

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Dalam melakukan kerja magang, saya menjadi *digital marketing intern* di PT Astra International - Honda Sales Promotion dibawah divisi *promotion* yang dipimpin oleh Michael Gerald. Divisi *digital marketing* memiliki tim yang beranggotakan 3 orang, mereka memiliki tugas untuk memastikan berjalannya promosi digital dengan baik, membuat artikel, membuat media planner, serta membuat ide - ide campaign yang menarik.

Selama proses kerja magang, saya selalu dilibatkan untuk mengikuti *meeting* yang membahas performa promosi digital pada perusahaan, mulai dari membahas performa iklan hingga menganalisis iklan dalam beberapa aspek.

Sejak awal melakukan aktivitas kerja magang di kantor, saya mendapatkan bimbingan langsung dari Kevin Septian Agustinus dan Kevin Nathanael yang merupakan supervisor bidang digital marketing. Selain membimbing, supervisor juga memberikan beberapa saran dan masukan terkait pekerjaan dan ide - ide untuk content planner.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Saat berlangsungnya kerja magang selama 3 bulan yang terhitung sejak 1 Februari hingga 30 April 2024, saya melakukan beberapa jenis pekerjaan mulai dari perencanaan ide konten sampai proses analisis, tetapi saya tidak turun langsung dalam pembuatan iklan melainkan hanya memberikan ide yang saya miliki. Aktivitas tersebut membutuhkan kemampuan dan pengetahuan dasar tentang *media planning & consumer journey* untuk membuat content planner dan event planner yang tepat.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama pelaksanaan kerja magang bidang digital marketing, berikut aktivitas yang saya lakukan:

Brainstorming	Melakukan pengenalan terhadap brand astra motor (Honda) untuk menambah pengetahuan dasar terhadap perusahaan tempat magang. Lalu, saya mempelajari beberapa tools digital marketing yang diperlukan untuk mengerjakan tugas yang diberikan supervisor seperti tools untuk mengecek performa website dan tools untuk melihat keywords. Saya juga ditugaskan untuk melakukan research terhadap konten yang sedang ramai di media sosial seperti tiktok dan instagram sebagai inspirasi konten untuk akun astra motor. Setelah itu, saya diajarkan beberapa istilah dalam digital marketing.
Pembuatan content planner	Setelah melakukan research terhadap konten yang sekiranya cocok untuk mengiklan, saya membuat content planner untuk menjadwalkan konten apa yang akan di posting dan waktu untuk memposting.
Pembuatan artikel	Mencari topik yang sedang ramai dibicarakan seputar motor honda, lalu menulis artikel untuk website.
Digital marketing analysis	Setelah memposting iklan, dalam sebulan 2-3 kali ada penarikan data untuk mencatat performa iklan, tugas saya adalah menganalisis leads, reach, dan

	awareness dari iklan yang telah diposting untuk 12 wilayah.
Report	Saya akan selalu melaporkan hasil kerja saya kepada supervisor dan atasan untuk melihat apakah sudah sesuai ataupun ada revisi yang harus saya lakukan. Selain itu, saya juga mengikuti meeting untuk menunjukkan hasil kerja saya.

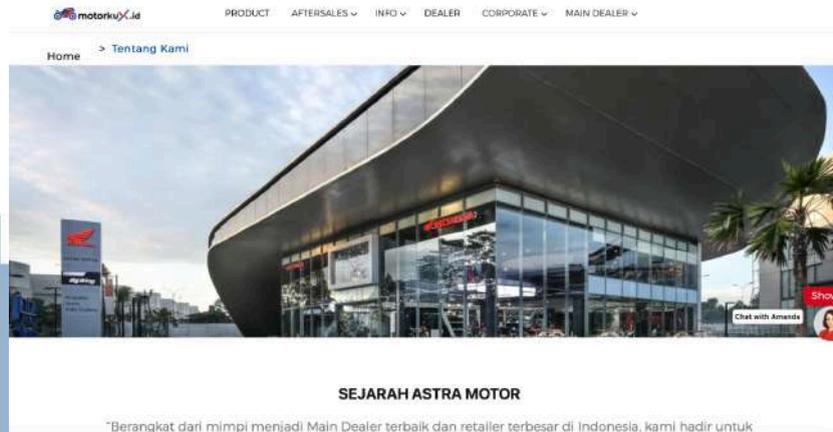
Saat berlangsungnya proses kerja magang selama 3 bulan, pekerjaan yang saya lakukan ada beberapa jenis mulai dari perencanaan hingga tahap evaluasi yang melibatkan beberapa pihak seperti digital marketing analyst, promotion sub dept, hingga marketing division head.

Berikut akan saya jelaskan lebih detail pekerjaan apa saja yang telah saya lakukan selama aktivitas kerja magang:

a. Brainstorming

Pada awal berlangsungnya aktivitas kerja magang, saya tidak langsung diberikan tugas atau pekerjaan, melainkan supervisor memberikan pengenalan tentang perusahaan astra motor. Pengenalan perusahaan tempat kerja magang memiliki banyak manfaat untuk saya karena dapat meningkatkan pengetahuan, berikut manfaatnya:

- Meningkatnya pengetahuan terhadap perusahaan: Memahami struktur, budaya, dan operasi perusahaan memberi saya pemahaman yang lebih baik tentang cara perusahaan beroperasi setiap hari. Memahami bagaimana setiap departemen berkontribusi terhadap tujuan perusahaan membantu saya memahami lebih baik bagaimana perusahaan beroperasi sehari-hari.



