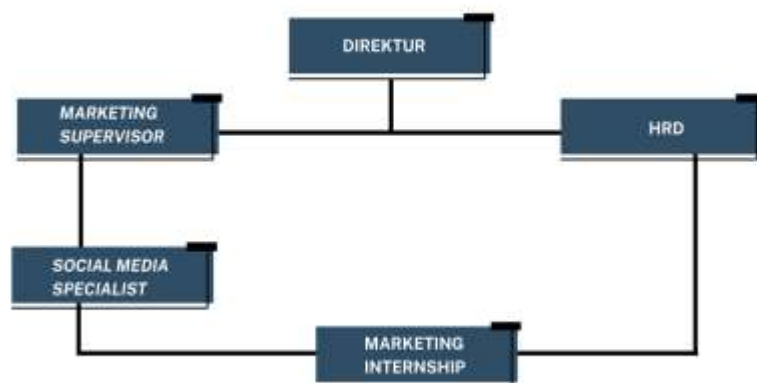


## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada pelaksanaannya, penulis berkesempatan melakukan praktek kerja magang pada PT Porter Rekayasa Unggul secara *Hybrid* selama 4 bulan sebagai *Marketing Internship* khususnya pada bagian *Digital Marketing*. Selama menjalankan pelaksanaan kerja magang, penulis berada di bawah departemen pemasaran dan SDM, khususnya di bawah divisi *Marketing* dan *Human Resource Management*. Berikut adalah struktur koordinasi yang dilakukan penulis selama melaksanakan program kerja magang pada PT Porter Rekayasa Unggul:



Gambar 3. 1 Struktur Laporan Kerja Selama Magang

Penulis berkesempatan untuk melaksanakan beberapa tugas yang diberikan untuk memenuhi pelaksanaan program kerja magang, seperti membuat ide konten untuk unit produk atau *Brainstorming*, melakukan pengolahan dan perencanaan ide konten, membuat *Schedule* pembuatan konten, membuat *copywriting* untuk konten, mengeksekusi ide konten yang telah direncanakan, pengeditan konten yang telah dibuat, dan melakukan *Social Media Audit*. Selain itu penulis juga ditugaskan untuk

mengerjakan pendataan absensi karyawan, pendataan kupon makan karyawan, pendataan dan pembuatan form lemburan karyawan, dan juga pendataan *petty cash* perusahaan.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

#### 3.1.1 Tugas Yang Dilakukan

Pada praktek kerja magang, penulis diberikan beberapa tanggung jawab penugasan sesuai dengan divisi yang diberikan kepada penulis, yaitu digital marketing. Berikut diuraikan tanggung jawab yang diberikan kepada penulis.

*Tabel 3. 1 Uraian Pekerjaan*

No	Tugas	Kategori pekerjaan	Keterangan.
1	Melakukan <i>brainstorming</i> konten.	<i>Content Creator.</i>	Menciptakan ide - ide konten untuk kebutuhan sosial media perusahaan.
2	Melakukan <i>scheduling</i> konten.	<i>Content Creator.</i>	Membuat jadwal untuk pembuatan konten terhadap unit - unit yang telah diperintahkan.
3	Membuat dokumentasi terhadap produk.	<i>Documenter.</i>	Melakukan dokumentasi terdapat unit - unit yang hampir selesai dan yang sudah selesai untuk dikirim kepada pusat, yang nantinya akan menjadi asset untuk perusahaan dan bahan konten promosi.

4	Pembuatan konten terhadap produk.	<i>Digital Marketing.</i>	Untuk media sosial (Instagram) perusahaan. Dilakukan untuk memberikan edukasi dan informasi terhadap produk ke semua orang atau calon pembeli.
5	Pembuatan <i>copywriting</i> terhadap konten.	<i>Social Media Marketing (SMM).</i>	Pembuatan caption atau deskripsi teks dalam konten yang telah dibuat.
6	Melakukan pengeditan konten.	<i>Social Media Marketing (SMM).</i>	Mengedit konten yang telah dibuat agar terlihat lebih menarik dimata para target market.
7	Melakukan pemostingan konten ke <i>media social</i>		Memposting hasil konten yang telah dibuat sebelumnya ke media social.
8	Melakukan postingan hari raya ke <i>media social</i>		Mengupload postingan peringatan hari raya yang telah ditentukan sebelumnya.
9	Merekap absensi karyawan.	<i>Human Resource Management.</i>	Melakukan rekap absensi seluruh

			karyawan perusahaan.
10	Pencatatan <i>overtime</i> karyawan.	<i>Human Resource Management.</i>	Membuat form dan merekap karyawan yang melaksanakan <i>overtime</i> .
11	Pencatatan <i>petty cash</i> perusahaan.	<i>Human Resource Management.</i>	Pencatatan pengeluaran yang menggunakan <i>petty cash</i> perusahaan.
12	Pendataan kupon makan karyawan.	<i>Human Resource Management.</i>	Melakukan pendataan terhadap kupon makan seluruh karyawan.

### 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Praktik Kerja

Dalam pelaksanaan kerja magang yang dilaksanakan selama 3 bulan, terdapat beberapa tugas yang diberikan kepada penulis sebagai *Digital Marketing Internship* dan *Human Resource Management* di perusahaan PT. Porter ReKayasa Unggul (PRU). Aktivitas kerja magang ini memerlukan keahlian dalam *Digital Marketing* dan *Human Resource Management*. Penulis bertugas untuk membuat konten pemasaran melalui *social media* dan mengelola *Social Media* perusahaan.

Penulis melakukan berbagai pekerjaan yang bertujuan untuk menciptakan *brand image*, *brand awareness* dan *engagement* dari audiens atau target market terhadap produk produk yang dibuat atau diproduksi oleh perusahaan, melalui salah satu media *digital* yaitu *social media*. Berikut ini adalah uraian pekerjaan yang dilakukan penulis selama praktik kerja magang berlangsung.

1. Melakukan *Brainstorming* terhadap konten.

Nama Campaign	maksud dan Tujuan Campaign	Penjelasan Campaign
<i>recording penetrant process</i>	memberikan pengetahuan kepada audience dan meningkatkan <i>brand image</i>	berisikan tentang cara proses <i>penetrant</i> terhadap hasil <i>welding</i> , video berisikan tatacara proses <i>penetrant</i> dan memberikan informasi seputar pentingnya proses <i>penetrant</i> bagi <i>weldingan</i> .
<i>recording detailing process of coal body</i>	memberikan pengetahuan kepada audience dan meningkatkan <i>brand image</i> .	berisikan tentang proses yang mendetail terhadap produk (pengencangan baut, pengecatan pada baut, QC proses, sudut kemiringan)
<i>recording whole things of coal body</i>	memberikan informasi seputar produk kepada audience dan meningkatkan <i>brand image</i> .	berisikan tentang detail produk, spek spek keistimewaan dari produk, kelebihan produk dibanding pesaing, kualitas bahan produk, system mekanisme dari produk.
<i>Process Polyurethane foam</i>	memberikan pengetahuan kepada audience dan meningkatkan <i>brand image</i>	berisikan tentang tata cara proses <i>Process Polyurethane foam</i> terhdap unit, memberikan penjelasan seputar <i>Process Polyurethane foam</i> manfaat dan kegunaan dan lain lain.

