

BAB 3

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pada saat melaksanakan praktek kerja magang, penulis ditempatkan di divisi *Marketing Communication* di bawah pimpinan dr. Kevin selaku direktur utama Siloam Hospitals Palangka Raya. Dalam melaksanakan praktek kerja magang, penulis di bimbing oleh Silvia Hembu selaku *Marketing Executive* yang memberikan pengenalan mengenai tugas dan tanggung jawab dari divisi *marketing communication*. Dalam hal ini pembimbing memberikan instruksi, mengawasi dan memberikan revisi terhadap tugas yang diberikan. Tugas tersebut terdiri dari pelaksanaan *branding*, *event*, dan publikasi. Divisi *marketing Communication* memiliki dua tim lainnya yaitu Christine Iswanto yang bertanggung jawab untuk menjalin hubungan dengan pihak eksternal dan internal perusahaan dan Reza Bandrung bertanggung jawab pada pelaksanaan kegiatan *marketing*.

Selama praktek kerja magang berlangsung, penulis selalu melakukan koordinasi kepada karyawan satu divisi untuk saling menukar ide saat melaksanakan kegiatan *marketing communication* melalui media *whatsApp group* dan *meeting* tatap muka. Selain itu, saat pekerjaan utama telah selesai, penulis juga berkoordinasi dengan divisi *Human Capitality* untuk membantu divisi tersebut. Dalam hal ini, penulis membantu divisi *Human Capitality* dalam merekap data karyawan baru, menyusun berkas NPWP karyawan dan membantu menjalankan kegiatan orientasi karyawan baru.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Pekerjaan yang penulis lakukan selama di Siloam Hospitals Palangka Raya adalah sebagai *Marketing Communication* membuat perencanaan *branding*, konsep desain poster, dan menyelenggarakan webinar serta *event* berkaitan dengan perusahaan. Berikut merupakan uraian pekerjaan saya selama menjalankan praktek kerja magang selama 14 minggu di Siloam Hospitals Palangka Raya:

No	Kegiatan	Jenis Pekerjaan	Minggu Ke-															
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1	Branding	Menyiapkan pemilihan isi merchandise untuk pihak eksternal Siloam saat event	■	■														
		Visit perusahaan							■								■	
2	Event	Event: Resuscitation Course							■								■	
		Event: Donor Darah Hari PMI				■												
		Event: MCU Perusahaan							■									■
		Event: Hari Cuci Tangan Sedunia										■						
		Event: Hari Dokter Nasional											■					
		Webinar: Jantung Koroner								■								
		Webinar: Pentingnya Vaksin COVID-19																
		Webinar: Cholesterol & Overweigh														■		■
3	Publikasi	Membuat desain poster rating (printed)		■	■													
		Membuat desain brief poster CSR (printed)					■											
		Membuat desain brief desain poster Donor Darah					■											
		Membuat desain brief desain webinar								■								
		Membuat desain brief desain poster Holiday Clinic								■	■							
		Membuat desain brief desain Sunday Clinic		■														■
		Membuat desain poster event hari cuci tangan sedunia																
		Membuat Wording Webinar								■								

(sumber: Dokumentasi Penulis)
Tabel 3.1 Kegiatan Kerja Magang

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang

Saat menjalankan kegiatan magang, penulis harus berfokus kepada pekerjaan yang diberikan sesuai dengan divisi terkait yakni Divisi *Marketing Communication*. Tugas utama dalam divisi tersebut adalah melakukan kegiatan pemasaran untuk menarik perhatian masyarakat agar dapat berobat di Siloam Hospitals Palangka Raya pada saat pandemi. Berbagai rancangan strategi yang dilakukan untuk mencapai target perusahaan.

3.3.1 Branding

Branding merupakan suatu program yang memfokuskan dan memproyeksikan nilai suatu merek (Wirania Swasty, 2016, p. 15). Wirani dalam bukunya yang berjudul “Branding Memahami dan Merancang Strategi Merek” juga menjelaskan bahwa program tersebut meliputi penciptaan perbedaan antara produk dan konsumen saat melakukan proses pengambilan keputusan pembeli serta pemberian nilai-nilai pada perusahaan. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa *branding* merupakan keseluruhan proses dalam memilih unsur, nilai hingga janji apa yang dimiliki oleh suatu perusahaan, produk dan jasa. *Branding* juga merupakan hal yang dilakukan perusahaan untuk membangun kesadaran dan memperluas loyalitas pelanggan maupun calon pelanggan.

