

**LAPORAN HASIL MAGANG
CV. GONTOR AUTO SERVICE PERSADA PONOROGO
KABUPATEN PONOROGO**



DISUSUN OLEH :

BRAMARA FATIHRADYA PAKERTI

422021522015

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS HUMANIORA

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR

PONOROGO

1446 H / 2024 M

LEMBAR PENGESAHAN

 <p>UIN Ar-Raniry UNIVERSITAS ISLAM Negeri Ar-Raniry</p>	<p>Faculty of Humanities كلية العلوم الإنسانية</p>
TERMIN PENGESAHAN	
ILMU AL-QUR'AN	: Deanship of the Quranic Studies
MI	: Islamic Education
TEKNOLOGI	: Education Informatics
P. ILMU KESEHATAN	: Health Science
KEPENDIDIKAN	: Education Science
MANAJEMEN	: Management Science

<p>Head of Faculty</p>  <p><u>Head of Faculty</u> NY 1844</p>	<p>Dean</p>  <p><u>Dean</u> NY 1844</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>UIN Ar-Raniry UNIVERSITAS ISLAM Negeri Ar-Raniry</p>  <p><u>Head of Faculty</u> NY 1844</p>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, serta rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan kegiatan magang yang telah dilaksanakan selama 40 hari di CV Pondok Unit Bisnis. Gontor Auto Service Persada Ponorogo, Kab. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam, keluarganya, beserta para sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman. Laporan magang ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Darussalam Gontor, Al-Ustadz Prof. Dr. KH Hamid Fahmi Zarkasvi, M.A.Ed., M.Phil.
2. Dekan Fakultas Humaniora, Al-Ustadz Dr. Mohamad Latief, M.A.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Al-Ustadz Bambang Setyo Utomo, M.I. Kom.
4. Kepala dan Wakil Manager Unit Usaha CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo, Al Ustadz Syaifullah Muhidin, S. Ag dan Al Ustadz Risal Maulana, S. I. Kom.
5. Al-Ustadz Maulana Ashari, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Lapangan selama proses kegiatan magang ini.
6. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Darussalam Gontor yang telah berperan dalam kegiatan magang, baik secara langsung di lapangan maupun tidak langsung.
7. Sahabat dan Teman-teman saya semua yang berbahagia.

Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi semua pihak. Terima kasih atas segala dukungan dan bimbingan yang telah diberikan.

Ponorogo, 20 Juli 2024

Penyusun

Bramara Fatihradya Pakerti

NIM.422021522015

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Tujuan Kegiatan	4
1.3. Manfaat Kegiatan	4
1.1.1. 1.3.1 Manfaat Teoritis	4
1.1.2. 1.3.2. Manfaat Praktis	5
BAB II DESKRIPSI HASIL KEGIATAN.....	6
2.1 Gambaran Umum Tempat Magang.....	6
2.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Ponorogo	6
2.1.2 Gambaran Umum CV. Gontor Auto Service Kabupaten Ponorogo	6
2.2. Hasil Kegiatan.....	18
2.2.1 Orientasi Pembukaan dan Kumpul koordinasi di Gontor Auto Service	21
2.2.2 Pembuatan Jobdesk Publikasi Konten	23
2.2.3 Pembuatan Linktree untuk media <i>Instagram</i>	26
2.2.4 Pembuatan Poster untuk pemasaran digital.....	31
2.2.5 Pembuatan video iklan untuk pemasaran digital	45
2.3 Pembahasan	63
2.3.1 Orientasi Pembukaan dan Kumpul koordinasi di Gontor Auto Service	63
2.3.2 Pembuatan jobdesk dan jadwal publikasi di google spreadsheet	65
2.3.3 Pembuatan Linktree untuk media <i>Instagram</i>	67
2.3.4 Pembuatan poster iklan di media social.....	69
2.3.5 Pembuatan video iklan di media social.....	71
BAB III PENUTUP	74
3.1. Kesimpulan	74
3.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	80

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Universitas Darussalam (UNIDA) Gontor adalah sebuah perguruan tinggi Islam yang berbasis pesantren, berada di bawah naungan Pondok Modern Darussalam Gontor. Institusi ini menekankan pada pengintegrasian antara pendidikan tinggi dengan nilai-nilai pesantren yang kuat. Hal ini tampak jelas dalam pelaksanaan Tri Darma Perguruan Tinggi, di mana UNIDA Gontor selalu mempertahankan visi, misi, dan jiwa kepesantrenannya. Sejak pertama kali didirikan pada tahun 1963 dengan nama Institut Pendidikan Darussalam (IPD), lembaga ini terus bertransformasi, menjadi Institut Studi Islam Darussalam (ISID) pada tahun 1994, dan akhirnya berstatus sebagai Universitas pada tahun 2014. Perjalanan panjang ini menunjukkan komitmen UNIDA untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan kebutuhan zaman tanpa meninggalkan akar tradisional pesantrennya.

Seiring dengan perkembangan tersebut, UNIDA Gontor telah melahirkan banyak sarjana yang berkompeten dan berkualitas. Lulusan-lulusan ini tidak hanya menguasai ilmu agama, tetapi juga memiliki keahlian dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan lainnya. Hal ini sejalan dengan salah satu Panca Jangka Pondok Modern Darussalam Gontor, yaitu "pendidikan dan pengajaran," yang menekankan bahwa pembelajaran tidak hanya dinilai dari indeks prestasi kumulatif (IPK) saja, tetapi juga mencakup pengembangan keterampilan praktis yang berguna dalam dunia kerja.

Untuk mencapai tujuan tersebut, UNIDA Gontor menyelenggarakan berbagai program dan kegiatan yang dirancang untuk menghasilkan generasi unggul yang berkualitas. Salah satu program yang sangat penting adalah praktik kerja lapangan (magang). Kegiatan magang ini merupakan bagian integral dari kurikulum Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Humaniora Universitas Darussalam Gontor. Pelaksanaan magang ini didasarkan pada pemikiran bahwa pengalaman praktis di dunia kerja sangat penting bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang telah mereka pelajari di bangku kuliah.

Program magang ini dirancang untuk mendekatkan mahasiswa dengan dunia kerja nyata, memberikan mereka kesempatan untuk menerapkan teori yang telah mereka pelajari dalam situasi kerja yang sesungguhnya. Melalui magang, mahasiswa dapat memahami dinamika industri, mengembangkan keterampilan praktis, dan membangun jaringan profesional yang dapat bermanfaat bagi karier mereka di masa depan. Selain itu, magang juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar langsung dari para profesional di bidangnya, mendapatkan bimbingan dan arahan yang sangat berharga.¹

Pengalaman ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis kami, tetapi juga mengajarkan pentingnya etika kerja, komunikasi efektif, dan kolaborasi. Kami belajar bagaimana menghadapi tantangan, mencari solusi, dan terus berinovasi untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan. Semua ini adalah bekal penting bagi kami sebagai calon tenaga profesional yang siap terjun ke dunia kerja.²

Universitas Darussalam Gontor, dengan program-programnya yang komprehensif, terus berupaya menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik, memastikan bahwa lulusannya siap bersaing di pasar kerja global. Melalui kegiatan magang seperti ini, kami diberi kesempatan untuk tumbuh dan berkembang, tidak hanya sebagai mahasiswa, tetapi juga sebagai individu yang memiliki nilai tambah dan siap memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Kami berharap pengalaman ini dapat menjadi inspirasi bagi mahasiswa lainnya untuk terus belajar dan mengasah keterampilan mereka, sehingga siap menghadapi tantangan di masa depan.

Ilmu Komunikasi di Universitas Darussalam Gontor memiliki dua konsentrasi studi, yaitu Broadcasting dan Public Relations. Dalam program magang ini, peserta memilih konsentrasi Public Relations sebagai fokus studi mereka. Public Relations adalah salah satu konsentrasi dalam program pendidikan Ilmu Komunikasi dan menjadi bidang yang ditekuni oleh peserta magang selama masa

¹ Ani Nur Sayyidah, "Dinamika Penyesuaian Diri Penyandang Disabilitas Di Tempat Magang Kerja: Studi Deskriptif Di Balai Rehabilitasi Terpadu Penyandang Disabilitas (BRTPD) Yogyakarta," *Inklusi* 2, no. 1 (2015): 63, <https://doi.org/10.14421/ijds.020104>.

² Sisilia Herlina, "Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang" 4, no. 3 (2015): 493, www.publikasi.unitri.ac.id.

perkuliahan. Public Relations memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan atau instansi, termasuk membangun hubungan, manajemen isu, krisis dan citra, manajemen organisasi, persuasi, dan produksi pesan. Berdasarkan buku Public Relations (2016), terdapat delapan jenis alat yang dapat digunakan untuk memaksimalkan kinerja Public Relations, yaitu: iklan, pameran, media internal, foto, film, media massa, agen pers, dan usaha negosiasi.³

Dalam konteks ini, peserta magang menjalani program magang dengan fokus pada pembuatan video untuk keperluan pemasaran CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo, pembuatan desain poster dan brosur, serta pengembangan media sosial Instagram sebagai sarana pengenalan dan pemasaran online untuk CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menarik minat masyarakat Ponorogo, terutama alumni Pondok Modern Gontor, para asatidz, dan orang tua santri yang mengunjungi pondok, agar mereka menggunakan layanan servis mobil di CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo. Selain itu, peserta magang juga membuat stiker sebagai media pemasaran offline, serta membuat saluran WhatsApp untuk pemasaran informasi layanan dan promosi kepada konsumen. Kami juga membantu staf Gontor Auto dalam pembuatan akun BPJS Ketenagakerjaan dan Kesehatan.

Melalui berbagai kegiatan ini, peserta magang dapat menerapkan teori yang telah dipelajari di kelas ke dalam praktik nyata di lapangan, memperluas wawasan dan keterampilan dalam bidang Public Relations, dan berkontribusi dalam meningkatkan citra dan layanan CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo.

Pelaksanaan magang ini melibatkan kerjasama dengan berbagai instansi dan perusahaan, salah satunya adalah CV Pondok Unit Bisnis, Gontor Auto Service Persada Ponorogo. Selama 40 hari magang di sini, kami belajar langsung dari para profesional di bidang otomotif, memahami operasional bisnis, dan mengasah keterampilan teknis serta manajerial. Kami juga mendapat kesempatan untuk terlibat dalam berbagai proyek, berkontribusi dalam tim, dan mengamati bagaimana teori yang kami pelajari di kelas diterapkan dalam praktik sehari-hari.

Berdasarkan hal tersebut, peserta magang menjalani Praktek Kerja Lapangan (Magang) di CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo, Kabupaten Ponorogo,

³ Abdurracman, Oemi, 2001, Dasar-dasar Public Relations, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

yang merupakan salah satu unit usaha Pondok Modern Darussalam Gontor berbasis waqaf aktif. Unit usaha ini dikembangkan oleh alumni Pondok dan seluruh keuntungannya sebesar 100% digunakan untuk kepentingan Pondok. Pelaksanaan magang ini sangat sesuai dengan kebutuhan peserta, yaitu menerapkan secara langsung ilmu yang telah diperoleh di kelas perkuliahan. Besar kemungkinan terdapat hubungan yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak ketika peserta melaksanakan praktek kerja lapangan di instansi terkait.

1.2. Tujuan Kegiatan

Adapun dilaksanakannya program praktek kerja lapangan (magang) ini untuk memberi kesempatan kepada mahasiswa dalam mengaktualisasikan pengetahuan teoritik dan kemampuan praktiknya pada suatu lembaga di bidang komunikasi.

⁴Berikut kami uraikan beberapa tujuannya:

- a. Mahasiswa dapat menerima pendidikan yang berupa pengenalan dan pemahaman terhadap dunia kerja.
- b. Mahasiswa dapat meningkatkan minat, bakat, dan keahlian yang telah didapatkan di kelas dengan terjun langsung di CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo.
- c. Mahasiswa mampu menjalin relasi yang baik antara Program Studi Universitas dengan CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo.
- d. Mahasiswa dapat menerapkan pengetahuan teoritik dan kemampuan praktis Public Relations dengan melaksanakan praktik kerja di CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo.

1.3. Manfaat Kegiatan

1.1.1. 1.3.1 Manfaat Teoritis

Selama kegiatan magang di CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo, kami mendapatkan pengalaman dan ilmu baru yang belum pernah kami dapatkan di kelas. Dari segi teori yang telah kami pelajari di kelas, kini kami dapat

⁴ Universitas PGRI Madiun, "Buku Pedoman Magang II," 2019, 10.

memperdalam dan meningkatkannya sesuai dengan kreativitas diri, mengacu pada disiplin ilmu yang kami ambil, yaitu bidang Public Relations.

1.1.2. 1.3.2. Manfaat Praktis

Manfaat kedua yang diperoleh peserta magang adalah implementasi ilmu yang telah dipelajari di kelas dengan mempraktikkannya langsung di lapangan. Salah satu penerapan yang kami lakukan adalah membuat video untuk pemasaran dan mengembangkan media sosial Instagram guna menyebarkan informasi kepada khalayak luas. Selain itu, kami membantu dalam pembuatan desain poster dan brosur, serta mengedukasi masyarakat tentang layanan yang ditawarkan oleh CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo. Kami juga membuat saluran WhatsApp untuk pemasaran informasi layanan dan promo-promo kepada konsumen.

BAB II

DESKRIPSI HASIL KEGIATAN

2.1 Gambaran Umum Tempat Magang

2.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Ponorogo

Kabupaten Ponorogo terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia, dengan luas wilayah sekitar 1.371,78 km². Kabupaten ini berbatasan dengan beberapa wilayah, seperti Madiun di utara, Trenggalek di timur, Pacitan di selatan, dan Magetan di barat. Ponorogo dikenal dengan budaya Reog yang unik dan menjadi daya tarik utama wisata budaya di daerah ini. Selain itu, kabupaten ini memiliki berbagai potensi alam yang memukau, termasuk pegunungan, perbukitan, dan air terjun yang indah.

Ekonomi Ponorogo berkembang dengan baik, didukung oleh sektor pertanian, perdagangan, dan industri kecil menengah. Salah satu sektor industri yang menonjol di Ponorogo adalah perbengkelan. Banyak bengkel tersebar di kota dan desa di Ponorogo yang menawarkan berbagai layanan perawatan dan perbaikan kendaraan bermotor. Salah satu bengkel terkenal di Ponorogo adalah CV. Gontor Auto Service. Bengkel ini terkenal dengan pelayanan profesional dan berkualitas tinggi, serta keahlian teknisnya dalam menangani berbagai masalah kendaraan. CV. Gontor Auto Service tidak hanya melayani perbaikan kendaraan roda dua dan roda empat, tetapi juga menyediakan layanan servis berkala, perawatan khusus, dan berbagai kebutuhan otomotif lainnya. Dengan banyaknya bengkel seperti CV. Gontor Auto Service, masyarakat Ponorogo tidak perlu khawatir mengenai perawatan kendaraannya karena mereka dapat dengan mudah menemukan layanan yang terpercaya dan berkualitas di daerah mereka.

2.1.2 Gambaran Umum CV. Gontor Auto Service Kabupaten Ponorogo



Gambar 1 Logo CV. Gontor Auto Service

CV. Gontor Auto Service adalah bengkel terkemuka yang berlokasi di Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur, yang memiliki keunikan tersendiri. Seluruh keuntungan dari bengkel ini disalurkan untuk mendukung Pondok Modern Darussalam Gontor, yang langsung menaungi operasional bengkel. Dikenal luas oleh masyarakat setempat karena kualitas layanan yang unggul dan profesionalisme tinggi, CV. Gontor Auto Service memiliki slogan "Amanah, Handal, Professional" yang mencerminkan komitmen mereka terhadap integritas, kehandalan, dan keahlian dalam setiap pekerjaan yang dilakukan.

CV. Gontor Auto Service menyediakan berbagai layanan perawatan dan perbaikan khusus untuk kendaraan roda empat. Bengkel ini dilengkapi dengan fasilitas modern serta peralatan canggih yang memungkinkan teknisi untuk melakukan diagnosis dan perbaikan dengan presisi tinggi. Para teknisi di CV. Gontor Auto Service adalah tenaga ahli yang terlatih dan berpengalaman dalam menangani berbagai jenis masalah kendaraan roda empat, mulai dari mesin, sistem kelistrikan, hingga bodi kendaraan.

Selain layanan perbaikan, CV. Gontor Auto Service juga menyediakan layanan servis berkala yang meliputi penggantian oli, pengecekan sistem rem, pemeriksaan dan pengisian cairan kendaraan, serta pengecekan keseluruhan kondisi kendaraan untuk memastikan kendaraan selalu dalam kondisi optimal. Bengkel ini juga menawarkan layanan perawatan khusus yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik pelanggan, seperti tuning mesin dan peningkatan performa kendaraan.

Dengan reputasi yang baik dan dedikasi terhadap kualitas, serta dukungan penuh dari Pondok Modern Darussalam Gontor, CV. Gontor Auto Service menjadi pilihan utama bagi masyarakat Ponorogo yang membutuhkan layanan perawatan dan perbaikan kendaraan roda empat yang dapat diandalkan dan berkualitas tinggi. Bengkel ini beralamat di Jl. Sultan Agung No. 21, Bangunsari, Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo, Jawa Timur 63419.



Gambar 2 Lokasi CV. Gontor Auto Service

A. Struktur CV. Gontor Auto Service

CV. Gontor Auto Service memiliki struktur dan tugas yang berbeda untuk memastikan operasional bengkel berjalan dengan efisien dan efektif. Berikut adalah penjelasan tentang struktur dan tugas di bengkel ini:

Berikut adalah struktur organisasi dan tanggung jawab di CV. Gontor Auto Service:

1. Manajer

Bertanggung jawab atas keseluruhan operasional bengkel, termasuk perencanaan strategis, pengawasan kinerja, dan pengambilan keputusan. Manajer memastikan bahwa semua layanan yang diberikan sesuai dengan standar kualitas dan tujuan sosial bengkel.

2. Kepala Cabang

Mengelola operasional harian di cabang tertentu, jika bengkel memiliki beberapa lokasi. Kepala Cabang berfungsi sebagai penghubung antara manajer dan staf cabang, serta memastikan kebijakan dan prosedur dijalankan dengan baik.

3. Admin

Mengurus semua aspek administrasi bengkel, termasuk penjadwalan layanan, pencatatan transaksi, dan pengelolaan dokumen. Bidang Admin juga menangani laporan keuangan dan administrasi lainnya.

4. Kepala Bengkel

Mengawasi pekerjaan teknisi dan mekanik di bengkel. Kepala Bengkel bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua perbaikan dan pemeliharaan dilakukan dengan efisien dan sesuai dengan standar yang ditetapkan. Mereka juga merencanakan pekerjaan dan mengkoordinasikan tugas-tugas teknis.

5. Customer Service

Memberikan layanan pelanggan yang ramah dan responsif. Customer Service menangani penjadwalan layanan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani keluhan atau masalah yang mungkin timbul. Mereka juga memberikan informasi mengenai layanan yang tersedia.

