

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 Negara Republik Indonesia menyatakan tujuan Negara Republik Indonesia yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa. Sistem pendidikan nasional mengacu pada Undang-Undang Dasar (UUD) 1945 dan harus menjamin bahwa pemerataan kesempatan pendidikan, peningkatan mutu, relevansi, dan efisiensi pendidikan anak bangsa untuk menghadapi tantangan sesuai dengan tuntutan kehidupan lokal, nasional, dan global. Setiap warga Negara Indonesia berhak untuk memperoleh pendidikan yang bermutu sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki tanpa membedakan status ekonomi, sosial, suku, etnis, agama, dan gender karena pendidikan merupakan hak asasi manusia. (Kebudayaan, Kemdikbud, 2010)

Pendidikan dasar dan menengah merupakan hal yang penting dan menjadi sebuah investasi bagi individu untuk masa yang akan datang dalam suatu negara. Bagi Negara Indonesia sendiri tujuannya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat untuk lebih baik maka dari itu, pemerintah Indonesia melakukan pemerataan akses dan peningkatan mutu pendidikan agar warga Indonesia memiliki kecakapan hidup (*life skills*) yang dapat mendorong pembangunan manusia yang utuh dan modern dengan jiwa-jiwa pancasila sesuai dengan Undang-Undang Tentang sistem Pendidikan Nasional No 20 Tahun 2003 bahwa setiap warna negara memiliki hak yang sama untuk memperoleh pendidikan dan meningkatkan pendidikannya sepanjang hayat. (Kebudayaan, Kemdikbud, 2010)

Yayasan Pendidikan Bonavita merupakan yayasan swasta yang bergerak di bidang pendidikan atau sekolah swasta yang berkontribusi dalam pembangunan dan pemerataan pendidikan di Indonesia sehingga sangat memungkinkan dijadikan tempat untuk magang. Hal ini dikarenakan sekolah swasta memiliki tujuan yang sama dengan pemerintah Indonesia yaitu menciptakan dan menyejahterakan anak bangsa Indonesia menjadi manusia yang unggul dalam Intelektual dan terpuji dalam moral dan guna meningkatkan taraf hidup anak bangsa agar memiliki generasi yang

yang lebih baik, tetapi seperti perusahaan komersil lainnya untuk meningkatkan *awareness* dan peningkatan penjualan yang dilihat dari jumlah banyaknya siswa yang masuk pada tahun ajaran baru.

Pesatnya pertumbuhan penduduk dan pola pikir masyarakat yang semakin maju saat ini, sehingga pendidikan adalah suatu hal yang penting dalam aspek kehidupan dan menjadi kebutuhan dasar setiap manusia serta didukung dengan keberadaan fasilitas pendidikan yang memadai.

Dilansir dari tangerangkota.go.id (Tangerang P. K., 2013) Kota Tangerang menjadi terbagi atas 13 Kecamatan. Kota Tangerang bukan kota yang padat penduduk namun pertumbuhan penduduknya melaju begitu tinggi sehingga sekarang sangat serius dalam meningkatkan mutu pendidikan

Tabel Berikut adalah data jumlah sekolah formal di lingkungan Kecamatan Tangerang :

Jumlah Sekolah yang berada di Kecamatan Tangerang

Tahun Pelajaran	SD	SMP	SMK	Jumlah
2017/2018	21	26	32	79
2018/2019	21	25	30	76
2019/2020	22	23	29	74

Sumber: (Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan , 2020)

Salah satu yayasan swasta yang bergerak di bidang pendidikan adalah Yayasan Pendidikan Bonavita atau Sekolah Bonavita. Yayasan Pendidikan Bonavita merupakan sebuah instansi pendidikan swasta di Kota Tangerang Kecamatan Tangerang. Sekolah Bonavita memiliki lima jenjang pendidikan di dalamnya yaitu Kelompok Bermain (KB), Taman Kanak-Kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), dan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK). Berikut adalah persentase jumlah siswa Sekolah Bonavita jika dibandingkan dengan jumlah Peserta Didik di lingkungan Kecamatan Tangerang.

Persentase jumlah peserta didik yang bersekolah di Yayasan Pendidikan Bonavita dibandingkan Peserta Didik di kecamatan Tangerang

Tahun Pelajaran	Jumlah peserta didik Yayasan Pendidikan Bonavita	Jumlah peserta didik Kecamatan Tangerang	Persentase siswa Yayasan Pendidikan Bonavita
2017/2018	1.638	20.493	7,99%
2018/2019	1.557	18.896	8,23%
2019/2020	1.381	18.132	7,62%
Jumlah	4.576	57.521	23,84%

Sumber: (Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan , 2020)

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat berdasarkan data dari jumlah peserta didik yang berada di Kecamatan Tangerang Tahun Pelajaran 2019/2020 sebanyak 18.132 siswa dan jumlah peserta didik di Yayasan Pendidikan Bonavita Tahun Pelajaran 2019/2020 sebanyak 1.381 siswa dari 74 sekolah pilihan yang berada di Kecamatan Tangerang pada Tahun Pelajaran 2019/2020 sehingga dapat disimpulkan bahwa Yayasan Pendidikan Bonavita merupakan sekolah yang diminati pada lingkungan Kecamatan Tangerang, dengan banyaknya pilihan sekolah di sekitar Kecamatan Kota Tangerang.

