

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Selama periode pelaksanaan praktek kerja magang, mahasiswa ditempatkan di posisi yang sesuai dengan program studi mahasiswa peserta Magang. Setelah proses interview berlangsung, dan pengumuman penerimaan kerja di PT Trakindo Utama, diputuskan bahwa peserta magang ditempatkan pada divisi *Marketing Communication*. Posisi ini juga merupakan divisi yang tepat untuk jurusan perkuliahan di Marketing.

Mahasiswa ikut serta dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan di divisi *Marketing Communication*. Selama proses kegiatan berlangsung, koordinasi yang dilakukan berada di bawah bimbingan Derry Afifudin selaku Head of *Customer Experience and Marketing Communication*, dan Arezti Yuaniputri sebagai *Manager of Marketing Communication*. Selama periode kerja magang berlangsung, peserta magang berkoodinasi dengan koordinator lapangan setiap bagian divisi, Rio Arintapraja memiliki posisi sebagai *Analyst Marketing Communication (Marketing Communication/Event)* dan Qurrota Aini yang memiliki posisi sebagai *Senior Analyst Marketing Communication (Digital marketing)*.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Selama bergabung di PT Trakindo Utama yakni tiga bulan lamanya, berbagai tugas telah diberikan oleh pembimbing lapangan. Baik itu mengenai *Event, Digital marketing*. Oleh karena itu, diperlukan tanggung jawab, kedisiplinan, kerja sama untuk mengerjakan tugas yang diberikan. Maka, mahasiswa peserta magang berhak untuk berkonsultasi dan meminta saran dari pembimbing lapangan ataupun pihak yang bersangkutan lainnya demi menyelesaikan kewajiban yang telah diberikan demi memberikan manfaat bagi semua pihak.

Pekerjaan	Januari		Februari				Maret				April					
	Minggu Ke -															
	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
Event	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							
Digital marketing									✓	✓	✓	✓	✓	✓		
Customer Experience	✓	✓					✓		✓							

Tabel 3.1 Timeline Pekerjaan Marketing Communication Intern

Berikut ini adalah tugas yang dikerjakan mahasiswa peserta magang selama tiga bulan melakukan kerja magang di PT Trakindo Utama yang telah disesuaikan dengan bagian dalam divisi *Marketing Communication*.

Event

Minggu Ke -	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
1	<ul style="list-style-type: none"> Mencari nama <i>Event Gathering</i> Trakindo Mencari <i>Key Message Event</i> Imlek Dinner Brainstorming nama program CFI (Cat Finance Indonesia) Mencari kegiatan untuk acara Imlek Dinner
2	<ul style="list-style-type: none"> <i>Meeting</i> dengan vendor terkait Trakindo Roadshow 2024 Menghubungi penyelenggara golf terkait sponsorship Membuat desain flyer untuk Whatsapp Blasting Membantu menerjemahkan video unit dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris Membantu menerjemahkan <i>brochure</i> dozer dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia Memperbaharui cue card rundown <i>event</i> Imlek Dinner 2024
3	<ul style="list-style-type: none"> <i>Meeting event</i> Parts Vaganza dengan vendor (Membahas konsep acara, rundown, lokasi) Membuat desain logo teaser coming soon Parts Vaganza Membuat desain flyer untuk <i>event</i> Metso Ngopi Bareng Membuat desain draft cardboard winner Mengecek perbaikan catalog <i>Machine</i> Membuat presentasi untuk event Parts Vaganza dan Imlek Dinner 2024
4	<ul style="list-style-type: none"> <i>Meeting</i> dengan vendor terkait <i>event</i> Launching Mini Excavators (Membahas rundown, konsep acara, lokasi event) <i>Meeting</i> dengan vendor terkait <i>event</i> Parts Vaganza (update konsep acara) Support acara Imlek Dinner 2024 (Acara internal Trakindo untuk merayakan tahun baru Cina) yang berlangsung di Pekanbaru
5	<ul style="list-style-type: none"> Membuat draft desain banner untuk <i>machine</i> undercarriage forum Membuat tagline untuk produk <i>machine</i> (CAT 395, D6R, 777, D8R, 6015, 160K) <i>Meeting</i> untuk launching 307 Mini Excavators. Mengecek dan Memberikan perbaikan pada product line <i>Meeting</i> Trakindo Road Show (Membahas konsep acara) Mengecek dan memberikan perbaikan pada Merchandising Product

	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari asset foto untuk keperluan desain <i>event</i> Bankers Day Trakindo • <i>Meeting</i> Launching 307 Mini Excavators (Survey tempat launching dan membahas konsep acara)
6	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat template <i>event</i> calendar Trakindo • Mencari Tagline <i>Brochure</i> untuk CAT 320 GX & CAT 120 GC • <i>Meeting</i> dengan vendor terkait <i>event</i> yang akan berlangsung • <i>Weekly Meeting</i> dengan Team Marcomm • Mencari Tagline <i>Brochure</i> untuk CAT 777 • <i>Meeting</i> bersama Team Internal terkait Launching 307 di Yogyakarta • Update terkait Trakindo <i>Event</i> Calendar • Mengecek dan Mereview Merchandising Book Power System • <i>Meeting</i> dengan vendor terkait <i>event</i> Parts Vaganza yang diselenggarakan di Bandung
7	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu membuat update terkait talking point untuk <i>event</i> launching Mini Excavator 307 • Final Crosschecking Merchandising Book • <i>Meeting</i> online dengan vendor terkait <i>event</i> Parts Vaganza 2024 • Presenting <i>Event</i> Calendar Trakindo • Membuat presentasi untuk <i>Monthly Meeting</i>
8	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Weekly Meeting</i> dengan Tim CX and <i>Marketing Communication</i> • Presentasi update 2 bulan magang • <i>Meeting</i> dengan Tim Conventional • <i>Meeting</i> dengan vendor untuk Trakindo Roadshow • Mencari dan Membuat ide Booth untuk <i>event</i> Forklift Indonesia • Membuat ide visual yang baru untuk program Sales
9	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Weekly Meeting</i> bersama Tim CX and <i>Marketing Communication</i> • <i>Meeting</i> online untuk <i>event</i> Forklift Indonesia • <i>Meeting</i> bersama vendor untuk <i>event</i> Trakindo Roadshow • Memfollow up vendor untuk kebutuhan konten yang akan di posting di media sosial (METSO PROMO)
13	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat pertanyaan Kuis Trakindo Care di Bandung

Tabel 3.2 Tabel daily task divisi event

Digital marketing

Minggu Ke -	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
7	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat konsep acara Kuis Ramadhan (Visual dan pertanyaan) • Membuat update terkait konsep Live Kuis Ramadhan
8	<ul style="list-style-type: none"> • Melanjutkan membuat skrip host untuk Kuis Ramadhan • Membuat perbaikan pertanyaan kuis yang akan dipakai untuk Kuis Ramadhan • Melakukan reading script untuk host terkait Live Kuis Ramadhan • Melakukan trial Live Kuis Ramadhan #1 • Memperbaiki pertanyaan kuis Ramadhan #1 • Menjalankan program Live Kuis Ramadhan #1
9	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat update script host Live Kuis Ramadhan #2 • Melakukan trial Live Kuis Ramadhan dengan vendor #2 • Memfollow up vendor untuk kebutuhan konten yang akan di posting di media sosial (METSO PROMO) • Melakukan Live IG Shopping Super Financing Program

