

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Selama pelaksanaan program magang di Hotel Borobudur Jakarta, mahasiswa magang berkedudukan sebagai *Marketing Communication Intern* yang terintegrasi di dalam struktur divisi *Marketing Communication*. Dalam sistem kerja di *Marketing Communication*, mahasiswa magang tidak hanya berperan sebagai pelaksana teknis, melainkan sebagai *supporting communicator* yang membantu menjembatani alur informasi antara pihak hotel dengan pihak eksternal maupun koordinasi lintas departemen.

Sebagai *supporting communicator*, mahasiswa magang berfokus pada dua tugas utama dalam *Marketing Communication*, yaitu :

1. *Event Management* : Terlibat dalam perancangan konsep dan koordinasi dalam pelaksanaan acara untuk menciptakan pengalaman langsung bagi tamu.
2. *Public Relations* : Mendukung penyusunan pesan resmi perusahaan melalui *press release* dan membuat hubungan kolaborasi dengan pihak eksternal untuk memperkuat citra hotel sebagai institusi yang kredibel.

Program kerja magang *Marketing Communication* dipandu dan diarahkan oleh Jason Taruwara Uriah Pada, seorang Marketing Communication Officer di Hotel Borobudur Jakarta yang juga merupakan *supervisor* untuk mahasiswa magang. Dalam tahap ini mahasiswa magang langsung menerima sebuah arahan mengenai strategis terkait suatu pesan yang ingin ditunjukkan oleh perusahaan, mahasiswa magang juga bertanggung jawab dalam mengolah instruksi tersebut menjadi strategi komunikasi dalam berbagai bentuk seperti *press release*, memo ataupun *rundown event*.

Segala bentuk materi komunikasi yang telah disusun oleh mahasiswa magang akan melalui supervisi dan akan melalui persetujuan akhir dari *Director of Marketing Communication* yaitu Ibu Karina Eva Poetry. Hal ini bertujuan untuk

memastikan setiap pesan yang dipublikasikan memenuhi standar kualitas Hotel Bintang lima yang menjadi visi utama hotel.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Selama proses pelaksanaan praktek kerja magang enam bulan di Hotel Borobudur Jakarta, tugas yang diberikan terkait dengan Marketing Communication perhotelan yang dikelola oleh Hotel Borobudur Jakarta. Berikut tugas-tugas yang dilakukan penulis selama magang di Hotel Borobudur Jakarta.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Marketing Communication* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

| Tugas Utama | Uraian Pekerjaan | Keterangan |
|-------------------------|---|---|
| <i>Event Management</i> | Perencanaan dan Konsep | <ul style="list-style-type: none"> • Menyusun <i>rundown event</i> • Membuat memo • Melakukan rapat <i>internal</i> • Mengurus tenant |
| | Pelaksanaan dan koordinasi | <ul style="list-style-type: none"> • Menjadi panitia <i>event</i> selama <i>event</i> berlangsung |
| <i>Public Relation</i> | Membuat <i>press release</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Menyusun <i>press release</i> yang sudah ditentukan tema nya oleh supervisor |
| | Membuat memo untuk melakukan kolaborasi dengan pihak <i>eksternal</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Penulisan memo untuk mengusulkan kerjasama dengan perusahaan lain, yang bertujuan untuk meningkatkan promosi hotel. |
| | <i>Approval Form</i> kepada pihak user | <ul style="list-style-type: none"> • Membantu untuk menjalankan <i>approval form</i> tersebut untuk sampai kepada <i>user</i>, untuk ditandatangani apakah <i>design</i> tersebut sudah sesuai atau belum. |

| | | |
|--|---|---|
| | Membuat memo untuk <i>purchase material</i> | <ul style="list-style-type: none"> • Penulis membuat atau menjalankan PR maupun memo untuk diberikan kepada bagian purchasing. Seperti pembelian barang untuk <i>decoration, purchase material for art shop, booking vendor</i>, dan proses pemesanan lainnya. |
|--|---|---|

Tabel 3.1 Tugas Utama Marketing Communication

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Selama bekerja di dalam Hotel Borobudur Jakarta, penulis bekerja di dua bidang yaitu event management dan public relation. Dalam bidang event management, tugas yang dilakukan penulis melalui tahapan perencanaan dan konsep, di mana penulis berperan dalam menyusun rundown event, membuat memo, serta melakukan rapat internal sebagai bentuk koordinasi awal. Selain itu, penulis juga terlibat dalam pelaksanaan dan koordinasi event, termasuk menjadi bagian menjadi panitia event selama kegiatan berlangsung sehingga memastikan jalannya event sesuai dengan rencana yang telah disusun.