Yayasan Pendidikan Bonavita atau Sekolah Bonavita memberikan fasilitas lengkap dan mutu pendidikan yang baik, mulai dari pendidikan utama hingga pengembangan minat dan bakat siswa di Sekolah Bonavita Kota Tangerang yang mana seluruh siswa belajar masing-masing agama yang dianutnya dengan masing-masing guru agama. Selain itu Sekolah Bonavita adalah sekolah yang memiliki ekstrakurikuler yang unik beserta dengan fasilitasnya seperti *wall climbing* dan studio musik beserta dengan studio rekamannya untuk pengembangan minat dan bakat siswa. Berikut adalah data peserta didik Sekolah Bonavita.

Jumlah peserta didik yang berada di Yayasan Pendidikan Bonavita

Tahun Pelajaran	SD	SMP	SMK	Jumlah
2017/2018	557	413	668	1.638
2018/2019	554	367	636	1.557
2019/2020	508	305	568	1.381
Persentase Penurunan	8,79%	26,15 %	14,97 %	15,68 %

Sumber: (Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan , 2020)

Berdasarkan data tersebut menunjukkan terjadi persentase penurunan jumlah siswa di Yayasan Pendidikan Bonavita selama tiga tahun berturut-turut dari Tahun Pelajaran 2017/2018 sampai dengan Tahun Pelajaran 2019/2020. Persentase penurunan selama tiga tahun adalah sebanyak 15,68%.

Yayasan Pendidikan Bonavita termasuk kedalam industri pada sektor pendidikan. Sesuai dengan keputusan dari Kemdikbud yang dilansir dari website resmi Kemdikbud (2019) sejak tiga tahun terakhir mulai dari Tahun Ajaran 2017/2018 Kemdikbud memberlakukan sistem zonasi pendidikan dan telah didukung oleh Ombudsman Republik Indonesia (ORI) untuk melakukan sistem zonasi dengan tujuan pemerataan pendidikan di Indonesia sehingga tidak ada lagi sistem sekolah unggulan dan nasional *plus* sehingga semua rata dengan kurikulum yang diberikan oleh Kemdikbud dan hanya ada dua kategori yaitu sekolah swasta dan negeri.

Yayasan Pendidikan Bonavita termasuk sekolah swasta, berdiri tahun 1992. Awal berdiri Yayasan Pendidikan Bonavita hanya memiliki satu unit saja KB/TK Bonavita. Seiring berjalannya waktu Yayasan Pendidikan Bonavita melakukan pengembangan hingga memiliki lima unit terdiri dari KB, TK, SD, SMP, dan SMK. Dilansir oleh jppn.com (2015) Sekolah Menengah Kejuruan diminati oleh siswa menengah pertama dan jumlahnya meningkat pesat dalam lima tahun terakhir dibandingkan siswa SMA. Pada 2015 berdasarkan data dari Kemdikbud sebanyak 4,4 juta siswa bersekolah di SMK dan 4,3 juta siswa berada di SMA.

TABEL / TABLE : 2

SMK17/18

GAMBARAN UMUM KEADAAN SMK TIAP PROVINSI
 OVERVIEW OF VOCATIONAL SENIOR SECONDARY SCHOOL (VSSS) BY PROVINCE
 STATUS SEKOLAH / STATUS OF SCHOOL : NEGERI+SWASTA / PUBLIC+PRIVATE
 TAHUN / YEAR : 2017/2018

No.	Provinsi Province	Sekolah Schools	Siswa Baru New Entrants	S i s w a Pupils	Mengulang Repeaters	Putus Sekolah
1	DKI Jakarta	579	77.802	219.301	398	3.371
2	Jawa Barat	2.846	368.834	1.051.022	1.650	17.494
3	Banten	668	85.882	250.361	473	3.576
4	Jawa Tengah	1.569	266.058	776.323	1.151	9.683
5	DI Yogyakarta	218	30.825	88.694	200	1.091
6	Jawa Timur	1.983	257.330	736.365	2.340	11.715
7	Aceh	206	19.487	54.518	529	636
8	Sumatera Utara	978	106.871	298.567	641	5.653
9	Sumatera Barat	206	31.759	86.638	416	1.128
10	Riau	286	33.063	92.500	238	986
11	Kepulauan Riau	94	10.473	28.791	166	243
12	Jambi	171	17.777	48.928	219	621
13	Sumatera Selatan	294	41.414	111.583	383	1.744
14	Bangka Belitung	54	8.441	23.911	94	392
15	Bengkulu	95	10.080	27.449	106	678
16	Lampung	457	48.626	138.078	210	2.075
17	Kalimantan Barat	199	24.431	65.115	351	984
18	Kalimantan Tengah	134	11.651	32.944	145	467
19	Kalimantan Selatan	123	20.106	55.793	130	582
20	Kalimantan Timur	219	26.190	74.549	398	1.120
21	Kalimantan Utara	28	3.330	9.078	113	114
22	Sulawesi Utara	186	17.232	50.283	392	699
23	Gorontalo	56	6.439	19.246	179	314
24	Sulawesi Tengah	182	15.080	45.188	161	544
25	Sulawesi Selatan	435	45.302	130.498	318	2.222
26	Sulawesi Barat	132	9.350	27.002	162	345
27	Sulawesi Tenggara	153	11.055	32.600	149	325
28	Maluku	108	7.236	21.627	100	99
29	Maluku Utara	121	5.663	16.696	43	559
30	Bali	176	33.487	96.643	45	472
31	Nusa Tenggara Barat	295	25.084	70.582	480	1.244
32	Nusa Tenggara Timur	276	28.937	78.618	224	1.545
33	Papua	131	11.430	31.341	717	363
34	Papua Barat	52	4.822	13.199	344	304
	Indonesia	13.710	1.721.547	4.904.031	13.665	73.388