	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan Trial Live Quiz Ramadhan #2 • Menjalankan program Live Kuis Ramadhan #2
10	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat pertanyaan Kuis Ramadhan #3 • Menerjemahkan caption video dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris • Membuat dan merapikan format Blasting Whatsapp (Cleansing Data) • Memblasting Format Whatsapp Webinar • Weekly <i>Meeting</i> bersama Tim CX and <i>Marketing Communication</i> • Mengikuti Trakindo Webinar (Manajemen Pemilihan Alat Berat) • Merapikan format Blasting Whatsapp • Melakukan trial dan sekaligus Memblasting Whatsapp untuk CX Newsletter • Merevisi pertanyaan Live kuis Ramadhan #3 • Blasting Whatsapp • Merapikan script Kuis Ramadhan untuk host #3 • Mencari ide konten games untuk Instagram • Blasting Whatsapp • Melakukan Trial Live Kuis Ramadhan #3 • Menjalan Live Kuis Ramadhan #3
11	<ul style="list-style-type: none"> • Mengerjakan pertanyaan Live Kuis Ramadhan #4 • Mengerjakan dan mencari ide games untuk kebutuhan konten Instagram • Weekly <i>Meeting</i> gbersama tim CX and <i>Marketing Communication</i> • Melakukan Trial Blasting Whatsapp • Membuat brief terkait konten interkatif dengan vendor untuk bulan April • Mendapatkan pembekalan oleh mentor terkait <i>brand guidelines</i> • Membuat <i>Service Level Agreement</i> untuk vendor • Blasting Whatsapp • Diberikan penjelasan dan pengarahan oleh mentor untuk mengisi Trakindo <i>CustomerApp</i> • Mengmengunggahkonten promo di Trakindo <i>CustomerApp</i> • Membuat revisi SLA (<i>Service Level Agreement</i>) • Merevisi pertanyaan Live Kuis Ramadhan #4 • <i>Meeting</i> online dengan vendor membahas <i>Service Level Agreement</i> • Trial Live Kuis Ramadhan #4 • Menjalankan Live Kuis Ramadhan #4
12	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan diskusi dengan vendor terkait konten di media sosial • Memfollow up tugas yang diberikan dengan vendor terkait konten
13	<ul style="list-style-type: none"> • Blasting Whatsapp • Blasting Whatsapp untuk dormant terkait CAT Engine Inspeccion Program • Mengikuti Diskusi Trakindo Webinar • Website Checking terkait Product Line CAT
14	<ul style="list-style-type: none"> • Website Checking terkait Product Line CAT • Brainstorming Trakindo Live Shopping Parts Vaganza • Reading Trakindo Live Shopping Forklift • Mengikuti Live Trakindo Shopping Forklift di Cakung <ul style="list-style-type: none"> - Membantu mengecek kondisi Live Shopping - Membantu host selama acara berlangsung. • Melanjutkan Website Checking untuk Product Line • Final checking untuk website • Blasting Whatsapp dan Trial <ul style="list-style-type: none"> - CX Newsletter

	<ul style="list-style-type: none"> - External Trakindo - Weekly blasting Internal dan External • Diskusi Trakindo Webinar • Membuat caption untuk video alat berat bekas 320 GC • Membuat caption untuk pembelian suku cadang dengan <i>fitur Self Service Option (SSO)</i> • Trial dan blasting whatsapp <ul style="list-style-type: none"> - Dormant - CIP • Trial Live IG 307 • Menjalankan Live IG 307 • Membuat brief terkait SSO promotion untuk vendor • Menjalankan trial Trakindo Webinar • Membuat brief script untuk host terkait <i>Trakindo Live Shopping Hose and Couplings</i>
15	<ul style="list-style-type: none"> • Cleansing Data Website untuk Trakindo Webinar • Trial Whatsapp Blasting Trakindo Webinar • Whatsapp Blasting Trakindo Webinar • Membuat Brief script untuk host terkait <i>Trakindo Live Shopping Hose and Couplings</i> • Menjalankan Trakindo Webinar (Maksimalkan Produktivitas Alat Berat) <ul style="list-style-type: none"> - Membantu Host selama acara berlangsung - Mengecek komen di LinkedIn untuk dibacakan saat QnA sessions

Tabel 3.3 Tabel daily task divisi *digital marketing*

CustomerExperience

Minggu Ke -	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
1	<ul style="list-style-type: none"> • Membantu mencari foto <i>machine</i> Bucket General Duty
2	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari ide penghargaan untuk CX Award • Mendari ide penghargaan untuk Employee of the month
7	<ul style="list-style-type: none"> • Merapikan Standard Operating Procedure • Merevisi Standard Operating Procedure
9	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari asset gambar untuk <i>Machine</i> 426 dan 313 LGP

Tabel 3.4 Tabel daily task divisi *customerecperience*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama proses kegiatan magang berlangsung, peserta magang berkesempatan untuk melakukan kegiatan pada divisi *Event* dan *Digital marketing*. Tugas utama yang dilakukan oleh peserta magang adalah sebagai berikut :

No	Jenis Pekerjaan	Tujuan	Divisi
1.	Mencari ide dari konsep promosi untuk <i>Flyer</i> dan <i>Instagram feeds</i> promo harga spesial Produk Caterpillar	Tujuan mencari ide konsep promosi adalah untuk mengganti nama promosi yang telah digunakan pada tahun lalu, sehingga dapat menarik minat pelanggan untuk membeli unit baru.	<i>Event</i>
2.	Membuat brief desain untuk <i>Flyer, Instagram Feeds, Winner Cardboard, Backdrop, Poster.</i>	Tujuan membuat brief desain adalah untuk memudahkan vendor dalam merancang dan membuat desain, agar sesuai dengan standard perusahaan.	<i>Event</i>
3.	Menerjemahkan <i>brochure specalog machine.</i>	Tujuan menerjemahkan <i>brochurespecalogmachine</i> adalah untuk memberi kemudahan pelanggan untuk memahami isi dari <i>brochurespecalogmachine</i> . Melihat kembali bahwa pelanggan dari PT Trakindo Utama tidak hanya dari dalam negeri saja, tetapi juga luar negeri.	<i>Event</i>
4.	Mencari ide <i>booth</i> untuk <i>event Forklift Indonesia</i>	Tujuan mencari ide <i>booth</i> untuk <i>event Forklift Indonesia</i> adalah untuk memberikan gambaran kepada vendor, konsep <i>booth</i> yang akan dibawakan nanti di <i>event Forklift Indonesia</i> .	<i>Event</i>
5.	Mencari ide kegiatan untuk <i>rundown Imlek Dinner</i>	Tujuan mencari ide kegiatan untuk <i>rundown Imlek Dinner</i> adalah memberikan pengalaman yang menarik dan tidak terlupakan bagi pelanggan selama acara berlangsung.	<i>Event</i>
6.	Membuat <i>tagline</i> untuk <i>Brochure specalog machine.</i>	Tujuan membuat <i>tagline</i> untuk <i>brochurespecalogmachine</i> adalah membantu membangun dan memperkuat identitas merek khususnya pada unit <i>machine Caterpillar</i>	<i>Event</i>
7.	Menjalankan program <i>Live Quiz</i> di Instagram	Tujuan menjalankan program <i>Live Quiz</i> di Instagram adalah untuk memberikan konsep berbeda dan hiburan pada bulan Ramadhan, guna menarik pelanggan untuk mengenal PT Trakindo Utama lebih mendalam.	<i>Digital marketing</i>
8.	Membantu <i>host</i> pada sesi <i>QnA</i> pada Trakindo Webinar	Tujuan dari membantu <i>host</i> pada sesi <i>QnA</i> pada Trakindo Webinar adalah mempermudah <i>host</i> dalam membacakan pertanyaan yang diberikan oleh pelanggan di kolom komentar Instagram maupun LinkedIn, untuk disampaikan kepada narasumber.	<i>Digital marketing</i>