Gambar 3.1 Website Astra Motor

Sumber: motorkux.id

- Membantu proses adaptasi: Dengan mengetahui tentang perusahaan, saya dapat lebih cepat beradaptasi di tempat kerja baru. Saya dapat belajar bagaimana berbicara dengan atasan dengan sopan, memahami struktur organisasi, dan memahami prosedur internal.
- Mengetahui Budaya Perusahaan: Setiap perusahaan pasti memiliki budayanya sendiri. Dengan memahami budaya perusahaan saya, saya dapat lebih baik beradaptasi dan berinteraksi dengan rekan kerja.

Berikut merupakan nilai perusahaan astra motor:



Gambar 3.2 Nilai Perusahaan Astra Motor

Sumber: motorkux.id

Setelah pengenalan perusahaan melalui website, saya juga diajarkan beberapa tools dalam digital marketing untuk membantu pekerjaan saya sehari - hari, seperti tools untuk mengecek keywords, melihat headline, dan lainnya. Saya juga diajarkan istilah - istilah dalam digital marketing, seperti *cost per deal*, *cost per leads*, *deal rate*, hingga rumus untuk menghitungnya.

Cost per Leads

- Cost per leads adalah rata – rata biaya yang dikeluarkan di setiap iklan untuk mendapatkan pelanggan potensial.
- Cara menghitung cost per leads = $\text{amount spend} : \text{leads}$
- Contoh: budget yang dikeluarkan untuk mengiklan sebulan adalah Rp2.000.000 dan dengan budget tersebut, kita berhasil mendapat leads sebanyak 100 orang. Jadi CPL nya adalah $\text{Rp}2.000.000 : 100 = \text{Rp}20.000$.

Gambar 3.3 Cara menghitung *cost per leads*

Sumber: data perusahaan (2024)

Cost per Deal

- Cost per deal adalah rata – rata biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan 1 deal dalam satu campaign / iklan.
- Cara menghitung cost per deal = $\text{budget} : \text{deal}$

Gambar 3.4 Cara menghitung *cost per deal*

Sumber: data perusahaan (2024)

Deal Rate

- Deal rate adalah jumlah deal dibanding jumlah leads yang masuk
- Cara menghitung deal rate = $\text{leads} : \text{deal} \times 100\%$

Gambar 3.5 Cara menghitung *deal rate*
Sumber: data perusahaan (2024)

b. Pembuatan content planner

Dalam strategi pemasaran konten, proses pembuatan content planner sangat penting karena membantu mengatur, mengelola, dan melacak konten yang akan diproduksi dan dipublikasikan. Berikut merupakan hasil kerja saya dalam pembuatan content planner untuk mengiklan:

Februari								
Tanggal	Program	Pilar	Output	Konten	Caption	Status	Catatan	
9	Cara mendownload aplikasi Motorku X	Edukasi	Photo	Motorku X				Posting di Instagram
11	Cara mendownload aplikasi Motorku X	Edukasi	Video	Motorku X				Posting di TikTok
16	Cara mendownload aplikasi Motorku X	Edukasi	Photo	Motorku X				Posting di Twitter, Facebook
22	Mempertanyakan fitur yang disediakan aplikasi	Info	Video	Motorku X				Posting di TikTok
24	Mempertanyakan fitur yang disediakan aplikasi	Info	Photo	Motorku X				Posting di Instagram, Twitter, Facebook
25	Diskon / promo yang tersedia pada aplikasi	Info	Photo	Motorku X				Posting di Instagram, Twitter, Facebook
26	Diskon / promo yang tersedia pada aplikasi	Info	Video	Motorku X				Posting di TikTok

Gambar 3.6 Content planner bulan februari

Sumber: content planner yang saya buat berdasarkan riset konten di media sosial

Maret								
Tanggal	Program	Pilar	Output	Konten	Caption	Status	Catatan	
4	Edukasi cara memesan servis motor dengan jelas	Edukasi	Video	Motorku X				Posting di TikTok
6	Edukasi cara memesan servis motor dengan jelas	Edukasi	Video	Motorku X				Posting di Instagram, Twitter, Facebook
15	'a day in my life' pergi kerja naik motor dengan motor honda dan mempersiapkan berbagai katalog motor dapat dilihat di aplikasi motorku x	Promosi	Video	Motorku X				Posting di TikTok
20	Seberapa nyaman kamu menggunakan aplikasi Motorku X?	Interaksi	Photo	Motorku X				Posting di Twitter
23	Tips membuat pacar ga bosan nungguin oewaknya siap siap (promosi game yang ada di Motorku X)	Fun	Video	Motorku X				Posting di Instagram, TikTok
24	POV nyimak teman temen lo yang lagi omongin tipe tipe motor (contohnya 1 orang ini ganggrr! tipe motor honda, sachal di aplikasi ada listnya)	Fun	Video	Motorku X				Posting di Instagram, TikTok
29	Berita terupdate seputar otomotif yang dapat dibaca di aplikasi	Info	Photo	Motorku X				Posting di Facebook
31	Berikan feedback kamu untuk Motorku X agar aplikasi ini semakin baik	Interaksi	Photo	Motorku X				Posting di Instagram, Twitter, Facebook