Gambar 3. 2 Pembuatan Capaign Untuk Acuan Pembuatan Konten

Brainstorming adalah metode dalam mengumpulkan suatu gagasan pada suatu permasalahan tertentu berdasarkan spontanitas dan kreativitas. Tujuan menggunakan brainstorming ini adalah untuk mencari solusi terhadap suatu masalah, terutama kegiatan bisnis (PPM SoM, 2023).

Dalam pelaksanaan kerja magang penulis diberikan tugas untuk menciptakan ide baru untuk konten pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan audiens terhadap produk – produk dari perusahaan, selain itu juga bertujuan untuk meningkatkan *brand image* perusahaan melalui *social media*. Pada penugasan, penulis akan diarahkan

terlebih dahulu oleh *Marketing Supervisor* dan *Social Media Specialist* terhadap unit yang akan didokumentasikan. Selanjutnya penulis akan diberikan kebebasan sesuai dengan kreativitas penulis untuk pengolahan konten selanjutnya.

## 2. Melakukan *Scheduling* konten.

NO	TANGGAL	UNIT	KONTEN
1	19 February 2024	COAL BODY	Dokumentasi Penetrant
2	26 February 2024	COAL BODY	Record detailing process
3	29 February 2024	COAL BODY	Record detailing process
NO	TANGGAL	UNIT	KONTEN
1	04 March 2024	COAL BODY	recording whole things of coal body
2	06 March 2024	MANHAUL	Process Polyurethane foam
3	07 March 2024		dokumentasi kolaborasi brand makita
6	15 March 2024	MANHAUL	dokumentasi proses painting body
	21 March 2024		dokumentasi all item system, robotic, workshop
	25 March 2024	MANHAUL	dokumentasi dan recording pemasangan speaker
	28 maret 2024	MANHAUL	dokumentasi dan recording pemasangan AC
NO	TANGGAL	UNIT	KONTEN
1	1 Apr 2024	MANHAUL	dokumentasi dan recording pemasangan sticker
2	2 Apr 2024	MANHAUL	dokumentasi dan recording pemasangan jendela
3	4 Apr 2024	MANHAUL	dokumentasi dan recording pemasangan bangku
5	17 Apr 2024	MANHAUL	recording DC pada unit
6	22 Apr 2024	MANHAUL	recording dan dokumentasi acara halal bihalal PRU
7	25 Apr 2024	MANHAUL	recording proses sistem pada unit
NO	TANGGAL	UNIT	KONTEN
1	2 May 2024	MANHAUL	recording whole things of manual
2	3 May 2024	SDT	recording dan dokumentasi proses welding
3	8 May 2024	SDT	recording dan dokumentasi proses penetrant welding
4	15 May 2024	SDT	recording fitur unit

Gambar 3. 3 Pembuatan Jadwal Untuk Take Konten

NO	DL UPLOAD	UPLOAD	KONTEKS
1	11 March 2024	instagram reels	Hari raya Nyepi
2	04 March 2024	instastory	story COAL BODY K2B
3	06 March 2024	instastory	Process Polyurethane foam
4	12 March 2024	instagram reels	Ramdan Kareem
5	23 March 2024	instagram reels	STELLAR Truck Tire Handler
6	29 Maret 2024	instagram reels	Good Friday
NO	DL UPLOAD	UPLOAD	KONTEKS
1	10 Apr 2024	instagram reels	hari raya idul fitri
2	23 Apr 2024	instastory	halal bihalal PRU
3	26 Apr 2024	instastory	proses robotic
NO	DL UPLOAD	UPLOAD	KONTEKS
1	02 Mei 2024	instagram reels	hari raya buruh
2	01 Mei 2024	instagram reels	Manhauler 38 seats
3	09 Mei 2024	instagram reels	Ascension Day
4	09 Mei 2024	instastory	Ascension Day
5	13 Mei 2024	instastory	welding SDT

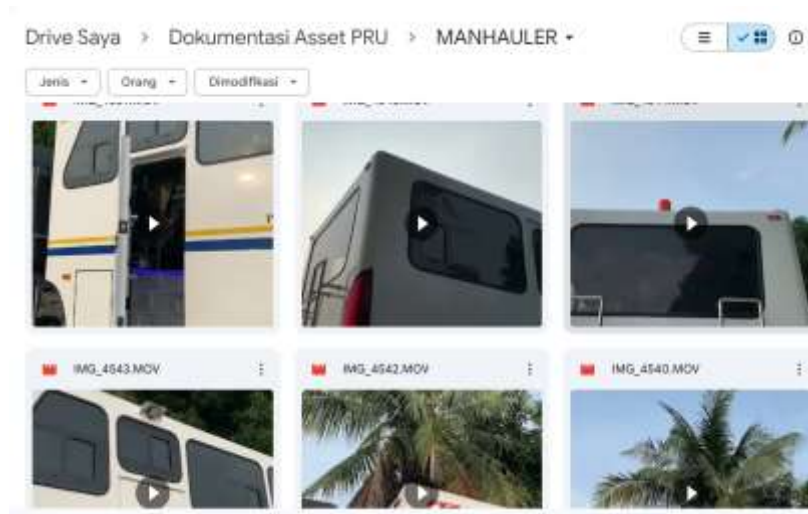
Gambar 3. 4 Pembuatan Jadwal Untuk Pengunggahan Konten

Penjadwalan atau *Scheduling* adalah kegiatan yang sangat penting dalam proses produksi ataupun dalam suatu pekerjaan. *Scheduling* dapat didefinisikan sebagai proses mengatur, mengendalikan, mengoptimalkan dalam suatu pekerjaan untuk mencapai jumlah atau target yang diinginkan (ProfTeamRam70, 2019)

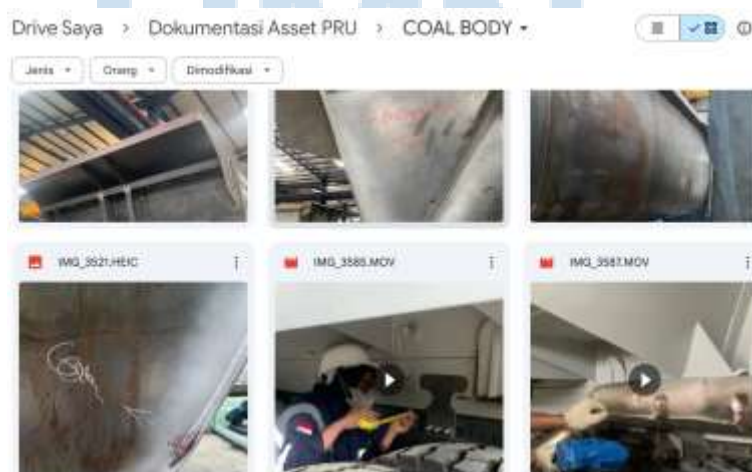
Penulis ditugaskan untuk membuat jadwal – jadwal atau *Schedule* untuk proses record dan postingan konten, dalam penugasan penulis akan melakukan *meeting* atau rapat dengan atasan yaitu *Marketing Supervisor* dan *Social Media* untuk membahas unit apa saja

yang harus didokumentasikan dan dibuatkan konten detail unit, menentukan jenis konten yang akan diproduksi, memberikan hasil *brainstorming* yang telah dilakukan sebelumnya oleh penulis dan membuat kalender atau tabel yang berisikan rincian tanggal dan waktu postingan untuk tiap konten yang telah dibuat hasil jadwal tersebut akan dilakukan sesuai dengan urutan.