6. Mekanik Bengkel

Melakukan perbaikan dan pemeliharaan kendaraan roda empat. Mekanik Bengkel bertanggung jawab untuk diagnosis masalah, perbaikan mesin, sistem kelistrikan, dan komponen kendaraan lainnya, bekerja di bawah pengawasan Kepala Bengkel dan mengikuti prosedur yang ada.

7. Pencuci Mobil

Menyediakan layanan pencucian dan perawatan eksterior kendaraan. Pencuci Mobil bertugas membersihkan kendaraan dari kotoran dan debu, serta melakukan detailing untuk memastikan kendaraan terlihat bersih dan menarik.

Dengan struktur ini, CV. Gontor Auto Service dapat menjalankan operasionalnya secara efisien dan memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan, sambil mendukung tujuan sosialnya melalui kontribusi penuh untuk Pondok Modern Darussalam Gontor.

B. Tugas dan Tanggung Jawab

a. Manager

1. Perencanaan Strategis

- Menyusun rencana strategis untuk pengembangan dan pertumbuhan bengkel.
- Menetapkan tujuan jangka pendek dan jangka panjang serta merancang strategi untuk mencapainya.

2. Pengawasan Operasional

- Memantau dan mengawasi semua aspek operasional bengkel untuk memastikan kelancaran aktivitas sehari-hari.
- Menyusun dan mengimplementasikan prosedur operasional standar (SOP) untuk meningkatkan efisiensi.

3. Pengelolaan Sumber Daya Manusia

- Mengelola dan memimpin tim, termasuk Kepala Cabang, Kepala Bengkel, dan staf lainnya.
- Menyusun jadwal kerja, menangani masalah karyawan, dan memberikan pelatihan serta pengembangan untuk meningkatkan keterampilan staf.

4. Pengendalian Keuangan

- Mengelola anggaran bengkel, termasuk perencanaan dan pengawasan pengeluaran serta pendapatan.
- Memonitor laporan keuangan, melakukan analisis biaya, dan memastikan penggunaan anggaran yang efisien.

5. Kepuasan Pelanggan

- Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan memastikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang berkualitas.
- Menangani keluhan atau masalah yang disampaikan pelanggan untuk meningkatkan layanan.

6. Pengembangan Bisnis

- Mengidentifikasi peluang baru untuk pengembangan bisnis, termasuk kemungkinan ekspansi atau penambahan layanan.

- Berkolaborasi dengan pihak terkait untuk menjalin kemitraan atau kerja sama yang menguntungkan.
7. Pemasaran dan Promosi
 - Mengembangkan strategi pemasaran untuk mempromosikan layanan bengkel.
 - Mengawasi kampanye promosi dan kegiatan pemasaran untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama.
 8. Pemantauan Kualitas
 - Menjamin bahwa semua layanan yang diberikan sesuai dengan standar kualitas yang ditetapkan.
 - Melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja tim dan layanan untuk memastikan kualitas yang konsisten.
 9. Pelaporan dan Dokumentasi
 - Menyusun laporan berkala tentang kinerja bengkel, termasuk analisis keuangan dan operasional.
 - Mengelola dokumentasi terkait aktivitas bengkel, seperti laporan perbaikan, inventaris, dan catatan pelanggan.
 10. Kepatuhan dan Regulasi
 - Memastikan bahwa semua aktivitas bengkel mematuhi peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.
 - Menjaga kepatuhan terhadap kebijakan dan prosedur internal serta peraturan industri otomotif.
- b. Kepala Cabang
1. Pengawasan Harian
 - Mengawasi operasional sehari-hari di cabang, memastikan semua aktivitas berjalan lancar dan sesuai prosedur.
 2. Manajemen Staf
 - Mengelola dan memimpin staf di cabang, termasuk penjadwalan kerja dan memastikan tugas-tugas dilakukan dengan baik.

3. Pelayanan Pelanggan
 - Menangani masalah atau keluhan pelanggan di cabang, memastikan pelayanan yang berkualitas dan memuaskan.
4. Implementasi Kebijakan
 - Menerapkan kebijakan dan prosedur dari manajemen pusat di cabang dan memastikan kepatuhan staf terhadap kebijakan tersebut.
5. Pengelolaan Sumber Daya
 - Mengatur dan mengelola penggunaan sumber daya cabang, termasuk peralatan dan bahan baku, untuk memastikan efisiensi operasional.
6. Pengendalian Keuangan
 - Memantau anggaran cabang, mengelola pengeluaran dan pendapatan, serta memastikan penggunaan anggaran sesuai dengan rencana.
7. Laporan dan Komunikasi
 - Menyusun laporan tentang kinerja cabang dan mengkomunikasikan informasi penting kepada manajer pusat.
8. Peningkatan Kinerja
 - Mengidentifikasi area untuk perbaikan dan mengimplementasikan langkah-langkah untuk meningkatkan kinerja cabang.
9. Pelatihan dan Pengembangan
 - Memberikan pelatihan kepada staf dan mendukung pengembangan keterampilan untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas kerja.
10. Kepatuhan dan Keselamatan
 - Memastikan semua aktivitas cabang mematuhi peraturan dan standar keselamatan yang berlaku.

c. Admin

Bidang Admin di CV. Gontor Auto Service memegang peranan penting dalam menjaga kelancaran operasional sehari-hari bengkel. Tugas utama mereka meliputi penjadwalan layanan, yang melibatkan pengaturan waktu perbaikan dan servis kendaraan serta koordinasi kunjungan pelanggan untuk memastikan jadwal yang efisien. Mereka juga bertanggung jawab atas pengelolaan dokumen penting, seperti laporan perbaikan dan catatan pelanggan, serta pencatatan transaksi keuangan, termasuk pembayaran dari pelanggan dan pembelian suku cadang, serta pembuatan laporan keuangan rutin untuk manajer.

Berikut merupakan tugas-tugas dan tanggung jawab Admin:

- Mengatur jadwal perbaikan dan servis kendaraan, serta mengatur waktu kunjungan pelanggan.
- Mencatat dan memproses semua transaksi keuangan, termasuk pembayaran dari pelanggan dan pembelian suku cadang.
- Mengelola dan menyimpan dokumen penting, seperti laporan perbaikan, kontrak, dan catatan pelanggan.
- Menangani komunikasi dengan pelanggan, termasuk menjawab pertanyaan, mengkonfirmasi janji temu, dan menangani keluhan.
- Menyusun laporan keuangan rutin, seperti laporan pendapatan, pengeluaran, dan analisis keuangan untuk manajer.
- Mengatur dan memantau stok suku cadang dan peralatan, memastikan ketersediaan bahan yang diperlukan untuk operasi bengkel.
- Menangani tugas-tugas administrasi sehari-hari, termasuk pengarsipan, pengolahan data, dan pemeliharaan sistem administrasi.
- Membantu dalam pemantauan kinerja operasional dan memberikan data yang diperlukan untuk evaluasi dan perbaikan.

d. Kepala Bengkel

Kepala Bengkel di CV. Gontor Auto Service memiliki peran sentral dalam mengelola operasional teknis di bengkel. Mereka bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengkoordinasikan seluruh aktivitas perbaikan dan pemeliharaan kendaraan, memastikan bahwa setiap pekerjaan dilakukan dengan standar kualitas tinggi dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Sebagai pemimpin tim, Kepala Bengkel manage mekanik, memberikan arahan teknis, dan memastikan penjadwalan tugas yang efisien.

Berikut merupakan tugas-tugas dan tanggung jawab Kepala Bengkel:

- Mengawasi dan mengkoordinasikan semua pekerjaan perbaikan dan pemeliharaan kendaraan di bengkel.
- Memastikan semua pekerjaan dilakukan sesuai dengan standar kualitas dan prosedur yang ditetapkan.
- Memimpin dan mengatur kerja mekanik bengkel, termasuk penjadwalan tugas dan memberikan arahan teknis.
- Mengawasi proses diagnosis masalah kendaraan dan memastikan perbaikan dilakukan dengan akurat dan efisien.
- Mengatasi masalah teknis kompleks yang tidak dapat diselesaikan oleh mekanik.
- Memastikan bahwa semua perbaikan dan servis dilakukan dengan kualitas terbaik dan sesuai dengan spesifikasi pabrik.
- Melakukan pemeriksaan akhir pada kendaraan setelah perbaikan untuk memastikan semuanya dalam kondisi baik.
- Mengelola dan memelihara peralatan bengkel, memastikan semua alat dan mesin berfungsi dengan baik dan aman digunakan.
- Menyusun dan mengimplementasikan jadwal pemeliharaan peralatan.
- Bekerja sama dengan Bidang Admin untuk memastikan ketersediaan suku cadang dan alat yang diperlukan.
- Berkoordinasi dengan Customer Service untuk memastikan informasi dan jadwal perbaikan yang akurat.

- Memantau dan mengevaluasi kinerja teknisi dan mekanik, memberikan umpan balik, dan melakukan tindakan perbaikan jika diperlukan.
- Mengidentifikasi area untuk perbaikan dalam proses perbaikan dan pemeliharaan.
- Menangani keluhan atau masalah terkait pekerjaan perbaikan yang timbul, mencari solusi yang memuaskan bagi pelanggan.
- Memastikan bahwa semua proses dan prosedur bengkel mematuhi standar keselamatan kerja dan peraturan yang berlaku.
- Menjaga lingkungan kerja yang bersih dan aman untuk semua staf.
- Menyusun laporan mengenai aktivitas bengkel, termasuk statistik pekerjaan, dan melaporkan kepada manajer mengenai kinerja dan masalah yang ada.

e. Customer Service

Customer Service di CV. Gontor Auto Service memiliki peran penting dalam memastikan kepuasan pelanggan dan kelancaran komunikasi antara pelanggan dan bengkel. Mereka bertanggung jawab untuk menjawab pertanyaan pelanggan, menangani keluhan, dan menyediakan informasi yang dibutuhkan terkait layanan perbaikan dan pemeliharaan kendaraan. Customer Service juga bertugas mengatur jadwal pertemuan dan penjadwalan servis, memastikan bahwa semua kebutuhan pelanggan terpenuhi dengan efisien dan tepat waktu. Berikut merupakan tugas-tugas dan tanggung jawab Customer Service:

- Menjawab pertanyaan dan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan mengenai layanan bengkel.
- Menangani keluhan dan masalah pelanggan dengan cepat dan profesional.
- Berkomunikasi dengan pelanggan melalui telepon, email, atau secara langsung untuk memberikan pembaruan mengenai status perbaikan kendaraan.

- Menghubungi pelanggan untuk mengingatkan jadwal servis berkala atau memberikan informasi penting lainnya.
- Memberikan informasi rinci mengenai produk dan layanan yang ditawarkan oleh bengkel.
- Memberikan rekomendasi layanan tambahan yang mungkin dibutuhkan oleh pelanggan berdasarkan kondisi kendaraan.
- Mencatat semua interaksi dengan pelanggan, termasuk keluhan dan permintaan khusus.
- Memastikan bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan.
- Mengupayakan solusi terbaik untuk menyelesaikan masalah pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

f. Mekanik Bengkel

Mekanik bengkel di CV. Gontor Auto Service bertugas mendiagnosis dan memperbaiki berbagai masalah kendaraan, termasuk mesin, sistem kelistrikan, rem, dan transmisi. Mereka juga melakukan servis berkala seperti penggantian oli dan pengecekan sistem rem. Mekanik menggunakan peralatan diagnostik canggih dan mengikuti prosedur yang tepat untuk memastikan perbaikan berkualitas tinggi. Selain itu, mereka memberikan saran kepada pelanggan tentang perawatan yang diperlukan dan menjelaskan kondisi serta perbaikan kendaraan. Dengan keterampilan teknis yang tinggi, mekanik memastikan kendaraan pelanggan berfungsi dengan baik dan aman. Berikut merupakan tugas-tugas dan tanggung jawab Mekanik Bengkel:

- Menjamin bahwa semua pekerjaan perbaikan dan perawatan dilakukan dengan standar kualitas tinggi.
- Memastikan kendaraan pelanggan berfungsi dengan baik dan aman setelah perbaikan.
- Mematuhi semua prosedur dan standar keselamatan kerja yang ditetapkan oleh bengkel.

- Mengikuti panduan dan spesifikasi pabrik untuk perbaikan kendaraan.
- Bekerja dengan efisien dan menyelesaikan pekerjaan dalam waktu yang telah ditentukan.
- Mengelola waktu dengan baik untuk menangani beberapa tugas secara bersamaan.
- Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan dengan sikap profesional dan ramah.
- Menjaga reputasi bengkel dengan memberikan hasil kerja yang memuaskan.

g. Pencuci Mobil

Pencuci mobil di CV. Gontor Auto Service memiliki peran penting dalam menjaga kebersihan dan penampilan kendaraan pelanggan. Tugas utama mereka meliputi mencuci dan membersihkan bagian luar serta dalam kendaraan secara menyeluruh. Mereka menggunakan peralatan dan bahan pembersih yang tepat untuk memastikan kendaraan tampak bersih dan terawat. Selain itu, pencuci mobil bertanggung jawab untuk mengeringkan kendaraan setelah dicuci, membersihkan kaca, roda, dan bagian-bagian lain yang sering kotor. . Berikut merupakan tugas-tugas dan tanggung jawab Pencuci Mobil:

- Menjamin bahwa setiap kendaraan dicuci dengan bersih dan rapi, sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh bengkel.
- Menghindari kerusakan pada kendaraan selama proses pencucian.
- Bekerja dengan efisien untuk menyelesaikan tugas pencucian dalam waktu yang telah ditentukan.
- Menggunakan bahan pembersih dan peralatan sesuai dengan panduan dan instruksi yang diberikan.
- Merawat dan memelihara peralatan pencucian agar tetap dalam kondisi baik dan siap digunakan.
- Melaporkan setiap kerusakan atau kebutuhan perawatan peralatan kepada atasan.

- Memberikan pelayanan yang ramah dan profesional kepada pelanggan.
- Mendengarkan dan memenuhi permintaan khusus pelanggan mengenai pencucian kendaraan.

2.2. Hasil Kegiatan

Selama 40 hari menjalani kegiatan magang di CV. Gontor Auto Service Persada Ponorogo, dapat disampaikan beberapa hasil utama sebagai berikut: Orientasi pengenalan kegiatan magang, pembuatan iklan pemasaran berupa video konten menarik, pembuatan Link Tree yang mencakup nomor WhatsApp, Maps, siaran WhatsApp, dan DII, serta pembuatan desain seperti poster, promo, brosur, dan katalog produk. Kegiatan magang ini dimulai pada Jumat, 3 Mei 2024, hingga Selasa, 11 Juni 2024. Berikut ini adalah penjelasan mengenai beberapa kegiatan harian yang dilaksanakan oleh peserta magang selama program berlangsung.

NO	WAKTU	PROGRAM KERJA	KEGIATAN
1	Jum'at, 3 Mei 2024	Observai Lokasi Magang	Survei lokasi magang dan Orientasi pekerjaan bersama coordinator CV. Gontor Auto Service
2	Sabtu, 4 Mei 2024	Mengenal karyawan GAS dan Brifieng sistemasi pekerjaan	Memahami dan mengamati kegiatan pekerjaan
3	Ahad,5 Mei 2024	Free	Libur
4	Senin, 6 Mei 2024	Pembuatan Linktree GAS	Membuat linktree GAS dengan perincian no. telp, alamat,Instagram dan antar jemput kendaraan
5	Selasa,7 Mei 2024	Pengambilan foto dokumentasi	Mengambil beberapa foto Gas untuk keperluan design poster, kartu dama dll.
6	Rabu, 8 Mei 2024	Pembuatan script iklan	Membuat script iklan GAS untuk marketing
7	Kamis, 9 Mei 2024	Pengambilan footage GAS	Mengambil beberapa footage untuk pembuatan iklan GAS
8	Jum'at, 10 Mei 2024	Editing video	Mengedit video iklan "Antar jemput kendaraan gratis"GAS dan membagikannya ke Instagram dan Whatsapp
9	Sabtu, 11 Mei 2024	Design Kartu nama	Membuat design kartu nama GAS
10	Ahad, 12 Mei 2024	Free	Libur
11	Senin, 13 Mei 2024	Membuat deskripsi brosur	Membuat susunan kata deskripsi untuk keperluan brosur GAS
12	Selasa, 14 Mei 2024	Evaluasi	Evaluasi program kerja
13	Rabu, 15 Mei 2024	Design brosur	Membuat design brosur GAS

14	Kamis, 16 Mei 2024	Kumpul koordinasi	Kumpul kordinasi untuk persamaan persepsi jadwal publish poster dan video
15	Jum'at, 17 Mei 2024	Pengambilan footage video	Mengambil footage video untuk pembuatan iklan/konten GAS
16	Sabtu, 18 Mei 2024	Editing video dan publikasi	Mengedit video "We are Open" dan mempublikasikan ke media sosial
17	Ahad, 19 Mei 2024	Free	Libur
18	Senin, 20 Mei 2024	Design poster story harian	Membuat design poster story "istilah-istilah servis mobil" harian dan membagikannya ke media sosial
19	Selasa, 21 Mei 2024	Observasi konten story di indtagram	Mengobservasi konten di instagram untuk kebutuhan pembuatan story harian GAS
20	Rabu, 22 Mei 2024	Design Story	Pembuatan Story Harian GAS
21	Kamis, 23 Mei 2924	Pengambilan Footage	Mengambil footage video untuk pembuatan iklan "mogok? Ke GAS aja".
22	Jum'at, 24 Mei 2024	Editing video dan publikasi	Mengedit video iklan dan mempublikasikan ke media sosial
23	Sabtu, 25 Mei 2024	Design poster story	Membuat design poster story "We are Open".
24	Ahad, 26 Mei 2024	Free	Libur
25	Senin, 27 Mei 2024	Pencucian Mobil parade	Mencuci mobil untuk persiapan parade Khutbatul 'Arsy PMDG
26	Selasa, 28 Mei 2024	Design Story dan publikasi	Membuat design Story "Follow our Instagram GAS" dan mempublikasikannya ke media sosial
27	Rabu, 29 Mei 2024	Antar jemput kendaraan	Kami fokus untuk mengantar dan menjemput mobil yang butuh servis di GAS
28	Kamis, 30 Mei 2024	Design poster	Membuat poster bengkel "promo ganti ban Avanza".
29	Jum'at, 31 Mei 2024	Pengambilan footage iklan	Menganbil footage vieo untuk pembuatan iklan "Pelayanan cepat".
30	Sabtu, 1 Juni 2024	Editing Video dan publikasi	Mengedit video iklan "pelayanan Cepat" dan mempublikasikannya ke media sosial

31	Ahad, 2 Juni 2024	Free	Libur
32	Senin, 3 Juni 2024	Design Poster	Mendesign poster story “Mobil SUV, MPV, City car dll
33	Selasa, 4 Juni 2024	Antar Jemput Kendaraan	Kami fokus terjun lapangan untuk mengantar jemput kendaraan
34	Rabu, 5 Juni 2024	Antar Jemput Kendaraan	Kami fokus terjun lapangan untuk mengantar jemput kendaraan
35	Kamis, 6 Juni 2024	Free	Persiapan Drama Arena 599
36	Jum’at, 7 Juni 2024	Kumpul Koordinasi	Kumpul evaluasi mingguan tentang publikasi konten media sosial
37	Sabtu, 8 Juni 2024	Perfotoan produk	Memoto beberapa produk GAS guna pembuatan Katalog.
38	Ahad, 9 Juni 2024	Free	Libur
39	Senin, 10 Juni 2024	Perfotoan produk	Memoto beberapa produk GAS guna pembuatan Katalog.
40	Selasa, 11 Juni 2024	Penutupan dan Pemberian kenang-kenangan	Penutupan kegiatan magang Bersama dosen pembimbing sekaligus penyerahan kenang-kenangan untuk GAS.