Gambar 3.7 Content planner bulan maret

Sumber: content planner yang saya buat berdasarkan riset konten di media sosial

April							
Tanggal	Program	Platform	Output	Konten	Caption	Status	Catatan
1	Testimoni positif dari konsumen yang telah menggunakan	Text	Photo	Motorku X			Posting di Instagram, Twitter, Facebook
5	5 alasan kenapa setiap pengendara motor itu cinta	Fun	Video	Motorku X			Posting di TikTok
10	Top 5 hal yang bisa kamu lakukan di Motorku X	Info	Photo	Motorku X			Posting di Twitter
13	Tips mengendarai motor dengan aman dan mempromosikan helm yang dapat dibeli melalui aplikasi Motorku X.	Edukasi	Video	Motorku X			Posting di Instagram, Twitter, Facebook
15	Berlin aksesoris motoran sesuai instafans nama jucer	Fun	Video	Motorku X			Posting di TikTok
22	Mitos atau Fakta? aplikasi Motorku X mutlak digunakan	Interaktif	Photo	Motorku X			Posting di Instagram
24	Selfy Riding	Edukasi	Video	Motorku X			Posting di Instagram, TikTok
30	Beberapa nyaman kamu menggunakan aplikasi Motorku X ?	Interaktif	Photo	Motorku X			Posting di Instagram, Twitter, Facebook

Gambar 3.8 Content planner bulan februari

Sumber: content planner yang saya buat berdasarkan riset konten di media sosial

c. Pembuatan Artikel

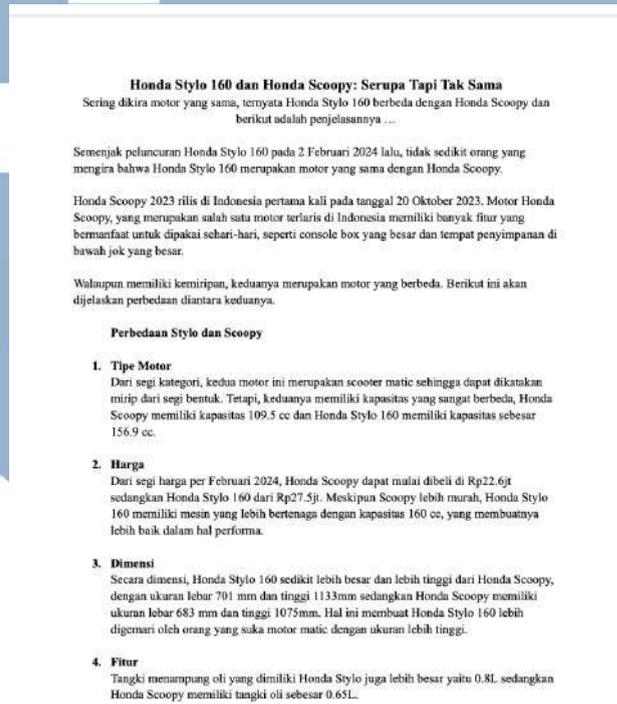
Membuat artikel dapat membantu berbagai tujuan dan memiliki banyak manfaat untuk produk dan perusahaan. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari membuat artikel:

1. Meningkatkan Visibilitas dan Pengetahuan Merek: Artikel, dengan memberikan informasi yang relevan dan berguna kepada audiens target, dapat membantu meningkatkan kesadaran merek atau produk. Tidak hanya itu, artikel dapat membuat situs web perusahaan menarik lebih banyak pengunjung.

2. Membangun Kredibilitas Keahlian: Dengan adanya artikel, hal ini dapat menunjukkan keahlian dan pengetahuan perusahaan dalam bidang tertentu dengan menulis artikel yang informatif dan berdasarkan penelitian. Ini akan membantu perusahaan membangun otoritas dan kredibilitas.

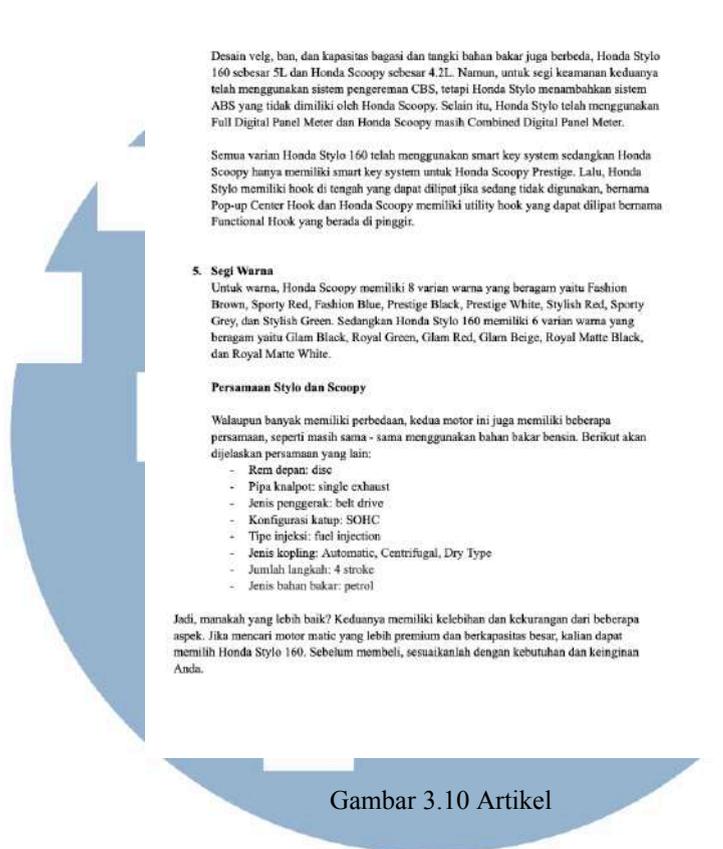
Selain itu, perusahaan dapat membangun Trust karena Publik memperoleh kepercayaan dari artikel berkualitas tinggi karena mereka melihat website perusahaan sebagai sumber informasi yang dapat diandalkan.