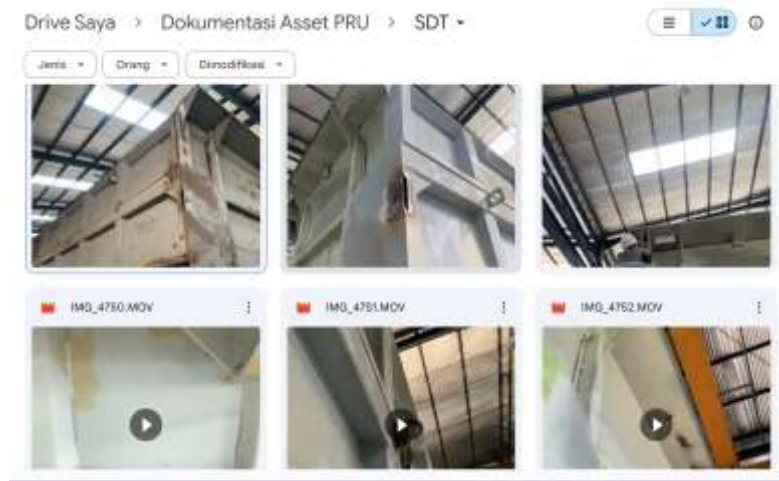
3. Membuat dokumentasi terhadap unit atau produk.



Gambar 3. 5 Drive Dokumentasi Unit Manhaul



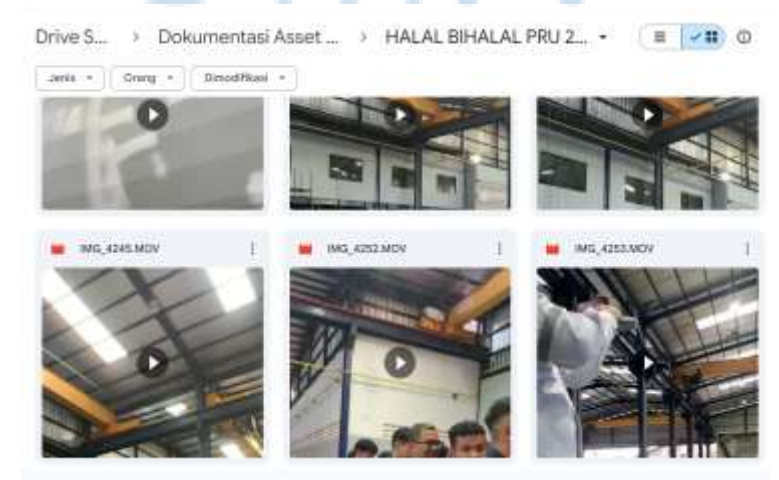
Gambar 3. 6 Drive Dokumentasi Unit Coal Body



Gambar 3. 7 Drive Dokumentasi Unit SDT



Gambar 3. 8 Drive Dokumentasi Kunjungan Direktur Makita



Gambar 3. 9 Dokumentasi Acara Halal Bihalal Keseluruhan PRU 2024



Dokumentasi adalah kegiatan pencatatan dan pengumpulan data dengan tujuan untuk membuat suatu informasi berdasarkan fakta. Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis diberikan tugas untuk mendokumentasikan tiap unit, seperti mendokumentasikan desain produk, komponen – komponen produk, fitur – fitur yang terdapat di dalamnya dan lain lain secara terperinci, selain itu penulis juga ditugaskan untuk mendokumentasikan proses – proses produksi terhadap unit. Setelah itu hasil dokumentasi tersebut akan disimpan oleh perusahaan sebagai asset untuk dijadikan alat bukti dan sumber informasi yang suatu saat akan diperlukan Perusahaan, foto dan video yang telah diambil akan dijadikan konten nantinya yang bertujuan untuk memberikan dan meningkatkan *Engagement* terhadap *Audience*.

4. Pembuatan konten terhadap produk.



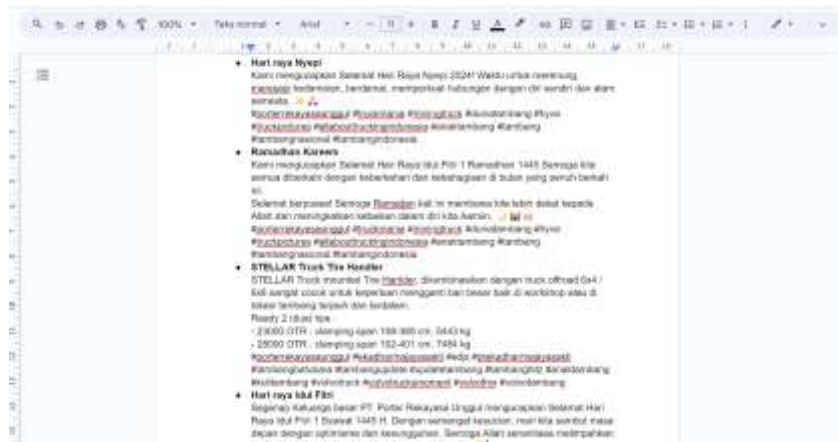
Gambar 3. 10 Proses pengambilan konten



Gambar 3. 11 Proses penulis mengambil konten

Konten adalah dokumentasi yang memuat informasi dari media. Penulis melakukan pembuatan konten terhadap unit yang telah diperintahkan dan didiskusikan sebelumnya oleh atasan, pekerjaan pembuatan konten berbentuk video yang meliputi detail yang terdapat pada unit, fitur – fitur teknis, spesifikasi produk, desain pada unit, dan keunggulan dan perbedaan unit dibanding pesaing lainnya. Penulis diminta untuk menghasilkan foto – foto dan video berkualitas tinggi yang ditujukan untuk menarik perhatian *audience* dan memberikan pandangan yang jelas terhadap produk. Pembuatan konten ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan minat para *audience* terhadap produk dan juga *image* Perusahaan yang nantinya akan diunggah melalui *media social* Perusahaan. Perangkat yang digunakan untuk pengambilan konten yaitu kamera perusahaan dan telepon genggam pribadi penulis, kedua perangkat memiliki kualitas hasil yang sangat tinggi, hal ini sangat diperlukan dalam pembuatan konten yang berkualitas tinggi.