Dalam bidang *public relation*, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan *press release* berdasarkan tema yang telah ditentukan oleh *supervisor*. Selain itu, penulis juga melakukan penyusunan memo untuk kolaborasi dengan pihak *eksternal*, yang bertujuan mengusulkan kerjasama dengan perusahaan lain guna meningkatkan promosi hotel. Penulis juga menjalankan *approval form* kepada pihak user, yaitu membantu memastikan rancangan desain yang dibuat telah mendapatkan persetujuan melalui penandatanganan, selain itu penulis juga berperan dalam pembuatan memo untuk *purchase material*, baik untuk kebutuhan internal maupun eksternal, seperti pembelian untuk perlengkapan dekorasi, material untuk *art shop, booking vendor*, serta berbagai kebutuhan pemesanan lainnya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

| Tugas Utama | Uraian Pekerjaan | July | | Aug | | | | Sept | | | | Oct | | | | Nov | | | | Dec | | | |
|------------------|--|------|---|-----|---|---|---|------|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|---|-----|---|---|---|
| | | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Event Management | Perencanaan dan Konsep | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Pelaksanaan dan koordinasi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Public Relation | Membuat press release | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Membuat memo untuk melakukan kolaborasi dengan pihak eksternal | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Approval form kepada pihak user | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | Membuat memo untuk purchase material | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Gambar 3. 1 Tabel Timeline Untuk Uraian Pekerjaan

Sumber : Dokumentasi Penulis (2025)

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah tugas yang dijalankan oleh tim *Marketing Communication* di Hotel Borobudur Jakarta selama masa magang. Pada awalnya, penulis diminta untuk mengikuti alur kerja *Marketing Communication*. Dengan melakukan proses *onboarding* yang efektif dapat membantu karyawan baru menyesuaikan diri dengan suasana kerja yang baru dan merasa lebih nyaman saat melaksanakan pekerjaan. Perusahaan dapat membantu karyawan baru beradaptasi dengan lingkungan kantor yang baru dan merasa nyaman dalam bekerja. Hal ini dapat meningkatkan produktivitas staf dan membantu untuk mencapai tujuan bisnis. (Faiz Irsyad Prasetyo, 2023). Setelah itu, penulis akan memulai tugas utama mereka sebagai bagian dari tim *Marketing Communication* di Hotel Borobudur Jakarta.

| Event | Rangkaian event | Tanggal Dilaksanakan |
|--------------------|--|----------------------|
| Discover Nusantara | Acara pembukaan Discover Nusantara | 6 August |
| | Festival <u>Pesona</u> Gorontalo Betawi | 10 August |
| | <u>Upacara hari kemerdekaan</u> & Pawai <u>reog ponogoro</u> | 12 August |
| | Festival Tumpeng Nusantara | 17 August |
| | Festival Sulawesi Barat | 23 August |
| | Festival Soto Nusantara | 31 August |

Gambar 3.2 Discover Nusantara

Sumber : Dokumentasi penulis (2025)

| Event | Rangkaian event | Tanggal Dilaksanakan |
|-------------------------------|--|----------------------|
| Discover the natural treasure | Acara penutupan dan Pameran seni | 9 September |
| | Bedah Gunung Indonesia bersama Federasi Mountaineering Indonesia (FMI) | 10 September |
| | Healthy talkshow bersama wanita indonesia tanpa tembakau (WITT) | |
| | Borobudur open tennis championship | 9-14 September |
| | Kupu-kupu & flora : Eksplorasi seni botani dan kupu-kupu di sekitar kita | 14 September |
| | Cannature : Pendataan satwa liar bersama biodiversity warriors kebatu | 24 September |
| | Yoga festival : inner harmony express | 27 September |
| | Botanical art workshops bersama indonesian society of botanical artists | |
| | Travel mart (buyer meets seller) bersama asosiasi pemandu gunung indonesia | 30 September |

Gambar 3. 2 Discover the natural treasure

Sumber : dokumentasi penulis (2025)

| Event | Rangkaian event | Tanggal Dilaksanakan |
|------------------------|--|----------------------|
| Discover Art & Culture | Acara penutupan program art & culture | 6 Oktober |
| | Pameran seni kaligrafi dan lukisan cina (Universitas Negeri Jakarta) | 10 - 20 Oktober |
| | Explorans 2025 : Le Carnaval Des Reves Seminar Bahasa Prancis (Universitas Negeri Jakarta) | 11 Oktober |
| | Cake Picnic story | 12 Oktober |
| | Petak 99 | 20 Oktober |
| | Opening Melaka Food | 23 Oktober |
| | Seminar & festival melayu (Dunia melayu dunia islam) | 24 Oktober |