2.2.1 Orientasi Pembukaan dan Kumpul koordinasi di Gontor Auto Service

Pada tanggal 3 Mei 2024, kami memulai kegiatan magang di CV. Gontor Auto Service dengan penuh semangat. Hari pertama ini sangat penting karena kami melakukan beberapa kegiatan kunci yang akan menjadi dasar untuk magang selama 40 hari ke depan. Pertama, kami berkumpul untuk survei lokasi magang. Kami diajak berkeliling bengkel untuk mengenal area kerja dan fasilitas yang tersedia, seperti area perbaikan kendaraan, ruang administrasi, dan lain-lain. Ini membantu kami memahami lingkungan kerja yang akan kami hadapi.

Setelah survei lokasi, kami melanjutkan dengan sesi perkenalan. Semua peserta magang memperkenalkan diri, menyebutkan latar belakang pendidikan dan Begitu juga dengan para staf bengkel, mereka memperkenalkan diri dan menjelaskan peran mereka di bengkel. Sesi ini berlangsung hangat dan membantu kami membangun hubungan kerja yang baik sejak awal.

Setelah perkenalan, kami mulai membahas program kerja, tugas-tugas (job desk), dan rencana kegiatan magang selama 40 hari ke depan. Diskusi ini dipandu oleh Al-Ustadz Syaifullah Muhyiddin, S.Ag., dan Al-Ustadz Risal Maulana, S.I.Kom. Mereka memberikan gambaran umum tentang tujuan dan harapan dari program magang ini. Kami diberi pemahaman mengenai visi dan misi CV. Gontor Auto Service serta bagaimana kontribusi kami diharapkan bisa memberikan dampak positif.



Gambar 3 Kumpul koordinasi Bersama staf GAS

Fokus utama dalam magang ini adalah pada konten digital marketing. Kami ditugaskan untuk membuat iklan pemasaran berupa video konten menarik yang bisa menarik perhatian pelanggan. Kami juga bertanggung jawab untuk membuat Link Tree yang mencakup nomor WhatsApp, Maps,

siaran WhatsApp, dan Digital Interactive Interface (DII) untuk memudahkan komunikasi dengan pelanggan. Selain itu, kami juga akan membuat desain-desain kreatif seperti poster, promo, brosur, dan katalog produk untuk mempromosikan layanan bengkel.⁵

AI-Ustadz Syaifullah menekankan pentingnya memahami profesionalisme, amanah, dan keterampilan teknis dalam dunia otomotif. AI-Ustadz Risal menjelaskan detail tugas harian kami, tanggung jawab yang harus dipenuhi, serta standar kinerja yang diharapkan. Mereka juga mendorong kami untuk aktif berpartisipasi dalam diskusi dan memberikan ide-ide kreatif yang dapat membantu meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan di bengkel.

Kami diminta untuk memanfaatkan kreativitas dan pengetahuan kami di bidang digital marketing untuk menciptakan kampanye pemasaran yang efektif. Diskusi ini berlangsung interaktif, dengan kami menunjukkan antusiasme dan berkomitmen untuk memberikan yang terbaik selama periode magang.

Pada akhir hari, kami merasa sangat termotivasi dan siap untuk menghadapi tantangan serta kesempatan belajar yang akan datang. Dengan bimbingan dari AI-Ustadz Syaifullah dan AI-Ustadz Risal, kami yakin dapat mencapai tujuan magang dengan baik dan memberikan kontribusi positif bagi CV. Gontor Auto Service. Hari pertama yang penuh dengan kegiatan ini menandai awal yang baik bagi perjalanan magang kami, membangun fondasi yang kuat untuk sukses di hari-hari mendatang.

2.2.2 Pembuatan Jobdesk Publikasi Konten

Pada tanggal 4 Mei 2024, kegiatan magang di CV. Gontor Auto Service berlanjut dengan penuh semangat dan fokus pada perencanaan yang lebih mendetail. Setelah sehari sebelumnya kami mengadakan kumpul koordinasi untuk mengenal lebih jauh lingkungan kerja, staf, serta membahas program kerja, kami kini siap untuk melanjutkan ke tahap berikutnya. Hari itu kami

⁵ Strategi, Implementasi, dan Praktik", Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, 2014, PT Elex Media Komputindo

berkumpul untuk membuat jobdesk dan menyusun jadwal publikasi konten video serta poster story ke media sosial.

Kami memahami betapa pentingnya perencanaan yang matang dalam kegiatan digital marketing. Oleh karena itu, kami memutuskan untuk menggunakan Google Spreadsheet sebagai alat utama dalam membuat jadwal publikasi. Google Spreadsheet memungkinkan kami untuk bekerja secara kolaboratif, berbagi dokumen secara real-time, dan memperbarui informasi kapan saja diperlukan. Setiap anggota tim magang dapat mengakses dan mengedit spreadsheet ini, memastikan bahwa semua orang selalu memiliki informasi terkini.

Dalam Google Spreadsheet, kami membuat berbagai kolom yang mencakup tanggal publikasi, jenis konten (video atau poster story), deskripsi singkat konten, platform media sosial yang akan digunakan, dan nama penanggung jawab untuk setiap tugas. Kami menetapkan jadwal publikasi yang teratur agar konten bisa diunggah secara konsisten, yang sangat penting untuk membangun dan mempertahankan keterlibatan audiens di media sosial.

Konten Video					
No.	Tanggal	Jenis Konten	Deskripsi Singkat	Platform	Penanggung Jawab
1	2024-08-20	Video	Video promosi layanan CV	YouTube	Andi
2	2024-08-21	Video	Video testimoni klien	YouTube	Budi
3	2024-08-22	Video	Video tutorial penggunaan CV	YouTube	Cici
4	2024-08-23	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Dani
5	2024-08-24	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Eva
6	2024-08-25	Video	Video review produk CV	YouTube	Fani
7	2024-08-26	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Gea
8	2024-08-27	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Hani
9	2024-08-28	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Iani
10	2024-08-29	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Jani
11	2024-08-30	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Kani
12	2024-08-31	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Lani
13	2024-09-01	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Mani
14	2024-09-02	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Nani
15	2024-09-03	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Oni
16	2024-09-04	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Pani
17	2024-09-05	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Qani
18	2024-09-06	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Rani
19	2024-09-07	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Sani
20	2024-09-08	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Tani
21	2024-09-09	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Uani
22	2024-09-10	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Vani
23	2024-09-11	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Wani
24	2024-09-12	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Xani
25	2024-09-13	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Yani
26	2024-09-14	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Zani
27	2024-09-15	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Adi
28	2024-09-16	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Budi
29	2024-09-17	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Cici
30	2024-09-18	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Dani
31	2024-09-19	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Eva
32	2024-09-20	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Fani
33	2024-09-21	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Gea
34	2024-09-22	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Hani
35	2024-09-23	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Iani
36	2024-09-24	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Jani
37	2024-09-25	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Kani
38	2024-09-26	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Lani
39	2024-09-27	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Mani
40	2024-09-28	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Nani
41	2024-09-29	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Oni
42	2024-09-30	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Pani
43	2024-10-01	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Qani
44	2024-10-02	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Rani
45	2024-10-03	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Sani
46	2024-10-04	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Tani
47	2024-10-05	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Uani
48	2024-10-06	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Vani
49	2024-10-07	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Wani
50	2024-10-08	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Xani
51	2024-10-09	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Yani
52	2024-10-10	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Zani
53	2024-10-11	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Adi
54	2024-10-12	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Budi
55	2024-10-13	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Cici
56	2024-10-14	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Dani
57	2024-10-15	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Eva
58	2024-10-16	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Fani
59	2024-10-17	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Gea
60	2024-10-18	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Hani
61	2024-10-19	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Iani
62	2024-10-20	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Jani
63	2024-10-21	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Kani
64	2024-10-22	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Lani
65	2024-10-23	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Mani
66	2024-10-24	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Nani
67	2024-10-25	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Oni
68	2024-10-26	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Pani
69	2024-10-27	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Qani
70	2024-10-28	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Rani
71	2024-10-29	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Sani
72	2024-10-30	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Tani
73	2024-10-31	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Uani
74	2024-11-01	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Vani
75	2024-11-02	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Wani
76	2024-11-03	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Xani
77	2024-11-04	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Yani
78	2024-11-05	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Zani
79	2024-11-06	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Adi
80	2024-11-07	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Budi
81	2024-11-08	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Cici
82	2024-11-09	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Dani
83	2024-11-10	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Eva
84	2024-11-11	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Fani
85	2024-11-12	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Gea
86	2024-11-13	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Hani
87	2024-11-14	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Iani
88	2024-11-15	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Jani
89	2024-11-16	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Kani
90	2024-11-17	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Lani
91	2024-11-18	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Mani
92	2024-11-19	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Nani
93	2024-11-20	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Oni
94	2024-11-21	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Pani
95	2024-11-22	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Qani
96	2024-11-23	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Rani
97	2024-11-24	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Sani
98	2024-11-25	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Tani
99	2024-11-26	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Uani
100	2024-11-27	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Vani
101	2024-11-28	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Wani
102	2024-11-29	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Xani
103	2024-11-30	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Yani
104	2024-12-01	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Zani
105	2024-12-02	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Adi
106	2024-12-03	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Budi
107	2024-12-04	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Cici
108	2024-12-05	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Dani
109	2024-12-06	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Eva
110	2024-12-07	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Fani
111	2024-12-08	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Gea
112	2024-12-09	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Hani
113	2024-12-10	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Iani
114	2024-12-11	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Jani
115	2024-12-12	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Kani
116	2024-12-13	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Lani
117	2024-12-14	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Mani
118	2024-12-15	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Nani
119	2024-12-16	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Oni
120	2024-12-17	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Pani
121	2024-12-18	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Qani
122	2024-12-19	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Rani
123	2024-12-20	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Sani
124	2024-12-21	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Tani
125	2024-12-22	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Uani
126	2024-12-23	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Vani
127	2024-12-24	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Wani
128	2024-12-25	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Xani
129	2024-12-26	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Yani
130	2024-12-27	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Zani
131	2024-12-28	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Adi
132	2024-12-29	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Budi
133	2024-12-30	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Cici
134	2024-12-31	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Dani
135	2025-01-01	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Eva
136	2025-01-02	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Fani
137	2025-01-03	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Gea
138	2025-01-04	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Hani
139	2025-01-05	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Iani
140	2025-01-06	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Jani
141	2025-01-07	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Kani
142	2025-01-08	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Lani
143	2025-01-09	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Mani
144	2025-01-10	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Nani
145	2025-01-11	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Oni
146	2025-01-12	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Pani
147	2025-01-13	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Qani
148	2025-01-14	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Rani
149	2025-01-15	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Sani
150	2025-01-16	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Tani
151	2025-01-17	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Uani
152	2025-01-18	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Vani
153	2025-01-19	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Wani
154	2025-01-20	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Xani
155	2025-01-21	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Yani
156	2025-01-22	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Zani
157	2025-01-23	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Adi
158	2025-01-24	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Budi
159	2025-01-25	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Cici
160	2025-01-26	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Dani
161	2025-01-27	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Eva
162	2025-01-28	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Fani
163	2025-01-29	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Gea
164	2025-01-30	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Hani
165	2025-01-31	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Iani
166	2025-02-01	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Jani
167	2025-02-02	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Kani
168	2025-02-03	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Lani
169	2025-02-04	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Mani
170	2025-02-05	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Nani
171	2025-02-06	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Oni
172	2025-02-07	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Pani
173	2025-02-08	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Qani
174	2025-02-09	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Rani
175	2025-02-10	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Sani
176	2025-02-11	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Tani
177	2025-02-12	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Uani
178	2025-02-13	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Vani
179	2025-02-14	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Wani
180	2025-02-15	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Xani
181	2025-02-16	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Yani
182	2025-02-17	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Zani
183	2025-02-18	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Adi
184	2025-02-19	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Budi
185	2025-02-20	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Cici
186	2025-02-21	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Dani
187	2025-02-22	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Eva
188	2025-02-23	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Fani
189	2025-02-24	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Gea
190	2025-02-25	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Hani
191	2025-02-26	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Iani
192	2025-02-27	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Jani
193	2025-02-28	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Kani
194	2025-02-29	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Lani
195	2025-03-01	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Mani
196	2025-03-02	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Nani
197	2025-03-03	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Oni
198	2025-03-04	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Pani
199	2025-03-05	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Qani
200	2025-03-06	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Rani
201	2025-03-07	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Sani
202	2025-03-08	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Tani
203	2025-03-09	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Uani
204	2025-03-10	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Vani
205	2025-03-11	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Wani
206	2025-03-12	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Xani
207	2025-03-13	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Yani
208	2025-03-14	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Zani
209	2025-03-15	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Adi
210	2025-03-16	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Budi
211	2025-03-17	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Cici
212	2025-03-18	Video	Video tips mencari pekerjaan	YouTube	Dani
213	2025-03-19	Video	Video wawancara dengan ahli karir	YouTube	Eva
214	2025-03-20	Video	Video tips membuat CV yang profesional	YouTube	Fani
215	2025-03-21	Video	Video wawancara dengan ahli CV	YouTube	Gea
216	2025-03-22	Video	Video tips menulis CV yang menarik	YouTube	Hani
217	2025-03-23	Video	Video wawancara dengan HRD	YouTube	Iani
218	2025-03-2				

Gontor Auto Service, seperti proses perbaikan kendaraan, testimonial pelanggan, dan promosi khusus. Sementara itu, poster story dirancang untuk memberikan informasi singkat namun menarik, seperti tips perawatan kendaraan, pengumuman promosi, dan highlight layanan. Setiap jenis konten dirancang untuk memaksimalkan daya tarik visual dan informatif, sesuai dengan tren dan kebutuhan audiens target.

No	Tanggal	Waktu	Jenis Konten	Status
1	10/01/2024	08.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
2	10/01/2024	09.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
3	10/01/2024	10.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
4	10/01/2024	11.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
5	10/01/2024	12.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
6	10/01/2024	13.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
7	10/01/2024	14.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
8	10/01/2024	15.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
9	10/01/2024	16.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
10	10/01/2024	17.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
11	10/01/2024	18.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
12	10/01/2024	19.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
13	10/01/2024	20.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
14	10/01/2024	21.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
15	10/01/2024	22.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
16	10/01/2024	23.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
17	10/01/2024	00.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
18	10/01/2024	01.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
19	10/01/2024	02.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
20	10/01/2024	03.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
21	10/01/2024	04.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
22	10/01/2024	05.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
23	10/01/2024	06.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
24	10/01/2024	07.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai
25	10/01/2024	08.00	Revisi Story, Revisi Video, Revisi Gambar	Selesai

Gambar 5 Jenis konten yang akan dibuat

Selama diskusi ini, kami dibimbing oleh Al-Ustadz Syaifullah Muhyiddin, S.Ag., dan Al-Ustadz Risal Maulana, S.I.Kom. Mereka memberikan panduan berharga mengenai cara membuat konten yang efektif dan cara terbaik untuk menjangkau audiens di media sosial. Mereka juga membantu kami memahami pentingnya analisis dan evaluasi setelah publikasi, sehingga kami bisa terus meningkatkan kualitas dan dampak dari konten yang kami hasilkan.

Proses penyusunan jadwal publikasi ini tidak hanya melibatkan aspek teknis, tetapi juga kreativitas. Kami berusaha merancang konten yang menarik dan relevan dengan target audiens CV. Gontor Auto Service. Misalnya, untuk video konten, kami merencanakan untuk menggunakan teknik storytelling yang kuat untuk menarik perhatian penonton, sedangkan

untuk poster story, kami fokus pada desain yang eye-catching dan pesan yang jelas.

Pada akhir hari, kami berhasil menyusun jadwal publikasi yang terstruktur dengan baik dan membagi tugas secara merata di antara anggota tim. Kami merasa sangat puas dengan hasil kerja tim dan siap untuk mulai memproduksi konten sesuai dengan jadwal yang telah disusun. Hari ini tidak hanya membantu kami dalam perencanaan yang lebih baik, tetapi juga memperkuat kerjasama dan komunikasi dalam tim magang.

2.2.3 Pembuatan Linktree untuk media *Instagram*

Pada tanggal 6 Mei 2024, kegiatan magang di CV. Gontor Auto Service melanjutkan fokusnya pada strategi digital marketing dengan salah satu tugas penting, yaitu membuat Linktree di akun Instagram bengkel. Linktree adalah alat yang sangat bermanfaat untuk menggabungkan berbagai tautan penting dalam satu tempat, sehingga mempermudah pelanggan untuk mengakses berbagai layanan dan informasi yang ditawarkan oleh bengkel.

Pembuatan Linktree ini bertujuan untuk memudahkan pelanggan dalam menemukan semua tautan yang relevan tanpa harus mencari satu per satu di profil Instagram. Kami merancang Linktree untuk menyertakan beberapa tautan penting seperti profil *About Us*, nomor WhatsApp untuk layanan pelanggan, layanan antar jemput kendaraan, lokasi bengkel di Google Maps, link ke siaran WhatsApp untuk update dan promosi, serta akun media sosial yang memudahkan pelanggan dalam melakukan reservasi dan mendapatkan informasi lebih lanjut tentang layanan yang ditawarkan.

Proses pembuatan Linktree dimulai dengan mengumpulkan semua tautan yang akan dimasukkan. Kami memastikan setiap tautan sudah benar dan aktif, sehingga pelanggan tidak akan mengalami kesulitan saat mengaksesnya. Setelah itu, kami menggunakan platform Linktree untuk membuat akun dan mulai menambahkan tautan-tautan tersebut. Kami juga menyesuaikan tampilan Linktree agar sesuai dengan branding CV. Gontor Auto Service, menggunakan warna dan desain yang konsisten dengan citra bengkel.



Gambar 6 Linktree Gontor Auto Service

<https://linktr.ee/gontorautoservice>

Linktree ini kemudian diintegrasikan ke dalam profil Instagram CV. Gontor Auto Service dengan cara menambahkan tautan Linktree ke bio Instagram. Dengan ini, setiap pengunjung profil Instagram bengkel dapat dengan mudah mengklik tautan tersebut dan langsung diarahkan ke halaman Linktree yang berisi semua tautan penting.

Pembuatan Linktree ini tidak hanya mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi, tetapi juga meningkatkan efisiensi dan profesionalisme layanan digital CV. Gontor Auto Service. Pelanggan kini dapat dengan mudah menghubungi bengkel melalui WhatsApp, menemukan lokasi dengan cepat melalui Google Maps, dan mendapatkan informasi terbaru melalui siaran WhatsApp, semuanya hanya dengan beberapa klik.