5. Pembuatan *copywriting* terhadap konten.



Gambar 3. 12 Perencanaan pembuatan Caption dan Hastag untuk social media

*Copywriting* adalah metode pembuatan materi yang mencangkup promosi tertulis yang dipublikasikan di media cetak atau online (Idris, 2021). Pada penugasan penulis diberikan tugas oleh *social media specialist* untuk membuat *copywriting* untuk *social media* Perusahaan, *copywriting* tersebut berisi tentang *caption* konten yang dapat memberikan informasi seputar produk, Adapun beberapa Langkah yang dilakukan penulis untuk membuat *copywriting* yaitu dengan mengumpulkan informasi yang relevan terkait produk, selanjutnya penulis menentukan konsep yang ingin digunakan, setelah itu penulis mulai melaksanakan penulisan *caption* yang sesuai dengan konsep yang telah ditentukan, setelah melakukan penulisan *caption* penulis memberikan hasil penulisan *caption* kepada *social media specialist*, hal ini memudahkan penulis dalam melakukan *copywriting* dan penulisan *caption* yang baik dan benar. *Caption* tersebut berisi kata kata ucapan jika mengenai konteks hari raya, seputar informasi produk (jenis produk, tipe produk, kelebihan produk, desain produk, dan spek produk), selain itu penentuan *Hastag* juga diperlukan dalam isi dari *caption* yang bertujuan untuk menyebarkan tentang isi dari konten dan juga media social Perusahaan.

6. Melakukan pengeditan terhadap konten yang telah dibuat.



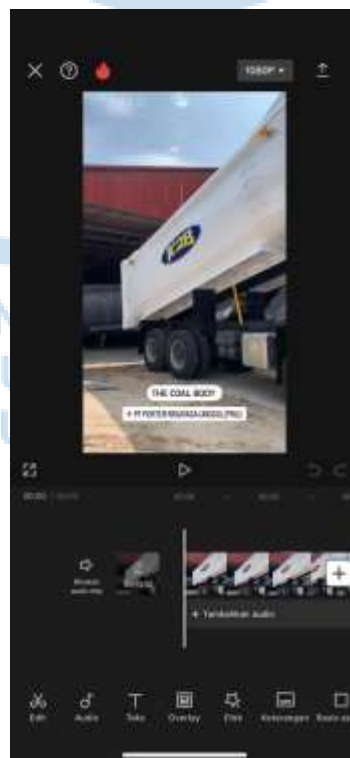
Gambar 3. 13 Proses pengeditan konten Halal Bihalal



Gambar 3. 14 Proses Pengeditan Konten Manhaul



Gambar 3. 15 Proses Pengeditan Konten Robotic



Gambar 3. 16 Proses pengeditan konten Coal Body



Gambar 3. 17 Proses pengeditan konten Process Polyurethane foam

Pengeditan adalah proses seleksi dan perubahan dalam visualisasi guna memperindah suatu tampilan *video* dan dapat dimengerti oleh penonton. Selama praktik kerja magang penulis ditugaskan untuk mengedit hasil pembuatan konten, pengeditan konten bertujuan untuk membuat visual dan kualitas konten semakin baik, dalam proses pengeditan penulis diberikan kebebasan untuk mengedit konten sesuai dengan kreativitas penulis. Dalam proses pengeditan penulis melakukan beberapa langkah seperti berikut:

1. Memproduksi konten dengan membuat *video* tentang unit yang sudah disesuaikan sebelumnya oleh *Marketing Supervisor* dan *Social Media Specialist*. Isi *video* mencakup detail – detail yang terdapat pada unit, dan detail desain unit, fitur – fitur pada unit.
2. Memilih potongan *video* yang terbaik dari yang telah dibuat sebelumnya, kemudian menyatukan potongan yang telah dipilih secara tepat untuk membuat narasi visual.

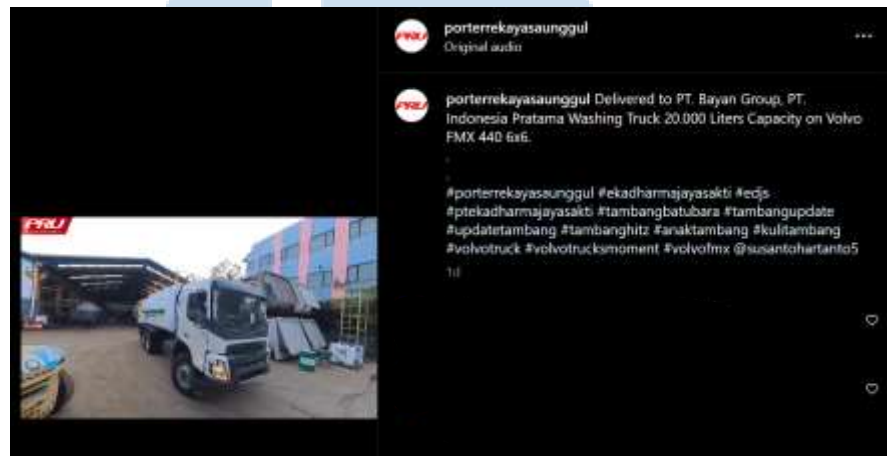
3. Selanjutnya penambahan *text* atau deskripsi yang telah dibuat sebelumnya ke dalam video.
  4. Pengeditan audio untuk meningkatkan tampilan visual yang menarik, memiliki tujuan untuk menciptakan suasana video yang dapat dirasakan.
  5. Tahap terakhir yang dilakukan yaitu penyesuaian warna dan kontras untuk mencapai tampilan visual menarik yang dapat membantu menciptakan suasana dalam video.
7. Melakukan pengunggahan konten ke *media social*.



Gambar 3. 18 Pengunggahan Instagram Reels STELLAR Truck



Gambar 3. 19 Pengunggahan Instagram Reels Manhailer 38 Seats



Gambar 3. 20 Pengunggahan Instagram Reels Washing Truck





Gambar 3. 21 Pengunggahan Instagram Story Coal Body



Gambar 3. 22 Pengunggahan Instagram Story Coal Body



Gambar 3. 23 Pengunggahan Instargam Story Robotic



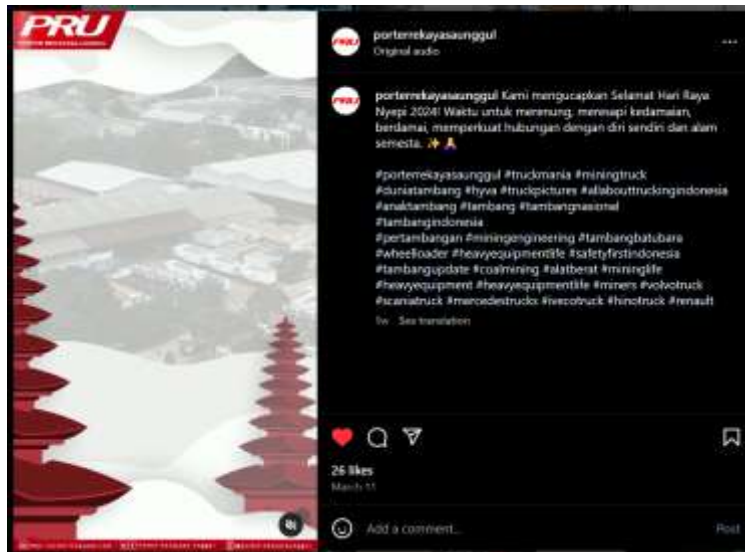
Gambar 3. 24 Pengunggahan Instagram Story Process Polyurethane foam