Dalam membuat artikel, saya harus mencari topik yang sedang ramai dibicarakan seputar motor honda, jika topik sudah di approve, pembuatan artikel baru berjalan untuk di posting di website resmi astra motor (motorkux.id). Berikut merupakan artikel yang saya tulis saat melaksanakan kerja magang di perusahaan Astra International - Honda Sales Operation:



UJWIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.9 Artikel



Gambar 3.10 Artikel

d. Digital Marketing Analysis

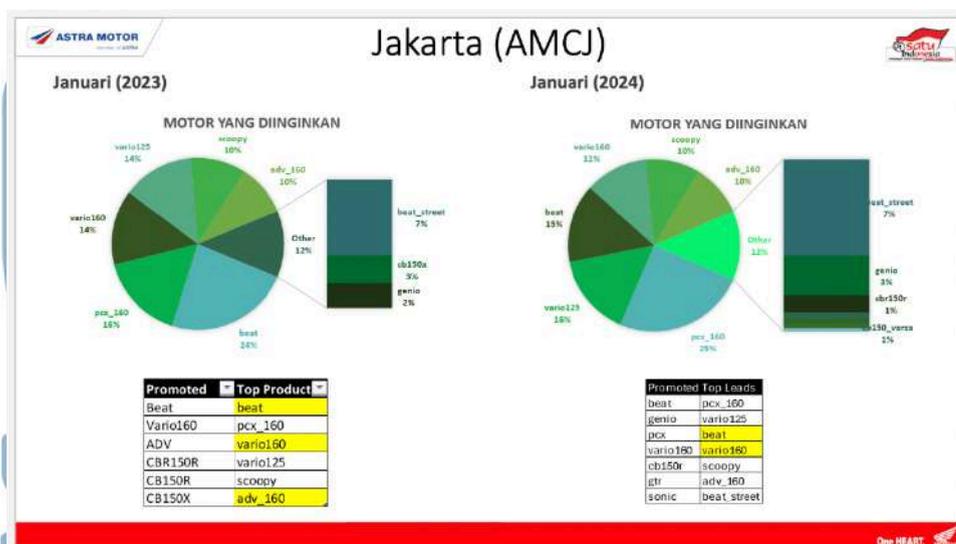
Saat ingin memposting iklan, perusahaan harus menyiapkan budget dan ide konten yang ingin dipromosikan, selebihnya konten akan dibuat oleh agency lain. Setelah memposting iklan, dalam sebulan 2-3 kali ada penarikan data untuk mencatat performa iklan, tugas saya adalah menganalisis leads, reach, dan awareness dari iklan yang telah diposting untuk 12 wilayah. Analisis pemasaran digital merupakan proses mengukur, mengelola, dan menganalisis kinerja pemasaran untuk memaksimalkan efektivitas upaya pemasaran digital (Kaushik, 2010).

Manfaat penarikan data untuk dibuat analisisnya adalah agar perusahaan dapat mengetahui mana iklan yang bagus dan tepat sasaran dan mana yang belum tepat sehingga kedepannya perusahaan dapat merevisi iklan agar tepat sasaran dan budget yang dikeluarkan tidak sia - sia, maka

dari itu analisis digital marketing memiliki peran yang sangat penting. Berikut akan saya lampirkan beberapa bukti saya dalam menganalisis iklan yang telah diposting:



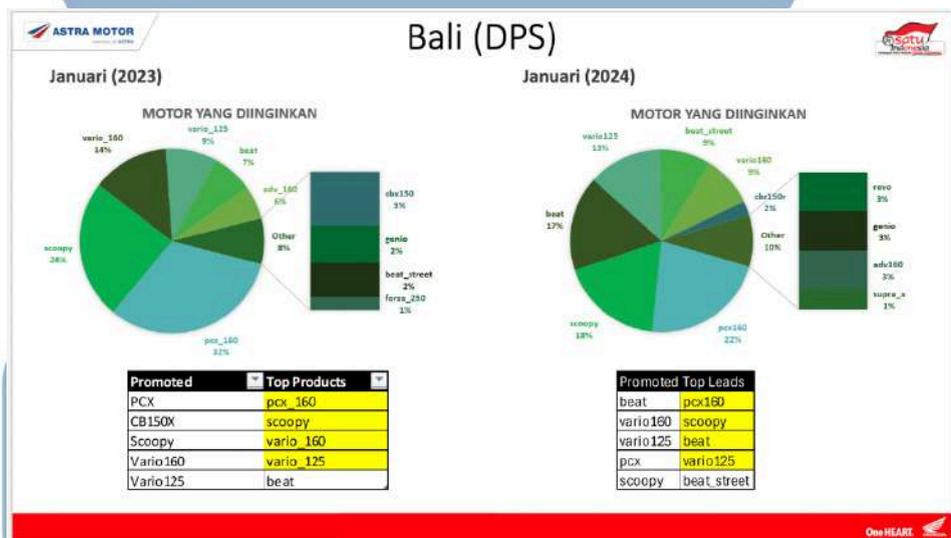
Gambar 3.11 Analisis digital marketing region Jakarta