Gambar 3. 3 Discover Art & Culture

Sumber : dokumentasi penulis (2025)

| Event | Rangkaian event | Tanggal Dilaksanakan |
|--------------------------------------|---|----------------------|
| Indramayu Manggo festival | Opening Indramayu mango festival | 6 November |

Gambar 3. 4 Indramayu Manggo Festival

Sumber : Olahan Penulis (2025)

| Event | Rangkaian event | Tanggal Dilaksanakan |
|-----------------|--------------------|----------------------|
| Festive seasons | Christmas Lighting | 29 November |

Gambar 3. 5 Festive Seasons

Sumber : dokumentasi penulis (2025)

Hotel Borobudur Jakarta setiap bulannya menghadirkan rangkaian *event* dengan tema yang berbeda, dan tiap tema akan dirancang untuk membuat suatu pesan yang bermakna bagi para calon tamu. Salah satunya adalah *The Natural Treasure*, sebuah konsep *event* yang mengangkat keindahan alam Indonesia sekaligus menekankan pentingnya menjaga dan merawat lingkungan dengan baik.

Setiap *event* yang akan dilaksanakan pasti memiliki tema dan kebutuhan yang berbeda-beda, namun alur pengerjaan dalam bidang *event management* di divisi Marketing Communication tetap mengikuti pola yang sama. Mulai dari proses tahap perencanaan dan konsep hingga menjadi pelaksanaan dan koordinasi.

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *event management* dalam aktivitas kerja Marketing Communication magang adalah sebagai berikut:

A. Perencanaan dan Konsep

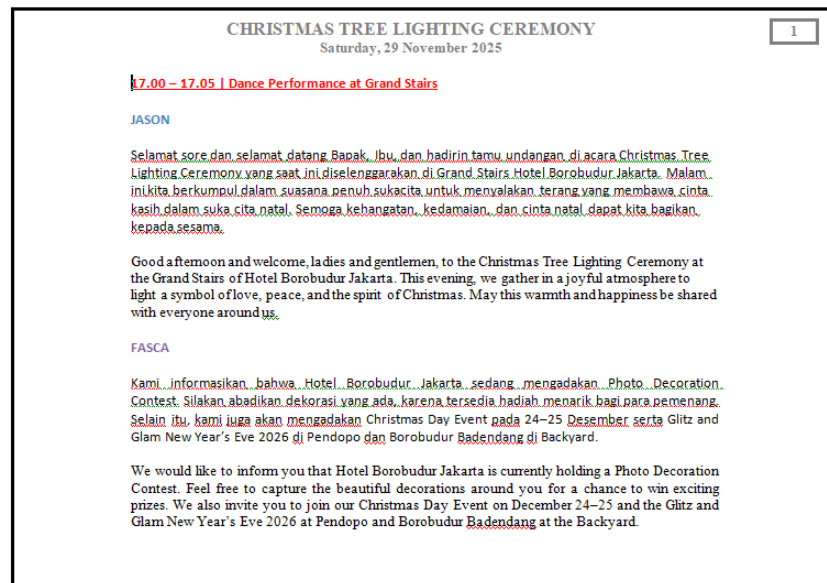


Gambar 3. 6 Internal Meeting

Sumber : dokumentasi penulis (2025)

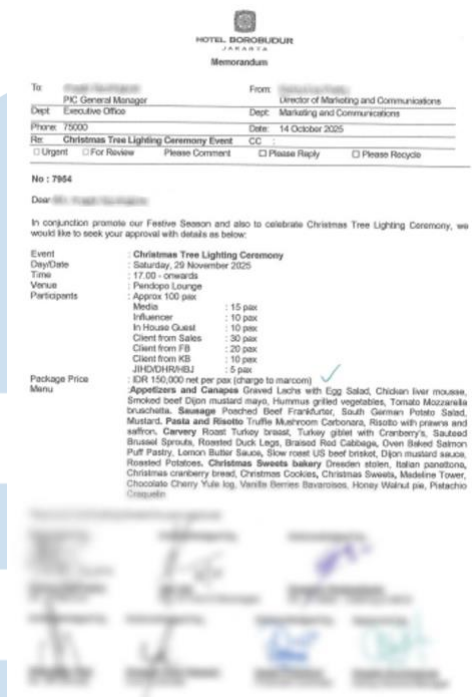
Konsep pertama dalam *event management* yang penulis terapkan berfokus pada perencanaan *event* secara menyeluruh, mulai dari mengikuti kegiatan rapat internal (Gambar 3.7) untuk berdiskusi terkait penentuan tema dan pesan utama, biasanya penulis dalam rapat internal selain mengikuti berdiskusi.