Gambar 7 Tautan Linktree di media sosial Instagram

<https://www.instagram.com/gontorautoservice/>

Berikut link kami tautkan dalam Linktre CV. Gontor Auto Service:

1. About US: Salah satu fitur penting dari Linktree yang kami buat adalah tautan "About Us". Tautan ini dirancang untuk memberikan pelanggan akses langsung ke berbagai informasi penting mengenai CV. Gontor Auto Service, yang mencakup beberapa elemen utama:

- a. Profil Gontor Auto Service:

Di bagian ini, pelanggan dapat menemukan informasi mendetail tentang CV. Gontor Auto Service, termasuk sejarah perusahaan, visi dan misi, serta layanan yang ditawarkan. Profil ini memberikan gambaran menyeluruh tentang identitas dan nilai-nilai perusahaan, sehingga pelanggan dapat memahami lebih baik tentang latar belakang dan komitmen bengkel dalam menyediakan layanan berkualitas.

About Us

Gontor Auto Service adalah sebuah bengkel mobil dan motor yang telah melayani pelanggan sejak tahun 2021. GAS (Gontor Auto Service) resmi memulai operasinya pada tanggal 1 Februari 2023, dengan komitmen untuk memberikan layanan perbaikan kendaraan roda empat yang berkualitas dan profesional. Terletak di Jalan Sultan Agung Pongor, GAS (Gontor Auto Service) memiliki fasilitas modern dan didukung oleh tenaga kerja berpengalaman.

Gambar 8 About Us Gontor Auto Service

b. Galeri:

Tautan ini mengarahkan pelanggan ke galeri foto yang menampilkan berbagai aspek dari CV. Gontor Auto Service. Di galeri ini, pelanggan dapat melihat gambar-gambar dari fasilitas bengkel, kegiatan operasional, serta dokumentasi dari berbagai layanan yang telah dilakukan. Galeri ini bertujuan untuk menunjukkan profesionalisme dan kualitas layanan bengkel serta memberikan bukti visual dari keunggulan layanan yang ditawarkan.



Gambar 9 Galeri di tautan About Us

c. Kontak:

Bagian ini mencakup berbagai informasi kontak penting untuk mempermudah pelanggan dalam menghubungi bengkel. Tautan ini menyertakan:

- Nomor WhatsApp: Pelanggan dapat langsung mengirimkan pesan atau melakukan komunikasi

melalui WhatsApp untuk pertanyaan, permintaan layanan, atau informasi lebih lanjut.

- Alamat Email (Gmail): Tautan ini menyediakan alamat email resmi bengkel untuk komunikasi yang memerlukan dokumentasi atau informasi lebih mendetail.
- Alamat Fisik: Informasi tentang lokasi fisik CV. Gontor Auto Service, memudahkan pelanggan untuk menemukan bengkel dan mengunjungi langsung jika diperlukan.



Gambar 10 Kontak GAS di Tautan About Us

Pembuatan tautan "About Us" di Linktree ini bertujuan untuk memberikan akses yang mudah dan cepat ke informasi penting bagi pelanggan, meningkatkan transparansi, dan memudahkan komunikasi. Dengan menyediakan semua informasi ini dalam satu tempat, kami membantu pelanggan untuk mendapatkan semua detail yang mereka butuhkan dengan lebih efisien, meningkatkan pengalaman pengguna, dan memperkuat hubungan antara bengkel dan pelanggan.

2.2.4 Pembuatan Poster untuk pemasaran digital

Kami melanjutkan kegiatan magang di CV. Gontor Auto Service dengan fokus pada pembuatan desain poster untuk pemasaran digital. Kami menyadari bahwa di era modern ini, visibilitas online memainkan peran yang sangat krusial dalam menentukan kesuksesan sebuah bisnis. Pemasaran digital telah menjadi metode utama untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Mengingat hal tersebut, kami menggunakan berbagai alat dan teknologi untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan menarik, profesional, dan efektif dalam menarik perhatian audiens.⁶

Kami menggunakan beberapa peralatan penting dalam proses ini, termasuk kamera untuk mengambil gambar berkualitas tinggi, handphone untuk keperluan dokumentasi dan akses cepat ke berbagai aplikasi, serta berbagai aplikasi editing untuk mengolah dan menyempurnakan konten. Aplikasi Canva menjadi pilihan utama kami dalam pembuatan desain grafis karena kemudahannya dalam penggunaan serta kemampuannya untuk menghasilkan desain yang menarik dan berkualitas tinggi.

Desain poster yang kami buat difokuskan untuk menarik perhatian audiens di berbagai platform media sosial. Dalam setiap poster, kami menyertakan informasi penting tentang layanan yang ditawarkan oleh CV. Gontor Auto Service. Informasi ini meliputi promosi spesial yang sedang berlangsung, tips perawatan kendaraan yang bermanfaat, dan keunggulan layanan bengkel yang membedakan CV. Gontor Auto Service dari kompetitornya. Kami memastikan bahwa setiap desain memiliki elemen visual yang kuat, seperti penggunaan warna-warna cerah, font yang mudah dibaca, dan tata letak yang rapi. Selain itu, pesan yang disampaikan dalam setiap poster dibuat jelas dan ringkas, sehingga mudah dipahami oleh audiens dari berbagai kalangan.

Pemasaran digital merupakan cara yang paling penting di masa kini untuk mencapai pelanggan potensial. Melalui strategi pemasaran digital yang efektif, bisnis dapat meningkatkan visibilitasnya di dunia maya, menjangkau audiens yang lebih luas, dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan.

⁶ Content Marketing: Panduan Lengkap Membuat Konten Kreatif dan Menghasilkan", Moh. Irfan dan Darmawan Aji, 2019

Penggunaan media sosial dan platform digital lainnya memungkinkan bisnis untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan, menerima umpan balik secara real-time, dan menyesuaikan layanan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan untuk mengukur efektivitas kampanye secara lebih akurat melalui berbagai alat analitik, sehingga strategi dapat disesuaikan dan dioptimalkan secara berkelanjutan.

Oleh karena itu, pembuatan desain poster yang menarik dan informatif merupakan langkah penting dalam mendukung upaya pemasaran digital CV. Gontor Auto Service. Kami memahami bahwa dalam industri otomotif yang sangat kompetitif, memiliki kehadiran online yang kuat dapat memberikan keunggulan tersendiri. Dengan poster-poster yang kami buat, kami berharap dapat meningkatkan keterlibatan dan minat audiens terhadap layanan yang ditawarkan oleh CV. Gontor Auto Service. Berikut Poster yang telah kami buat:

1. Poster istilah-istilah service dalam mobil

Setelah itu, kami memulai tahap berikutnya dalam kegiatan magang di CV. Gontor Auto Service dengan fokus pada pembuatan poster edukatif yang berisi istilah-istilah penting dalam perawatan mobil. Poster ini dirancang untuk membantu masyarakat memahami berbagai layanan yang sering mereka temui di bengkel, dengan tujuan menambah pengetahuan mereka mengenai istilah-istilah teknis yang mungkin terdengar asing.

Desain poster ini mencakup berbagai istilah yang umum digunakan dalam industri otomotif, seperti tune up, overhaul, spooling, balancing, DTC (Diagnostic Trouble Code), dan learning. Setiap istilah dilengkapi dengan penjelasan yang jelas dan ringkas untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang apa yang dimaksud dengan istilah tersebut dan bagaimana proses tersebut berkontribusi pada perawatan dan perbaikan kendaraan. Berikut isi poster:

- a. Tune up adalah istilah yang merujuk pada perawatan rutin yang dilakukan untuk memastikan mesin kendaraan bekerja secara optimal. Proses ini melibatkan pengecekan dan penggantian beberapa komponen penting, seperti busi, filter udara, dan filter bahan bakar, untuk memastikan bahwa mesin kendaraan tetap

dalam kondisi terbaik. Perawatan ini penting untuk menjaga performa mesin dan efisiensi bahan bakar, serta mencegah masalah yang lebih serius di kemudian hari.

- b. Overhaul adalah perbaikan menyeluruh yang dilakukan pada mesin kendaraan. Dalam proses ini, mesin akan dibongkar sepenuhnya untuk diperiksa dan diperbaiki. Bagian-bagian yang sudah aus atau rusak akan diganti dengan komponen baru, dan mesin akan dirakit kembali. Overhaul diperlukan ketika mesin mengalami kerusakan serius atau penurunan performa yang signifikan, dan proses ini memastikan mesin berfungsi dengan baik setelah perbaikan.
- c. Spooling adalah proses penyetaraan roda kendaraan agar sejajar kembali dengan spesifikasi pabrik. Proses ini penting untuk memastikan bahwa kendaraan bergerak dengan stabil dan tidak mengalami keausan ban yang tidak merata. Spooling juga berkontribusi pada kenyamanan berkendara dan keselamatan, serta dapat memperpanjang umur ban kendaraan.
- d. Balancing mengacu pada proses menyeimbangkan bobot roda kendaraan untuk memastikan bahwa roda berputar secara sempurna pada porosnya. Ketidakseimbangan roda dapat menyebabkan getaran saat berkendara dan mempengaruhi kenyamanan serta keamanan. Proses balancing membantu mengurangi getaran dan meningkatkan kualitas berkendara.
- e. DTC (Diagnostic Trouble Code) adalah kode kesalahan yang dihasilkan oleh sistem komputer kendaraan saat terdeteksi adanya masalah. Kode ini membantu teknisi dalam mendiagnosis dan memperbaiki masalah pada kendaraan dengan lebih efisien. Dengan memahami kode kesalahan ini, teknisi dapat melakukan perbaikan yang tepat dan memastikan kendaraan kembali berfungsi dengan baik.
- f. Learning adalah proses adaptasi komputer kendaraan terhadap kondisi operasi yang baru setelah dilakukan perbaikan atau penggantian komponen tertentu. Proses ini penting untuk memastikan bahwa kendaraan berfungsi secara optimal setelah

perawatan, dan sistem komputer dapat menyesuaikan pengaturannya sesuai dengan kondisi terbaru kendaraan.



Gambar 11 Poster istilah-istilah servis mobil

Poster ini dirancang untuk tidak hanya memberikan informasi edukatif tetapi juga menarik perhatian audiens di media sosial dan area bengkel. Pemasaran digital merupakan metode yang sangat penting di era modern ini untuk menjangkau pelanggan potensial dan membangun hubungan yang lebih baik dengan mereka. Poster ini tidak hanya bertujuan untuk mengedukasi tetapi juga untuk meningkatkan visibilitas CV. Gontor Auto Service di media sosial. Dengan memanfaatkan platform seperti Instagram dan Facebook, kami dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan menarik minat mereka terhadap layanan yang ditawarkan oleh bengkel.

Melalui kegiatan ini, kami belajar banyak tentang perencanaan dan eksekusi konten pemasaran digital. Setiap langkah, dari konsep awal hingga desain akhir, melibatkan diskusi dan koordinasi yang intensif. Kami berusaha untuk membuat setiap poster sebagai alat pemasaran yang efektif, yang tidak hanya memberikan informasi tetapi juga membangun citra positif untuk CV. Gontor Auto Service.

2. Poster “follow my Instagram” Gontor Auto Service

Dalam mendesain poster "Follow My Instagram @GontorAutoService", kami menggunakan visual handphone 2D untuk memberikan kesan modern dan relevan dengan tema pemasaran digital. Desain ini bertujuan untuk menarik perhatian audiens dan mendorong mereka untuk mengikuti akun Instagram kami dengan menggunakan elemen visual yang sesuai dengan konteks penggunaan media sosial.

Poster ini menampilkan gambar handphone 2D yang digambarkan dengan desain yang sederhana namun menarik. Handphone tersebut diletakkan secara strategis di tengah poster, menonjolkan tampilan layar yang menunjukkan akun Instagram @GontorAutoService. Gambar handphone ini berfungsi sebagai elemen focal point yang langsung mengarahkan perhatian audiens pada pesan utama poster. Tampilan layar handphone menampilkan mockup akun Instagram kami, dengan informasi seperti gambar profil, nama akun, dan beberapa postingan terbaru untuk memberikan gambaran kepada audiens tentang apa yang dapat mereka temukan dengan mengikuti akun kami.

Warna dasar poster tetap merah dengan teks putih yang kontras untuk memastikan keterbacaan. Di sekitar gambar handphone, terdapat elemen grafis tambahan seperti ikon Instagram yang kecil dan jelas, serta teks ajakan yang persuasif untuk "Follow Our Instagram". Desain visual ini dirancang dengan gaya yang bersih dan profesional, menggunakan teknik flat design atau desain datar, yang menyederhanakan elemen grafis dan fokus pada fungsi dan pesan.



Gambar 12 Poster follow my instagram

Penggunaan visual handphone 2D dalam poster ini tidak hanya mencerminkan teknologi dan media sosial, tetapi juga memudahkan audiens untuk memahami bahwa poster ini terkait dengan konten digital dan interaksi melalui platform online. Dengan menyertakan elemen visual seperti ini, kami bertujuan untuk menjembatani gap antara desain grafis dan teknologi modern, menciptakan poster yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual.

Desain poster ini akan dipasang di lokasi-lokasi strategis dan dipublikasikan melalui berbagai saluran media sosial untuk memastikan bahwa pesan kami menjangkau audiens yang luas. Dengan pendekatan desain ini, kami berharap dapat meningkatkan jumlah pengikut Instagram, memperkuat kehadiran digital CV. Gontor Auto Service, dan membangun

hubungan yang lebih erat dengan pelanggan melalui platform media sosial.

3. Poster istilah-istilah singkatan jenis mobil

Dalam upaya untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang berbagai jenis kendaraan dan memperkuat strategi pemasaran CV. Gontor Auto Service, kami merancang sebuah poster informatif yang menampilkan istilah-istilah singkatan jenis mobil yang umum dikenal: SUV, MPV, Hatchback, City Car, dan LCGC. Poster ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang jelas dan ringkas tentang masing-masing jenis kendaraan, sekaligus berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif untuk bengkel kami.



Gambar 13 Jenis-jenis mobil

Desain poster ini mengedepankan kejelasan dan daya tarik visual dengan latar belakang berwarna putih yang bersih, dipadukan dengan aksen warna cerah seperti biru dan oranye. Warna-warna ini tidak hanya membuat poster terlihat segar dan profesional, tetapi juga membantu menyoroti informasi penting dengan lebih baik. Setiap istilah jenis mobil disertai dengan ilustrasi gambar yang representatif, yang dirancang untuk memudahkan pemahaman audiens tentang perbedaan antar jenis kendaraan. Berikut isi poster:

- a. SUV (Sport Utility Vehicle) digambarkan dengan ilustrasi mobil berukuran besar dan tinggi, yang ideal untuk berbagai medan, termasuk perjalanan off-road. SUV dikenal karena kapasitas ruang yang luas dan kemampuan off-roadnya yang sangat baik, menjadikannya pilihan populer bagi keluarga dan petualang.
- b. MPV (Multi-Purpose Vehicle) Deskripsi menekankan bahwa MPV menawarkan kenyamanan dan kapasitas ruang yang tinggi, cocok untuk perjalanan bersama keluarga besar atau kelompok teman, dengan desain yang memprioritaskan fungsionalitas dan kenyamanan.
- c. Hatchback adalah pilihan ideal untuk penggunaan sehari-hari di perkotaan, berkat desainnya yang praktis dan efisien, serta kemudahan dalam parkir dan manuver di jalan-jalan kota yang sibuk.
- d. City Car diperkenalkan melalui gambar mobil kecil yang dirancang khusus untuk lingkungan perkotaan. Deskripsi mencatat bahwa city car menawarkan ukuran kompak yang memudahkan parkir dan navigasi di jalanan kota yang padat, menjadikannya pilihan yang sangat baik untuk pengemudi yang sering menghadapi kemacetan lalu lintas.
- e. LCGC (Low Cost Green Car) ditampilkan dengan ilustrasi mobil yang hemat bahan bakar dan ramah lingkungan. LCGC dirancang untuk memberikan efisiensi bahan bakar yang baik dengan harga yang terjangkau, menjadikannya pilihan populer

bagi mereka yang mencari kendaraan ekonomis dan ramah lingkungan.

Dengan menyajikan informasi tentang berbagai jenis kendaraan ini, poster kami tidak hanya memberikan pengetahuan dasar yang berguna bagi masyarakat umum, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang menunjukkan keahlian dan pengetahuan mendalam CV. Gontor Auto Service dalam merawat berbagai jenis kendaraan. Informasi ini diharapkan dapat menarik perhatian pelanggan potensial dan membuktikan bahwa bengkel kami memiliki kapasitas untuk menangani berbagai jenis mobil dengan layanan yang profesional dan berkualitas.

Melalui desain yang menarik dan informatif ini, kami bertujuan untuk memperkuat brand awareness dan meningkatkan keterlibatan pelanggan. Poster ini dipasang di lokasi-lokasi strategis dan dipublikasikan melalui berbagai saluran media sosial, memastikan bahwa pesan kami menjangkau audiens yang luas dan membantu pelanggan memahami lebih baik tentang kendaraan mereka serta kebutuhan perawatan yang mungkin mereka miliki. Dengan pendekatan ini, kami berharap dapat mempromosikan layanan kami secara efektif dan membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan melalui informasi yang bermanfaat dan relevan.

4. Poster We are open

Dalam upaya untuk menyampaikan informasi penting mengenai jadwal operasional CV. Gontor Auto Service, kami merancang poster bertema "We Are Open" yang menginformasikan jam kerja bengkel kami dari Senin hingga Sabtu, pukul 08.00 hingga 17.00. Poster ini dirancang dengan mengutamakan kejelasan dan daya tarik visual untuk memastikan bahwa informasi dapat diterima dengan mudah oleh audiens serta mencerminkan identitas visual bengkel kami.

Poster ini menggabungkan warna putih dan merah sebagai warna utama, sesuai dengan palet warna khas CV. Gontor Auto Service. Latar belakang poster berwarna putih memberikan kesan bersih dan profesional, sementara aksesoris merah digunakan untuk menyoroti elemen penting, seperti judul dan jam operasional. Kombinasi warna ini tidak hanya

menarik perhatian tetapi juga mencerminkan identitas dan kehadiran visual bengkel kami.



Gambar 14 Poster we are open

Di bagian tengah poster, terdapat judul "We Are Open" yang ditulis dengan font yang tegas dan modern dalam warna merah yang mencolok, memastikan bahwa pesan utama poster mudah terbaca dari jarak jauh. Di bawah judul, terdapat informasi jadwal operasional yang jelas, yaitu hari Senin hingga Sabtu, dari pukul 08.00 hingga 17.00. Teks ini ditampilkan dengan font yang bersih dan kontras, menggunakan warna hitam atau abu-abu gelap agar mudah dibaca di atas latar belakang putih.

Bagian atas poster didekorasi dengan gambar ilustratif dari bengkel CV. Gontor Auto Service. Gambar ini menggambarkan suasana dan

tampilan fisik bengkel kami, memberikan gambaran visual kepada audiens tentang lokasi kami. Ilustrasi ini dibuat dengan detail yang mencerminkan fasilitas yang kami tawarkan, seperti area layanan dan peralatan bengkel. Warna merah digunakan untuk menyoroti elemen-elemen tertentu dalam gambar, sehingga gambar bengkel tampak lebih hidup dan selaras dengan tema warna poster.