Gambar 1.1. Gambaran umum keadaan SMK tiap Provinsi di Indonesia

Sumber: Kemdikbud (Statistik SMK Sekolah Menengah Kejuruan, 2018)

Fenomena itu tidak berhenti sampai di situ saja, pada Tahun Ajaran 2017/2018 seperti data di atas terdapat 4,9 juta siswa yang bersekolah di SMK, sehingga terdapat Fenomena jumlah siswa meningkat sebanyak 2,45% dari tahun 2015. Maka dapat dikatakan Sekolah Bonavita adalah salah satu SMK pilihan yang berada di Tangerang, dapat dilihat pada data jumlah peserta didik di Yayasan Pendidikan Bonavita Tahun Pelajaran 2017/2018 sebanyak 668 siswa dari jumlah 4.904.031 siswa di Seluruh Indonesia berada di SMK Bonavita.

Yayasan Pendidikan Bonavita berada di pusat Kota Tangerang yang dikelilingi oleh empat sekolah swasta lainnya yaitu Sekolah BKKK (BK3), Sekolah Strada, Sekolah Princess, dan Sekolah Kanaan. Sekolah-sekolah tersebut memiliki

kesamaan yaitu menganut satu agama, apabila Sekolah Bonavita menganut semua agama dan kesamaan yang dimiliki terdapat di lokasi yang cukup strategis, namun Sekolah Bonavita terletak di pusat Kota Tangerang sehingga menjadi nilai tambah untuk Sekolah Bonavita menyasar target market lebih luas.

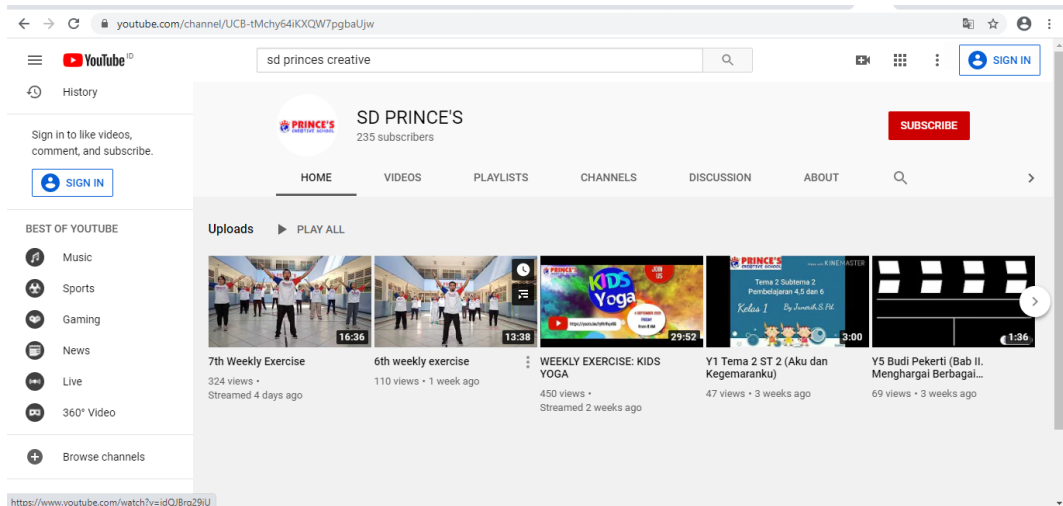
Jumlah peserta didik kompetitor Yayasan Pendidikan Bonavita

Tahun Pelajaran	Sekolah BKKK	Sekolah Strada	Sekolah Princess	Sekolah Kanaan	Jumlah
2017/2018	432	1790	308	676	3206
2018/2019	346	1368	234	702	2650
2019/2020	285	1333	324	678	2620
Persentase Penurunan	34,02%	25,53%	-	-	18,27%
Persentase kenaikan	-	-	4,98%	0,2%	-

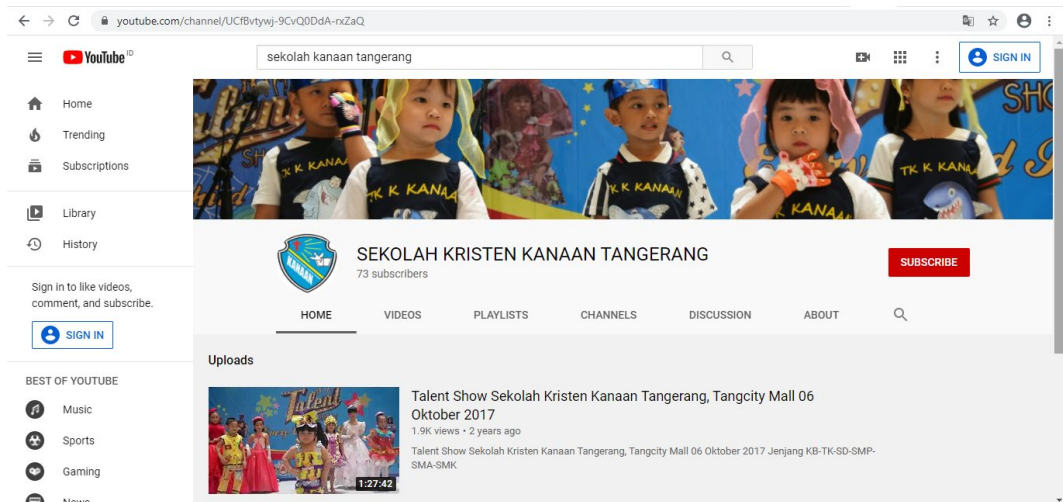
Sumber: (Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan , 2020)