9.	Membuat konten interaktif di Instagram	Tujuan dari membuat konten interaktif di Instagram adalah mengajak pelanggan untuk berpartisipasi secara aktif meramaikan media sosial PT Trakindo Utama.	Digital marketing
10.	Melakukan <i>Data Cleansing</i> dan <i>Blasting</i> Whatsapp	Tujuan dari melakukan <i>Data Cleansing</i> dan <i>Blasting</i> Whatsapp adalah untuk merapikan format data pelanggan atau karyawan sehingga dapat dikirim otomatis ke whatsapp untuk mendapatkan informasi mengenai PT Trakindo Utama.	Digital marketing
11.	Melakukan website screening	Tujuan dilakukannya website screening adalah untuk mengetahui ketersediaan <i>machine</i> yang ada pada PT Trakindo Utama, sehingga pelanggan tidak sulit untuk mencari produk.	Digital marketing

No.	Jenis Pekerjaan	Tujuan	Divisi
1.	Merapikan <i>Standard Operating Schedule</i>	Tujuan dari merapikan <i>Standard Operating Schedule</i> adalah untuk memberikan kemudahan untuk membaca dengan jelas dan mencegah terjadinya kesalahan dalam menulis SOP.	Customer experience
2.	Mencari asset gambar <i>machine</i>	Tujuan dari mencari asset gambar <i>machine</i> adalah memudahkan vendor untuk mencetak gambar alat dengan kualitas gambar yang jernih.	Customer Experience
3.	Membantu mencari judul untuk kebutuhan CX <i>Newsletter</i>	Tujuan dari mencari judul untuk kebutuhan CX <i>Newsletter</i> adalah menarik pelanggan untuk membaca informasi pada artikel tersebut.	Customer Experience
4.	Membantu mencari ide penghargaan <i>Employee of The month</i>	Tujuan dari mencari ide penghargaan <i>Employee of The month</i> adalah untuk memberikan sesuatu yang berkesan dan berbeda dari tahun sebelumnya kepada karyawan terbaik.	Customer Experience

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

1. Tugas Utama

I. *Event*

Event atau acara merupakan aspek yang hadir di berbagai situasi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk festival music, kegiatan olahraga, pameran dagang khusus, hingga pertemuan sosial dan perusahaan, serta kegiatan pemasaran yang melibatkan pengalaman (Getz, 1998; Nelson & Silvers, 2009; Thomas et al., 2008; Vassilios & Nikolaos, 2014; Kashef, 2015; Müller, 2015). (Understanding the Management Theory in Event Management. hal 3)

Seperti yang dikatakan oleh Miroslav Karlíček (2016) pada bukunya yang berjudul *Marketing Communication*, tujuan utama dari eventmarketing adalah untuk meningkatkan visibilitas merek atau memperkuat aspek emosional dalam persepsi kelompok sasaran terhadap merek tertentu. Acara juga dianggap sebagai sarana efektif untuk memperkuat loyalitas pelanggan yang sudah ada karena menyediakan kesempatan untuk pertemuan pribadi dan informal. (THE ROLE OF EVENT-MARKETING IN MANAGEMENT hal 95)

EventMarketing sendiri merupakan alat yang inovatif bagi perusahaan agar tetap relevan dan kompetitif. Hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang sangat efektif yang digunakan oleh perusahaan-perusahaan, baik lokal maupun global, tidak hanya untuk memperkuat budaya perusahaan yang positif tetapi juga untuk memperkuat relasi jangka panjang, baik yang bersifat professional maupun personal.

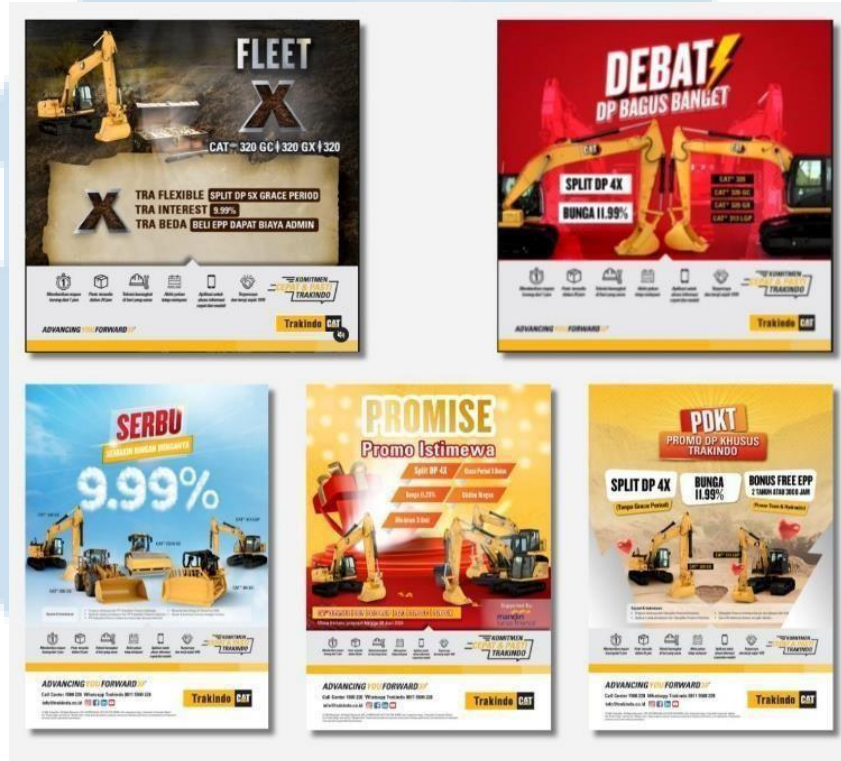
Metode pemasaran ini digunakan oleh PT Trakindo Utama dan melibatkan peserta magang dalam beberapa *events* selama periode magang berlangsung. Berikut beberapa *event* Trakindo yang telah berlangsung, “Imlek Dinner 2024”, “CFI Promo Program”, “Parts Vaganza 2024”, “METSO Ngopi Bareng”, “Launching Mini Excavator”, “Trakindo Road Show”. “Forklift Indonesia”. “Program untuk meningkatkan kinerja Sales”.

Kegiatan yang dilakukan oleh peserta magang adalah membantu persiapan dan keberlangsungan acara, diantaranya adalah membuat brief desain untuk flyer, desain booth untuk pameran, brainstorming nama baru

untuk program promo, terlibat dalam *meeting* bersama tim internal maupun tim eksternal, menghubungi pihak eksternal untuk kepentingan sponsorship, serta membantu untuk mengecek hasil desain dari vendor maupun data-data katalog. Berikut uraian tugas utama yang sudah dilakukan oleh peserta magang selama tiga bulan di PT Trakindo Utama:



1. Mencari ide dari konsep promosi untuk *Flyer* dan *Instagram feeds* promo harga spesial Produk Caterpillar



Gambar 3.1 Hasil Redesain CFI Program

Sumber : Data Perusahaan

Peserta magang diminta oleh *Manager Marketing Communication and Customer Experience* untuk mencari ide baru dari nama promo CFI (CAT Finance Indonesia) Program. Hal ini dilatar belakangi dari keinginan tim CFI untuk membuat konsep baru di tahun yang baru. Demi menyelesaikan tugas yang diberikan, langkah yang dilakukan oleh peserta magang diantaranya adalah :