Dengan desain yang bersih dan informatif ini, poster "We Are Open" bertujuan untuk mempermudah pelanggan dalam mengetahui jam operasional CV. Gontor Auto Service. Poster ini akan dipasang di lokasi-lokasi strategis dan dipublikasikan melalui saluran media sosial untuk memastikan informasi kami tersebar luas dan dapat diakses oleh pelanggan dengan mudah. Dengan pendekatan desain ini, kami berharap dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan dan memastikan bahwa mereka selalu dapat merencanakan kunjungan mereka ke bengkel kami dengan lebih efisien.

5. Poster promo ganti ban Avanza

Dalam rangka mempromosikan penawaran spesial penggantian ban untuk Toyota Avanza, kami merancang sebuah poster promo yang menarik dan informatif. Poster ini dirancang untuk menonjolkan penawaran khusus yang mencakup diskon signifikan serta bonus tambahan untuk pembelian ban Bridgestone Ecopia EP150.

Poster promo untuk penggantian ban Toyota Avanza di CV. Gontor Auto Service dirancang dengan latar belakang warna gelap yang menciptakan kontras tajam dengan elemen-elemen penting di atasnya. Desain ini bertujuan untuk menarik perhatian pelanggan dan menonjolkan penawaran spesial yang kami tawarkan. Poster ini menggunakan latar belakang warna gelap, seperti hitam atau abu-abu gelap, yang memberikan kesan profesional dan modern. Warna gelap ini dipilih untuk membuat elemen-elemen visual yang penting menonjol, memastikan informasi utama terlihat jelas dan menarik.

Di bagian tengah poster, terdapat gambar ban Bridgestone Ecopia EP150 yang besar dan jelas. Gambar ini ditempatkan di tengah-tengah poster dengan kontras tinggi melawan latar belakang gelap, sehingga detail

ban dapat terlihat dengan jelas. Di sekitar gambar ban, terdapat aksesoris merah tipis yang memberikan efek visual dinamis dan menarik, menambah elemen visual yang menyenangkan dan menarik perhatian. Di atas gambar ban, terdapat judul promosi "Promo Ganti Ban Avanza!" yang ditulis dengan font besar dan tegas berwarna putih atau merah cerah, memastikan keterbacaan yang maksimal. Informasi harga diskon juga ditampilkan secara mencolok, dengan harga normal Rp1.900.000 dicoret dengan garis merah, dan harga diskon baru Rp1.750.000 ditulis dalam warna yang kontras untuk menekankan penghematan yang signifikan.



Gambar 15 Poster promo ganti ban

Bagian bawah poster dilengkapi dengan penjelasan tentang bonus tambahan yang termasuk dalam paket promo ini. Bonus-bonus tersebut mencakup sporing, balancing 4 roda, tutup pentil 2 pcs, dan kuras nitrogen 4 roda. Tidak hanya itu, pelanggan yang memanfaatkan promo ini juga akan mendapatkan bonus souvenir menarik. Bonus-bonus ini diwakili dengan ikon-ikon kecil yang jelas, memudahkan pelanggan untuk memahami apa yang mereka dapatkan bersama penawaran ini. Poster ini dirancang untuk menarik perhatian dan memberikan informasi penting dengan cara yang efektif, dipasang di lokasi strategis dan disebarluaskan melalui saluran media sosial, bertujuan untuk mencapai audiens yang luas dan memastikan penawaran promo ini terlihat oleh pelanggan potensial.

Tujuan dari pembuatan poster ini adalah untuk meningkatkan kesadaran merek, menarik pelanggan baru, memberikan informasi yang jelas. Dengan desain yang menarik dan informasi yang jelas, poster ini bertujuan untuk memperkuat citra CV. Gontor Auto Service sebagai bengkel terpercaya yang menawarkan layanan berkualitas dengan nilai tambah. Poster ini diharapkan dapat memotivasi pelanggan untuk memanfaatkan penawaran spesial ini dan memperkuat hubungan kami dengan pelanggan.

6. Kartu Nama

Pembuatan kartu nama untuk CV. Gontor Auto Service dirancang dengan perpaduan warna putih dan merah, mencerminkan identitas visual yang konsisten dengan brand perusahaan. Desain kartu nama ini mengutamakan kesederhanaan dan profesionalisme, dengan layout yang bersih dan informasi yang mudah dibaca. Latar belakang kartu nama didominasi oleh warna putih, memberikan kesan bersih dan profesional, sementara warna merah digunakan sebagai aksen pada bagian tertentu dari kartu, seperti garis tepi, nama perusahaan, dan slogan. Aksen merah ini memberikan sentuhan dinamis dan mudah diingat.

Informasi kontak yang tercantum di kartu nama meliputi nomor telepon 081225949952, akun Instagram @gontorautoservice, alamat email gontorautoservice1@gmail.com, dan alamat fisik Jl. Sultan Agung No. 21,

Bangsari, Kec. Ponorogo, Kab. Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia (53419).

Slogan perusahaan "Amanah, Handal, Profesional" ditempatkan di bagian kanan atas kartu, ditulis dengan huruf tebal berwarna hitam, menegaskan komitmen perusahaan terhadap nilai-nilai ini. Logo perusahaan ditempatkan di sudut kanan atas kartu nama, memastikan logo terlihat jelas dan mudah dikenali, sementara font yang digunakan bersih dan modern untuk memastikan keterbacaan informasi yang optimal.



Gambar 16 Kartu nama

Pembuatan kartu nama untuk CV. Gontor Auto Service memiliki beberapa tujuan penting;

Pertama, kartu nama meningkatkan profesionalisme dan memberikan kesan terorganisir kepada klien atau calon pelanggan, memperkuat citra perusahaan sebagai bengkel yang dapat diandalkan dan terpercaya.

Kedua, kartu nama memudahkan kontak dengan informasi yang jelas dan mudah diakses, sehingga pelanggan dapat dengan cepat menghubungi CV. Gontor Auto Service untuk kebutuhan layanan mereka, baik melalui telepon, email, atau media sosial.

Ketiga, kartu nama berfungsi sebagai alat jaringan yang efektif, memfasilitasi pertukaran informasi kontak dalam pertemuan bisnis, seminar, pameran otomotif, dan acara-acara lainnya.

Keempat, desain yang konsisten dengan warna dan logo perusahaan membantu memperkuat identitas brand CV. Gontor Auto Service, menjadikannya lebih mudah diingat oleh pelanggan.

Terakhir, dengan menyertakan alamat fisik dan akun media sosial, kartu nama membantu mempromosikan lokasi bengkel dan platform online di mana pelanggan dapat menemukan informasi lebih lanjut tentang layanan yang ditawarkan.

Pencantuman nomor telepon di kartu nama bertujuan untuk memberikan saluran komunikasi langsung yang cepat dan efisien bagi pelanggan yang ingin menghubungi CV. Gontor Auto Service untuk pertanyaan atau layanan darurat. Akun Instagram disertakan untuk mengajak pelanggan mengikuti media sosial bengkel, di mana mereka dapat menemukan informasi terbaru, promosi, dan konten menarik tentang layanan dan aktivitas bengkel. Alamat email memberikan opsi lain bagi pelanggan untuk menghubungi bengkel, terutama untuk komunikasi yang lebih formal atau detail, seperti mengirimkan dokumen atau melakukan pemesanan layanan. Alamat fisik bengkel dicantumkan untuk memudahkan pelanggan menemukan lokasi CV. Gontor Auto Service, serta menambah kepercayaan dengan menunjukkan bahwa bengkel memiliki tempat usaha yang jelas dan dapat diakses.

2.2.5 Pembuatan video iklan untuk pemasaran digital

1. Pembuatan script dan video iklan antar jemput kendaraan gratis

Sebelum memulai pengambilan footage untuk iklan, langkah awal yang sangat penting adalah pembuatan script writer. Script writer berfungsi sebagai panduan utama dalam proses pembuatan iklan, memastikan setiap detail berjalan sesuai rencana dan tujuan yang telah ditetapkan. Proses pembuatan script writer dimulai dengan mengidentifikasi tujuan utama dari iklan tersebut. Apakah tujuan iklan ini untuk memperkenalkan produk baru, meningkatkan kesadaran merek,

mempromosikan penawaran khusus, atau memberikan informasi tertentu kepada audiens? Penentuan tujuan ini sangat krusial karena akan menjadi dasar dari seluruh naskah iklan. Tanpa tujuan yang jelas, iklan dapat kehilangan arah dan gagal menyampaikan pesan yang diinginkan.

Langkah selanjutnya adalah melakukan penelitian dan riset mendalam mengenai produk atau layanan yang akan diiklankan, target audiens, dan pesan kunci yang ingin disampaikan. Penelitian ini mencakup pemahaman mendalam tentang keunggulan produk, kebutuhan dan preferensi target audiens, serta analisis kompetitor. Dengan informasi ini, penulis naskah dapat merancang iklan yang relevan, menarik, dan efektif dalam mencapai tujuan pemasaran. Misalnya, jika target audiens adalah kalangan muda yang aktif di media sosial, maka naskah iklan harus disesuaikan dengan gaya bahasa dan visual yang menarik bagi mereka.

Setelah penelitian selesai, penulis naskah mulai merancang struktur iklan. Struktur ini mencakup pengaturan adegan-adegan kunci, dialog, dan aksi yang akan ditampilkan. Dalam pembuatan script writer, sangat penting untuk menentukan alur cerita yang jelas dan menarik, sehingga dapat mempertahankan perhatian audiens dari awal hingga akhir iklan. Setiap adegan dan dialog harus mendukung pesan utama iklan dan mendorong audiens untuk melakukan tindakan yang diinginkan, seperti membeli produk atau mengunjungi situs web.

Proses penulisan naskah juga melibatkan pembuatan storyboard, yang merupakan visualisasi dari setiap adegan dalam iklan. Storyboard membantu tim produksi untuk memahami urutan pengambilan gambar dan memastikan semua elemen visual sesuai dengan naskah. Dalam storyboard, setiap adegan digambar secara kasar dengan keterangan tentang dialog, gerakan kamera, dan elemen visual lainnya. Ini memungkinkan tim untuk merencanakan pengambilan gambar dengan lebih efektif dan menghindari kesalahan atau kekurangan selama produksi.

Dalam pembuatan script writer, detail seperti lokasi pengambilan gambar, properti yang dibutuhkan, dan instruksi khusus untuk aktor atau presenter juga harus dicantumkan. Penulis naskah harus memastikan bahwa setiap detail teknis mendukung alur cerita dan pesan iklan. Misalnya, jika iklan membutuhkan adegan di luar ruangan, maka lokasi

pengambilan gambar harus dipilih dengan hati-hati agar sesuai dengan mood dan tema iklan. Begitu juga dengan properti dan kostum yang digunakan oleh aktor, semuanya harus mendukung narasi dan visual iklan.

Setelah naskah final disetujui, script writer digunakan sebagai panduan utama selama proses pengambilan footage. Tim produksi mengikuti naskah dengan seksama untuk memastikan bahwa setiap adegan diambil sesuai dengan rencana dan pesan iklan tersampaikan dengan jelas dan efektif. Panduan ini membantu mengurangi kesalahan selama produksi dan memastikan bahwa semua elemen iklan bekerja secara harmonis untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Berikut merupakan script video iklan yang telah kami buat:

a. Script video iklan antar jemput kendaraan gratis

Iklan untuk layanan antar jemput kendaraan gratis sangat penting untuk dibuat karena beberapa alasan strategis yang dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan kepuasan pelanggan. Pertama, iklan ini memungkinkan CV. Gontor Auto Service untuk menonjolkan keunggulan kompetitif yang membedakan mereka dari bengkel lain, yaitu layanan antar jemput kendaraan gratis. Hal ini menarik perhatian calon pelanggan yang mencari kemudahan dalam perawatan kendaraan mereka. Kedua, layanan ini mempermudah akses pelanggan yang mungkin sibuk atau tidak memiliki waktu untuk membawa kendaraan mereka ke bengkel, sehingga menawarkan solusi praktis yang sangat dibutuhkan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan dapat meningkat, karena mereka merasa diperhatikan dan dihargai. Ketiga, iklan ini juga membantu mengatasi hambatan geografis dengan menawarkan layanan antar jemput dalam radius tertentu, membuka kesempatan bagi bengkel untuk melayani lebih banyak pelanggan di area sekitar. Terakhir, pembuatan iklan ini berfungsi untuk meningkatkan brand awareness, mengedukasi audiens tentang layanan yang tersedia, dan memperluas jangkauan pasar. Dengan menciptakan iklan yang

efektif, CV. Gontor Auto Service dapat menarik pelanggan baru dan memperkuat hubungan dengan pelanggan yang sudah ada.



Gambar 17 Script iklan antar jemput kendaraan gratis

Pembuatan script iklan untuk layanan antar jemput kendaraan gratis di CV. Gontor Auto Service dimulai dengan merancang narasi yang menarik dan informatif untuk menonjolkan keunggulan layanan ini. Script iklan dimulai dengan menggambarkan seorang pria bernama Beni yang mengalami masalah dengan mobilnya dan merasa bahwa kendaraan tersebut perlu segera diservis. Dalam upaya mencari solusi yang praktis, Beni membuka Instagram dan menemukan postingan dari CV. Gontor Auto Service. Ia kemudian mengklik profil Instagram bengkel dan melihat linktree yang menawarkan layanan antar jemput kendaraan gratis. Meskipun merasa skeptis, Beni memutuskan untuk

menelepon nomor yang tertera dalam postingan. Tim Gontor Auto Service segera merespons dan mengirimkan kendaraan untuk menjemput mobil Beni, yang kemudian dibawa ke bengkel untuk diperbaiki. Script ini menggarisbawahi kemudahan dan efisiensi layanan antar jemput kendaraan gratis dengan radius layanan hingga 5 km, menjadikannya sangat bermanfaat bagi pelanggan yang sibuk dan tidak memiliki waktu untuk membawa kendaraan mereka sendiri. Iklan diakhiri dengan ajakan kepada audiens untuk memanfaatkan layanan ini, dengan mencantumkan informasi kontak yang mudah diakses, sehingga pelanggan dapat segera menghubungi bengkel dan merasakan manfaat dari layanan yang ditawarkan.

b. Taking video iklan antar jemput kendaraan gratis

Video iklan layanan antar jemput kendaraan gratis di CV. Gontor Auto Service diambil dengan tujuan untuk menunjukkan secara jelas dan menarik bagaimana layanan ini berfungsi dan menguntungkan pelanggan. Proses pengambilan video dimulai dengan menyusun skenario yang menggambarkan pengalaman pelanggan dari awal hingga akhir.

Video dimulai dengan menampilkan seorang pria bernama Beni yang tampak frustrasi karena mobilnya sudah tidak nyaman untuk dikendarai. Beni terlihat membuka aplikasi Instagram di handphonenya, menemukan postingan dari Gontor Auto Service, dan kemudian mengklik profil yang menampilkan linktree. Di linktree tersebut, Beni menemukan tawaran layanan antar jemput kendaraan gratis. Momen ini diperlihatkan dengan jelas, menunjukkan rasa penasaran Beni dan ketertarikan terhadap tawaran tersebut.

Setelah itu, Beni menelepon nomor yang tertera di postingan. Kamera menyorot detail komunikasi melalui telepon, memperlihatkan respons cepat dari tim Gontor Auto Service. Layanan antar jemput kendaraan diatur dengan efisien; kamera menangkap mobil Gontor Auto Service yang tiba di lokasi, sopir bengkel yang membantu menjemput mobil Beni, dan proses pemindahan mobil ke kendaraan layanan.

Dalam video, fokus diberikan pada detail layanan yang ramah dan profesional, termasuk interaksi antara sopir dan Beni, serta pengangkutan mobil dengan hati-hati. Video diakhiri dengan mobil Beni tiba di bengkel, menegaskan kemudahan yang ditawarkan oleh layanan ini dan menampilkan logo CV. Gontor Auto Service dengan tagline “Amanah, Handal, Profesional” untuk menguatkan pesan.



Gambar 18 Taking iklan antar jemput kendaraan gratis

Video ini dirancang untuk menarik perhatian dengan visual yang bersih dan profesional, serta menekankan kenyamanan dan efisiensi layanan antar jemput kendaraan. Dengan memperlihatkan proses secara menyeluruh, video ini bertujuan untuk memberikan gambaran jelas kepada calon pelanggan tentang bagaimana mereka bisa memanfaatkan layanan ini, serta mengedukasi mereka mengenai keunggulan yang ditawarkan oleh CV. Gontor Auto Service.

2. Pembuatan script dan video iklan servis di GAS aja

Pembuatan video iklan untuk layanan antar jemput kendaraan gratis di CV. Gontor Auto Service dirancang sebagai respons terhadap fenomena banyaknya asatidz dari Pondok Modern Darussalam Gontor yang memilih untuk servis di bengkel luar ketimbang di bengkel sendiri. Melihat hal ini, kami merasa perlu untuk membuat video konten yang menarik dan relevan, dengan tujuan mengubah persepsi dan kebiasaan asatidz agar lebih memilih bengkel milik pondok.

Proses pembuatan video ini diawali dengan perencanaan konsep yang mengikuti tren konten viral saat itu, sehingga dapat menarik perhatian dan mudah diingat oleh para penonton. Kami ingin menciptakan video yang tidak hanya informatif, tetapi juga menghibur, dengan narasi yang kuat dan visual yang menarik.

Visual dalam video ini dikemas dengan cara yang menarik, menggunakan elemen-elemen yang sedang populer dan viral pada waktu itu, untuk memastikan video dapat menjangkau dan resonansi dengan audiens target, terutama para asatidz. Penggunaan grafis yang dinamis, transisi yang halus, dan musik latar yang sesuai juga ditambahkan untuk meningkatkan daya tarik video.

Tujuan utama pembuatan video ini adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman para asatidz tentang kemudahan dan keuntungan menggunakan layanan antar jemput kendaraan gratis dari CV. Gontor Auto Service. Dengan menawarkan solusi yang praktis dan efisien, serta memanfaatkan media sosial sebagai platform promosi, kami berharap dapat menarik lebih banyak asatidz untuk melakukan servis

engagement dan membuat lebih banyak asatidz serta pelanggan lain tertarik untuk menggunakan layanan antar jemput kendaraan gratis dari CV. Gontor Auto Service.

b. Taking video servis di GAS aja

Pengambilan video iklan untuk layanan antar jemput kendaraan gratis di CV. Gontor Auto Service dilakukan dengan latar belakang bengkel, menciptakan suasana yang autentik dan relevan. Video ini menampilkan tiga orang teknisi bengkel yang berdiri di depan bengkel dengan gaya yang percaya diri dan sedikit songong, menunjukkan keahlian dan kesiapan mereka untuk memberikan layanan terbaik.



Gambar 20 Video iklan servis di GAS aja

Setiap teknisi memegang peralatan bengkel yang berbeda, seperti kunci pas, obeng, dan alat diagnosa mobil, yang menekankan profesionalisme dan keahlian mereka dalam menangani berbagai masalah kendaraan. Gaya berdiri mereka yang santai namun percaya diri menunjukkan bahwa mereka siap untuk menerima tantangan dan memberikan solusi terbaik bagi pelanggan.