Berdasarkan data tersebut, menunjukkan bahwa sekolah yang berada di sekitar Yayasan Pendidikan Bonavita bisa disebut sebagai sekolah kompetitor pada Tahun Ajaran 2017/2018 hingga Tahun Ajaran 2019/2020 mengalami fenomena penurunan dan kenaikan jumlah siswa. Sekolah kompetitor yang mengalami penurunan jumlah siswa terdapat dua sekolah yaitu BKKK dan Strada sedangkan yang mengalami kenaikan jumlah siswa terdapat dua sekolah yaitu Sekolah Princess dan Kanaan, namun jika dilihat dari jumlah siswa secara keseluruhan pada sekolah kompetitor, dapat disimpulkan bahwa sekolah kompetitor mengalami fenomena penurunan siswa sebesar 18,27%.

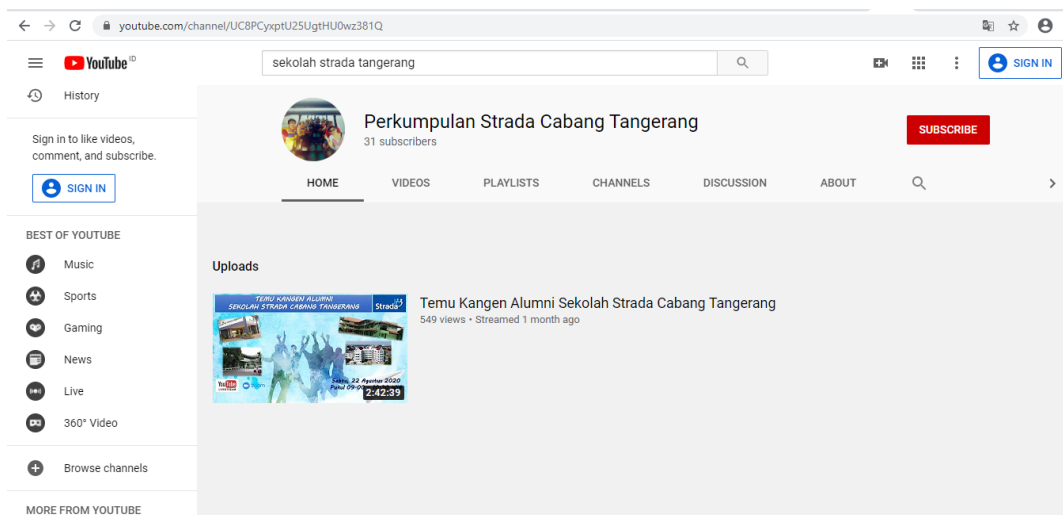
Jika dilihat lebih mendalam sekolah kompetitor menggunakan promosi melalui sosial media seperti, Youtube dan Instagram.



Gambar 1.2. Youtube Channel SD Prince's
Sumber: Youtube Sekolah Dasar Prince's (2020)

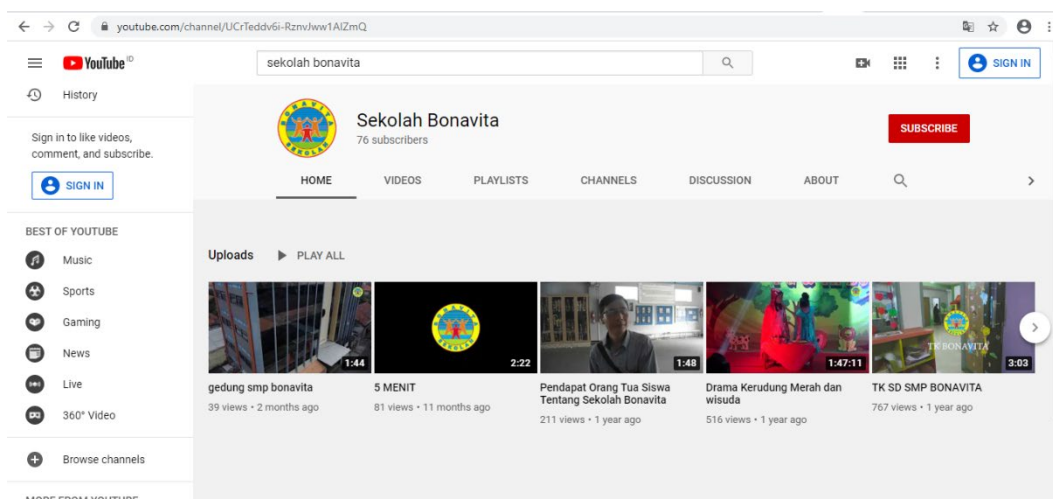


Gambar 1.3. Gambar Youtube Channel Sekolah Kristen Kanaan
Tangerang
Sumber: Youtube Sekolah Kristen Kanaan Tangerang (2020)