Gambar 3.12 Analisis digital marketing region Jakarta



Gambar 3.13 Analisis digital marketing region Bali



Gambar 3.14 Analisis digital marketing region Bali

e. Report

Setelah selesai melakukan semua pekerjaan yang telah diberikan oleh atasan, saya akan selalu melakukan report terhadap pekerjaan yang telah saya kerjakan. Hal ini bertujuan untuk melihat apakah pekerjaan yang saya lakukan sudah sesuai atau pun ada revisi yang harus dikerjakan.

Selain itu, saya juga mengikuti meeting untuk menunjukkan hasil kerja saya, seperti melaporkan hasil analisis digital marketing yang telah saya buat.



Gambar 3.15 Mengikuti meeting report digital marketing analysis

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam melaksanakan tugas selama kerja magang, saya melakukan koordinasi dengan supervisor. Selain itu, saya juga banyak bertanya terhadap rekan yang lain karena kerja magang di bidang digital marketing merupakan pengalaman pertama saya.

Di sebuah perusahaan khususnya perusahaan besar, digital marketing sangat penting baik untuk perusahaan maupun untuk konsumen untuk meningkatkan brand awareness, keterlibatan, serta pendapatan. Digital marketing atau mengiklan secara digital memiliki beberapa tahapan analisis yang mengandung berbagai hal penting dari perencanaan hingga evaluasi iklan. Berikut akan saya jabarkan secara detail:

1. Setting Advertising Objectives

Hal pertama yang saya lakukan pada saat ingin mempublikasikan iklan adalah menentukan apa yang ingin dicapai dari kampanye iklan. Kategori dapat berupa informatif, persuasif, ataupun promosi tergantung dengan iklan yang ingin dipublikasikan.

Berikut merupakan plan konten yang telah saya buat dan susun berdasarkan ide konten serta kategori dari iklan, terdapat iklan yang saya buat berdasarkan beberapa kategori seperti edukasi, info, promosi, interaktif, fun, dan testimoni dari pelanggan:

Februari	
Program	Pilar
Cara mendownload aplikasi Motorku X	Edukasi
Cara mendownload aplikasi Motorku X	Edukasi
Cara mendownload aplikasi Motorku X	Edukasi
Memperkenalkan fitur yang disediakan aplikasi	Info
Memperkenalkan fitur yang disediakan aplikasi	Info
Diskon / promo yang tersedia pada aplikasi	Info
Diskon / promo yang tersedia pada aplikasi	Info
Maret	
Program	Pilar
Edukasi cara memesan servis motor dengan jelas	Edukasi
Edukasi cara memesan servis motor dengan jelas	Edukasi
'a day in my life' pergi kerja naik motor dengan motor honda dan mempromosikan berbagai katalog motor dapat dilihat di aplikasi motorku x	Promosi
Seberapa nyaman kamu menggunakan aplikasi Motorku X ?	Interaktif
Tips membuat pacar ga bosen nungguin ceweknya siap siap (promosin games yang ada di Motorku X)	Fun
POV nyimak temen temen lo yang lagi omongin tipe tipe motor (ceritanya 1 orang ini gangerti tipe motor honda, padahal di aplikasi ada listnya)	Fun
Berita terupdate seputar otomotif yang dapat dibaca di aplikasi	Info
Berikan feedback kamu untuk Motorku X agar aplikasi ini semakin baik	Interaktif
April	
Program	Pilar
Testimoni positif dari konsumen yang telah menggunakan	Testi
Foolish one: stop ngeluh servis motor itu ribet	Fun
Top 5: hal yang bisa kamu lakukan di Motorku X	Info
Tips mengendarai motor dengan aman dan mempromosikan helm yang dapat dibeli melalui aplikasi Motorku X	Edukasi
Belin aksesoris motoran sesuai inisial nama pacar	Fun
Mitos atau Fakta? aplikasi Motorku X mudah digunakan	Interaktif
Safety Riding	Edukasi
Seberapa nyaman kamu menggunakan aplikasi Motorku X ?	Interaktif