Gambar 3. 25 Repost Instagram Story dari rekan

Pengunggahan adalah proses mengirim data dari komputer pribadi ke suatu sistem. Setelah melakukan pengeditan terhadap video, penulis diberikan tugas untuk menunggah konten ke *social media* Perusahaan. *Social media* yang dipercayakan *Social Media Specialist* kepada penulis yaitu *Instagram*, penulis diberikan tanggung jawab untuk mengunggah seluruh konten yang telah diedit ke *Instagram Reels* maupun ke *Instagram Story*, baik dari penulis sendiri dan juga dari tim *Social Media Specialist*. Sebelum pengunggahan penulis memperhatikan lagi hal – hal detail seperti *thumbnail* atau tampilan awal dari konten, kemudian memeriksa kembali *caption* dan *hashtag* yang telah dibuat sebelumnya. Di dalam *social media* penulis diperindahkan untuk berinteraksi dengan audiens seperti membalas komentar me – *repost instastory* dari rekan – rekan, dan membalas *direct message*.

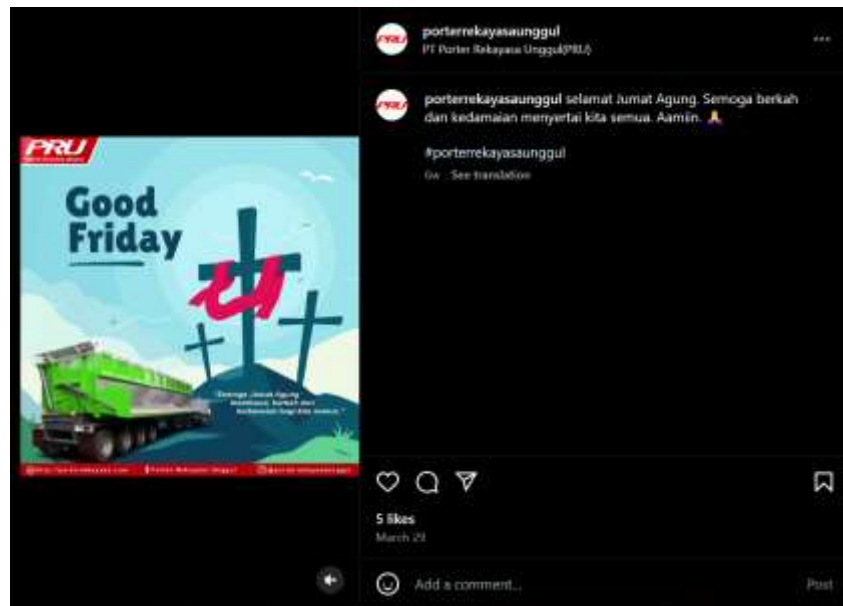
8. Melakukan *posting-an* hari raya ke *social media*.



Gambar 3. 26 Pengunggahan Instagram Reels hari raya Nyepi



Gambar 3. 27 Pengunggahan Instagram Reels Ramadhan Kareem



Gambar 3. 28 Pengunggahan Instagram Reels Goody Friday

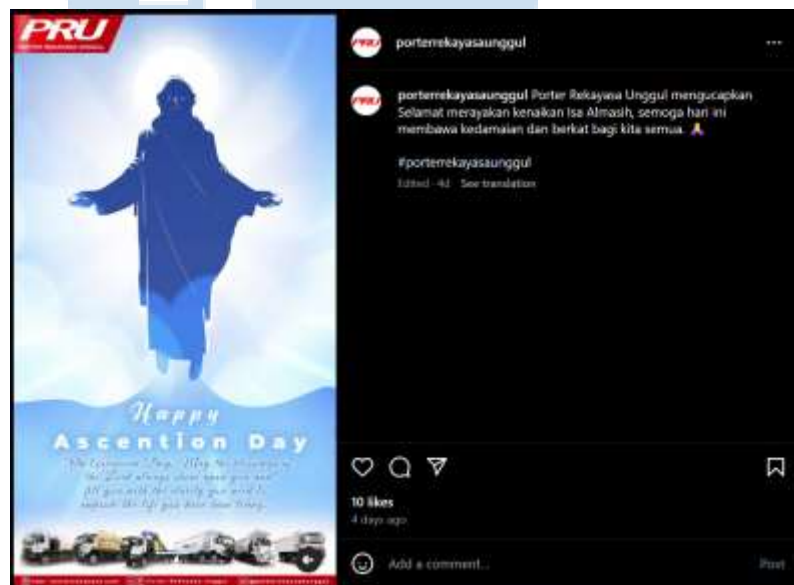


Gambar 3. 29 Pengunggahan Instagram Feeds hari raya Idul Fitri

MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 30 Pengunggahan Instagram Reels hari raya Buruh

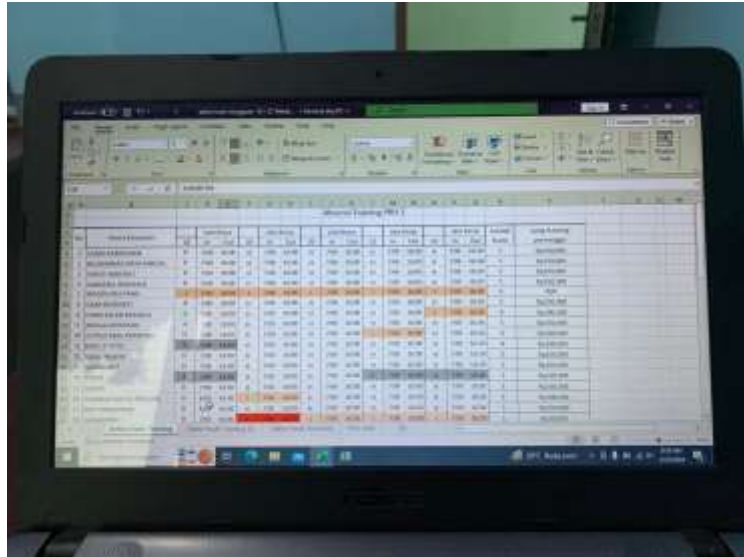


Gambar 3. 31 Pengunggahan Instagram Reels Ascention Day

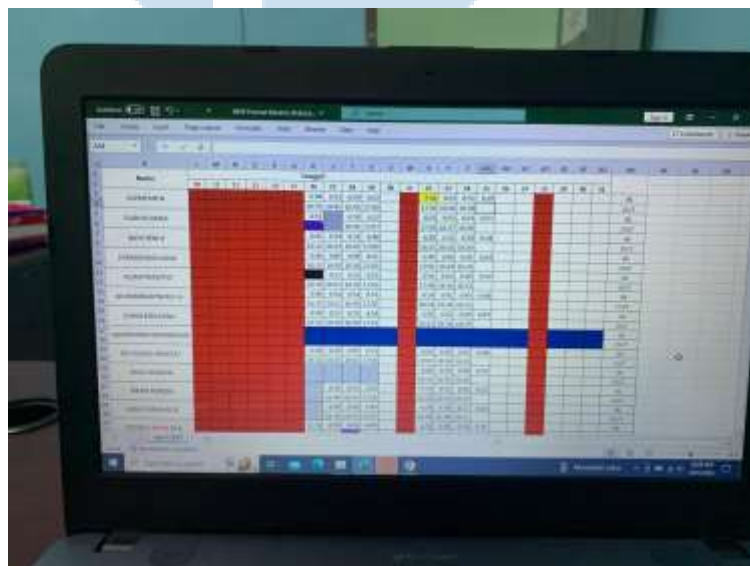
Posting adalah proses memindahkan data, dalam kasus ini adalah pemindahan data ke dalam *social media*. Selama kerja magang penulis diberikan tugas untuk mengupload konten ucapan pada saat hari raya, penulis akan diberikan hasil yang telah diedit oleh *Social Media Specialist*, penulis diberikan tugas untuk menulis *caption* yang berisikan ucapan hari raya. Pada saat pengunggahan penulis diperintahkan untuk