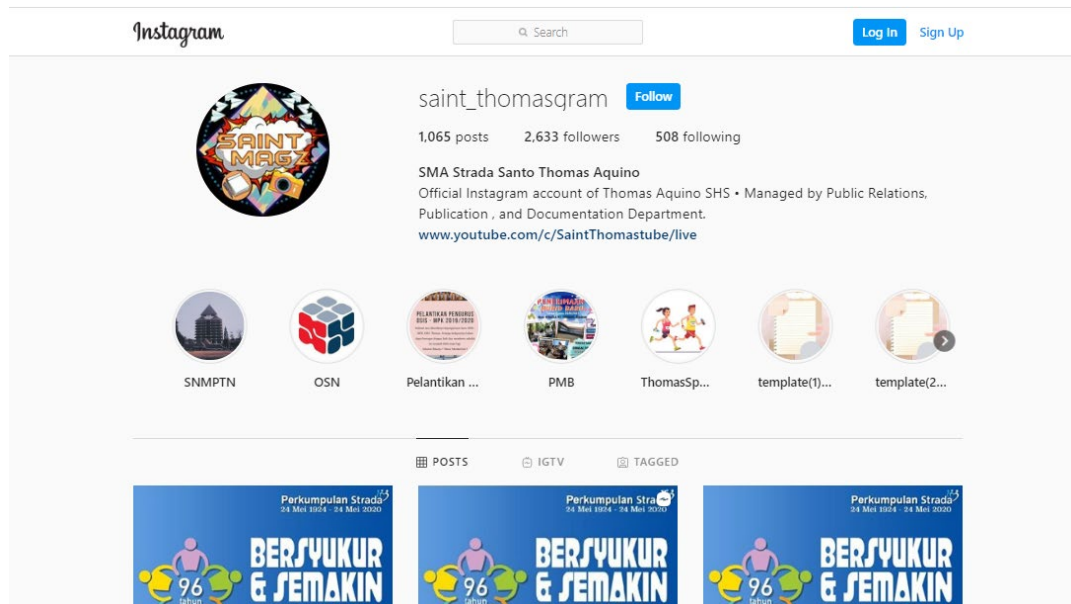
Gambar 1.4. Youtube Channel Perkumpulan Strada Cabang Tangerang
Sumber: Youtube Perkumpulan Strada Cabang Tangerang (2020)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa media sosial seperti Youtube sekolah kompetitor aktif digunakan walau jika dilihat dari *subscriber* pada SD Prince's terdapat 235 *subscriber* dari 866 siswa dalam tiga tahun terakhir, pada sekolah Kristen Kanaan terdapat 73 *subscriber* dengan 1,9K *views* dari 2.056 siswa selama tiga tahun terakhir, Sekolah Strada 31 *subscriber* dengan 794 *views* dari 4491 siswa selama tiga tahun terakhir.

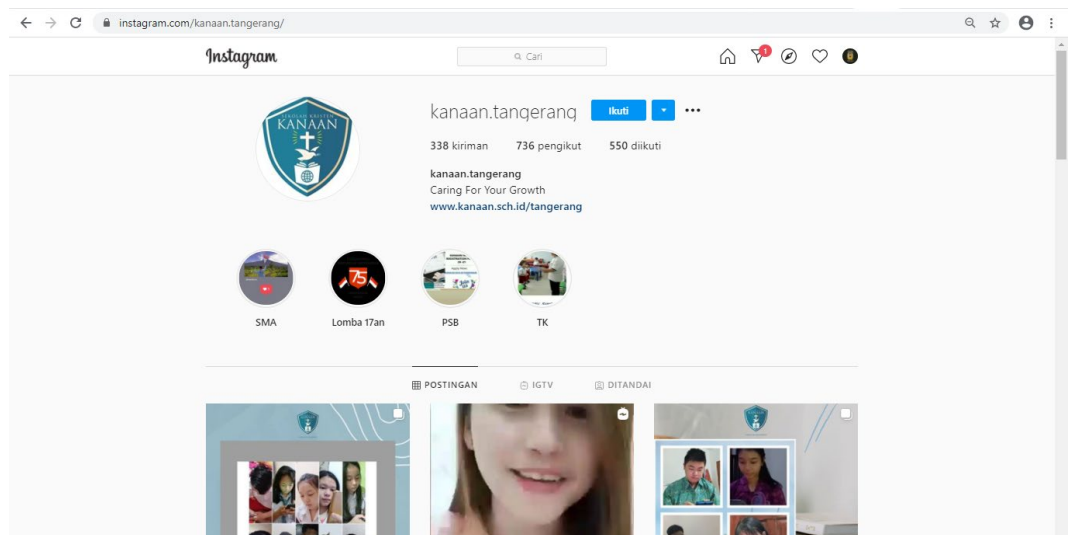


Gambar 1.5. Youtube Channel Sekolah Bonavita
Sumber: Youtube Sekolah Bonavita (2020)

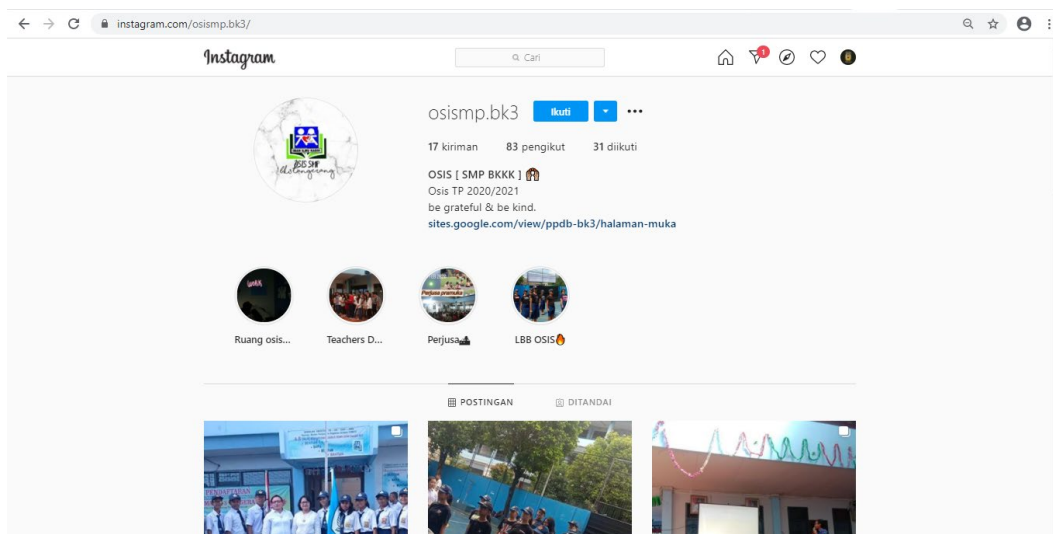
Jika dibandingkan dengan kanal Youtube Yayasan Pendidikan Bonavita atau sekolah Bonavita, tampilan Youtube Sekolah Bonavita masih sederhana dan *subscriber* masih terbilang sedikit 76 *subscriber* dan video terakhir 29 *views* dari total siswa selama tiga tahun terakhir yaitu 4.576 siswa.