Latar belakang bengkel yang terlihat jelas dalam video memperkuat identitas CV. Gontor Auto Service, memberikan kesan bahwa ini adalah tempat yang terpercaya dan handal untuk perawatan kendaraan. Pencahayaan yang digunakan dalam pengambilan video juga diatur sedemikian rupa untuk menonjolkan detail bengkel dan peralatan, memberikan tampilan yang profesional dan bersih.

Gaya songong yang ditampilkan oleh para teknisi bertujuan untuk menarik perhatian dan menambah elemen hiburan dalam video, sambil tetap mempertahankan pesan utama tentang layanan antar jemput kendaraan gratis. Intonasi rap yang cepat dan ritmis, dikombinasikan dengan visual yang menarik, menciptakan iklan yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur, sehingga dapat menarik perhatian para asatidz dan pelanggan lainnya.

Dengan strategi ini, video iklan diharapkan dapat meningkatkan kesadaran tentang layanan unggulan yang ditawarkan oleh CV. Gontor Auto Service, menarik lebih banyak pelanggan untuk mencoba layanan mereka, dan membangun citra positif sebagai bengkel yang amanah, handal, dan profesional.

3. Pembuatan video We are open

Pembuatan video "We Are Open" di CV. Gontor Auto Service dirancang untuk memberikan wawasan kepada pelanggan tentang keadaan

bengkel, pelayanan yang tersedia, serta informasi mengenai jadwal dan jam operasional. Video ini bertujuan untuk mengedukasi dan meyakinkan calon pelanggan tentang keunggulan dan kesiapan bengkel dalam melayani kebutuhan perawatan kendaraan mereka.

Video dimulai dengan pengambilan gambar eksterior bengkel, menampilkan tampilan luar yang bersih dan profesional dengan logo CV. Gontor Auto Service yang terlihat jelas. Adegan beralih ke interior bengkel, di mana kamera menangkap suasana aktif dan terorganisir dengan baik. Mekanik terlihat sibuk bekerja pada berbagai kendaraan, menggunakan peralatan modern dan canggih untuk melakukan perbaikan dan perawatan.



Gambar 21 Video we are open

Pelayanan di bengkel juga ditonjolkan, dengan cuplikan interaksi antara customer service yang ramah dan pelanggan. Customer service

memberikan informasi dengan senyum dan sikap profesional, menunjukkan komitmen bengkel untuk memberikan pelayanan terbaik kepada setiap pelanggan. Adegan ini dirancang untuk menekankan bahwa CV. Gontor Auto Service tidak hanya menawarkan layanan teknis yang handal, tetapi juga pelayanan pelanggan yang unggul.

Bagian penting dari video ini adalah penampilan jadwal dan jam operasional bengkel. Teks informatif muncul di layar, menyampaikan bahwa bengkel buka dari Senin hingga Sabtu, mulai pukul 08.00 hingga 17.00. Informasi ini disampaikan dengan jelas dan menarik perhatian, memastikan bahwa pelanggan mengetahui kapan mereka bisa mengunjungi bengkel untuk mendapatkan layanan.

Dengan video "We Are Open" ini, CV. Gontor Auto Service berharap dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang mereka tawarkan. Video ini tidak hanya memberikan informasi yang diperlukan tetapi juga membangun citra positif bengkel sebagai tempat yang amanah, handal, dan profesional untuk perawatan kendaraan.

4. Pembuatan video mobil mogok? Ke GAS aja

a. Script video servis di GAS aja

Pembuatan script iklan "Mobil Mogok? Ke GAS Aja" bertujuan untuk mempromosikan CV. Gontor Auto Service sebagai bengkel yang andal dan siap membantu dalam situasi darurat. Script ini dirancang untuk menarik perhatian melalui cerita yang sederhana namun efektif, dengan fokus pada solusi cepat dan mudah yang ditawarkan oleh bengkel.

Cerita dimulai dengan seorang pria yang sedang mengalami masalah dengan mobilnya di pinggir jalan. Mobilnya mogok dan dia terlihat cemas serta tidak tahu harus berbuat apa. Adegan ini diambil dengan latar belakang jalan yang sepi, menekankan perasaan kebingungan dan ketidakberdayaan pria tersebut.

Saat pria tersebut memeriksa mesin mobil dengan bingung, dua orang teman datang mendekat. Mereka terlihat tenang dan yakin, siap memberikan solusi. Sambil tersenyum, salah satu dari mereka berkata, "Mobil mogok? Ke GAS aja!" dan menunjuk ke arah bengkel CV. Gontor Auto Service yang terlihat tidak jauh dari lokasi kejadian.

Dialog ini diikuti dengan adegan yang menunjukkan bengkel CV. Gontor Auto Service yang sibuk dan terorganisir. Para mekanik terlihat profesional dan cepat dalam menangani berbagai permasalahan kendaraan. Adegan ini memberikan kesan bahwa bengkel GAS adalah pilihan yang tepat dan dapat diandalkan dalam situasi darurat.

```

1. INT. DEPAS BENGKEL GAS
1
Ada seseorang sedang mengemudi mobil diadegan GAS. kemudian mobil yang sedang ia kemudikan mogok seketika. lalu ia kebingungan.

DEPAS
ada... kok tiba-tiba Gih mogoknya?

Kemudian ada staff bengkel menyambutnya dan mengajak ke bengkelnya (lok lok lok)

DEPAS
Mogok?

DEPAS
Mogok? ke GAS solusinya

kemudian mereka menunjuk GAS, dan menampilkan footage GAS

```

Gambar 22 Script mobil mogok

Script iklan ini diakhiri dengan pesan yang kuat dan mudah diingat: "Mobil mogok? Ke GAS aja!" diikuti dengan informasi kontak dan alamat bengkel. Musik latar yang dinamis dan optimis menambah energi pada iklan, membuatnya lebih menarik dan mudah diingat oleh audiens.

Tujuan dari pembuatan iklan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan pelanggan terhadap CV. Gontor Auto Service, serta untuk memposisikan bengkel

ini sebagai solusi pertama yang terlintas di benak pelanggan ketika mereka menghadapi masalah dengan kendaraan mereka. Dengan pendekatan yang sederhana namun efektif, iklan ini diharapkan dapat menarik lebih banyak pelanggan untuk menggunakan layanan dari GAS.

b. Video servis di GAS aja

Video iklan "Mobil Mogok? Ke GAS Aja" diambil di depan bengkel CV. Gontor Auto Service (GAS), dengan tujuan menonjolkan lokasi dan suasana bengkel yang profesional. Pengambilan gambar dilakukan dengan durasi singkat namun padat, dirancang untuk segera menarik perhatian pelanggan yang mungkin hanya memiliki waktu singkat untuk menonton iklan.

Setiap elemen dalam video ini dipikirkan dengan matang untuk memberikan dampak maksimal. Ekspresi para aktor sangat diperhatikan agar bisa meningkatkan emosi dan keterikatan penonton. Aktor yang berperan sebagai pria yang mobilnya mogok menampilkan wajah cemas dan putus asa, yang kemudian berubah menjadi lega dan senang saat teman-temannya merekomendasikan GAS. Ekspresi ini membantu penonton merasakan transisi dari masalah ke solusi yang ditawarkan oleh GAS.



Gambar 23 Video mobil mogok

Dua teman yang merekomendasikan bengkel GAS menampilkan sikap tenang dan percaya diri. Mereka dengan penuh keyakinan menunjuk ke arah bengkel sambil berkata, "Mobil mogok? Ke GAS aja!" Ekspresi wajah mereka yang ramah dan yakin membantu menekankan bahwa GAS adalah bengkel yang dapat diandalkan.

Latar belakang bengkel GAS yang terlihat jelas dalam video memberikan kesan bahwa ini adalah tempat yang profesional dan siap melayani. Visual bengkel yang sibuk dengan aktivitas mekanik yang bekerja dengan cekatan menambah kredibilitas iklan ini. Penggunaan cahaya yang tepat dan sudut pengambilan gambar yang strategis membantu menonjolkan elemen-elemen penting dari bengkel.

Keseluruhan video ini dirancang untuk menunjukkan bahwa CV. Gontor Auto Service adalah pilihan terpercaya untuk segala kebutuhan servis kendaraan. Dengan ekspresi aktor yang keren dan profesional, serta tampilan bengkel yang meyakinkan, video ini bertujuan untuk meningkatkan emosi dan keyakinan penonton bahwa solusi terbaik untuk masalah kendaraan mereka ada di GAS.

5. Pembuatan script dan video pelayanan cepat

Pembuatan video "Pelayanan Cepat" di CV. Gontor Auto Service bertujuan untuk menunjukkan profesionalitas kerja bengkel dengan mengedepankan slogan mereka: Amanah, Handal, Profesional. Video ini dirancang untuk memperlihatkan betapa cepat dan efisiennya layanan yang diberikan oleh bengkel, sekaligus menegaskan komitmen mereka terhadap kualitas dan kepercayaan pelanggan.

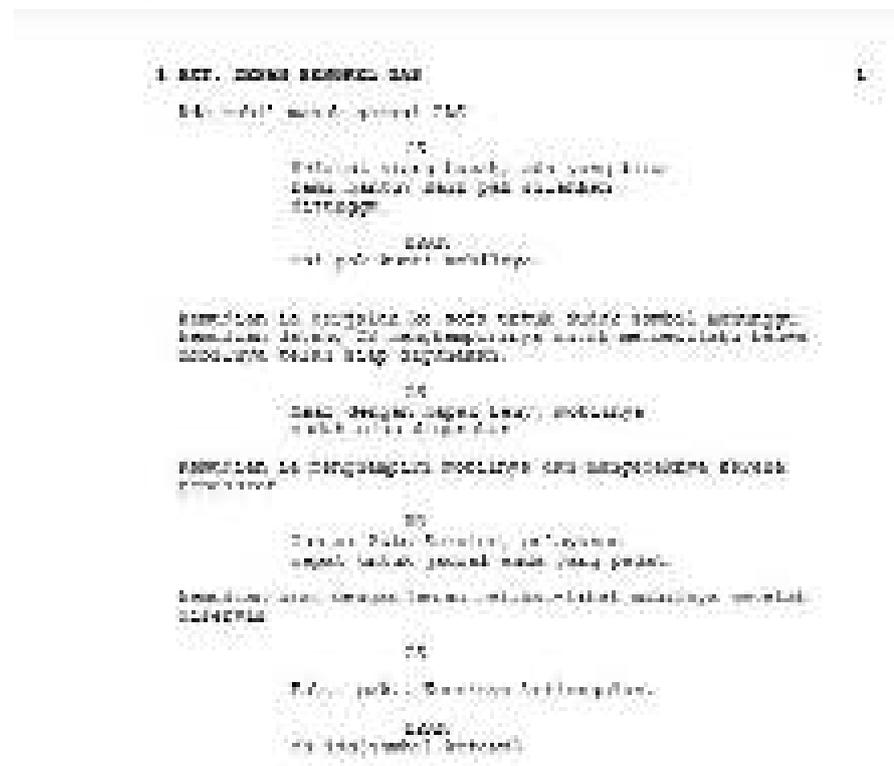
Slogan "Amanah, Handal, Profesional" muncul di layar beberapa kali selama video, baik melalui teks maupun melalui narasi suara. Hal ini bertujuan untuk memperkuat pesan utama video dan memastikan bahwa penonton memahami nilai-nilai yang dipegang teguh oleh bengkel.

Tujuan pembuatan video ini adalah untuk meningkatkan kepercayaan dan kesadaran pelanggan terhadap CV. Gontor Auto Service. Dengan menunjukkan kecepatan, kehandalan, dan profesionalitas dalam

setiap aspek pelayanan, video ini bertujuan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan membangun reputasi bengkel sebagai pilihan utama untuk perawatan dan perbaikan kendaraan. Melalui visual yang menarik dan narasi yang jelas, video ini berharap dapat meninggalkan kesan yang kuat dan positif di benak penonton, mendorong mereka untuk mempercayakan kendaraan mereka kepada bengkel ini.

a. Script video servis pelayanan cepat

Pembuatan script ini dimulai dengan adegan seorang pria, bernama Bram, yang tiba di bengkel CV. Gontor Auto Service dengan tujuan untuk melakukan servis pada mobilnya. Beni tampak sedikit khawatir karena mobilnya sudah mulai menunjukkan tanda-tanda perlu perawatan. Ia disambut dengan hangat oleh customer service yang ramah dan profesional. Sambutan ini dirancang untuk langsung membuat penonton merasa bahwa CV. Gontor Auto Service adalah tempat yang memperlakukan pelanggan dengan baik dan penuh perhatian.



Gambar 24 Script pelayanan cepat

Bram kemudian menjelaskan kendala yang dialami mobilnya kepada customer service. Setelah mendengar keluhannya, customer service dengan sigap mencatat dan menjamin bahwa masalah akan segera ditangani. Beni diberi penjelasan singkat tentang apa yang akan dilakukan pada mobilnya, menambah kepercayaannya pada profesionalitas bengkel.

Selanjutnya, Bram diarahkan ke ruang tunggu untuk beristirahat sejenak sementara mobilnya diperbaiki. Adegan ini menunjukkan Bram yang hendak duduk di kursi ruang tunggu dengan suasana yang nyaman dan tenang. Namun, sebelum ia sempat benar-benar duduk, tiba-tiba customer service memanggilnya kembali. Dengan senyum ramah, customer service memberitahukan bahwa mobilnya sudah selesai diservis.

Bram tampak terkejut dan kebingungan, tidak percaya bahwa proses servis bisa secepat itu. Ekspresi bingung dan takjubnya digambarkan dengan jelas, menekankan betapa cepat dan efisiennya layanan di CV. Gontor Auto Service. Adegan ini tidak hanya menunjukkan kecepatan pelayanan, tetapi juga memperlihatkan keahlian dan koordinasi tim bengkel yang luar biasa.

Dengan narasi yang kuat dan visual yang menarik, script ini dirancang untuk menonjolkan salah satu keunggulan utama CV. Gontor Auto Service, yaitu pelayanan cepat tanpa mengorbankan kualitas. Tujuan dari pembuatan script ini adalah untuk menarik perhatian calon pelanggan, menunjukkan bahwa di bengkel ini, mereka bisa mendapatkan layanan cepat, andal, dan profesional, sesuai dengan slogan bengkel "Amanah, Handal, Profesional". Video ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap CV. Gontor Auto Service, mendorong mereka untuk

memilih bengkel ini untuk semua kebutuhan perawatan kendaraan mereka.

b. Taking video servis pelayanan cepat

Pembuatan video ini dirancang untuk menonjolkan kecepatan dan keahlian pelayanan di CV. Gontor Auto Service secara singkat namun efektif. Video dimulai dengan adegan seorang pria bernama Bram yang tiba di bengkel dengan mobil yang membutuhkan servis. Bram tampak sedikit cemas, namun segera disambut oleh customer service dengan ramah dan penuh perhatian.



Gambar 25 Video pelayanan cepat

Dalam video ini, customer service dengan sigap mencatat kendala mobil Bram dan memberikan penjelasan singkat tentang proses servis yang akan dilakukan. Visual

yang digunakan memperlihatkan interaksi yang cepat dan efisien antara Bram dan petugas, menunjukkan bagaimana masalah diidentifikasi dan diproses dengan segera.

Setelah proses penyerahan mobil, Bram diarahkan ke ruang tunggu. Adegan ini menggambarkan Bram yang baru saja duduk dan bersantai, namun secara tiba-tiba customer service memanggilnya kembali. Dengan senyum yang ramah, customer service menginformasikan bahwa mobilnya sudah selesai diservis. Reaksi Bram yang terkejut dan senang menunjukkan betapa cepat dan efektifnya pelayanan di bengkel ini.

Video ini diambil dengan teknik pengambilan gambar yang cepat dan dinamis, menekankan efisiensi proses servis dan profesionalisme staf. Meskipun video ini singkat, setiap detik dirancang untuk memberikan pesan yang kuat mengenai kecepatan dan keahlian layanan di CV. Gontor Auto Service.

Tujuan dari pembuatan video ini adalah untuk menampilkan kemampuan bengkel dalam memberikan layanan yang cepat dan ahli tanpa mengorbankan kualitas. Dengan visual yang menarik dan narasi yang jelas, video ini bertujuan untuk menarik perhatian calon pelanggan dan membuktikan bahwa di CV. Gontor Auto Service, mereka dapat mengandalkan pelayanan yang efisien dan profesional untuk semua kebutuhan perawatan kendaraan mereka.

2.3 Pembahasan

Setelah menyelesaikan kegiatan magang di CV. Gontor Auto Service, para peserta akan secara mendetail berbagai kegiatan yang telah mereka lakukan selama periode magang, di antaranya adalah:

2.3.1 Orientasi Pembukaan dan Kumpul koordinasi di Gontor Auto Service

Komunikasi yang efektif dalam konteks organisasi, terutama dalam kegiatan kumpul koordinasi, sangat penting untuk membangun kesamaan persepsi antara peserta magang dan staf. Hal ini relevan dalam konteks CV.

Gontor Auto Service, di mana kegiatan magang di bidang digital marketing memerlukan pemahaman yang jelas tentang jobdesk dan tanggung jawab masing-masing individu.

Kumpul koordinasi berfungsi sebagai platform untuk berbagi informasi dan membahas berbagai aspek yang berkaitan dengan kegiatan magang. Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal dan kelompok menjadi sangat krusial. Komunikasi interpersonal, yang terjadi antara individu secara langsung, memungkinkan untuk terjadinya dialog yang mendalam dan pemahaman yang lebih baik tentang peran masing-masing dalam tim.⁷

Sementara itu, komunikasi kelompok, yang melibatkan interaksi antara beberapa orang, membantu dalam menciptakan ruang untuk diskusi yang konstruktif. Melalui kumpul koordinasi, peserta magang dapat mengajukan pertanyaan, memberikan masukan, dan mendapatkan klarifikasi mengenai jobdesk mereka, yang pada gilirannya akan meningkatkan efektivitas kerja mereka di lapangan.⁸

Salah satu teori komunikasi yang relevan dalam konteks ini adalah teori komunikasi kelompok. Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi kelompok adalah komunikasi yang terjadi antara individu dengan sekelompok orang dalam situasi tatap muka, di mana terdapat kesempatan untuk memberikan tanggapan secara verbal.⁹ Hal ini sangat penting dalam konteks CV. Gontor Auto Service, di mana staf dan peserta magang perlu berkolaborasi dan saling memahami untuk mencapai tujuan bersama dalam proyek digital marketing.

Teori lain yang dapat diterapkan adalah teori persepsi dalam komunikasi. Persepsi adalah proses di mana individu menginterpretasikan informasi yang diterima. Dalam konteks kumpul koordinasi, penting untuk memastikan bahwa semua peserta memiliki persepsi yang sama tentang

⁷ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004), 125.

⁸ A First Look at Communication Theory, Eight Edition. McGraw-Hill International Edition, New York, 2012.