Gambar 3.16 Content plan serta kategori iklan

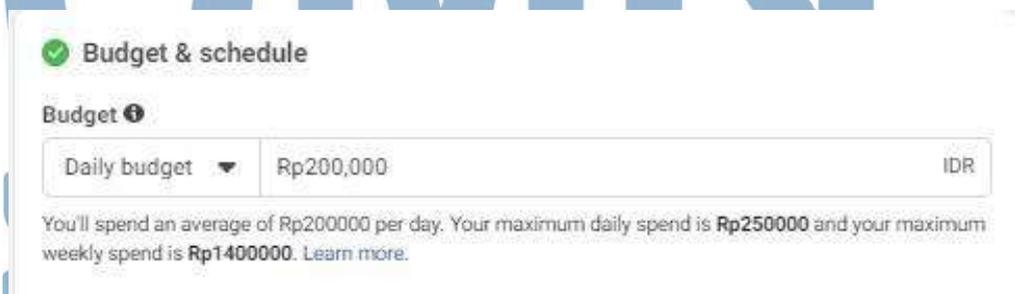
2. Setting the Advertising Budget

Tahap kedua yang saya lakukan setelah menentukan tujuan yang ingin dicapai adalah menetapkan budget untuk mengiklan. Budget iklan biasanya ditentukan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan untuk menghitung biaya yang terkait dengan perencanaan bisnis untuk jangka panjang agar budget dapat dipakai seefisien mungkin.

Berikut merupakan contoh budget yang saya atur untuk mempromosikan motor honda beserta contoh iklannya:



Gambar 3.17 Iklan yang di up bulan Mei
Sumber: adsmanager



Gambar 3.18 Setting budget di website ads manager facebook

Sumber: adsmanager

3. Message Decision

Tahap ketiga yang saya lakukan setelah mengatur budget adalah menentukan pesan yang akan ditulis untuk menjelaskan tujuan dari iklan. Dalam menulis pesan, isi pesan harus menarik, relevan, serta konsisten dengan merek.

Berikut merupakan pesan yang saya buat pada saat memposting iklan:



Gambar 3.19 Caption postingan facebook honda jagoanku

Sumber: facebook hondajagoanku

4. Media Decision

Tahap keempat yang saya lakukan menentukan pesan adalah memilih media yang cocok untuk mengiklan. Kegunaan dari memilih media yang paling efektif adalah untuk menjangkau target audiens yang dituju. Hal

yang harus dipikirkan saat memilih media adalah jangkauan, frekuensi, efek, dan biaya masing-masing media.

Berikut merupakan pemilihan media yang saya lakukan untuk memposting konten:

Program	Febuari	Catatan
Cara mendownload aplikasi Motorku X		Posting di Instagram
Cara mendownload aplikasi Motorku X		Posting di Tiktok
Cara mendownload aplikasi Motorku X		Posting di Twitter, Facebook
Memperkenalkan fitur yang disediakan aplikasi		Posting di Tiktok
Memperkenalkan fitur yang disediakan aplikasi		Posting di Instagram, Twitter, Facebook
Diakon / promo yang tersedia pada aplikasi		Posting di Instagram, Twitter, Facebook
Diakon / promo yang tersedia pada aplikasi		Posting di Tiktok
Program	Maret	Catatan
Edukasi cara memesan servis motor dengan jelas		Posting di Tiktok
Edukasi cara memesan servis motor dengan jelas		Posting di Instagram, Twitter, Facebook
'a day in my life' pergi kerja naik motor dengan honda dan mempromosikan berbagai katalog motor dapat dilihat di aplikasi motorku x		Posting di Tiktok
Seberapa nyaman kamu menggunakan aplikasi Motorku X ?		Posting di Twitter
Tipe membuat pacar ga bosan nungguin oeweknya siap siap (promosin games yang ada di Motorku X)		Posting di Instagram, Tiktok
POV nyimak temen temen lo yang lagi omongin tipe tipe motor (cantainya 1 orang ini gangerti tipe motor honda, padahal di aplikasi ada listnya)		Posting di Instagram, Tiktok
Berita terupdate seputar otomotif yang dapat dibaca di aplikasi		Posting di Facebook
Berikan feedback kamu untuk Motorku X agar aplikasi ini semakin baik		Posting di Instagram, Twitter, Facebook
Program	April	Catatan
Testimoni positif dari konsumen yang telah menggunakan		Posting di Instagram, Twitter, Facebook
Foolish one: stop ngeluh servis motor itu ribet		Posting di Tiktok
Top 5: Hai yang bisa kamu lakukan di Motorku X		Posting di Twitter
Tips mengendarai motor dengan aman dan mempromosikan helm yang dapat dibeli melalui aplikasi Motorku X		Posting di Instagram, Twitter, Facebook
Belilah aksesoris motoran sesuai inisial nama pacar		Posting di Tiktok
Mitos atau Fakta? aplikasi Motorku X mudah digunakan		Posting di Instagram
Safety Riding		Posting di Instagram, Tiktok
Seberapa nyaman kamu menggunakan aplikasi Motorku X ?		Posting di Instagram, Twitter, Facebook

Gambar 3.20 Ide konten serta platform mengupload

5. Advertising Campaign Execution

Tahap kelima setelah penentuan media adalah saya akan memposting iklan di . Setelah memposting, saya dapat melihat data yang tertera sehingga dapat sekaligus mengontrol iklan yang sedang berjalan.