Gambar 1.6. Profil Instagram Sekolah Strada
Sumber: Instagram Saint_thomasgram (2020)

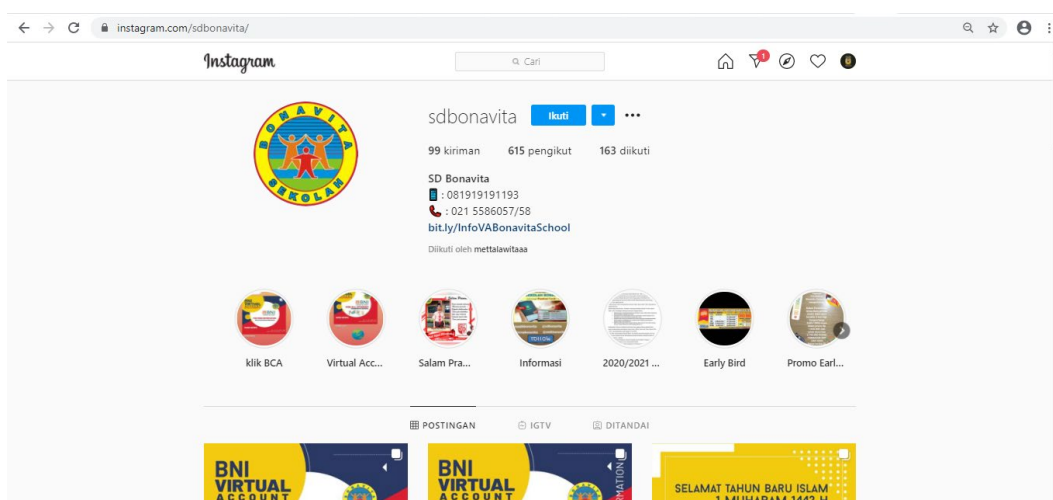


Gambar 1.7. Profil Instagram Sekolah Kanaan Tangerang
Sumber: Instagram Kanaan.Tangerang (2020)



Gambar 1.8. Profil Instagram Osis Sekolah BK3K Tangerang
Sumber: Instagram Osissmp.bk3 (2020)

Sesuai dengan data di atas menunjukkan bahwa sosial media melalui kanal Instagram sekolah kompetitor dikelola dengan baik, Sekolah Strada dengan 2.633 pengikut, Sekolah Kanaan Tangerang 736 Pengikut, dan Sekolah BK3K memiliki 83 pengikut.



Gambar 1.9. Profil Instagram Unit SD Bonavita
Sumber: Instagram SD Bonavita (2020)

Jika dibandingkan dengan Instagram salah satu unit di Yayasan Pendidikan Bonavita yaitu SD Bonavita maka hampir sama dengan yang lainnya, hanya saja

pengikut yang mengikuti 615 pengikut, jika dibandingkan dengan siswa yang berada di SD Bonavita selama tiga tahun kebelakang yaitu sebanyak 4576 siswa, maka pengikut di Instagram SD Bonavita masih terbilang sedikit belum mencapai 50% dari 4576 siswa.

Fenomena penurunan jumlah siswa didukung dengan pernyataan yang dilansir oleh *bbc.com* (2020) sekitar 9,7 juta anak Indonesia terkena dampak tidak bisa sekolah kembali dikarenakan dampak dari pandemi Covid-19 ini disebabkan oleh rendahnya pendapatan masyarakat perharinya, sehingga 90 sampai 117 juta anak terhenti untuk melanjutkan pendidikan dan berdampak secara langsung terhadap penerimaan siswa baru di sekolah.

Berdasarkan fenomena yang dialami maka, penting bagi Yayasan Pendidikan Bonavita atau Sekolah Bonavita untuk dapat mengkomunikasikan pesan secara tepat menggunakan media atau saluran komunikasi yang tepat untuk meningkatkan *awareness* dan lebih meyakinkan calon siswa dan orang tua/wali siswa bahwa Sekolah Bonavita adalah pilihan sekolah yang tepat bagi calon siswa dalam melaksanakan pendidikan dengan mutu pendidikan yang baik walaupun saat di masa pandemi Covid-19 dan didukungnya dengan fasilitas untuk pengembangan minat dan bakat siswa.

Dalam meningkatkan *awareness* dan meningkatkan penjualan yang dilihat dari banyaknya siswa bersekolah di Yayasan Pendidikan Bonavita pada tahun ajaran berikutnya dengan memberikan kepuasan bagi siswa, orang tua/wali siswa, dan Yayasan Pendidikan Bonavita melalui strategi dan program dari Divisi Marketing Communications. Sehubungan itu Kayode (2014) menjelaskan pengertian *Marketing Communications* adalah suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, distribusi sejumlah barang atau jasa, serta promosi, guna menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi.