⁹ Onong Uchjana Effendy, Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004).

tujuan dan tugas mereka. Hal ini dapat dicapai melalui komunikasi yang jelas dan terbuka, di mana setiap individu merasa didengar dan dipahami.¹⁰

Kumpul koordinasi di CV. Gontor Auto Service merupakan momen penting untuk membangun kesamaan persepsi antara peserta magang dan staf. Dengan menerapkan teori komunikasi yang tepat, seperti komunikasi kelompok dan persepsi, organisasi dapat memastikan bahwa semua anggota tim memahami peran dan tanggung jawab mereka, sehingga meningkatkan efektivitas kegiatan magang dalam digital marketing.

2.3.2 Pembuatan jobdesk dan jadwal publikasi di google spreadsheet

Pembuatan jobdesk dan jadwal publikasi poster story di Google Spreadsheet adalah elemen penting dalam manajemen komunikasi di CV. Gontor Auto Service, terutama dalam konteks kegiatan digital marketing. Keberhasilan suatu proyek sangat bergantung pada kejelasan peran dan tanggung jawab setiap anggota tim, serta koordinasi yang efektif dalam penjadwalan. Jobdesk yang jelas membantu peserta magang memahami tugas spesifik mereka, mengurangi kebingungan, dan meningkatkan fokus dalam pekerjaan. Dengan adanya jobdesk, setiap individu dapat mengetahui apa yang diharapkan dari mereka, batas waktu yang harus dipenuhi, dan hasil yang diinginkan. Hal ini sangat penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan efisien.

Selain itu, penyusunan jadwal publikasi yang terorganisir di Google Spreadsheet memungkinkan semua anggota tim untuk melihat kapan konten akan dipublikasikan. Ini sangat penting untuk menjaga konsistensi dalam komunikasi pemasaran dan memastikan bahwa semua konten yang dibuat mendukung tujuan kampanye secara keseluruhan. Dengan menggunakan alat kolaboratif seperti Google Spreadsheet, peserta magang dan staf dapat memperbarui informasi secara real-time, sehingga meningkatkan transparansi dan akuntabilitas di antara anggota tim. Ketika semua anggota tim memiliki akses yang sama terhadap informasi, mereka dapat berkolaborasi dengan

¹⁰ Harapan, E., & Ahmad, S. (2016). Komunikasi AntarPribadi : Perilaku Insani dalam Organisasi Pendidikan. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

lebih baik dan mengurangi risiko kesalahan yang dapat terjadi akibat kurangnya komunikasi.

Dalam konteks ini, penerapan teori komunikasi menjadi sangat relevan. Teori Komunikasi Hati yang dikemukakan oleh Prof. Dr. Puji Lestari menekankan pentingnya dimensi emosional dalam komunikasi. Dalam pembuatan jobdesk dan jadwal, penerapan teori ini dapat membantu menciptakan lingkungan kerja yang lebih positif, di mana peserta magang merasa dihargai dan didengar.¹¹ Hal ini dapat memperkuat hubungan antar anggota tim dan meningkatkan kolaborasi dalam proyek. Selain itu, Teori Interaksi Simbolik, yang dikembangkan oleh George Herbert Mead dan Herbert Blumer, menjelaskan bagaimana individu menciptakan makna melalui interaksi sosial. Dalam konteks pembuatan jobdesk, penggunaan istilah dan simbol yang jelas serta pemahaman bersama tentang tugas dan waktu publikasi akan membantu menciptakan kesamaan persepsi di antara peserta magang dan staf.¹²

Implementasi pembuatan jobdesk dan jadwal publikasi di CV. Gontor Auto Service dapat dilakukan melalui beberapa langkah. Pertama, mengadakan rapat koordinasi awal untuk membahas tujuan proyek dan menjelaskan jobdesk masing-masing. Dalam pertemuan ini, penting untuk menggunakan pendekatan komunikasi hati, di mana semua anggota tim merasa nyaman untuk berbagi pendapat. Selanjutnya, staf dan peserta magang dapat bersama-sama menyusun jobdesk yang jelas, termasuk mendefinisikan tugas dan menetapkan deadline. Setelah jobdesk disusun, jadwal publikasi dapat diatur dalam Google Spreadsheet, memastikan semua anggota tim memiliki akses dan memahami cara menggunakan alat ini. Terakhir, mengadakan rapat evaluasi secara berkala untuk membahas kemajuan, tantangan, dan umpan balik, sehingga dialog terbuka dapat membantu memperbaiki proses dan menyesuaikan jobdesk jika diperlukan.

¹¹Puji Lestari, *Teori Komunikasi Hati: Analisis dan Implementasi Dalam Kehidupan* (Yogyakarta: UPN "Veteran", 2020).

¹² Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*, (Berkeley: University of California Press, 1969).

Dengan menerapkan teori komunikasi yang tepat, seperti Teori Komunikasi Hati dan Teori Interaksi Simbolik, CV. Gontor Auto Service dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dan kolaborasi di antara semua anggota tim. Melalui pendekatan ini, diharapkan peserta magang tidak hanya dapat menjalankan tugas mereka dengan baik, tetapi juga merasa terlibat dan termotivasi untuk berkontribusi secara maksimal dalam proyek digital marketing. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang teori komunikasi dan penerapannya dalam konteks praktis, diharapkan CV. Gontor Auto Service dapat menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan kolaboratif bagi peserta magang.

2.3.3 Pembuatan Linktree untuk media *Instagram*

Pembuatan Linktree di media sosial Instagram untuk bengkel Gontor Auto Service sangatlah penting dalam konteks komunikasi pemasaran, karena platform ini memungkinkan penyampaian informasi yang lebih terstruktur dan mudah diakses oleh konsumen. Dalam era digital saat ini, di mana perhatian pelanggan sangat terbatas, penggunaan Linktree dapat menjadi solusi efektif untuk mengorganisir berbagai tautan penting, seperti layanan yang ditawarkan, kontak, dan promosi terkini dalam satu tempat. Dengan mengintegrasikan berbagai link ke dalam satu platform, Gontor Auto Service dapat meningkatkan pengalaman pengguna, memudahkan pelanggan untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan dengan cepat, serta mendorong interaksi yang lebih besar dengan konten yang disediakan. Hal ini sangat penting untuk membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan visibilitas online, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada peningkatan jumlah pelanggan.

Teori komunikasi pemasaran yang relevan dalam konteks ini adalah Teori Komunikasi Terpadu yang dikemukakan oleh Don E. Schultz dalam bukunya *Integrated Marketing Communications: Pulling It Together and Making It Work*. Teori ini menekankan pentingnya konsistensi dalam penyampaian pesan di berbagai saluran komunikasi untuk mencapai tujuan pemasaran yang efektif.¹³ Dalam hal ini, Linktree berfungsi sebagai alat untuk

¹³ Don E. Schultz, *Integrated Marketing Communications: Pulling It Together and Making It Work* (McGraw-Hill, 2004).

menyatukan semua informasi penting dalam satu tautan, sehingga memudahkan pelanggan untuk mengakses informasi yang relevan tanpa harus mencari di berbagai tempat. Dengan demikian, Gontor Auto Service dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui Instagram dan saluran lainnya tetap konsisten dan mudah dipahami oleh audiens.

Selain itu, penerapan Teori Konstruksi Sosial yang dijelaskan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann dalam buku mereka *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* juga dapat memberikan perspektif tambahan dalam pembuatan Linktree. Teori ini menekankan bahwa realitas sosial dibentuk melalui interaksi dan komunikasi.¹⁴ Dalam konteks pemasaran, Linktree dapat membantu membentuk persepsi pelanggan terhadap merek dengan menyajikan informasi yang relevan dan menarik. Dengan menyajikan tautan yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara emosional, Gontor Auto Service dapat menciptakan ikatan yang lebih kuat dengan pelanggan.

Pentingnya pembuatan Linktree juga dapat dilihat dari perspektif Teori Agenda Setting yang dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw. Teori ini menyatakan bahwa media tidak hanya memberitakan apa yang harus dipikirkan oleh publik, tetapi juga dapat mempengaruhi apa yang dianggap penting.¹⁵ Dengan menggunakan Linktree untuk menonjolkan tautan tertentu, Gontor Auto Service dapat mengarahkan perhatian pelanggan pada layanan atau promosi yang dianggap paling penting, sehingga membentuk agenda komunikasi yang sesuai dengan strategi pemasaran mereka.

Implementasi Linktree di Instagram harus dilakukan dengan strategi yang matang. Pertama, tim pemasaran perlu menentukan tautan apa saja yang paling relevan dan penting untuk disertakan, seperti informasi tentang layanan, penawaran khusus, dan kontak. Selanjutnya, desain Linktree harus menarik dan sesuai dengan identitas merek Gontor Auto Service, sehingga

¹⁴ Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (Anchor Books, 1991).

¹⁵ Maxwell McCombs dan Donald Shaw, *The Agenda-Setting Function of Mass Media* (Public Opinion Quarterly, 1972).

dapat menarik perhatian pelanggan. Setelah Linktree diluncurkan, penting untuk mempromosikannya secara aktif melalui postingan dan cerita di Instagram, serta melalui saluran komunikasi lainnya untuk memastikan bahwa pelanggan mengetahui keberadaannya.

2.3.4 Pembuatan poster iklan di media social

Pembuatan poster iklan untuk bengkel Gontor Auto Service sangatlah penting dalam konteks komunikasi pemasaran, karena poster berfungsi sebagai alat promosi yang efektif untuk menarik perhatian calon pelanggan. Dalam dunia yang semakin kompetitif, visualisasi yang menarik dan informatif dapat membuat perbedaan signifikan dalam cara pelanggan memandang layanan yang ditawarkan. Poster iklan tidak hanya menyampaikan informasi tentang layanan yang tersedia, tetapi juga menciptakan citra merek yang kuat dan dapat diingat oleh konsumen. Dalam hal ini, komunikasi yang efektif melalui desain poster dapat membantu menyampaikan pesan yang jelas dan menarik, sehingga meningkatkan peluang untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Teori komunikasi pemasaran, seperti yang dijelaskan oleh Philip Kotler dalam bukunya *Marketing Management*, menekankan pentingnya komunikasi yang terintegrasi dalam mencapai tujuan pemasaran. Kotler berargumen bahwa semua elemen komunikasi, termasuk iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung, harus bekerja sama untuk menciptakan pesan yang konsisten dan efektif.¹⁶ Dalam konteks Gontor Auto Service, pembuatan poster iklan yang menarik dan informatif dapat menjadi bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang lebih luas, yang mencakup penggunaan media sosial, website, dan saluran komunikasi lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Selain itu, penerapan Teori Komunikasi Hati yang dikemukakan oleh Prof. Dr. Puji Lestari dapat memberikan perspektif tambahan dalam pembuatan poster iklan. Teori ini menekankan pentingnya komunikasi yang melibatkan emosi dan perasaan dalam interaksi antar individu. Dalam konteks

¹⁶ Philip Kotler, *Marketing Management*, (Prentice Hall, 2016).

pemasaran, poster yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menyentuh emosi pelanggan dapat menciptakan ikatan yang lebih kuat antara merek dan konsumen. Dengan menggabungkan elemen visual yang menarik dengan pesan yang relevan secara emosional, poster iklan dapat lebih efektif dalam menarik perhatian dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.¹⁷

Pentingnya pembuatan poster iklan juga dapat dilihat dari perspektif Teori Interaksi Simbolik yang menjelaskan bagaimana individu menggunakan simbol dan bahasa untuk menciptakan makna dalam interaksi sosial. Poster iklan dapat dianggap sebagai simbol yang mewakili nilai dan layanan yang ditawarkan oleh Gontor Auto Service. Dengan menggunakan simbol yang tepat, seperti logo, warna, dan gambar yang relevan, poster dapat menyampaikan makna yang diinginkan dan membangun citra merek yang positif di benak konsumen.¹⁸

Dalam implementasinya, proses pembuatan poster iklan harus melibatkan kolaborasi antara tim pemasaran dan desain grafis. Pertama, tim pemasaran perlu menentukan pesan utama yang ingin disampaikan, termasuk informasi tentang layanan, promosi, dan nilai tambah yang ditawarkan. Setelah itu, tim desain grafis dapat menerjemahkan pesan tersebut ke dalam elemen visual yang menarik dan sesuai dengan identitas merek. Setelah poster selesai, penting untuk melakukan evaluasi terhadap efektivitasnya melalui umpan balik dari pelanggan dan analisis hasil penjualan.

Dengan memahami dan menerapkan konsep-konsep komunikasi pemasaran yang tepat, CV. Gontor Auto Service dapat memaksimalkan potensi poster iklan sebagai alat promosi yang efektif. Melalui pembuatan poster yang menarik dan informatif, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas merek, menarik lebih banyak pelanggan, dan pada akhirnya, meningkatkan penjualan serta keberhasilan bisnis secara keseluruhan.

¹⁷ Puji Lestari, *Teori Komunikasi Hati: Analisis dan Implementasi Dalam Kehidupan*, (Yogyakarta: UPN "Veteran", 2020).

¹⁸ Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method* (Berkeley: University of California Press, 1969).

2.3.5 Pembuatan video iklan di media social

Pembuatan video konten iklan untuk media sosial Gontor Auto Service memiliki peran penting dalam komunikasi pemasaran, karena video memiliki kemampuan unik untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan informasi dengan lebih efektif dibandingkan dengan bentuk komunikasi lainnya. Dalam dunia pemasaran yang semakin kompetitif, video konten dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai layanan yang ditawarkan, seperti tune-up, ganti oli, dan layanan lainnya. Dengan demikian, pelanggan dapat memahami dengan baik manfaat dari setiap layanan. Selain itu, video yang menarik dapat menciptakan kesan positif dan membangun citra merek yang kuat, yang sangat penting untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan yang sudah ada. Dengan memanfaatkan platform media sosial, Gontor Auto Service dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk pelanggan potensial dan alumni pondok yang mungkin membutuhkan layanan otomotif.

Teori komunikasi pemasaran yang relevan dalam konteks ini adalah Teori Komunikasi Terpadu yang dikemukakan oleh Don E. Schultz dalam bukunya *Integrated Marketing Communications: Pulling It Together and Making It Work*. Teori ini menekankan pentingnya konsistensi dalam penyampaian pesan di berbagai saluran komunikasi untuk mencapai tujuan pemasaran yang efektif.¹⁹ Dalam hal ini, video konten iklan berfungsi sebagai salah satu elemen dalam strategi komunikasi terpadu yang lebih luas, di mana setiap elemen harus saling mendukung dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Dengan memproduksi video yang informatif dan menarik, Gontor Auto Service dapat memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui media sosial tetap konsisten dengan nilai dan layanan yang ditawarkan.

Selain itu, penerapan Teori Keterlibatan Pelanggan yang dijelaskan oleh Kumar dan Pansari dalam buku *Customer Engagement: Contemporary Issues and Future Directions* juga dapat memberikan perspektif tambahan. Teori ini menekankan pentingnya menciptakan pengalaman yang menarik

¹⁹ Don E. Schultz, *Integrated Marketing Communications: Pulling It Together and Making It Work* (McGraw-Hill, 2004).

bagi pelanggan untuk meningkatkan keterlibatan mereka dengan merek.²⁰ Dalam konteks video iklan, Gontor Auto Service dapat menciptakan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menghibur, sehingga mendorong pelanggan untuk berinteraksi lebih lanjut dengan merek. Misalnya, video dapat menampilkan testimonial pelanggan yang puas atau proses layanan yang menarik, sehingga menciptakan ikatan emosional antara pelanggan dan merek.

Pentingnya pembuatan video iklan juga dapat dilihat dari perspektif Teori Agenda Setting yang dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw. Teori ini menyatakan bahwa media tidak hanya memberitakan apa yang harus dipikirkan oleh publik, tetapi juga dapat mempengaruhi apa yang dianggap penting.²¹ Dengan menggunakan video iklan untuk menonjolkan layanan tertentu atau promosi khusus, Gontor Auto Service dapat mengarahkan perhatian pelanggan pada aspek-aspek yang dianggap paling relevan dan menarik, sehingga membentuk agenda komunikasi yang sesuai dengan strategi pemasaran mereka.

Implementasi pembuatan video konten iklan harus dilakukan dengan strategi yang matang. Pertama, tim pemasaran perlu merencanakan konsep video yang menarik dan sesuai dengan identitas merek Gontor Auto Service. Selanjutnya, produksi video harus melibatkan elemen visual yang menarik, narasi yang jelas, dan informasi yang relevan. Setelah video selesai, penting untuk mempromosikannya secara aktif melalui berbagai saluran media sosial dan platform lainnya untuk memastikan bahwa pelanggan mengetahui keberadaannya.

Dengan menerapkan konsep-konsep komunikasi pemasaran yang tepat dan memahaminya dengan baik, CV. Gontor Auto Service dapat memaksimalkan penggunaan video iklan sebagai alat promosi yang efektif. Diharapkan pembuatan video yang informatif dan menarik dapat meningkatkan visibilitas merek, menarik lebih banyak pelanggan, dan pada

²⁰ Kumar, V. dan Pansari, A., Customer Engagement: Contemporary Issues and Future Directions (Journal of Marketing, 2016).

²¹ Maxwell McCombs dan Donald Shaw, The Agenda-Setting Function of Mass Media (Public Opinion Quarterly, 1972).

akhirnya, meningkatkan penjualan serta kesuksesan bisnis secara keseluruhan.

BAB III

PENUTUP

3.1. Kesimpulan

Kesimpulan kegiatan peserta magang di CV. Gontor Auto Service menunjukkan berbagai inisiatif dan pencapaian signifikan yang telah dilakukan selama masa magang. Kegiatan dimulai dengan rapat koordinasi bersama staf bengkel, yang bertujuan untuk menyelaraskan visi dan strategi antara peserta magang dan tim internal. Rapat ini sangat penting untuk memastikan bahwa semua pihak memiliki pemahaman yang sama mengenai tujuan dan peran masing-masing dalam proyek ini.

Setelah koordinasi awal, peserta magang berfokus pada pembuatan Linktree. Langkah ini tidak hanya mempermudah akses pelanggan ke berbagai layanan dan informasi yang ditawarkan oleh CV. Gontor Auto Service, tetapi juga menunjukkan pemahaman peserta magang mengenai pentingnya optimasi digital dalam dunia pemasaran modern. Dengan Linktree, pelanggan dapat dengan mudah menemukan informasi yang mereka butuhkan, mulai dari layanan yang tersedia, jadwal operasional, hingga promo-promo menarik.

Selanjutnya, peserta magang mengembangkan jadwal jobdesk yang terperinci serta rencana publikasi konten. Pembuatan jadwal ini sangat krusial dalam memastikan bahwa semua tugas dan promosi dapat dilakukan tepat waktu dan efisien. Jadwal jobdesk mencakup pembagian tugas harian hingga mingguan, memastikan bahwa setiap anggota tim memiliki tanggung jawab yang jelas dan dapat bekerja secara sinergis. Rencana publikasi konten juga disusun untuk memastikan adanya aliran informasi yang konsisten dan menarik di media sosial, yang dapat membantu dalam membangun engagement dengan pelanggan.