berinteraksi dengan audiens seperti membalas komentar, mengunggah postingan dari *Instagram reels* ke *Instagram story*.

9. Merekap absensi karyawan.



Gambar 3. 32 Rekap Absensi Mingguan



Gambar 3. 33 Rekap Absensi Jam Datang dan Jam Pulang

Merekap adalah proses pencatatan kembali data yang sudah diolah dengan tujuan agar mendapatkan suatu informasi dan mudah dipahami. Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, penulis juga diminta untuk mengerjakan pendataan absensi seluruh karyawan. Pada

penugasan penulis melakukan 3 proses pendataan absensi karyawan yaitu:

1. Memindahkan jam datang dan pulang karyawan yang terdapat pada data base melalui mesin sidik jari.
  2. Mendata absensi karyawan pada file absen karyawan mingguan yang nantinya akan dikirimkan ke HRD pusat.
  3. Mendata absensi untuk keperluan internal perusahaan cabang.
10. Pencatatan *overtime* karyawan.

No	Nama Karyawan	Bagian	Jam mulai	Jam Selesai	Jenis Pekerjaan	Paral
1	Ardi Oktawartha	Engineering	18:00	21:00	MAIN HALL 3E SEAT (TEAM SYSTEM)	
2	Perkiyartus	Produk	18:00	21:00		
3	Dimprius	Produk	18:00	21:00		
4	Philips	Produk	18:00	21:00		
5	David	Produk	18:00	21:00		
6	Yusuf	Produk	18:00	22:00	MAIN HALL 3E SEAT	
7	M Rani	Produk	18:00	22:00		
8	Kiki	Produk	18:00	22:00		
9	Ryan	Produk	18:00	22:00		

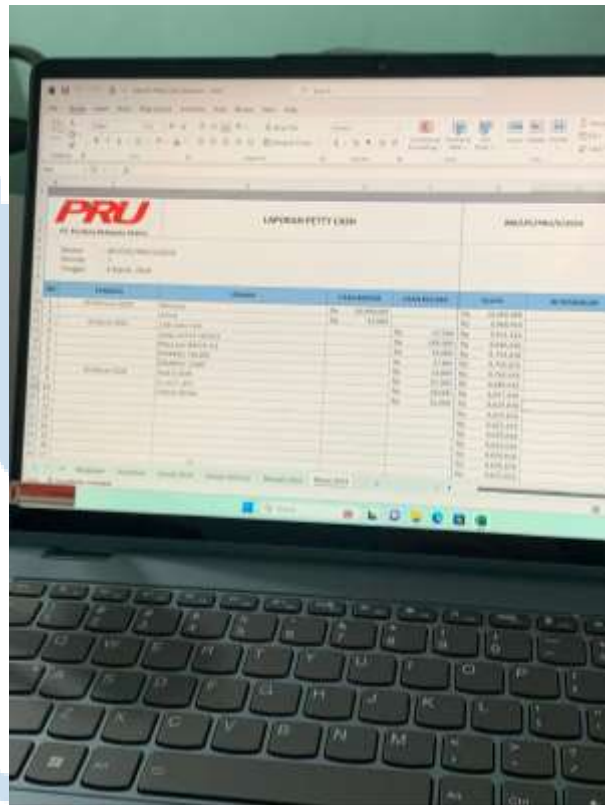
Gambar 3. 34 Pencatatan *overtime* karyawan

Selain itu dalam penugasan magang penulis diminta untuk membuat form untuk karyawan yang akan melakukan *overtime* atau kerja lembur, penulis akan diberikan informasi



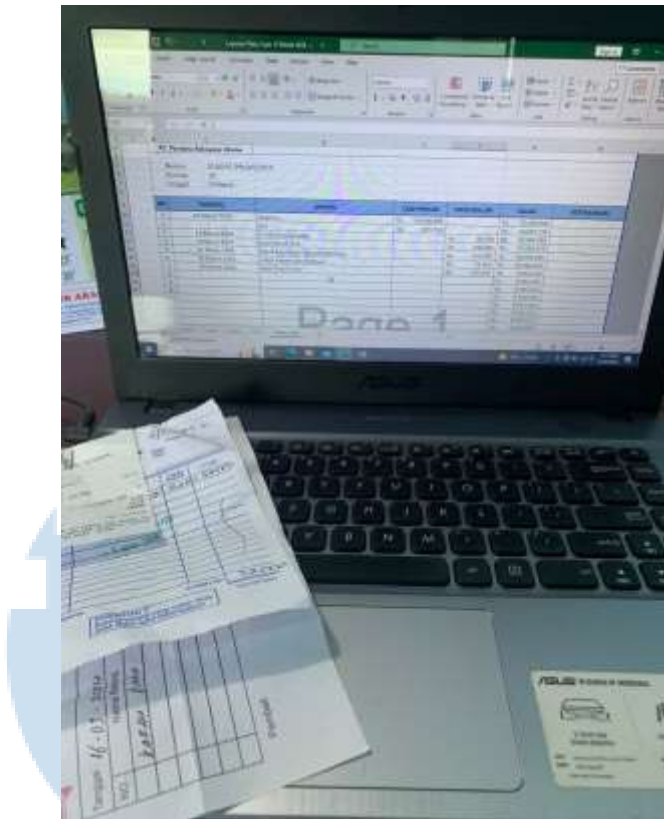
nama – nama karyawan yang akan melakukan *overtime*, kemudian nama – nama tersebut akan dimasukkan ke dalam form *overtime* dan di print. Kemudian nama – nama tersebut akan di data ulang untuk diberikan ke HRD pusat melalui file absensi mingguan.