- a) **Briefing** : Peserta magang melakukan *briefing* dengan *Manager Marketing Communication* dan juga mentor divisi *event*. Tujuan diadakannya *briefing* untuk menjelaskan masalah, latar belakang, dan juga isi dari promo tersebut. Peserta magang diminta untuk membuat ide nama se unik mungkin dan relevan dengan tema program yang diajukan. Selain meminta bantuan untuk mencarikan ide nama program, peserta magang juga diminta untuk membuat konsep desain flyer yang sesuai dengan ide nama yang dipilih.
- b) **Brainstorming** : Peserta magang diberikan waktu sehari untuk mencari ide program tersebut. Setelah sudah mengumpulkan beberapa ide, *manager* meminta untuk menuliskan ide tersebut di papan tulis. Setelah itu, *manager* dan mentor divisi *event* bersama-sama memilih

ide nama yang menurut mereka cocok untuk digunakan untuk berbagai macam CFI Program.

c) Presentasi kepada Tim CAT Finance Indonesia : Setelah melalui diskusi yang panjang. Terdapat beberapa ide nama yang diajukan untuk nantinya dipresentasikan kepada Tim CAT Finance Program. *Manager* meminta peserta magang untuk memindahkan ide-ide tersebut ke Microsoft Power Point. Nantinya, akan diajukan kepada Tim CAT Finance Program untuk di seleksi kembali. Oleh karena itu, peserta magang diminta untuk ikut dalam *meeting* bersama Tim CFI.

d) Membuat *brief* ke vendor : Keputusan sudah ditetapkan oleh Tim CFI, setelah itu peserta magang diminta untuk membuat brief secara detail kepada vendor. Peserta magang memberikan konsep desain visual beserta arahan-arahan kepada vendor lewat email dengan detail.

e) Menunggu hasil desain dari vendor : Waktu pengerjaan vendor sudah ditetapkan melalui perjanjian bersama PT Trakindo Utama, untuk itu mereka harus mengerjakan desain sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Setelah vendor sudah memberikan hasil desainnya, diperlukan pengecekan terlebih dahulu oleh mentor. Jika masih ada kekurangan pada desain, akan meminta perbaikan kembali kepada vendor. Dan jika sudah puas dengan desain tersebut, akan dikirimkan kepada *manager* untuk proses verifikasi kepada Tim CFI kembali.

f) Mengunggah konten dan Cetak *Flyer* : Setelah Tim CFI menyetujui desain tersebut, akan langsung diproses oleh tim *digital marketing* untuk mengunggah konten ke media sosial seperti, Instagram, LinkedIn, dan Trakindo *Customer App*.



2. Membuat brief desain untuk Flyer, Instagram Feeds, Winner Cardboard, Backdrop, Poster.



Gambar 3.2 Hasil desain Flyer Commodity
Sumber : Pekerjaan Pribadi



Gambar 3.3 Hasil dari desain Winner Reward Announcement
Sumber : Pekerjaan Pribadi



Gambar 3.4 Hasil dari desain Undercarriage Forum
Sumber : Pekerjaan Pribadi



Gambar 3.5 Hasil dari konsep desain CI STU Program
Sumber : Data Perusahaan

Untuk tugas utama berikutnya, peserta magang diberikan tugas dari mentor divisi *event* untuk membuat brief desain/ Langkah-langkah awal melakukan tugas ini adalah :

- a) **Briefing** : Peserta magang diberi pengarahan terlebih dahulu dengan koordinator lapangan terkait produk apa yang dicantumkan dan informasi apa saja yang harus ada di dalam brief desain. Tujuannya agar segala informasi dan poin penting yang disampaikan di dalam konten tersampaikan dengan baik. Maksud dari coordinator lapangan memberikan tugas ini adalah, pembaharuan konsep dan promosi baru untuk diunggah pada tahun 2024.
- b) **Mencari inspirasi desain dan Mengerjakan brief desain** : Setelah melakukan *briefing* dengan mentor, peserta magang mengerjakan *brief* desain tersebut dengan mencari inspirasi di aplikasi pinterest dan google. Pastiya peserta magang juga menerapkan panduan dan guidelines PT Trakindo Utama dalam mendesain. Biasanya, peserta magang mengerjakan desain tersebut pada aplikasi canva.
- c) **Konsultasi dengan koordinator lapangan** : Hasil dari desain yang sudah dirangkai oleh pesera magang, setelah itu diberikan kembali kepada koordinator lapangan untuk ditinjau kembali. Koordinator lapangan meninjau konsep desain berdasarkan *guidelines* dan menekankan poin yang disampaikan kepada pelanggan, apakah

tersampaikan atau tidak. Jika ada perbaikan terkait konsep yang sudah dirancang, peserta magang akan mengulang konsep yang diminta.

- d) **Mengirim *brief desain* kepada vendor** : Setelah koordinator lapangan sudah sepakat dengan *brief desain* yang dirangkai, peserta magang diminta untuk mengirimkan *brief* tersebut kepada vendor. Nantinya *desain* yang peserta magang buat diperuntukkan untuk acuan vendor untuk mendesain kembali. Setelah hasil desain dikirim, coordinator lapangan perlu untuk mengecek kembali apakah sudah sesuai atau belum.
- e) **Verifikasi kepada *manager* dan di *publish***: Hasil dari desain yang sudah ditetapkan, diajukan kembali kepada *manager* untuk memastikan apakah desain sudah sesuai. Jika sudah, tim *event* akan memberikan konten untuk diunggah kepada tim *digital marketing*.

3. Menerjemahkan *brochurespecialogmachine*.



Gambar 3.6 Translate BrochureSpecialogMachine
Sumber : Data Perusahaan

Koordinator lapangan memberikan tugas utama lain bagi peserta magang, yakni meminta bantuan untuk menerjemahkan *brochurespecialogmachine* dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia. Langkah-langkah yang dilakukan peserta magang untuk mengerjakan tugas ini adalah :

- a) **Membaca *brochure specialog***: Peserta magang mendapatkan perintah dari koordinator lapangan untuk membantu menerjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia. *Brochure* tersebut dikirimkan kepada peserta magang. Setelah mendapatkan file tersebut, peserta magang membaca

terlebih dahulu isi dari *brochurespecialogmachine* tersebut. Tujuannya agar mengetahui isi dan maksud dari *brochure* tersebut dan tidak rancu saat diterjemahkan.

- b) **Menerjemahkan data-data yang ada di *brochure*:** Setelah membaca *brochurespecialog machine* tersebut, peserta magang memulai untuk menerjemahkan setiap informasi yang ada di dalam *brochure* tersebut sesuai dengan letak dari tulisannya. Lalu, peserta magang mereview kembali dari awal sampai akhir, sehingga tidak ada tulisan yang salah dan rancu.
- c) **Mengirim *file* kepada koordinator lapangan :** *Brochure* yang sudah diterjemahkan oleh peserta magang, lalu dikirimkan kepada koordinator lapangan untuk dicek kembali apakah sudah benar atau belum. Jika sudah, akan dikirimkan ke pihak ketiga untuk dirapikan dan di *publish*.

4. Mencari ide booth untuk *event* Forklift Indonesia



Gambar 3.7 Ide Booth Forklift Indonesia

Sumber : Pinterest

Koordinator lapangan memberikan tugas untuk mencari ide booth untuk *event* Forklift Indonesia. *Event* ini akan diadakan di JIEXPO Kemayoran dan peserta magang diminta untuk mencari ide booth untuk Forklift Caterpillar di *event* tersebut. Berikut langkah-langkah yang peserta magang lakukan :

- a) **Diberikan pengarahan oleh koordinator lapangan:** Peserta magang diberikan pengarahan terlebih dahulu mengenai *event* Forklift Indonesia sehingga peserta magang mendapatkan gambaran terkait booth yang akan dicari.