Tidak hanya itu, peserta magang juga aktif dalam pembuatan poster untuk story di media sosial dan video iklan marketing. Poster dan video ini dirancang dengan kreativitas tinggi untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan pemasaran dengan efektif. Pembuatan konten visual ini menunjukkan pemahaman peserta magang tentang pentingnya estetika dan storytelling dalam komunikasi pemasaran. Melalui poster yang menarik dan video iklan yang

informatif, diharapkan visibilitas merek Gontor Auto Service dapat meningkat, dan lebih banyak pelanggan dapat tertarik untuk menggunakan layanan mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan peserta magang di CV. Gontor Auto Service menunjukkan upaya yang terstruktur, inovatif, dan kolaboratif dalam mendukung strategi pemasaran dan operasional perusahaan. Mereka tidak hanya mampu menyusun dan melaksanakan rencana yang telah dibuat, tetapi juga menunjukkan inisiatif dalam mengembangkan solusi kreatif yang dapat memberikan dampak positif bagi perusahaan. Pengalaman ini memberikan gambaran yang jelas mengenai pentingnya integrasi antara strategi pemasaran digital dan tradisional dalam mencapai kesuksesan bisnis di era modern. Dengan demikian, kegiatan magang ini tidak hanya memberikan manfaat bagi CV. Gontor Auto Service, tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi peserta magang dalam memahami dan mengimplementasikan konsep-konsep komunikasi pemasaran yang telah mereka pelajari di bangku kuliah.

Setelah menyelesaikan magang, peserta magang mendapatkan beberapa kesimpulan, yakni:

1. Pentingnya Koordinasi dan Kolaborasi: Koordinasi yang efektif dengan staf internal sangat penting untuk memastikan keselarasan tujuan dan strategi. Kolaborasi yang baik membantu dalam mencapai hasil yang optimal.
2. Optimasi Digital: Penggunaan alat digital seperti Linktree dapat meningkatkan aksesibilitas informasi dan layanan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Manajemen Waktu dan Tugas: Penyusunan jadwal jobdesk yang terperinci dan rencana publikasi konten yang matang sangat krusial untuk memastikan efisiensi dan efektivitas dalam pelaksanaan tugas.
4. Kreativitas dalam Pemasaran: Pembuatan konten visual yang menarik dan informatif memerlukan kreativitas tinggi dan pemahaman mendalam tentang audiens target. Hal ini penting untuk menarik perhatian dan meningkatkan engagement.

5. Integrasi Strategi Pemasaran: Integrasi antara strategi pemasaran digital dan tradisional adalah kunci untuk mencapai kesuksesan bisnis di era modern. Pendekatan yang terintegrasi membantu dalam membangun citra merek yang kuat dan menarik lebih banyak pelanggan.
6. Pengalaman Praktis: Pengalaman langsung dalam pelaksanaan strategi pemasaran memberikan wawasan berharga dan meningkatkan kemampuan peserta magang dalam menerapkan konsep-konsep yang telah dipelajari di bangku kuliah ke dalam situasi nyata.

Dengan demikian, peserta magang tidak hanya memberikan kontribusi positif bagi CV. Gontor Auto Service tetapi juga memperoleh keterampilan dan pengetahuan berharga yang akan berguna dalam karier mereka di masa depan.

3.2. Saran

Di akhir pembuatan laporan magang ini, izinkanlah kami peserta magang untuk menyampaikan saran yang kami dapat selama menjalani program magang, di antaranya yaitu:

1. Bagi Program Studi

- a. Mengadakan Praktikum Tambahan dalam Komunikasi Pemasaran: Menambah jam praktikum khusus untuk komunikasi pemasaran yang mencakup teknik penyusunan strategi pemasaran, analisis pasar, dan penerapan konsep-konsep pemasaran dalam proyek nyata. Praktikum ini akan memberikan mahasiswa pemahaman praktis yang lebih mendalam tentang bagaimana teori-teori pemasaran diterapkan di dunia kerja.
- b. Pelatihan Teknik Videografi dan Iklan: Menyelenggarakan pelatihan tambahan yang berfokus pada teknik videografi dan pembuatan iklan. Pelatihan ini sebaiknya melibatkan praktik langsung dalam pembuatan video promosi, editing video, serta penggunaan alat dan perangkat lunak terkait. Hal ini akan membekali mahasiswa dengan keterampilan teknis yang diperlukan untuk menghasilkan konten pemasaran yang menarik dan efektif.
- c. Pelatihan Desain Grafis: Mengadakan sesi pelatihan desain grafis secara berkala yang mencakup penggunaan perangkat lunak desain seperti

Adobe Photoshop, Illustrator, dan lainnya. Pelatihan ini penting untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menciptakan konten visual yang menarik untuk kebutuhan pemasaran.

2. Bagi CV. Gontor Auto Service

- a. Diversifikasi Tugas untuk Peserta Magang: Memberikan tugas yang beragam dalam bidang pemasaran guna meningkatkan keterampilan dan keahlian peserta magang secara teoritis dan praktis. Misalnya, melibatkan mereka dalam kampanye pemasaran, analisis pasar, serta pengembangan strategi pemasaran digital.
- b. Meningkatkan Pemasaran Digital: Meningkatkan kehadiran online melalui pemasaran digital. Langkah ini termasuk mengembangkan dan memelihara situs web yang informatif dan mudah diakses, serta aktif dalam menggunakan media sosial untuk promosi layanan, interaksi dengan pelanggan, dan publikasi konten yang relevan.
- c. Mengadakan pelatihan rutin bagi staf pemasaran mengenai tren terbaru dalam pemasaran digital, teknik SEO, penggunaan media sosial, dan strategi konten. Pelatihan ini akan membantu staf untuk tetap up-to-date dengan perkembangan terbaru dalam bidang pemasaran dan menerapkannya dalam strategi pemasaran bengkel.

Dengan implementasi saran-saran ini, diharapkan program studi dapat lebih mempersiapkan mahasiswa untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya, sementara CV. Gontor Auto Service dapat meningkatkan strategi pemasarannya dan mencapai keberhasilan yang lebih besar di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurracman, Oemi, 2001, *Dasar-dasar Public Relations*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- A First Look at Communication Theory, Eight Edition. McGraw-Hill International Edition*, New York, 2012.
- Ani Nur Sayyidah, “*Dinamika Penyesuaian Diri Penyandang Disabilitas Di Tempat Magang Kerja: Studi Deskriptif Di Balai Rehabilitasi Terpadu Penyandang Disabilitas (BRTPD) Yogyakarta*”, *Inklusi*,no.1(2015):63.
- Don E. Schultz, *Integrated Marketing Communications: Pulling It Together and Making It Work* (McGraw-Hill, 2004).
- Harapan , E., & Ahmad, S. (2016). *Komunikasi AntarPribadi : Perilaku Insani dalam Organisasi Pendidikan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Herbert Blumer, *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*, (Berkeley: University of California Press, 1969).
- Kumar, V. dan Pansari, A., *Customer Engagement: Contemporary Issues and Future Directions (Journal of Marketing*, 2016).
- Maxwell McCombs dan Donald Shaw, *The Agenda-Setting Function of Mass Media (Public Opinion Quarterly*, 1972).
- Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2004).
- Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (Anchor Books, 1991).
- Philip Kotler, *Marketing Management*, (Prentice Hall, 2016).
- Puji Lestari, *Teori Komunikasi Hati: Analisis dan Implementasi Dalam Kehidupan* (Yogyakarta: UPN "Veteran", 2020).
- Sisilia Herlina, “*Strategi Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintahan Di Kota Malang*” 4, no. 3 (2015): 493, www.publikasi.unitri.ac.id.

Strategi, Implementasi, dan Praktik", Ridwan Sanjaya dan Josua Tarigan, 2014, PT
Elex Media Komputindo

Universitas PGRI Madiun, "*Buku Pedoman Magang II*," 2019, 10.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Magang



IAIN
AR-RANIRY
جامعة الرانيري الإسلامية
AR-RANIRY ISLAMIC UNIVERSITY

Faculty of Humanities
كلية العلوم الإنسانية

No: 1221.U.NICAR.YH.U/VI/1419
Lampiran :-
Hal : Permohonan Izin Magang

Kepada
Direktur G-5.5 (Gedung Arah Service)

Dipertanggungjawabkan oleh
Asisten Dekan: Harnawati, S.Pd, M.Pd, M.Hum

Sehubungan dengan adanya mata kuliah praktik magang mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Darussalam Gontor sebagai salah satu mata kuliah wajib diwajibkan pada semester 7 (Tujuh) oleh mahasiswa.

No	Nama Mahasiswa	NIM	Praktik
1.	Septi al-Hafidh Alhamdulillah Phone : 0819 1477 7000	425221318001	Izma Keramatkhan
2.	Hermani Fakhri Nabhan Phone : 0877 7591 1140	425221312001	Izma Keramatkhan
	Rezi Fauzan Adil Phone : 0876 6436 4888	425221313001	Izma Keramatkhan

Maka kami bermaksud mengajukan surat permohonan magang, kepada magang tersebut dan berkarya magang mulai 23 April - 6 Mei 2024. Oleh karena itu agar mahasiswa kami mendapatkan kesempatan untuk magang di instansi yang Anda kelola tersebut.

Berikut ini nama-nama mahasiswa, data pribadinya dan keinginannya untuk magang tersebut.

Hormat kami,
Ningsih, Acha, Mawati, dan Wilmanah

Perangkat, 23 April 2024
3 April 2024



Dr. Abdurrahman Latief, M.A.
NID. 7080-01

Kantor Dekan, Gedung B-1000, Jl. Darussalam, Ponorogo, 63412, Jawa Timur
Telp. (0338) 425221, Fax. (0338) 425222, Email: dekan@iainar-raniry.ac.id

Lampiran 2. Form Bimbingan Magang



UNIVERSITAS ISLAM
SUMATERA UTARA

Faculty of Humanities
كلية العلوم الإنسانية

FORM BIMBINGAN MAGANG

NAMA MAHASISWA	Brounara Tazharatya P.
NIM	222001522015
PROGRAM STUDI	IMKIM
JUDUL KEGIATAN	Magang
INSTANSI	Corporat Airp Selandia
ALAS KEGIATAN DI LAKUKAN	5 - Mei - 2024 - 10 Juni 2024
PENDEKING	di - Universitas Sumatera Utara. 01 10

No	Waktu	Materi bimbingan	Revisi/aksi	Penyelia/ Pembimbing
1	Selasa 5/5/2024	Isu-isu terkait magang	Isu-isu proposal	
2	Rabu 6/5/2024	Struktur proposal	Isu-isu awal proposal	
3	15/5/2024	Isu-isu proposal magang	Isu-isu proposal	
4	16/5/2024	Pembahasan TP finalisasi	Isu-isu proposal	
5	Jumat 21/5/2024	Pembahasan magang	Isu-isu awal magang	
6	1/6/2024	Laporan magang	Pembahasan laporan	
7	10/6/2024	Laporan magang	Pembahasan laporan akhir	

Lampiran 3. Form Penilaian Magang



UIN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG

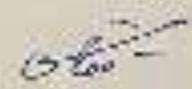
Faculty of Humanities
كلية العلوم الإنسانية

FORM PENILAIAN LAPANGAN

Nama Mahasiswa: Priska Priscilla Putri
 NPM: 40220100119
 Instansi: PT. MATAKAM SURABAYA
 Masa Magang: 08/05/2024 - 12/05/2024

NO	VARIABEL PENILAIAN	NILAI (ANGKA)
1	Pengetahuan	4.0
2	Kemampuan dalam menggunakan komputer dan SPSS	2.0
3	Tanggung jawab dan ketepatan waktu	2.0
4	Kemampuan dalam berkomunikasi	2.0
5	Kemampuan lainnya	2.0
Jumlah		12.0

H. Pratiwi
Dosen Pembimbing



M. Pratiwi, S.Pd

Priska Priscilla Putri
Mahasiswa



Priska Priscilla Putri, S.Pd

REVISI :

- Nilai maksimal yang dapat diberikan adalah 20 (dua puluh) poin per variabel penilaian. Untuk penyesuaian, magang ini menggunakan skala per variabel 5.
- Penyesuaian bentuk skor yang diberikan di atas sesuai dengan kepastian skor yang terdapat di buku panduan.

Lampiran 4. Perizinan Mengajar



UNIVERSITAS
INDONESIA
DARUS-SALAM
KAMPUS
PANGKALAN
BENDARA

Faculty of Humanities
كلية العلوم الإنسانية

Number : 045/UNIDa/TH/4/K/110
 Date : 22 February 2024
 02 Mar 2024

Materi : Request for Permission

To Honorable
 Al Ghodhri Maryatni Subhan, M.A. (Director of KMI Center)

Wakil Dekan/ Wakil Ketua
 Wakil Dekan/ Wakil Ketua Widyaiswara/ Wakil Widyaiswara

Dean of Faculty of Humanities respectfully requests the Director of KMI Center to grant a permit to students to participate in the "Itinerary program" held on:

Date : 04-24 Mar 2024
 Venue : GAG (Gedung Ayo Sejahtera) Pangkajene

Details of the participants

No	Nama	NIM	Departemen
1	Iqbal Al Hafid Alhasbi	02002022010	Communication Science
2	Bosara Fatmadya Piharti	02002022015	
3	Revi Pratiwi A.F.	02002022017	

Thank you for your kind attention. Let us know if you have any questions. My Allah SWT bless us in all our endeavors. Amen.

Widyaiswara/ Wakil Ketua Widyaiswara/ Wakil Widyaiswara

Authorized by:

Dean of Faculty of Humanities



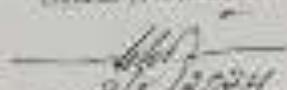
Dr. Muhammad Latif, M.A.
NIP. 195903

Head of Communication Science



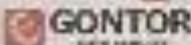
Bambang Setyo Utomo, M.I. S.Si
NIP. 196703

Approved by:
 Director of KMI Center


 21/2/2024
K.H. Maschudi Subhan, M.A.

Head Office: Jalan Pendidikan 10 Blok D, Pangkajene, Pangkajene-Suban, 91211
 Head Office: Jalan Pendidikan 10 Blok D, Pangkajene, Pangkajene-Suban, 91211

Lampiran 5. Penerimaan Magang dari Mitra



GONTOR
GATEWAY TO KNOWLEDGE

Alamat: Jl. Sekeloa Timur No. 10, Gontor
Tasikmalaya 46122
Telp: (0265) 841234

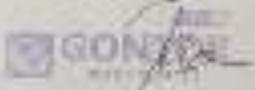
Nomor : (195) 1013 007812
 Tanggal :
 Perihal : (Penerimaan Magang)

Kepada : (Nama Instansi)
 Di Tempat : (Alamat Instansi)
 Di Kota : (Kota)

Dengan ini kami sampaikan bahwa kami telah menerima permohonan magang dari (Nama Mahasiswa) yang telah memenuhi persyaratan sebagai berikut:

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tempat	Tanggal
1	2002012000	(Nama Mahasiswa)	(Tempat)	(Tanggal)
2	2002012001	(Nama Mahasiswa)	(Tempat)	(Tanggal)
3	2002012002	(Nama Mahasiswa)	(Tempat)	(Tanggal)

Demikian surat pemberitahuan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.



(Nama Lengkap)
 Kepala (Jabatan)
 (Nama Instansi)

Gallery



Hubungi Kami



sales@ptkarsa.com.id@gmail.com



+62 812 2564 5552



Jl. Kertanegara No. 71, Bangor, Kec. Pongkor, Kabupaten
Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia 634171

Jasa Kita

Detailing & Detail
Headlight & CC

Body Repair

Ikuti Kami



ISTILAH-ISTILAH SINGKATAN JENIS MOBIL

SUV

Merupakan singkatan dari Sport Utility Vehicle. Merupakan jenis mobil yang memiliki kemampuan off-road yang baik. Biasanya memiliki suspensi yang lebih tinggi dan tenaga yang lebih besar.

MPV

Merupakan singkatan dari Multi Purpose Vehicle. Merupakan jenis mobil yang memiliki kapasitas penumpang yang banyak. Biasanya memiliki suspensi yang lebih rendah dan tenaga yang lebih kecil.

Hatchback

Merupakan singkatan dari Hatchback. Merupakan jenis mobil yang memiliki bodi belakang yang rata. Biasanya memiliki suspensi yang lebih rendah dan tenaga yang lebih kecil.

Off Road

Merupakan singkatan dari Off Road. Merupakan jenis mobil yang memiliki kemampuan off-road yang baik. Biasanya memiliki suspensi yang lebih tinggi dan tenaga yang lebih besar.

LCR

Merupakan singkatan dari Light Commercial Vehicle. Merupakan jenis mobil yang memiliki kapasitas penumpang yang banyak. Biasanya memiliki suspensi yang lebih rendah dan tenaga yang lebih kecil.

GONTOR AUTO SERVICE
Jl. Raya ...
Telp: ...



GONTOR AUTO SERVICE

We are Open

Senin-Sabtu
08.00 WIB-17.00 WIB

Hubungi Kami:
+62 30-5521-9322

GONTOR AUTO SERVICE
Jl. Raya ...
Telp: ...

PROMO GANTI BAN AVANZA

DISKON 50%

Rp 1.750.000

**175/70 R14 2 ban di CP 750 2 pec
Spesial 1kg
Tabung nitrogen 4 Ban
Hati 3 pec
Pemasangan Nitrogen 4 Roda**

GONTOR AUTO SERVICE
Jl. Raya ...
Telp: ...

GONTOR AUTO SERVICE

DAFTAR LAYANAN

- 1. Servis rutin
- 2. Servis rem
- 3. Servis oli
- 4. Servis aki
- 5. Servis suspensi
- 6. Servis rem
- 7. Servis aki
- 8. Servis suspensi
- 9. Servis rem
- 10. Servis aki
- 11. Servis suspensi
- 12. Servis rem
- 13. Servis aki
- 14. Servis suspensi
- 15. Servis rem
- 16. Servis aki
- 17. Servis suspensi
- 18. Servis rem
- 19. Servis aki
- 20. Servis suspensi

GONTOR AUTO SERVICE
Jl. Raya ...
Telp: ...



1. IST. DIJAN BERKELI SAS

1

Ada seseorang sedang memperbaiki mobil di depan G&G, kemudian mobil yang sedang ia kerjakan mogok sebentar, lalu ia berangkat.

BOBEL
 Ada..dan dari dia berangkat

Kemudian ada staff bengkel mengumpainya dan mengantar ke mobilnya (tok tok tok)

BEY
 Mobil?

BEAN
 Mogok? ke G&G solusinya

Kemudian mereka berangkat SAS, dan berangkat ke tempat SAS

2. IST. DIA KANG TERBUK

Ada seseorang yang datang di sofa G&G, kemudian ia melihat beberapa orang berjalan di sekitarnya karena beberapa orang tersebut kemudian ia diajak untuk melihat sesuatu tempat.

BOBI (T.O.)
 There is a group of people, what? well
 some of them are coming your
 way, are they? are you
 interested?

Kemudian ada staff bengkel yang datang kepada customer, kemudian ia memberikan logo reparasinya

1. IST. DIA KANG TERBUK

1

Ada seseorang yang datang di sofa G&G, kemudian ia melihat beberapa orang berjalan di sekitarnya karena beberapa orang tersebut kemudian ia diajak untuk melihat sesuatu tempat.

BOBI (T.O.)
 There is a group of people, what? well
 some of them are coming your
 way, are they? are you
 interested?

Kemudian ada staff bengkel yang datang kepada customer, kemudian ia memberikan logo reparasinya