Penulis juga bertugas dalam pembuatan Minutes of meetings (MoM) yang akan dikirim ke group chat *Marketing Communication*, sehingga itu menjadi sebuah catatan reminder untuk seluruh tim *Marketing Communication*.



Gambar 3. 7 Rundown
Sumber : dokumentasi penulis (2025)

Setelah itu akan membantu dalam tahap perencanaan *event*, mulai dari menyusun rundown *event* ataupun mc cue card (Gambar 3.9), menyusun memo untuk keperluan *event* terkait keperluan *event* baik itu dalam keperluan untuk menyediakan makanan ataupun minuman, pembelian barang (Gambar 3.10), bukan hanya itu penulis dalam tahap perencanaan *event* juga membantu dalam pemesanan ruangan untuk tamu performance yang akan tampil di *event* yang akan dijalankan.



Gambar 3. 8 Memorandum

Sumber : dokumentasi penulis (2025)

Selain itu, penulis juga bertugas untuk membantu pengurusan tenant, di hotel borobudur jakarta di lobby nya memiliki sebuah tenant, tenant tersebut biasanya penjualan dalam jenis produknya akan mengikuti *event* yang akan diselenggarakan, salah satunya saat *event* discover nusantara, tenant-tenant berasal dari umkm yang memiliki produk khas dari macam-macam negara Indonesia, baik itu dari pulau sumatera, kalimantan ataupun sulawesi, dan banyak lagi. Penulis terlibat dalam mengikuti technical meeting dengan para pemilik tenant, setelah itu penulis juga harus mengecek peletakan produk oleh tenant apakah sesuai dengan peraturan atau tidak, jika tidak, penulis berhak menegur penjual untuk merapkannya lagi. Selain itu, penulis juga harus mengumpulkan tanda tangan para penjual untuk menulis surat pernyataan.

Melalui keterlibatan dalam tahap perencanaan dan konsep, mahasiswa magang menyadari bahwa setiap detail teknis seperti penentuan tema dalam rapat internal hingga mengurus produk tenant dengan upaya untuk menciptakan *brand experience* yang konsisten bagi tamu, Sebagai contoh, pengurusan tenant UMKM pada acara *Discover Nusantara* bukan sekadar aktivitas operasional, melainkan cara hotel

memunculkan *brand identity* sebagai hotel yang mau menunjukkan tinggi budaya Indonesia menjadi pengalaman nyata yang dapat dirasakan langsung oleh tamu. Selain itu, pemilihan *event* tematik yang berganti setiap bulannya seperti Discover Nusantara ke The Natural Treasure secara strategis berfungsi untuk menjaga peningkatan *brand awareness* tamu agar tetap meningkat tinggi dan mencegah ketertarikan tamu di tengah persaingan hotel bintang lima yang ketat di Jakarta

B. Pelaksanaan dan Koordinasi

Tahap kedua dalam rangkaian kegiatan ini adalah pelaksanaan langsung di lapangan, di mana mahasiswa magang terjun sebagai bagian dari tim panitia untuk memastikan seluruh rangkaian acara berjalan lancar sesuai rencana awal yang sudah disusun bersama tim *Marketing Communication*. Salah satu tanggung jawab utama yang diberikan kepada mahasiswa magang adalah mengelola bagian registrasi tamu, terutama untuk acara-acara eksklusif yang sifatnya *invitation only*. Tugas ini menjadi sangat penting karena meja pendaftaran merupakan titik pertama di mana tamu undangan berinteraksi langsung dengan pihak hotel, sehingga mahasiswa magang harus memastikan setiap tamu merasa disambut dengan baik sesuai protokol perusahaan.