- b) **Mencari inspirasi booth** : Dalam mencari inspirasi booth, peserta magang mencari dari google dan pinterest. Peserta magang mencari inspirasi booth dari kegiatan pameran yang sebelumnya pernah dilakukan oleh PT Trakindo Utama. Hasil dari temuan booth yang sudah didapatkan, lalu dikumpulkan dalam satu folder sehingga dapat dengan mudah untuk memberikannya kepada koordinator lapangan.
- c) **Konsultasi dengan Koordinator Lapangan** Setelah menemukan ide-ide, peserta magang memberikannya kepada koordinator lapangan untuk dipilih sesuai dengan preferensinya. Booth yang ingin dipakai merupakan booth yang memiliki model yang minimalis dan space yang tidak terlalu lebar.
- d) **Proses mencari vendor** : Setelah keputusan sudah ditetapkan, dengan model booth yang diinginkan. Koordinator lapangan mencari pihak vendor yang dapat diajak bekerja sama untuk merealisasikan booth tersebut.

5. Mencari ide kegiatan untuk rundown Imlek Dinner

Berikut ide acara Imlek Dinner yang saya dapatkan :

1. Chinese New Year Afternoon Tea
2. Makan Bersama Chinese Food
3. Menyediakan "Fortune Cookies" berisi angpao sebagai doorprize
4. Penampilan Barongsai, Wushu, atau tarian
5. Fashion Show atau Best Dress Nomination bertemakan Imlek
6. Chopstick Games
7. Send a Greeting Card
8. Create a Name Tag with Chinese Names
9. Menghias Paper Lantern

Gambar 3.8 Hasil Ide Kegiatan Imlek Dinner 2024

Sumber : Data Pribadi

Event Imlek Dinner ini merupakan acara merayakan Tahun Baru Cina 2024 yang diadakan oleh PT Trakindo Utama untuk para pelanggan setia Trakindo. Acara ini berisikan kegiatan yang berkaitan dengan perayaan Tahun Baru Cina. Pada tahun ini, peserta magang diminta untuk membantu mencarikan ide kegiatan yang berbeda dari tahun sebelumnya. Hal ini dimaksudkan agar para *customer* yang diundang tidak bosan dan mendapatkan pengalaman yang baru tiap tahunnya.

- a) **Pengarahan oleh Koordinator lapangan** : Peserta magang diberikan penjelasan mengenai *event* Imlek Dinner, yang dimana perlu adanya kegiatan baru yang dapat menghibur para pelanggan selama cara berlangsung. Dan diinformasikan bahwa berikan ide- ide kegiatan yang biasa dilakukan selama perayaan Tahun Baru Cina.
- b) **Mencari ide kegiatan** : Untuk mencari ide kegiatan, peserta magang menggunakan google untuk memudahkan tugas yang diberikan. Dan menemukan beberapa kegiatan yang dapat dilakukan untuk *event* tersebut. Kegiatan yang dilakukan seperti pada gambar yang sudah tertera diatas.
- c) **Mengirimkan hasil kepada koordinator lapangan** : Hasil dari ide yang sudah dikumpulkan oleh peserta magang, langsung dikirimkan kepada coordinator lapangan untuk ditinjau kembali.

6. Membuat tagline untuk *brochure specalog machine*

Sama halnya dengan tugas peserta magang dalam menerjemahkan brochure, kali ini tugas yang diberikan adalah membuat tagline untuk *machine* pada brochure.

- a) **Briefing** : Peserta magang mendapatkan pengarahan dari koordinator lapangan untuk mencari tagline yang cocok untuk *machine* pada *brochurespecalog*. Hal ini dikarenakan terdapat beberapa *machine* pada *brochure* yang belum dilengkapi tagline di dalamnya.
- b) **Membaca *brochure specalog* yang telah diberikan** : Setelah diberikan pengarahan oleh koordinator lapangan, peserta magang membaca keunggulan *machine* dari *brochure* tersebut, guna membantu peserta magang menemukan *tagline* yang cocok untuk *machine*. Selain itu, dengan mencari referensi dari tagline yang ada pada *brochure machine* lain, juga memudahkan untuk menemukan tagline yang cocok.
- c) **Review dari Koordinator Lapangan** : Peserta magang memberikan beberapa opsi kepada koordinator lapangan untuk memilih *tagline* mana yang menurut beliau paling cocok. Setelah itu, *tagline* yang dipilih, diberikan kepada vendor untuk ditambahkan ke dalam *brochure*.

II. Digital marketing

Menurut Simon Kingsnoth pada buku yang berjudul *Digital marketing Strategy*, contoh paling menonjol tentang perubahan dalam kekuatan pembeli di era digital adalah meningkatnya penggunaan media sosial dan situs ulasan

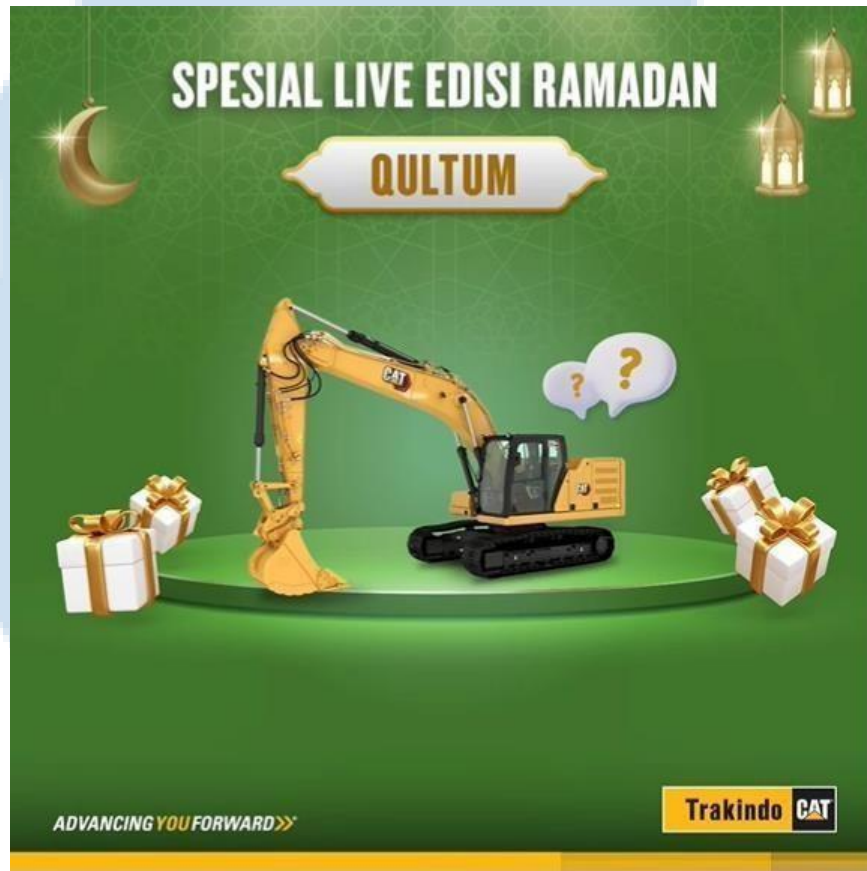
untuk menilai dan mendiskusikan produk, harga, dan kualitas layanan pelanggan yang ditawarkan oleh perusahaan secara terbuka. (hal 18)

Demi mendorong tren digital yang ada pada era ini, PT Trakindo Utama memiliki cara tersendiri untuk meningkatkan penjualannya ke khalayak ramai dengan memanfaatkan penggunaan media sosial dan aplikasi yang dapat dengan mudah digunakan oleh pelanggan. Oleh karena itu, tugas dari divisi ini untuk mencari cara agar para pelanggan dapat tertarik untuk memiliki produk yang dimiliki oleh Caterpillar.