Marketing Communications mampu membentuk ekuitas merek dan penjualan produk. Kotler & Keller (2016) mengatakan bahwa dalam perkembangan lingkungan *Marketing Communications* yang perubahannya saat ini sangat pesat, teknologi dan faktor lainnya telah mengubah cara konsumen memproses sebuah komunikasi, bahkan saat ini mereka memilih untuk memprosesnya sendiri. Kecangihan dan difusi yang sangat cepat dari ponsel pintar, *broadband*, dan

nirkabel koneksi internet serta perekam video digital (DVR) telah melewatkan iklan dan mengikis ke efektifan iklan dari media massa, sehingga saat ini iklan bukan satu-satunya, atau bahkan yang paling penting dalam membentuk ekuitas suatu *brand* dan mendorong penjualan, namun dengan melalui bauran komunikasi pemasaran yang akan dilaksanakan secara terintegrasi (*Integrated Marketing Communications*) dapat meningkatkan ekuitas dan mendorong penjualan hingga menjangkau pasar yang lebih luas. Dalam pembentukan ekuitas merek dapat menggunakan *social media*, Kotler, Kertajaya, & Setiawan (2017) mengatakan bahwa media sosial adalah bentuk lain dari penyiaran yang memiliki kelebihan yaitu komunikasi dua arah sehingga jauh dapat lebih efektif, dan juga lebih hemat biaya dibandingkan dengan iklan tradisional di media konvensional selain daripada itu, dalam meningkatkan ekuitas merek juga dapat melalui sebuah *events* Kotler & Keller (2016) mengatakan dalam pelaksanaan sebuah *events* bukan hanya ekuitas merek saja yang dapat meningkat tetapi untuk meningkatkan citra perusahaan juga sehingga dalam jangka panjang akan terbentuk kesadaran merek, dan peningkatan dalam penggunaan barang atau jasa tersebut.

Menurut Shimp (2010) *Integrated Marketing Communications* terdiri atas iklan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat dan pemasaran langsung adalah proses komunikasi yang berisi perencanaan, pembuatan, penyatuan, dan implementasi dari banyak bentuk komunikasi pemasaran seperti iklan, promosi penjualan, publisitas, *event* dan lainnya yang dilakukan secara terus menerus pada konsumen yang dituju dan konsumen potensial lainnya. Pendapat tersebut diperkuat oleh Kotler & Keller (2016) *Integrated Marketing Communications* adalah sebuah proses perencanaan yang dirancang untuk memastikan bahwa merek memiliki hubungan dan diterima oleh pelanggan, atau propek untuk produk, layanan, pemangku kepentingan secara konsisten dari waktu ke waktu. Ketika dilakukan dengan baik, proses perencanaan tersebut mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin ilmu komunikasi dan mengkombinasikannya untuk membuktikan kejelasan, konsistensi dan memberikan sebuah proses lintas-fungsional untuk menciptakan dan memberikan hubungan yang saling menguntungkan dengan pelanggan dan pemangku kepentingan lain dengan mengendalikan secara strategis atau mempengaruhi semua pesan yang dikirim

kepada kelompok dan mendorong berbasis data, menciptakan dialog dengan *customer* dan *stakeholder*.

Sesuai dengan hal tersebut, Kotler and Keller (2016) mengatakan terdapat beberapa langkah yang harus diperhatikan agar dapat berjalan dengan efektif, antara lain : (1) Mengenali *audience* sasaran, (2) Menentukan tujuan komunikasi, (3) Merancang pesan, (4) Memilih saluran komunikasi yang tepat, (5) Menentukan jumlah anggaran komunikasi pemasaran, (6) Membuat keputusan atas bauran komunikasi pemasaran. *Integrated Marketing Communications* menekankan pada keharmonisan yang tercapai dalam pelaksanaan program *Marketing Communications* maka dari itu *Integrated Marketing Communications* bukan sekadar promosi kepada konsumen saja, tetapi berfungsi juga untuk mengajak dan berkomunikasi dengan konsumennya, sehingga Kotler & Keller (2016) memaparkan elemen *Integrated Marketing Communications* yang menjadi sebuah karakteristik dan pertimbangan *cost* yang dikeluarkan oleh perusahaan antara lain : (1) *Advertising*, (2) *Public Relations and Publicity*, (3) *Sales Promotion* (4) *Events and Experiences*, (5) *Online and Social Media Marketing*, (6) *Mobile Marketing*, (7) *Direct and Database Marketing*, (8) *Personal Selling*

Yayasan Pendidikan Bonavita sangat penting untuk memiliki *Marketing Communications team* untuk merancang dan menjalankan *Integrated Marketing Communications* di Yayasan Pendidikan Bonavita dengan membuat sebuah strategi promosi dengan mengandalkan saluran komunikasi media sosial melalui kanal Youtube dan Instagram. Yayasan Pendidikan Bonavita akan mengeluarkan *podcast*, buletin *online*, dan webinar sebagai *pre-session* dari lomba secara *online* dalam rangka masa penerimaan siswa baru yang disertai *event* konser virtual sebagai penutup acara lomba *online* menggunakan kanal Instagram *Live* dengan tujuan dan harapan yang besar bahwa dapat meningkatnya *awareness* dan penjualan yang dilihat dari peningkatan jumlah siswa pada Tahun Ajaran 2020/2021.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Dengan berlangsungnya proses magang selama menjadi *Intern Staff Marketing Communications* di Yayasan Pendidikan Bonavita memiliki maksud dan tujuan, sebagai berikut.