Berikut akan saya lampirkan foto saat saya sedang melihat data iklan di website business.facebook yang sedang berjalan:

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

Off/On	Campaign	Cost per result	Budget	Amount spent	Ends	Impressions
<input type="checkbox"/>	Astra Honda Monthly - Traffic - LPV - FEB	— Per landing page view	Rp20,000,000 Lifetime	Rp13,678,621	29 Feb 2024	7,255,368
<input type="checkbox"/>	Leads Stylo 160	Rp9,861 Per on-Facebook lea...	Rp3,600,000 Lifetime	Rp2,445,477	29 Feb 2024	357,270
<input type="checkbox"/>	Reach Stylo 160	Rp695 Per 1,000 people rea...	Using ad set bud...	Rp910,264	Ongoing	1,475,651
<input type="checkbox"/>	MOTORKU X ADS - 1 MONTH- HO -feb24	Rp1,202 Per 1,000 people rea...	Using ad set bud...	Rp842,812	29 Feb 2024	911,024
<input type="checkbox"/>	Leads Fase 4-6 - MKS - Catalog '24	Rp12,478 Per on-Facebook lea...	Using ad set bud...	Rp5,140,804	29 Feb 2024	391,138

Gambar 3.21 Iklan yang sedang berjalan di bulan Februari

Sumber: business.facebook

Off/On	Campaign	Attr sett	Results	Reach	Frequency	Cost
<input type="checkbox"/>	Leads Stylo 160	7...	248 On-Facebook leads	161,548	2.21	Per 0.5
<input type="checkbox"/>	Reach Stylo 160	7...	1,308,941 Reach	1,308,941	1.13	Per 1.0
<input type="checkbox"/>	MOTORKU X ADS - 1 MONTH- HO -feb24	7...	701,009 Reach	701,009	1.30	Per 1.0
<input type="checkbox"/>	Leads Fase 4-6 - MKS - Catalog '24	7...	412 On-Facebook leads	149,545	2.62	Per on
<input type="checkbox"/>	FALCON ADS - 1 MONTH- HO -feb24	7...	708,347 Reach	708,347	1.33	Per 1.0
Results from 66 campaigns Excludes deleted items			—	3,543,118 Accounts Centre ac...	3.29 Per Accounts Centr...	

Gambar 3.22 Iklan yang sedang berjalan di bulan Februari

Sumber: business.facebook

6. Advertising Evaluation and Control

Tahap terakhir setelah eksekusi konten adalah mengevaluasi efektivitas iklan. Pengukuran iklan yang berjalan dengan baik dapat dilihat dari

berbagai macam faktor, seperti reach, impression, link click, dan leads yang didapatkan dari mengiklan.

Berikut akan saya lampirkan data yang telah saya buat berdasarkan hasil mengiklan dalam periode 1 bulan:

General										
Region	Reach	Impressions	Link Click	Leads	Impression / Reach	Click/ Reach	Leads/ Reach	Leads/ Click	Amount spent (IDR)	Cost per Lead
JHC	244.292	553.407	5.567	1.034	2,3	2%	0,42%	19%	12.000.000	11.605
SMG	539.640	859.107	6.953	722	1,6	1%	0,13%	10%	5.600.000	23.876
YGY	314.137	742.893	2.820	294	2,4	1%	0,09%	10%	9.540.000	64.733
PLB	200.861	704.899	3.998	340	3,5	2%	0,17%	9%	7.500.000	22.059
JYP	106.738	411.027	2.466	254	3,9	2%	0,24%	10%	3.600.000	14.173
MKS	729.233	2.759.873	11.279	565	3,8	2%	0,08%	5%	32.200.000	12.743
SMD	137.991	459.515	2.644	207	3,3	2%	0,15%	8%	5.895.420	28.480
MTR	92.105	334.284	2.538	244	3,6	3%	0,26%	10%	4.800.000	19.672
BPP	119.270	408.518	2.268	264	3,4	2%	0,22%	12%	3.600.000	13.636
BKL	36.340	101.624	538	30	2,8	1%	0,08%	6%	841.233	28.041
PTK	97.767	327.915	3.009	255	3,4	3%	0,26%	8%	3.150.000	12.353
DPS	60.178	174.252	957	189	2,9	2%	0,31%	20%	2.441.794	12.920
Total	2.678.552	7.837.314	45.037	4.398	2,9	2%	0,16%	10%	91.168.447	20.730

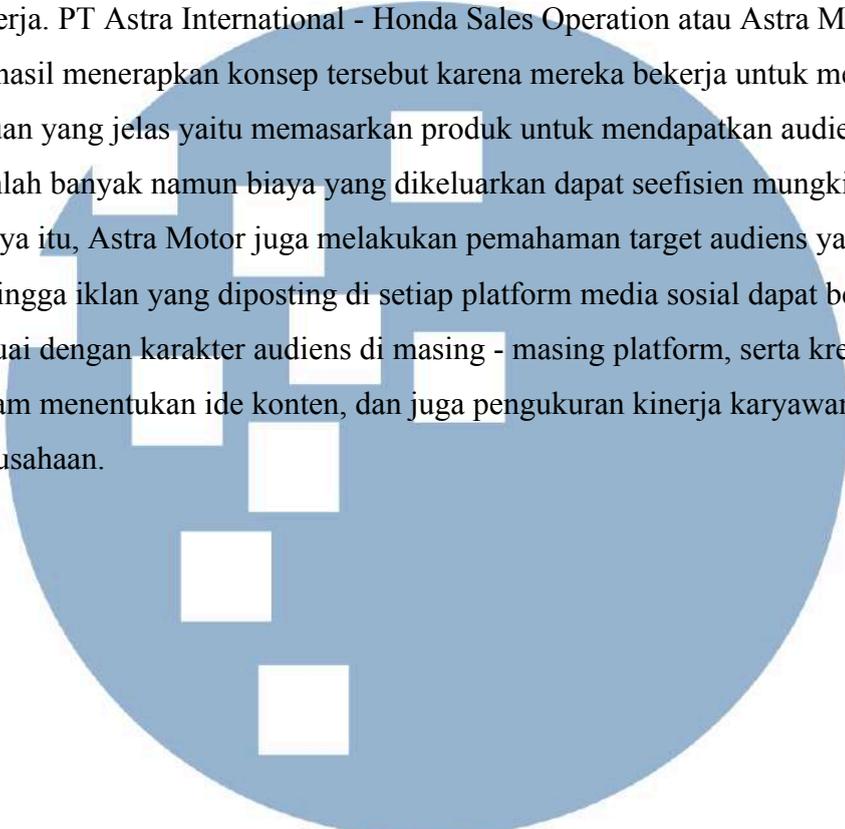
Gambar 3.23 Data mengiklan motor general di bulan Maret