Penggunaan teknologi pada perusahaan ini sangat penting, selain mengikuti tren pasar yang ada, penggunaan yang sangat mudah dilakukan, sehingga dapat lebih mempersingkat waktu pengerjaan dan lebih efisien. Pada divisi *digital marketing* juga dituntut untuk dapat berpikir kreatif dan inovatif, guna menghasilkan konten yang dapat mengedukasi sekaligus menarik pelanggan untuk membeli. Beberapa program pemasaran dan kegiatan di divisi ini sudah dijalankan oleh peserta magang, diantaranya adalah :



7. Menjalankan program *Live Quiz* di Instagram



Gambar 3.9 Hasil dari konsep desain QULTUM

Sumber : Instagram Trakindoutama

Program acara ini merupakan proyek yang diserahkan kepada peserta magang sepenuhnya, mulai dari persiapan sebelum acara berlangsung sampai dengan berlangsungnya acara. Seluruh konsep acara, desain, pertanyaan kuis, dan script host, merupakan tanggung jawab dari peserta magang. Kuis ini berlangsung selama bulan puasa kemarin, dan diadakan 4 kali. Sesuai dengan namanya “Quiz Alat Berat Tujuh Menit” atau disingkat Qultum, kuis ini berlangsung selama 7 menit saja dan berisikan pertanyaan seputar alat berat CAT serta produk yang ditawarkan oleh PT Trakindo Utama. Tujuan dari acara kuis ini adalah untuk

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

menemani waktu senggang pelanggan setia Trakindo menunggu waktu berbuka puasa.

- a) **Briefing** : Koordinator lapangan menjelaskan kepada peserta magang, proyek yang direncanakan untuk membuat aktivitas selama bulan puasa berlangsung. Konsep acara dan judul sudah di diskusikan oleh *manager* dan koordinator lapangan sebelumnya. Peserta magang diminta untuk membuat visual desain dari poster dan animasi, pembuatan script, dan pertanyaan kuis. Selibhnya, coordinator lapangan bertugas untuk mengarahkan dan memberikan saran jika ada sesuatu yang dirasa kurang. Dengan menghadirkan kuis ini diharapkan perusahaan memperoleh tambahan pengikut dari media sosial, dan banyak dari pelanggan yang tertarik. Untuk lebih mendorong pengikut di media sosial, perusahaan juga telah menyiapkan hadiah untuk 5 pemenang, masing-masing mendapatkan saldo *e-wallet*.
- b) **Mencari ide dan mengerjakan tugas yang diberikan** : Peserta magang segera mencari inspirasi dengan mencari referensi di google. Setelah itu, peserta magang langsung mengerjakan pada aplikasi canva. Bulan Ramadhan identic dengan warna hijau, yang dimana peserta magang memilih warna tersebut untuk konten acara dan meletakkan asset gambar berupa excavator di dalamnya dengan maksud kuis tersebut dibawakan oleh PT Trakindo Utama. Dalam menyiapkan pertanyaan kuis, peserta magang mencari materi dengan website PT Trakindo Utama dan bertanya dengan coordinator lapangan untuk informasi lebih mendalam. Pada pengerjaan script host, peserta magang diberikan template
- c) **Review dengan koordinator lapangan** : Setelah tugas yang diberikan terselesaikan, peserta magang memberikan hasil pekerjaan tersebut kepada koordinator lapangan untuk di-*review*. Dan jika ada perbaikan terkait pekerjaan yang telah diberikan, peserta magang segera melakukan perbaikan saat itu juga.
- d) **Mengirim brief ke pihak vendor** : Hasil dari pekerjaan yang telah melewati proses pengecekan dengan koordinator lapangan, langsung diberikan kepada pihak vendor untuk segera diciptakan konten dan *set* untuk Live Kuisnya.
- e) **Reading dan Trial Live Kuis** : *Reading* Live Kuis dilakukan dua hari sebelum Live Kuis dimulai. Peserta magang memberikan hasil dari script yang telah dikerjakan kepada host, lalu koordinator lapangan memberikan link zoom kepada hhost untuk latihan bersama. Tujuannya adalah melatih *chemistry* antara kedua host. Trisl Live dilakukan dua kali sebelum Live Kuis dimulai, tujuannya untuk mencegah terjadinya kendala teknis selama Live Kuis berlangsung.

- f) **Menjalankan Live Kuis :** Pada hari dimana Live Kuis berlangsung, peserta magang diminta untuk melakukan komunikasi dengan pihak vendor untuk keberlangsungan acara, dan mengarahkan host untuk standby, dan meminta untuk terus memerhatikan instruksi dari peserta magang maupun pihak vendor selama Live berlangsung. Peserta magang juga terus memerhatikan Live kuis di Instagram, apakah terdapat kendala selama Live berlangsung, dan memerhatikan jawaban dari peserta kuis agar host dapat dengan mudah menginformasikan kepada host pemenang kuis tersebut.

8. Trakindo Live Shopping



Gambar 3.10 Live Shopping Forklift di Cakung
Sumber : Data Pribadi

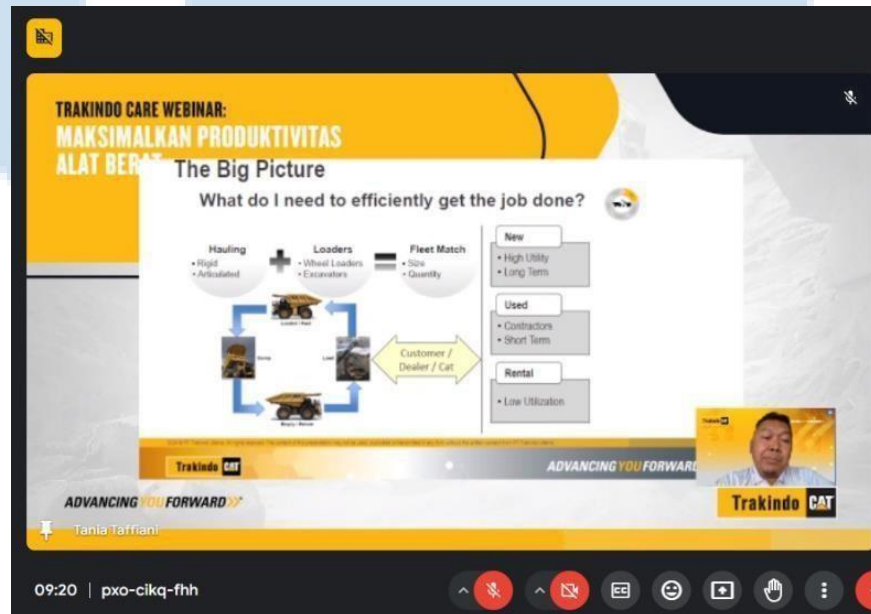
Trakindo Live Shopping merupakan kegiatan yang telah menjadi rutinitas yang dilakukan oleh divisi *digital marketing*. Kegiatan ini bertujuan untuk mempromosikan produk dari Caterpillar dengan melakukan Live di media sosial, dan menawarkan harga spesial pada saat itu juga. Untuk lokasi Live Shopping dilakukan di berbagai tempat, dapat dilakukan di *warehouse* yang berlokasi di Cakung atau BSD, Training Center yang berada di Cileungsi, atau dapat di studio. Pada sesi Trakindo Live Shopping kali ini, peserta magang diajak langsung turun ke lapangan untuk menyaksikan sekaligus membantu keberlangsungan *event* Trakindo Live Shopping Forklift di Cakung.