11. Pencatatan *petty cash* perusahaan.



Gambar 3.35 Laporan petty cash (1)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Gambar 3. 36 Laporan petty cash (2)

PRU		LAPORAN PETTY CASH				BOY/LPC/PRU/11/2024
Nomor : BOY/LPC/PRU/11/2024 Percetakan : 1 Tanggal : 17 Februari - 13 Maret 2024						
NO	TARIKH	URAIAN	CASH MASUK	CASH KELUAR	SALDO	KETERANGAN
1	05 Maret 2024	Saldo Awal	Rp. 11,000,000		Rp. 11,000,000	
2		Masuk	Rp. 21,000		Rp. 11,021,000	
3	29 Februari 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 82,000	Rp. 10,939,000	
4	04 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 232,500	Rp. 10,706,500	
5	05 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 172,500	Rp. 10,534,000	
6	05 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 3,033,300	Rp. 7,500,700	
7	05 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 90,000	Rp. 7,410,700	
8	05 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 25,000	Rp. 7,385,700	
9	05 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem (Jumlah: 05 Mar 2024)		Rp. 3,360,000	Rp. 4,025,700	
10	05 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 57,000	Rp. 3,968,700	
11	06 Maret 2024	Pemasangan AC		Rp. 198,000	Rp. 3,770,700	
12	06 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 100,000	Rp. 3,670,700	
13	07 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 40,000	Rp. 3,630,700	
14	07 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 30,000	Rp. 3,600,700	
15	07 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 200,000	Rp. 3,400,700	
16	07 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 180,000	Rp. 3,220,700	
17	08 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 80,000	Rp. 3,140,700	
18	08 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 244,500	Rp. 2,896,200	
19	08 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 100,000	Rp. 2,796,200	
20	08 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 80,000	Rp. 2,716,200	
21	12 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 20,000	Rp. 2,696,200	
22	12 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 200,000	Rp. 2,496,200	
23	13 Maret 2024	Untuk Kupon Sistem		Rp. 11,000	Rp. 2,485,200	
Total Cash Masuk			Rp. 11,021,000			
Total Cash Keluar				Rp. 8,074,200		
Saldo Akhir					Rp. 2,951,000	
Total Pembayaran Sifat						
Disetujui oleh :			Dijawab oleh :		Disetujui oleh :	
M. Alimudin			M. Alimudin		Epi Susanto Hartono	

Gambar 3. 37 Laporan petty cash (3)

PRU		LAPORAN PETTY CASH		000/PC/PRU/2024	
PT. Perdana Nusantara Utama					
Nomor : 000/PC/PRU/2024					
Periode : 8					
Tanggal : 20 - 28 Februari 2024					
NO	TANGGAL	URAIAN	LOKASI	JUMLAH	RESTRIBUSI
1	20 Februari 2024	Rekrutmen		Rp. 10.000.000	Rp. 10.000.000
2		Buka		Rp. 1.011.918	Rp. 11.011.918
3	20 Februari 2024	Saluran Pemeringkat LCPD		Rp. 234.000	Rp. 11.245.918
4	20 Februari 2024	Makan untuk Fortify		Rp. 100.000	Rp. 11.345.918
5	22 Februari 2024	Pemerintah untuk Warting		Rp. 911.218	Rp. 12.257.136
6	23 Februari 2024	Saluran Pemeringkat untuk PRU		Rp. 1.000.000	Rp. 13.257.136
7	23 Februari 2024	Saluran Pemeringkat untuk PRU		Rp. 100.000	Rp. 13.357.136
8	24 Februari 2024	Transportasi ke lokasi		Rp. 300.000	Rp. 13.657.136
9	24 Februari 2024	Makan untuk PRU		Rp. 10.000	Rp. 13.667.136
10	24 Februari 2024	Makan untuk PRU		Rp. 10.000	Rp. 13.677.136
11	24 Februari 2024	Saluran Pemeringkat untuk PRU		Rp. 300.000	Rp. 13.977.136
12	24 Februari 2024	Program makan untuk PRU		Rp. 1.000.000	Rp. 14.977.136
13	27 Februari 2024	Saluran Pemeringkat		Rp. 100.000	Rp. 15.077.136
14	27 Februari 2024	Saluran Pemeringkat		Rp. 100.000	Rp. 15.177.136
15	27 Februari 2024	Saluran Pemeringkat		Rp. 200.000	Rp. 15.377.136
16	28 Februari 2024	Saluran Pemeringkat		Rp. 10.000	Rp. 15.387.136
17	28 Februari 2024	Saluran Pemeringkat		Rp. 700.000	Rp. 16.087.136
18	28 Februari 2024	Saluran Pemeringkat		Rp. 100.000	Rp. 16.187.136
Total Cash Masuk				Rp. 10.000.000	
Total Cash Keluar				Rp. 16.087.136	
Saldo Awal					Rp. 4.201.918
Total Penarikan Cash					10.000.000
Dibuat oleh :			Diperiksa Oleh :	Ditandatangani Oleh :	
M. Satriawan			A. Alifandy	Rak. Susanto Hartanto	

Gambar 3. 38 Laporan petty cash (4)

Selama pelaksanaan kerja magang penulis diminta untuk membantu pencatatan *petty cash* atau sejumlah uang yang dimiliki Perusahaan yang berjumlah kecil, biasa digunakan untuk membeli kebutuhan Perusahaan yang harus dibeli secara langsung. Dalam penugasan penulis diperintahkan untuk mencatat seluruh pengeluaran yang menggunakan *petty cash* penulis akan diberikan bukti – bukti transaksi atau struk pembelian yang telah dibeli, kemudian penulis akan mencatat dan merekap ulang pengeluaran tersebut secara terperinci, seperti mencatat kebutuhan dari tempat tertentu.

12. Pendataan kupon makan karyawan.



Gambar 3. 39 Pendataan kupon makanan (1)



Gambar 3. 40 Pendataan kupon makan (2)



Gambar 3. 41 Pendataan kupon makan (3)

Selama kerja magang penulis diberikan tugas untuk mencatat kupon makan karyawan. PT . Porter Rekayasa Unggul memiliki program makan gratis untuk karyawannya dengan syarat karyawan tersebut memiliki kupon makan gratis, penulis diberikan tugas untuk mendata nama – nama kupon makan karyawan tersebut secara manual, bertujuan untuk menyingkronkan nama karyawan yang menggunakan kupon dan hak mereka. Setelah itu penulis diminta untuk membagikan kupon makan kepada karyawan sesuai dengan nama mereka.

### 3.2 Kendala yang Ditemukan

Selama kegiatan kerja magang di PT. Porter Rekayasa Unggul sebagai *Digital Marketing internship*, terdapat beberapa masalah dan kendala yang ditemukan dan dialami oleh penulis.

### **3.2.1 Kualitas video yang kurang baik.**

Kualitas video yang berkualitas tinggi sangat berpengaruh atas kesuksesan dalam pembuatan suatu konten. Hal ini juga berkaitan dengan kendala yang dialami oleh penulis, yaitu saat diminta atasan membuat konten video untuk *media social*, konten yang telah dibuat sebelumnya memiliki kualitas yang kurang baik karena kurangnya pengetahuan *content creator* Perusahaan mengenai tata cara pengambilan video, seperti *angle* (sudut kamera atau tata letak) pengambilan video yang kurang pas, pencahayaan yang tidak memadai, latar belakang yang tidak sesuai, suasana pengambilan gambar yang tidak sesuai, dan pengeditan video yang kurang baik.