Melalui tugas tersebut, mahasiswa magang merefleksikan perannya sebagai *supporting communicator* yang memberikan suatu informasi agar tidak terjadi miskomunikasi dengan para tamu. Secara strategis, proses registrasi yang rapi dan profesional ini berfungsi untuk menjaga kesan eksklusif hotel yang sejalan dengan visi Hotel Borobudur Jakarta sebagai institusi “*five-star with diamond*”. Dengan memberikan pelayanan yang ramah sejak awal acara, mahasiswa magang turut berkontribusi dalam menciptakan *brand experience* atau pengalaman merek yang berkesan bagi tamu, sekaligus membantu mewujudkan misi hotel dalam memberikan pelayanan yang melampaui ekspektasi mereka.

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Public Relation* dalam aktivitas kerja *Marketing Communication* magang adalah sebagai berikut:

A. Membuat Press Release

Dalam bidang *Public Relations*, fokus utama mahasiswa magang adalah menyusun *press release* sebagai sebuah strategi komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Aktivitas ini termasuk hal penting dalam menjaga hubungan baik dengan media serta memastikan setiap pencapaian hotel tersampaikan secara efektif. Proses pengerjaannya dimulai dari menentukan topik yang menarik hingga menyusun kerangka berita yang lengkap dengan unsur 5W+1H. Setelah draf selesai, mahasiswa magang melakukan revisi bersama *supervisor* yaitu Jason Taruwara Uriah Pada sebelum akhirnya meminta persetujuan akhir dari *Directur Marketing Communication* untuk didistribusikan ke media lokal maupun internasional. Beberapa siaran pers yang berhasil disusun meliputi pengumuman kemenangan ESG Now Award 2025, promosi kuliner Melaka Food dan Indramayu Mango Festival, hingga pembukaan outlet baru Sop Buntut Legendaris di Sentul.



Gambar 3. 9 Press Release

Sumber : dokumentasi penulis (2025)

Penyusunan press release ini bukan hanya sekadar tugas menulis berita, melainkan sebuah upaya untuk membangun *brand narrative* yang kuat bagi hotel. Sebagai contoh, melalui rilis berita tentang kemenangan ESG Now Award 2025, mahasiswa magang membantu memperkuat citra bahwa Hotel Borobudur Jakarta adalah hotel yang *modern* dan peduli pada isu keberlanjutan lingkungan, bukan

hanya sekadar hotel bersejarah. Efektivitas dari strategi komunikasi ini dapat dilihat secara nyata dari luasnya publikasi yang dihasilkan, seperti pembuatan berita mengenai *Melaka Food Promotion* di media massa Koran Jakarta (Gambar 3.11). Hal ini membuktikan bahwa pesan yang dikelola oleh mahasiswa magang berhasil meningkatkan *brand awareness* hotel secara efektif.

B. Membuat memo

Memorandum

| | |
|--|--|
| To: Acting General Manager | From: Director of Marketing Communications |
| Dept: Executive Office | Dept: Marketing Communications |
| Phone: 75000 | Date: 25 November 2025 |
| Re: Influencer Collaboration December 2025 | CC: F&B, Sales, Finance Controller |

☐ Urgent ☐ For Review ☐ Please Comment ☐ Please Reply ☐ Please Recycle

No: 8018

In conjunction with promoting Hotel activities in December 2025, kindly be informed that we will invite influencers to boost the branding on social media. With this memo, we would like to ask your approval with details as following below:

| Name of Influencers | In/Out | Complimentary Details | Scope Of Work |
|---|---|---|---|
| Rianti Gattinright IG: @Rianti Followers : 1.3M | Check in 12 December Check Out 14 December | - 302N Stay at Newly Deluxe Suite Room (including Breakfast for 2 pax) - 1x Lunch/Dinner at Teratai Chinese Restaurant (1,000,000/dine) - 1x Lunch/Dinner at Miyama Japanese Restaurant (1,200,000/dine) - Free access to gym, swimming pool, tennis court and all other public facilities | - 1 Reels Hotel Review - 1 Reels Restaurant Review - Mimong 30 Reels IG/TikTok - Unlimited IG Stories - Photo licenses Total value received: IDR 45,851,020 |
| | | Total value given: IDR 9,940,000 | |

Further detail and values of each influencers also attached. Thank you and looking forward to your approval.