- a) **Briefing dan Pembagian Tugas :** Peserta magang diberikan arahan oleh koordinator lapangan untuk berkumpul di titik poin yang sudah

ditetapkan, dengan maksud memudahkan untuk berangkat bersama ke *warehouse* Cakung. Setelah sampai di tempat yang dituju, peserta magang di *briefing* untuk tugas yang akan dilakukan selama live berlangsung. Tugas yang dilakukan selama di lapangan antara lain, mempersiapkan host dengan membantu mereka Latihan, berkomunikasi dengan pihak eksternal untuk mencegah masalah teknis selama live berlangsung, membantu memantau waktu selama live, sehingga dapat selesai tepat waktu.

- b) **Reading Script dan Melakukan Trial Live** : Peserta magang membantu host untuk latihan reading script sebelum waktu Live dimulai. Dan saat live berlangsung, peserta magang diminta untuk menjadi time keeper. Hal tersebut bertujuan untuk memandu host agar waktu yang dipakai tidak melewati batas yang telah ditentukan.

9. Membantu *host* pada sesi *QnA* pada Trakindo Webinar



Gambar 3.11 Trakindo Webinar “Maksimumkan Produktivitas Alat Berat”

Sumber : Data Pribadi

Trakindo Webinar juga merupakan kegiatan yang akan terus dilakukan di divisi *digital marketing*. Seperti yang kita ketahui bahwa tugas dari divisi ini adalah untuk mempromosikan dan mengenalkan PT Trakindo Utama. Oleh karena itu, program ini diciptakan untuk memberi edukasi terkait alat berat yang pelanggan miliki atau seputar produk CAT. Topik yang dibawakan juga tidak selalu sama, akan terus berganti.

Pelanggan setia Trakindo juga dapat mengajukan topik apa yang dapat dibawakan untuk Trakindo Webinar selanjutnya. Untuk dapat mengikuti webinar ini, pelanggan perlu mendaftarkan diri dengan mengisi form yang ada. Tujuannya agar para pelanggan setia Trakindo dapat terdaftar pada sistem untuk mendapatkan linknya.

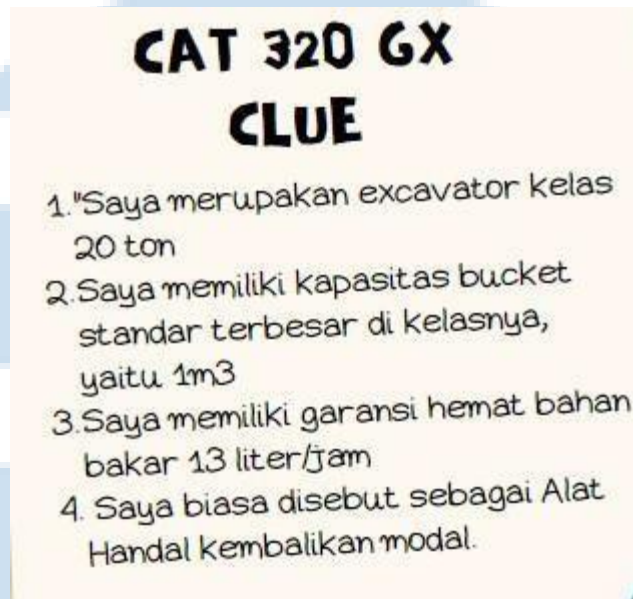
- a) **Mengikuti *Reading host* dan narasumber :** Pada kegiatan kali ini, peserta magang berkesempatan untuk hadir menyaksikan proses *reading host* dan narasumber. Proses *reading* ini dimaksudkan agar *host* dapat membangun chemistry yang kuat dengan narasumber. Ditambah lagi, *host* dapat lebih mendalami materi yang akan dibawakan oleh narasumber saat webinar.
- b) **Proses *Live Webinar*:** Peserta magang diberikan kesempatan untuk membantu selama acara berlangsung, yakni dengan membantu keperluan *host* selama *live* berlangsung dengan mengecek pertanyaan yang telah diajukan oleh pelanggan pada akun Instagram dan LinkedIn, yang nantinya akan di salin ke dalam *google meet* untuk dibacakan dengan *host*.

10. Membuat konten interaktif di Instagram

D6GC CLUE

1. Saya merupakan dozer terbaru kelas 6 ton
2. Saya memiliki peningkatan horsepower dan produktivitasnya dapat meningkat hingga 10%.
3. Saya memberikan efisiensi bahan bakar yang baik, hemat hingga
4. Saya cocok untuk digunakan dalam berbagai proyek rekonstruksi seperti mendorong material

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 3.12 hasil konten interaktif

Sumber : Data Pribadi

Konten interaktif penting bagi suatu perusahaan untuk menambahkan engagement. Maka dari itu, koordinator lapangan meminta bantuan kepada peserta magang untuk membuat konten interaktif atau games yang dapat dilakukan oleh pengikut PT Trakindo Utama di Instagram.

- Mencari referensi :** Peserta magang mencari referensi konten interaktif dengan melihat Instagram dan google. Setelah mendapatkan yang diinginkan, peserta magang mengerjakannya pada aplikasi canva, untuk segera dibuatkan *desain* dan materi.
- Membuat konsep dan desain :** Peserta magang memilih konten interaktif yakni tebak siapa saya. Konsep dari permainan ini adalah tebak-tebakan alat berat Caterpillar. Dengan memberikan clue tentang informasi *machine*, pelanggan setia PT Trakindo Utama dapat berlomba-lomba menebak di kolom komentar untuk menjawab pertanyaan dari *clue* yang diberikan. Tujuan dari games ini adalah, agar pelanggan setia Trakindo dapat mengenal lebih dalam mengenai produk Caterpillar.
- Review oleh Koordinator Lapangan :** Setelah menyusun materi dan konsep desain yang telah dibuat, peserta magang memberikan hasil tersebut kepada koordinator lapangan untuk segera diberikan perbaikan dan saran. Setelah disetujui, peserta magang memberikan brief tersebut kepada pihak vendor untuk segera dibuatkan dan diunggah ke Instagram

11. Whatsapp *Blasting* dan *Data Cleansing*

Whatsapp *Blasting* merupakan fitur yang memungkinkan Anda mengirim pesan secara massal tanpa perlu menyimpan nomor pengguna terlebih dahulu. Fitur ini sangat efektif dan efisien untuk menjangkau banyak pengguna secara bersamaan.

- a) **Penjelasan dengan Koordinator lapangan** : Peserta magang diberikan tugas oleh koordinator lapangan untuk membantu melakukan whatsapp *blasting* dengan menggunakan aplikasi Bold. Sebelum melakukan proses *blasting* tersebut, peserta magang diajarkan untuk melakukan *data cleansing* terlebih dahulu.
- b) **Melakukan data cleansing** : Dalam melakukan *data cleansing*, dilakukan dengan cara mengecek apakah format template dari data-data pelanggan tersusun dengan benar, mulai dari nomor telepon, nama lengkap, alamat email, dan headline informasi, serta isi dari kalimat yang ingin disampaikan. Setelah itu, di cek kembali jika ada *double* data pada excel dan pelanggan yang merupakan kompetitor dari PT Trakindo Utama.
- c) **Memasukkan data ke dalam aplikasi Bold** : Setelah semua dinyatakan aman, data tersebut dimasukkan ke dalam aplikasi bold yang telah di *set* sesuai dengan template yang ada dan sesuai dengan jam yang diberikan. Data tersebut di submit, dan dengan demikian, informasi yang diberikan dari perusahaan kepada para karyawan/pelanggan akan masuk ke dalam aplikasi whatsapp.