1. Untuk memahami, mengetahui, dan turut serta dalam membangun strategi promosi pada dunia pendidikan.
2. Untuk memahami, mengetahui, dan turut serta dalam kegiatan *social media monitoring* yang dilakukan di Sekolah Bonavita
3. Untuk belajar membuat sebuah timeline yang menyesuaikan jam kerja masing-masing unit untuk *deadline* pengumpulan data artikel buletin dan *shooting* untuk podcast dari koordinator masing-masing unit (KB, TK, SD, SMP, SMK) serta belajar membuat konsep yang tepat dengan jenjang unit masing-masing agar sesuai dengan pembaca dan pendengar podcast sesuai dengan konsep dan cara yang dipelajari pada mata kuliah *Media Production and Channel Management, Community Relation and Engagement, Account Planning, Integrated Marketing Communications (IMC) Planning, Special Event and Brand Activation* di masa perkuliahan

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik Kerja Magang dilakukan selama 60 hari kerja atau tiga bulan kalender, terhitung mulai dari 24 Agustus 2020 hingga 30 November 2020. Yayasan Pendidikan Bonavita atau Sekolah Bonavita memberikan kesempatan bagi mahasiswa yang ingin melaksanakan Magang sehubungan dengan Yayasan Pendidikan Bonavita atau Sekolah Bonavita memiliki satu unit yaitu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang didalamnya juga terdapat satu program Praktik Kerja Lapangan (PKL) bagi siswa-siswanya sehingga Yayasan Pendidikan Bonavita atau sekolah Bonavita terbuka bagi mahasiswa yang ingin melaksanakan Program Magang tentunya sesuai dengan bidang yang sedang ditempuh oleh mahasiswa dan wajib mengikuti ketentuan waktu kerja Staf dan Guru Yayasan Pendidikan Bonavita yang telah ditetapkan.

Waktu kerja yang ditetapkan oleh Yayasan Pendidikan Bonavita masuk kerja pukul 06.50 WIB dan pulang kerja pukul 16.50 WIB total waktu keseluruhan Kerja dalam satu hari diwajibkan selama sembilan jam kerja.

Selama proses Magang ini ditempatkan di Departmen *Marketing Communications* yang secara langsung berada di bawah Yayasan Pendidikan Bonavita untuk membuat dan melaksanakan strategi komunikasi seluruh unit

Sekolah Bonavita kepada siswa, orang tua atau wali siswa, calon siswa, dan calon orang tua atau wali siswa dengan baik.

Untuk dapat melakukan Magang di Yayasan Pendidikan Bonavita Tangerang, harus melewati prosedur yang ditetapkan oleh kampus yang terbagi menjadi tiga proses yaitu :

1. Proses Administrasi Kampus
 - a. Mahasiswa diwajibkan untuk menghadiri bimbingan Magang sebelum melakukan Proses Magang untuk mendapatkan pembekalan terlebih dahulu
 - b. Mahasiswa mengisi Formulir Pengajuan Magang (KM01) yang harus disetujui dan ditandatangani oleh Ketua Program Studi untuk mendapatkan Surat Pengantar Kerja Magang (KM02).
2. Proses Pengajuan Magang
 - a. Mahasiswa Menghubungi *Human Resources Development* (HRD) Yayasan Pendidikan Bonavita Tangerang untuk memperoleh informasi mengenai prosedur Magang di Yayasan Pendidikan Bonavita
 - b. Mahasiswa diwajibkan memiliki surat rekomendasi dari pihak kampus untuk melaksanakan Program Magang
 - c. Mahasiswa memberikan Formulir Kerja Magang, CV, Resume, Portofolio, dan menyertakan surat Pengantar Kerja Magang (KM02) dari pihak kampus kepada Bapak Rizal Yusuf selaku *Human Resources Development* (HRD) Yayasan Pendidikan Bonavita Tangerang
 - d. Setelah memenuhi semua persyaratan, mahasiswa diberitahu untuk langsung menuju divisi yang dituju yaitu *Marketing Communications* dan diminta menunggu untuk melaksanakan *briefing* mengenai ketentuan dan tata tertib selama melakukan program Magang atau Praktik Kerja Industri (Prakerin) di Yayasan Pendidikan Bonavita

- e. Mahasiswa diberikan surat tanda diterima (*Acceptance Letter*) Magang dan dapat memulai program Kerja Magang dengan mengikuti jam kerja serta tata tertib staf dan Guru di Yayasan Pendidikan Bonavita.
- f. Mahasiswa menyerahkan surat tanda terima Magang dengan meng-*upload* di My UMN folder KM 01 Final sekurang-kurangnya 7 hari dari tanggal surat tanda terima perusahaan.
- g. Selama Kerja Magang berlangsung, mahasiswa harus melengkapi Kartu Kerja Magang, Kehadiran Kerja Magang, dan Laporan Realisasi Kerja Magang dan ditandatangani setiap harinya oleh pembimbing lapangan.
- h. Form Penilaian Kerja Magang akan diisi oleh pembimbing lapangan di akhir periode praktik kerja lapangan, dan diserahkan kembali ke universitas dengan amplop tertutup.

3. Proses Pembuatan Laporan

- a. Selama masa Kerja Magang dan semua kelengkapan magang telah diurus, mahasiswa bisa melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing Magang untuk pembuatan laporan.
- b. Laporan Kerja Magang yang telah diterima dan disetujui oleh dosen Pembimbing Magang dan Kepala Program Bidang Studi akan dipresentasikan dalam sidang magang yang telah ditentukan waktunya.