For Instagram Post and stories by @Rianti, it is worth

\$2,756-\$4,134

Gambar 3. 10 Memorandum Collaboration with external

Sumber : dokumentasi penulis (2025)

Mahasiswa magang juga bertanggung jawab menyusun memo kerja sama dengan pihak eksternal yang bertujuan untuk memperluas jangkauan promosi Hotel Borobudur Jakarta,. Memo ini mencakup berbagai bentuk kesepakatan, baik yang bersifat barter maupun non-barter, di mana barter biasanya melibatkan pertukaran layanan atau produk yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Salah satu contoh nyata yang dikelola oleh mahasiswa magang adalah proses kolaborasi barter dengan influencer Rianti dalam kerja sama ini, pihak influencer memproduksi video ulasan mengenai fasilitas hotel dan restoran untuk diunggah di media sosialnya,

Secara komunikasi, penyusunan memo kolaborasi ini merupakan langkah untuk meningkatkan *brand awareness* hotel melalui saluran digital personal. Dengan mengelola kerja sama bersama influencer seperti yang memiliki 1,3 juta pengikut, mahasiswa magang berperan sebagai *super communicator* yang membantu hotel menjangkau audiens baru yang sangat potensial. Efektivitas dari aktivitas ini terlihat pada peningkatan visibilitas merek di media sosial, yang sangat krusial mengingat jumlah pengguna internet di Indonesia saat ini mencapai 212 juta jiwa. Hal ini membuktikan bahwa strategi yang disusun oleh mahasiswa magang bukan sekadar urusan administratif, melainkan instrumen promosi yang efisien dalam memperkuat citra hotel di era digital.

is untuk meningkatkan *brand awareness* hotel melalui saluran digital personal, Dengan mengelola kerja sama bersama influencer seperti memiliki 1,3 juta pengikut, mahasiswa magang berperan sebagai *supervisor* yang membantu hotel menjangkau audiens baru yang sangat efektifitas dari aktivitas ini terlihat pada peningkatan visibilitas media sosial, yang sangat krusial mengingat jumlah pengguna internet saat ini mencapai 212 juta jiwa. Hal ini membuktikan bahwa yang disusun oleh mahasiswa magang bukan sekadar urusan administrasi instrumen promosi yang efisien dalam memperkuat citra hotel digital dengan industri perhotelan digital

Approval Form

Sumber : dokumentasi penulis (2025)

Sumber : dokumentasi penulis (2025)

produk ataupun layanan dari Hotel Borobudur Jakarta. *Approval* diberikan formulir persetujuan desain yang diajukan oleh departemen lain *Marketing Communication*. Proses ini diawali dengan penerimaan *Order* oleh tim desain setelah mendapatkan persetujuan dari *Marketing Communication*. Setelah tim desainer menyelesaikan draf visual

permintaan, mahasiswa magang bertugas membawa formulir tersebut kepada pihak *user* untuk memastikan apakah hasil desain sudah sesuai atau memerlukan revisi. Jika desain telah disetujui oleh *user*, mahasiswa magang kemudian menyerahkannya kepada *General Manager* untuk mendapatkan tanda tangan final sebagai bentuk pengesahan resmi (Gambar 3.13).

Secara analisis komunikasi, pengelolaan *approval form* ini merupakan bagian penting dalam menjaga konsistensi *brand identity* hotel agar tetap sama di setiap departemen. Dengan bertindak sebagai perantara dalam proses koordinasi ini, mahasiswa magang berperan aktif dalam meminimalkan potensi miskomunikasi antara tim kreatif dan departemen pemesan, yang merupakan salah satu kendala yang sering ditemui di lapangan.

D. Pembuatan Purchase Material

Gambar 3. 12 *Purchase Request*

Sumber : dokumentasi penulis (2025)

Mahasiswa magang juga bertugas dalam pengurusan dalam menjalankan *purchase request* maupun memo untuk diberikan kepada department *purchasing*. Seperti pembelian barang untuk keperluan dekorasi Hotel Borobudur Jakarta, *booking vendor*, dan proses pemesanan lainnya.

3.3 Kendala Utama

Selama melakukan praktek kerja magang, penulis menghadapi beberapa kendala konseptual, antara lain sebagai berikut:

1. Adanya miskordinasi antara tim *Marketing Communication* dengan departemen lain terkait suatu hal.
2. Penulis sering menghadapi kendala teknis terhadap komputer yang dipakai, karena seringnya mengalami *lag* atau *freeze*. Masalah ini sangat mengganggu penulis dalam mengerjakan suatu pekerjaan.

3.2.3 Solusi

Dari kendala diatas, Solusi yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Untuk menyamakan persepsi, mahasiswa magang lebih rajin bertanya dan mengonfirmasi ulang setiap arahan agar hasil kerja sesuai dengan keinginan semua pihak
2. Untuk mengatasi hal ini, penulis berharap Hotel Borobudur Jakarta mau mengganti perangkat untuk meningkatkan proses kelancaran.