### **3.2.2 Kurangnya interaksi dengan audiens**

Di dalam media social Perusahaan terutama pada Instagram, penulis menyadari kurangnya interaksi antara *media social* Perusahaan dengan audiens, seperti pada postingan *Instagram reels* dan *Instagram feeds* audiens yang berkomentar tentang produk seringkali diabaikan. Selain pada postingan *Instagram reels* dan *Instagram feeds* penulis menemukan masalah pada kurangnya interaksi dengan partner seperti saat ada rekan yang menandai PRU dalam *Instagram story* mereka, tim *social media* PRU sebelumnya kurang menunjukkan interaksi dengan rekan – rekan.

### **3.2.3 Kesulitan dalam proses *take content***

Pada saat penugasan dalam pembuatan konten, penulis merasakan beberapa masalah dan juga kesulitan pada pembuatan konten ke lapangan, dikarenakan ada beberapa karyawan yang tidak memakai seragam safety yang tidak sengaja terekam ke dalam konten. Hal ini tidak sesuai dengan peraturan dalam perusahaan, dan jika dipublikasikan masalah ini akan mempengaruhi *brand image* perusahaan. Hal ini menjadi kesulitan yang utama sehingga proses pembuatan konten menjadi sedikit terhambat karena harus mengulangi perekaman sampai mendapatkan hasil yang baik.

### **3.2.4 Hasil konten yang tidak sesuai dengan regulasi**

Seluruh hasil perekaman konten yang dilakukan oleh penulis harus diserahkan terlebih dahulu kepada atasan yaitu *Social Media Specialist*, tidak sedikit hasil dari konten yang telah dibuat ditolak, hal ini dikarenakan penulis tidak sengaja mengekspos hal – hal dan proses yang bersifat rahasia Perusahaan. Sehingga masalah ini menghambat dalam pembuatan konten, kejadian ini juga dipengaruhi karena kurangnya arahan dari *Social Media Specialist* Perusahaan, seperti tidak sengaja menampilkan merek lain didalam video, menampilkan proses – proses yang bersifat internal Perusahaan, dan terdapat karyawan yang kurang lengkap memakai seragam yang terekam dalam video.

### **3.2.5 Kurangnya aktivitas dalam social media**

Selanjutnya penulis menemukan masalah yang terdapat pada *social media* Perusahaan yaitu pada *Instagram*, permasalahan yang ditemukan yaitu kurangnya konten keseharian seperti *Instagram story*, tim *content creator* Perusahaan kurang berfokus pada *Instagram story*, yang dimana *Instagram story* merupakan penanda bahwa akun *social media* Perusahaan aktif digunakan dan juga memberikan *brand image* yang baik terhadap audiens, dan juga kurangnya kreativitas akan konten pada *Instagram story*.

## **3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

Terkait dengan kendala dalam tugas yang diberikan selama menjalani kegiatan kerja magang pada PT Porter Rekayasa Unggul, penulis memberikan beberapa solusi untuk setiap kendala tersebut, sebagai berikut:

### **3.3.1 Solusi kualitas video yang kurang baik**

Penulis diberikan tugas untuk mengedit video yang telah diberikan oleh *content creator*. Ketika ingin mengedit, penulis menyadari bahwa terdapat beberapa kelemahan dalam video yang membuat kualitas dari video tersebut kurang baik. Maka dari itu, penulis memberikan instruksi atau arahan kepada *content creator* pada saat pengambilan video. Penulis memberikan pemahaman lebih tentang beberapa aspek penting yang dapat dilakukan saat pengambilan

video, baik sebelum maupun sesudah pengambilan video. Penulis juga memberikan contoh pengambilan gambar yang baik, dari sudut kamera yang pas, pencahayaan yang memadai, latar belakang yang sesuai, suasana yang sesuai, dan memberikan contoh bagaimana membuat suatu video menjadi menarik melalui pengeditan video.

### **3.3.2 Solusi kurangnya interaksi audiens**

Penulis diberikan tugas untuk mengunggah konten di sosial media *Instagram*. Pada saat penulis mengecek seluruh isi pesan ataupun komentar dari setiap postingan, penulis menyadari bahwa tidak adanya interaksi antara perusahaan kepada *audiens*. Ini mengakibatkan terjadinya minim informasi yang didapatkan oleh *audiens* tentang perusahaan, terutama tentang produk perusahaan, sehingga dapat merugikan pihak perusahaan. Selain itu, terdapat juga kurangnya interaksi terhadap setiap karyawan perusahaan, dimana setiap karyawan yang menandai akun perusahaan, tidak di *feed-back* oleh tim social media.

Penulis berinisiatif untuk membalas komentar para *audiens* ketika mengunggah video ke *instagram-feeds* maupun *instagram-reels*. Penulis juga memberikan saran kepada tim *social media* untuk merespon setiap komentar yang ada, baik melalui *instagram-reels* maupun *instagram-feeds*, dan setiap orang yang memposting dan menandai perusahaan, diberikan respon yang baik, sehingga dapat terlihat jelas bagaimana respon perusahaan terhadap para karyawan.

### **3.3.3 Solusi terhadap sulitnya proses *take content***

Penulis memberikan himbauan terhadap semua karyawan untuk mematuhi peraturan dan SOP dari perusahaan. Hal ini bukan hanya untuk perusahaan, tetapi untuk keselamatan para pekerjanya juga. Jika terjadi sesuatu di luar dugaan dan karyawan tidak mematuhi SOP yang ada dalam perusahaan, dikhawatirkan akan berdampak pada keselamatan karyawannya, karena SOP



pada perusahaan pastinya sudah diuji dan sudah disahkan untuk keselamatan para karyawannya.

Selain itu, Penulis juga mencoba untuk mencari waktu yang pas dalam *take content*. Hal ini penulis lakukan juga untuk menjaga *brand image* pada perusahaan tersebut dan tidak menghambat waktu pengerjaan untuk melakukan *take content*.

#### **3.3.4 Solusi terhadap hasil konten yang tidak sesuai dengan regulasi**

Pada permasalahan ini penulis memberikan Solusi berupa *meeting* yang diadakan seminggu sekali guna memberikan penulis *briefing* tentang regulasi – regulasi yang terdapat pada Perusahaan, penulis juga melakukan lebih banyak mengambil video konten dan cuplikan cuplikan yang berbeda beda yang bertujuan untuk menghindari kesalahan dan pelanggaran dalam regulasi pembuatan konten. Selain itu penulis juga bertanya lebih maximal tentang ada atau tidaknya pelanggaran dalam video yang telah dibuat.

#### **3.3.5 Solusi terhadap kurangnya aktivitas dalam social media**

Pada permasalahan ini penulis menemukan Solusi yaitu dengan memperpadat pembuatan konten, seperti jadwal posting konten yang konsisten, berbagai macam variasi konten, dan kualitas video konten yang berkualitas tinggi. Selain itu penulis juga menyebarluaskan konten yang telah dibuat melalui fitur *Hastag* yang relevan dalam social media, penulis juga melakukan interaksi dengan audiens yang membuat audiens merasa bahwa PT. Porter Rekayasa Unggul memiliki akun social media yang aktif.