Stylo										
Region	Reach	Impressions	Link Click	Leads	Impression / Reach	Click/ Reach	Leads/ Reach	Leads/ Click	Amount spent (IDR)	Cost per Lead
JHC	206.082	379.065	5.602	581	1,8	3%	0,28%	10%	5.408.729	9.309
SMG	73.774	126.922	1.582	114	1,7	2%	0,15%	7%	1.770.770	27.208
YGY	162.308	321.250	2.635	121	2,0	2%	0,07%	5%	4.799.974	39.669
PLB	160.935	275.928	1.631	46	1,7	1%	0,03%	3%	2.329.661	50.645
JYP	107.231	421.584	3.953	139	3,9	4%	0,13%	4%	3.587.200	25.807
MKS	75.394	155.613	2.016	105	2,1	3%	0,14%	5%	1.866.003	17.771
SMD	61.223	139.198	965	30	2,3	2%	0,05%	3%	1.815.115	60.504
MTR	59.102	128.794	1.523	56	2,2	3%	0,09%	4%	1.440.016	25.715
BPP	79.433	183.168	1.506	121	2,3	2%	0,15%	0,08	1.814.923	14.999
BKL	16.694	39.604	464	15	2,4	3%	0,09%	3%	342.842	22.856
PTK	51.509	135.401	1.538	78	2,6	3%	0,15%	5%	1.345.408	17.249
DPS	91.946	174.914	1.874	168	1,9	2%	0,18%	9%	1.806.748	10.754
Total	1.145.631	2.481.441	25.289	1.574	2,2	2%	0,14%	6%	28.327.389	17.997

Gambar 3.24 Data mengiklan motor stylo di bulan Maret

Pekerjaan yang telah saya lakukan selama aktivitas kerja magang di PT Astra International - Honda Sales Operation telah saya jabarkan secara lengkap beserta bukti pekerjaan yang telah saya lakukan. Selain itu, pekerjaan yang telah saya lakukan di kantor sesuai dengan konsep *Tahapan Analisis Iklan* menurut Kotler, P., & Keller, K. L. (2016) yang memiliki definisi melakukan analisis iklan yang komprehensif yang menekankan pentingnya

tujuan yang jelas, pemahaman target audience, kreativitas, dan pengukuran kinerja. PT Astra International - Honda Sales Operation atau Astra Motor berhasil menerapkan konsep tersebut karena mereka bekerja untuk mencapai tujuan yang jelas yaitu memasarkan produk untuk mendapatkan audiens dalam jumlah banyak namun biaya yang dikeluarkan dapat seefisien mungkin. Tidak hanya itu, Astra Motor juga melakukan pemahaman target audiens yang baik sehingga iklan yang diposting di setiap platform media sosial dapat berbeda sesuai dengan karakter audiens di masing - masing platform, serta kreativitas dalam menentukan ide konten, dan juga pengukuran kinerja karyawan dalam perusahaan.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2.3 Kendala Utama

Dalam proses kerja magang, saya memiliki kendala pada saat awal pelaksanaan aktivitas kerja magang seperti banyak istilah dalam digital marketing yang tidak saya ketahui, lalu saya juga belum pernah terjun langsung dalam dunia kerja sehingga sangat merasa kesulitan di awal karena belum memiliki pengalaman. Selain itu, pengetahuan saya terhadap produk yang dijual di perusahaan tidak terlalu dalam sehingga saya merasakan adanya kesulitan yang cukup membuat saya harus lebih giat untuk mempelajarinya.

3.2.4 Solusi

Dengan beberapa kendala yang saya miliki, saya juga membuat solusi yang membantu saya meringankan kendala saya. Pada saat aktivitas kerja magang, saya tidak malu untuk bertanya dan meminta bimbingan kepada supervisor. Supervisor di PT Astra International - Honda Sales Operation sangat membantu saya dalam melakukan pekerjaan, beliau mau menjawab dan mengajarkan saya dari awal hingga akhir sehingga kendala yang awalnya saya pikir berat menjadi teratasi, jadi selama aktivitas kerja magang saya hanya memiliki kendala di awal pada saat memulai, selebihnya semua berjalan dengan baik dan lancar.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA