeds* Instagram seperti untuk hari raya kemerdekaan Indonesia juga tercipta. Tujuan pembuatan konten *feeds* Instagram adalah untuk menarik perhatian pengguna Instagram agar mereka melihat kualitas mobil-mobil yang telah dikerjakan oleh PT Karya Prima Ultima. Hal ini dilakukan dengan harapan dapat membuat pelanggan menjadi tertarik untuk mencoba jasa yang disediakan oleh PT Karya Prima Ultima.

*Social media* merupakan hal yang sangat menarik untuk banyak orang. Sebagai contoh, (Rowles, 2017) mengatakan kalau jika ia membuat webinar dengan kata-kata seperti ‘trend terbaru yang ada di sosial media’ maka ia percaya bahwa banyak orang yang akan tertarik dengan topik tersebut.

Salah satu alat yang digunakan dalam *marketing communications* adalah sosial media. Beberapa sosial media yang digunakan untuk membuat tujuan *marketing* tercapai adalah Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, Pintrest, dan Youtube (Andrews & Shimp, 2018).

Pembuatan desain *feeds* Instagram menggunakan Adobe Photoshop karena Adobe Photoshop memberikan alat-alat yang bervariasi dan mudah untuk dimengerti agar proses desain bisa lebih mudah dalam pembuatannya. Adobe Photoshop juga memperbolehkan untuk mengunduh font yang diberikan oleh BMW atau Mini agar seluruh desain *feeds* Instagram bisa menggunakan font yang diberikan.

Pembuatan *feeds* juga merupakan proses yang dilaksanakan dengan hati-hati karena kerja sama yang dilakukan antara BMW dan Mini dengan PT Karya Prima Ultima. Karena kerja sama tersebut, postingan *feeds* yang dilaksanakan di PT Karya Prima Ultima merupakan refleksi dari brand BMW dan Mini juga. Sehingga, jika tidak dilaksanakan dengan hati-hati

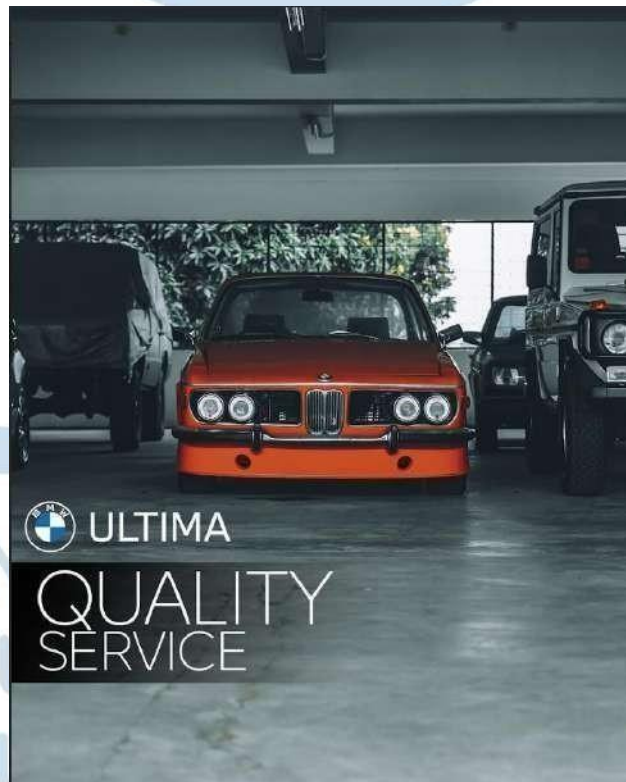
maka BMW dan Mini juga merupakan perusahaan yang akan menanggung kesalahan yang dilakukan oleh PT Karya Prima Ultima.

Unggahan yang diciptakan biasanya berupa promo dan selebrasi pada saat hari raya besar seperti kemerdekaan Indonesia. Tujuan postingan tersebut tentunya untuk menarik perhatian pengguna Instagram yang menyukai mobil agar mereka tertarik untuk datang ke PT Karya Prima Ultima untuk mendapatkan promo tersebut. Hal ini akan meningkatkan *brand awareness* dan diharapkan dengan daya tarik tersebut, orang-orang yang telah datang ke PT Karya Prima Ultima bisa menggunakan *word of mouth* kepada teman-teman atau keluarga agar mereka juga bisa datang dan mengetahui tentang keberadaan PT Karya Prima Ultima.

Sama seperti *banner*, hal yang ditekankan pada saat pembuatan *feeds* Instagram adalah mengenai *terms and service*. *Terms and service* yang diciptakan harus menggaris-bawahi tanggal mulai promo dan tanggal selesai promo. Hal ini dilakukan untuk menghindari kebingungan pelanggan dan hal tersebut harus ditentukan dengan baik-baik karena satu kesalahan akan menjadi bencana bagi PT Karya Prima Ultima dan dapat menyebabkan reputasi perusahaan menjadi kurang profesional dan kurang dapat dipercaya oleh konsumen-konsumen yang tertarik dengan jasa yang disediakan PT Karya Prima Ultima. Kesalahan ini dapat membuat konsumen menjadi lebih memilih jasa dari perusahaan lain yang dapat mereka percaya ketika mengadakan promo.

Tindakan ini selaras dengan buku Fill dan Turnbull (Chris Fill & Sarah Turnbull, 2016) yang menyatakan bahwa sosial media telah menciptakan teknologi yang interaktif dimana individual atau komunitas dapat membagikan atau menciptakan konten. Konsep tersebut merupakan alasan kenapa pembuatan konten di feeds Instagram dilaksanakan. Konten feeds Instagram yang dilaksanakan merupakan salah satu cara untuk berinteraksi dengan komunitas untuk mendapatkan suatu pencapaian, dalam kasus ini merupakan *brand awareness* untuk PT Karya Prima Ultima.

Desain konten *feeds* Instagram yang dibuat secara mandiri



Desain konten *feeds* Instagram mengenai promo



**ULTIMA**  
 BMW AND MINI  
 SPECIAL PROMO ONLY  
 IN NOVEMBER

For more Information:  
 (021) 7568 1169  
 (+62) 881 9580 168

5% PARTS\*\*    10% LABOR\*\*

Terms and Service apply\*\*

**ULTIMA**  
 PROMO OKTOBER UNTUK BMW  
 ATAU MINI  
 GRATIS PEMASANGAN  
 UNTUK PEMBELIAN BAN

Untuk Informasi Lebih Lanjut:  
 (021) 7568 1169  
 (+62) 811 9580 168

Terms and Service apply\*\*

Gambar 3.7 Feeds Instagram PT Karya Prima Ultima

## 6. Membuat Desain Kartu Nama Perusahaan

Kartu Nama Perusahaan dibuat dengan tujuan untuk diberikan kepada orang-orang pada saat sedang di acara agar memudahkan orang untuk mengkontak perusahaan dan juga mengingat orang yang membantu mereka menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mereka tanyakan mengenai mobil mereka.

Salah satu identitas *brand* yang sangat penting merupakan sesuatu yang bisa dibidang lebih tradisional dibandingkan hal-hal lainnya di zaman sekarang, yaitu kartu nama perusahaan. Hal ini dikarenakan seluruh komponen dari perusahaan biasanya terdapat di kartu nama tersebut. Kartu nama perusahaan juga memiliki tujuan untuk menjadi *mini billboard* dari suatu perusahaan untuk mendapatkan komunikasi yang lebih sering dari suatu organisasi.

Kartu nama perusahaan biasanya digunakan dengan warna-warna yang sudah ditentukan oleh perusahaan karena hal tersebut akan memastikan keserasian dari identitas suatu perusahaan (DiMarco, 2017). Oleh karena itu, penggunaan Adobe Photoshop kembali digunakan untuk membuat kartu nama perusahaan. Hal ini dikarenakan Adobe Photoshop memiliki alat yang memudahkan dalam pemilihan warna dengan memasukkan kode warna tersebut ke dalam aplikasi yang akan membantu dalam keserasian warna.

Kartu nama juga merupakan salah satu komponen yang diciptakan untuk acara GIIAS 2023. Karena acara tersebut belum berhasil dilaksanakan oleh PT Karya Prima Ultima, maka kartu nama juga akan digunakan perusahaan pada saat perusahaan akan mengadakan acara lain. Kartu nama tersebut juga berguna untuk membantu konsumen untuk mengkontak langsung orang-orang yang ingin mereka butuhkan, contohnya seperti Service Advisor untuk menanyakan tentang hal-hal yang terjadi dengan kendaraan mereka dan tindakan apa yang seharusnya mereka ambil untuk kendaraan mereka.

Kartu nama juga bisa digunakan untuk mengenalkan diri kepada perusahaan lain agar perusahaan lain juga akan lebih mudah dalam mengkontak orang tersebut pada saat mereka ingin melaksanakan kegiatan kerja sama bersama dengan PT Karya Prima Ultima.



**PT. Karya Prima Ultima**  
Authorized BMW Body & Paint

**Sri Supatmi**  
Service Advisor

Jl. Ciater Raya No. 28A  
RW Mekar Jaya, Kec. Serpong  
Kota Tangerang, Banten 15310

**Telephone** (62-21) 7568 1169  
**Fax** (62-21) 7568 1170  
**Mobile** (62-811) 0895 0520 2629  
**e-mail** sri.supatmi@bmw.ultima-werke.com  
**Website** www.ultima-werke.com



**PT. Karya Prima Ultima**  
Authorized BMW Body & Paint

**Andre**

Jl. Ciater Raya No. 28A  
RW Mekar Jaya, Kec. Serpong  
Kota Tangerang, Banten 15310

**Telephone** (62-21) 7568 1169  
**Fax** (62-21) 7568 1170  
**Mobile** (62-811) 0817 9110 912  
**e-mail** andre@bmw.ultima-werke.com  
**Website** www.ultima-werke.com

M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A





**PT. Karya Prima Ultima**  
Authorized BMW Body & Paint

**Ayodhia Bagaskara Nugraha**  
Service Advisor

Jl. Ciater Raya No. 28A  
RW Mekar Jaya, Kec. Serpong  
Kota Tangerang, Banten 15310

**Telephone** (62-21) 7568 1169  
**Fax** (62-21) 7568 1170  
**Mobile** (62-811) 0813 8281 7921  
**e-mail** bagaskara.nugraha@bmw.ultima-werke.com  
**Website** www.ultima-werke.com



**PT. Karya Prima Ultima**  
Authorized BMW Body & Paint

**Peter Anugrah**  
President Director

Jl. Ciater Raya No. 28A  
RW Mekar Jaya, Kec. Serpong  
Kota Tangerang, Banten 15310

**Telephone** (62-21) 7568 1169  
**Fax** (62-21) 7568 1170  
**Mobile** (62-811) 188 808  
**e-mail** peter.anugrah@bmw.ultima-werke.com  
**Website** www.ultima-werke.com

Gambar 3.9 Kartu Nama Perusahaan PT Karya Prima Ultima

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 7. Melayani pelanggan yang datang dengan cara memberikan informasi kepada mereka

Pelanggan yang datang biasanya akan memberitahukan kondisi kendaraan mereka dan apa yang ingin mereka lakukan. Disitulah peran untuk memberikan informasi akan dilaksanakan. Biasanya, penulis akan memberikan informasi untuk mengarahkan pelanggan kepada *service advisor* yang cocok dengan deskripsi masalah yang dihadapi pelanggan agar pemberian jasa bisa dilaksanakan dengan baik dan benar. Alasan inilah kenapa penempatan *intern* berada dibawah dan tidak diatas bersama rekan-rekan kantor lain.

Sebelumnya, *service advisor* akan membantu semua orang yang masuk ke dalam PT Karya Prima Ultima. Hal ini terbukti sulit karena mereka juga memiliki tugas lain di bengkel, yakni untuk mengecek pekerjaan mobil-mobil yang akan diberikan kepada konsumen. Banyak situasi dimana *service advisor* tidak ada di ruangan utama pada saat konsumen datang sehingga konsumen harus menunggu lama untuk kedatangan *service advisor*.

Tugas yang diberikan adalah untuk membantu memanggil *service advisor* tersebut pada saat konsumen datang agar mereka mengetahui bahwa ada pelanggan datang yang membutuhkan bantuan mereka. Hal ini terbukti efektif karena pelanggan yang datang akan langsung disambut dan diarahkan untuk duduk terlebih dahulu sembari menunggu kedatangan *service advisor*.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.2.3 Klasifikasi Pekerjaan

Beberapa pekerjaan yang dikerjakan selama melaksanakan kegiatan magang di PT Karya Prima Ultima dapat diklasifikasikan dari mata kuliah yang telah dipelajari, antara lain:

a. *Art and Copywriting*

Pekerjaan yang diberikan di PT Karya Prima Ultima yang sesuai dengan mata kuliah *Art and Copywriting* adalah pembuatan *banner*, konten *story* Instagram, konten *feeds* Instagram, pembuatan kupon, dan pembuatan brosur.

b. *Marketing Communications*

Pekerjaan yang diberikan selama melaksanakan kegiatan magang di PT Karya Prima yang sesuai dengan *Marketing Communications* adalah pembuatan konten *story* Instagram, pembuatan konten *feeds* Instagram, dan pembuatan kupon.

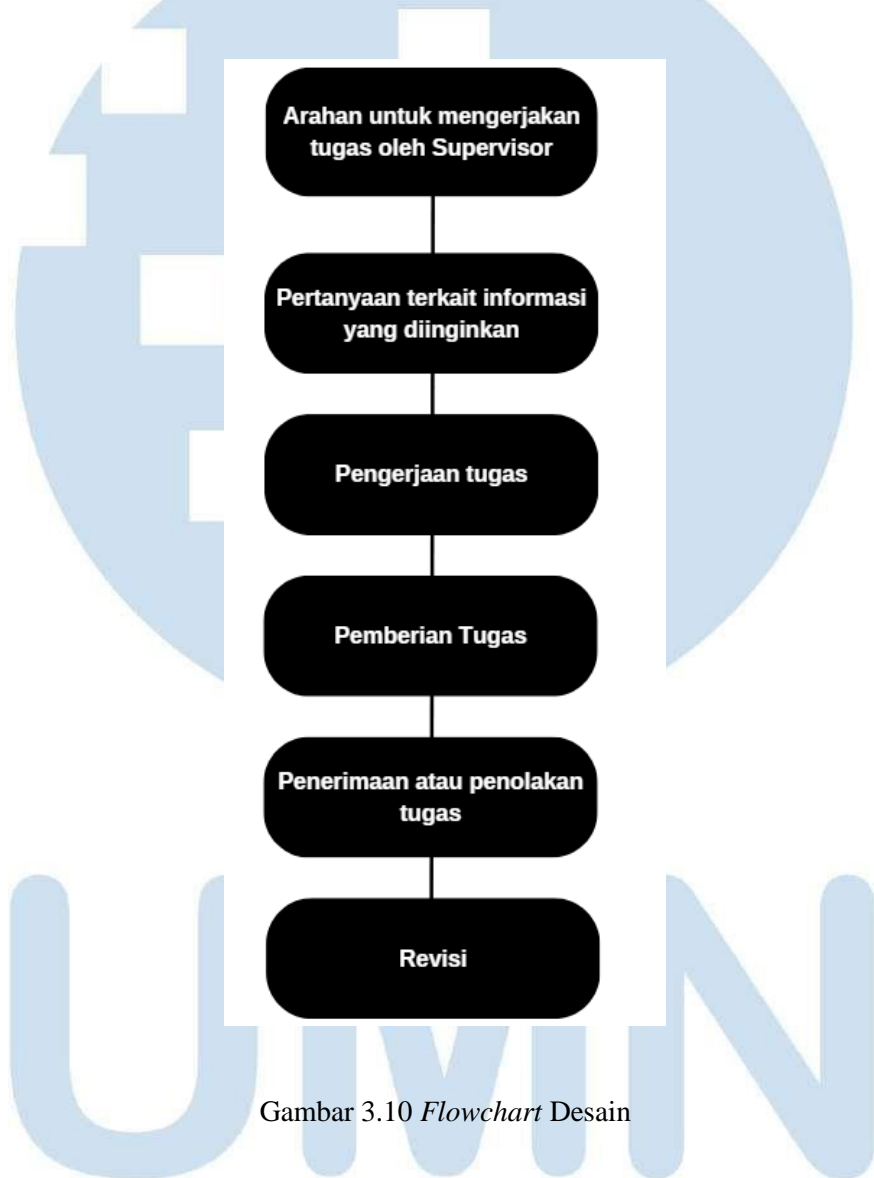
c. *Customer Relations*

Pekerjaan yang diberikan selama melaksanakan kegiatan magang di PT Karya Prima Ultima yang sesuai dengan *Customer Relations* adalah ketika mengarahkan pelanggan yang membutuhkan bantuan kepada *service advisor* yang tepat dengan kebutuhannya.

d. *Social Media and Mobile Marketing*

Pekerjaan yang diberikan selama melaksanakan kegiatan magang di PT Karya Prima Ultima yang sesuai dengan *Social Media and Mobile Marketing* adalah pembuatan konten untuk Instagram *story* dan Instagram *feeds*.

Berikut merupakan flowchart dari pekerjaan tugas-tugas yang meliputi pekerjaan desain:



Gambar 3.10 *Flowchart* Desain

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Selain itu, berikut juga merupakan flowchart dari pekerjaan yang meliputi pekerjaan customer relations:



Gambar 3.11 *Flowchart* customer relations

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 3.3 Kendala Utama

Pada saat melaksanakan kegiatan magang, penulis mengalami beberapa hambatan, yakni:

- a. Kurangnya perangkat yang memadai sehingga ketika atasan memberikan tugas seperti membuat desain *banner*, penulis mengalami kendala yang cukup besar karena laptop yang digunakan penulis tidak dapat membuat desain tersebut dalam waktu yang cepat.
- b. Kurangnya pengalaman dalam menggunakan Adobe Photoshop yang membuat proses pengerjaan pekerjaan menjadi lebih lama.
- c. *Design block* yang dialami ketika ingin membuat beberapa desain seperti untuk konten *story* dan *feeds* Instagram karena keterbatasan pengetahuan mengenai aplikasi Adobe Photoshop.
- d. Kurangnya komunikasi yang didapatkan dari pihak Universitas Multimedia Nusantara dan pihak PT Karya Prima Ultima. Komunikasi yang dimaksud adalah pergantian ketentuan yang dilaksanakan Universitas Multimedia Nusantara tanpa adanya sosialisasi terlebih dahulu kepada mahasiswa terkait pergantian jam kerja dan kurangnya *feedback* yang didapatkan pada saat pengiriman kartu magang kepada fikom. Kendala komunikasi juga dialami terhadap supervisor karena ketentuan beberapa pekerjaan yang tidak disampaikan secara lengkap yang mengakibatkan banyaknya revisi minor serta pekerjaan yang lama untuk dikerjakan karena informasi yang kurang lengkap.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.4 Solusi

Solusi yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan kendala yang dihadapi oleh penulis, antara lain:

- a. Memberitahukan atasan bahwa proses pengerjaan desain akan cukup lama dikarenakan perangkat yang kurang memadai, maka dari itu penulis juga menyarankan kepada atasan untuk memberikan tugas tersebut tidak dekat dengan deadline agar tugas tersebut bisa diselesaikan dengan tepat waktu.
- b. Menanyakan kepada atasan dan kembali mengingatkan atasan bahwa ia belum memberikan informasi yang penulis butuhkan dalam mengerjakan tugas tersebut. Penulis juga biasanya menanyakan atasan terkait aman atau tidaknya desain yang telah dibuat agar tugas tersebut bisa diselesaikan dengan baik.
- c. Mengirimkan pesan lagi dan lagi untuk mengingatkan fikom agar informasi yang dibutuhkan fikom untuk dapat menerima tempat magang dapat diterima dengan secepatnya.
- d. Mencari video di aplikasi Youtube terkait cara menggunakan Adobe Photoshop ketika masih bimbang dalam melaksanakan pekerjaan yang ditugaskan.
- e. Mencari referensi di Google tentang desain konten *story* dan *feeds* Instagram untuk mendapatkan inspirasi agar dapat melaksanakan tugas yang diberikan dan mengirimkan pekerjaan yang hasilnya memuaskan.

U M M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A