12. Website Screening

Koordinator lapangan meminta bantuan peserta magang untuk melakukan data checking terkait ketersediaan *machine* yang dimiliki oleh PT Trakindo Utama. Dengan menggunakan Microsoft excel dan panduan berupa Product Line, peserta magang diharapkan dapat mengecek *machine* yang masih tersedia untuk keperluan website pada perusahaan.

- a) **Koordinator mengarahkan peserta magang untuk melakukan website screening** : Peserta magang diminta untuk mengerjakan data yang berisikan unit *machine* Caterpillar untuk diperiksa ketersediaannya. Koordinator lapangan memberikan data tersebut melalui email dan memberikan panduan product line *machine* sebagai acuan peserta magang mengerjakannya.
- b) **Peserta magang mengecek data** : Data yang diberikan oleh koordinator lapangan, dicek kembali kelengkapannya mulai dari produk, nomor unit, dan kegunaan unit *machine* tersebut. Jika tidak terdapat pada *product line*, maka unit *machine* itu tidak tersedia, dan akan diberikan tanda pada *machine* yang tidak tersedia.

- c) **Memberikan data tersebut ke koordinator lapangan** : Setelah peserta magang menyelesaikan *website screening*, peserta magang memberikan data yang sudah dikerjakan ke koordinator lapangan kembali.

2. Tugas Tambahan

III. Customer Experience

Pengalaman pelanggan dapat dianggap sebagai persepsi internal dan subjektif yang timbul dari setiap interaksi dengan perusahaan atau produk yang ditawarkannya. (cf. Meyer and Schwager, 2007). Keterlibatan aktif dalam dialog relasional dengan pelanggan diperlukan, tetapi banyak perusahaan kekurangan sumber daya dan keterampilan untuk mencapainya. Bagaimana komunikasi pengalaman pelanggan mempengaruhi pelanggan dan penyedia layanan seringkali kurang dipahami dengan baik. Oleh karena itu, perusahaan terus mencari strategi pemasaran yang efektif untuk menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan mereka dengan berbagai cara.

PT Trakindo Utama memiliki misi untuk terus memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya. Maka dari itu, perusahaan terus melayani pelanggan dari proses awal memilih produk, bertransaksi, barang sampai ke pelanggan, sampai perawatan mesin setelah digunakan. Pada divisi *customer experience* ini sendiri, mereka fokus pada menjaga hubungan dengan pelanggan mereka dalam bentuk pemberian *merchandise*, penghargaan bagi *customer* maupun karyawan, dan membuat artikel mengenai kegiatan yang dilakukan oleh PT Trakindo Utama. Berikut kegiatan yang telah dilakukan peserta magang selama proses kegiatan magang berlangsung :

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

13. Merapikan Standard Operating Schedule

Standard Operating Schedule sendiri merupakan panduan yang bertujuan untuk memastikan seluruh proses kegiatan pekerjaan yang dilakukan dapat berjalan dengan lancar. Peserta magang diberikan tugas tambahan untuk merapikan *Standard Operating Schedule*. Koordinator lapangan di divisi *customerexperience*, mengarahkan peserta magang untuk memperbaiki kolom lampiran yang tidak sesuai dan kurang rapih. Setelah pekerjaan sudah terselesaikan, peserta magang memberikan kepada koordiantor lapangan kembali untuk direvisi.

14. Mencari asset gambar *machine*

Aset gambar diperlukan untuk keperluan *event*. Oleh karena itu, gambar yang dicari, harus memiliki resolusi yang tinggi agar gambar yang dicetak tidak pecah resolusinya. Maka dari itu, koordinator lapangan meminta peserta magang untuk mencarikan asset gambar tersebut pada website khusus produk Caterpillar. Peserta magang telah diberikan izin untuk dapat masuk ke dalam website tersebut untuk mencari asset yang dibutuhkan. Setelah peserta magang sudah mendapatkan gambar yang dimaksud, peserta magang mengumpulkan gambar tersebut ke dalam Google Drive sehingga resolusi gambar tetap baik.

15. Membantu mencari judul untuk kebutuhan CX Newsletter

CX newsletter merupakan media informasi yang dirancang oleh divisi *customer experience* yang berisikan tentang kegiatan PT Trakindo Utama. Media ini disebarluaskan kepada para karyawan hingga para pelanggan untuk dapat mengetahui berita terkini dari PT Trakindo Utama. Untuk menarik pembaca untuk membeaca, diperlukan headline judul yang mengundang para pelanggan untuk membacanya. Maka dari itu, peserta magang diberikan kepercayaan oleh koordinator lapangan untuk mencari judul headline untuk *CX Newsletter* yang sesuai denga nisi berita. Sebelumnya, koordinator lapangan sudah memberikan artikel kepada pesera magang untuk dibaca terlebih dahulu sebelum menetapkan headline judul. Setelah itu, peserta magang memberikan beberapa judul agar koordiantor lapangan dapat memilih beberapa judul tersebut untuk ditetapkan pada *CX Newsletter*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

16. Membantu mencari ide penghargaan Employee of The month

Dalam rangka mengapresiasi kinerja karyawan PT Trakindo Utama, perusahaan ingin memberikan penghargaan kepada para karyawan yang telah melakukan tugasnya dengan baik. Penghargaan yang diberikan perlu berbeda dari tahun sebelumnya, agar terdapat ciri khas sendiri setiap tahunnya. Oleh karena itu, peserta magang diberikan tugas oleh koordinator lapangan untuk mencari ide apresiasi yang cocok untuk karyawan yang bekerja di PT Trakindo Utama. Peserta magang mencari inspirasi dari tahun-tahun sebelumnya saat PT Trakindo Utama memberikan penghargaan kepada karyawannya. Proses pemilihan penghargaan ini didampingi oleh koordinator lapangan, guna mencari penghargaan yang sesuai dengan kebutuhan karyawan.

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama berjalannya periode magang ini, peserta magang tentu mendapatkan beberapa kendala, yaitu :

1. Perusahaan tidak secara konsisten memberikan *job description* kepada peserta magang. Ada kalanya dimana peserta magang tidak mengerjakan pekerjaan meskipun telah aktif bertanya dan mencoba untuk mencari tahu hal-hal yang bisa dikerjakan.
2. Dikarenakan peserta magang berada di divisi *event*, yang sebagian besar tugasnya berada di lapangan, seringkali peserta magang ditinggal untuk tugas ke luar kota. Sehingga, peserta magang tidak mendapatkan tugas untuk beberapa hari.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala-kendala yang dialami peserta magang selama mengikuti proses kerja magang, maka Solusi untuk menangani kendala tersebut diantaranya :

1. Untuk mengatasi kendala tidak mendapatkan *job description* yang tidak menentu, peserta magang berinisiatif untuk membantu karyawan magang lain, jika ia diberikan pekerjaan oleh mentornya. Peserta magang juga membuat laporan pekerjaan yang dilakukan, untuk presentasi bulanan dengan chief.

2. Jika peserta magang ditinggal oleh mentor untuk tugas keluar kota, peserta magang berinisiatif untuk aktif bertanya ke karyawan se divisi yang memerlukan bantuan dalam pekerjaannya.