Pada saat pelaksanaan magang, kegiatan *branding* yang penulis lakukan di Siloam Hospitals Palangka Raya adalah dengan pemilihan merchandise dan membuat berbagai konsep desain yang digunakan untuk keperluan branding dari

pihak Siloam Hospitals Palangka Raya. Berikut merupakan uraian pekerjaan branding yang penulis lakukan saat magang berlangsung.

a. Menyiapkan merchandise untuk pihak eksternal Siloam

Salah satu bentuk *branding* yang dilakukan dengan menggunakan strategi *merchandising marketing*. *Merchandising marketing* merupakan proses untuk membentuk kesadaran merek serta mendapatkan *customer loyalty* dengan menggunakan merchandise berupa tas, dompet, kartu ucapan dan lain-lainnya (Schorr, 2010). Dalam hal ini, Siloam Hospitals Palangka Raya selalu memberikan merchandise kepada pihak eksternal pada *event* tertentu sebagai ucapan terimakasih Siloam kepada para partisipan. Hal tersebut bertujuan agar masyarakat mengingat Siloam Hospitals Palangka Raya dan untuk menarik minat masyarakat dalam ikut berpartisipasi pada saat Siloam mengadakan *event*. Penulis bertugas untuk membantu tim marketing dalam memilih isi merchandise yang tepat berdasarkan usia partisipan *event* tersebut.



(sumber: Dokumentasi Penulis)

Gambar 3.1 Merchandise *Event* (Dewasa)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.2 Merchandise *Event* (anak-anak)

b. *Visit* Perusahaan

Visit perusahaan dilakukan setiap 2 hingga 3 minggu sekali untuk menawarkan paket *medical check up* serta menjelaskan secara singkat mengenai fasilitas *medical check up* yang dimiliki oleh Siloam Hospitals kepada perusahaan. Hal itu bertujuan agar perusahaan dapat tertarik untuk membeli paket *medical check up* di Siloam. Dalam hal ini penulis mengikuti *visit* ke beberapa perusahaan yang ada di Palangka Raya bersama dengan pembimbing magang.



(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.3 *Visit* Perusahaan

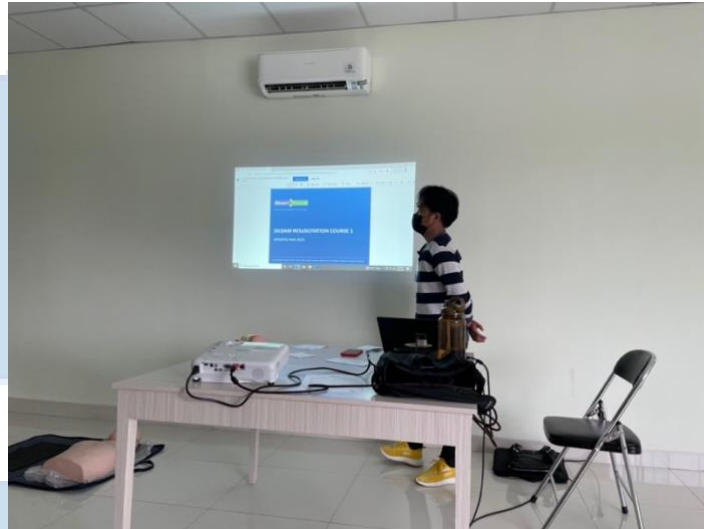
3.3.2 Event

Event atau *special event* merupakan suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting, baik secara individu maupun kelompok yang terikat dengan adat, budaya, tradisi dan agama bertujuan untuk hal tertentu di waktu tertentu serta melibatkan masyarakat (Any Noor, 2009, p. 7). Dengan kata lain *event* diselenggarakan untuk merayakan momen penting yang terjadi. Any Noor dalam bukunya yang berjudul “*Management Event*” (2009, p. 15) menjelaskan terdapat tiga kategori *event* yaitu *event* besar (*mega event*), *event* yang identik dengan karakter suatu wilayah (*hallmark event*) dan *event* untuk menarik masyarakat luar yang berdampak kepada pendapatan perusahaan (*major event*). Jenis *event* yang diselenggarakan oleh Siloam Hospitals Palangka Raya adalah *major event*, dimana *event* ini diselenggarakan bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat luar dalam hal berobat.

Selama masa kerja magang, Siloam Hospitals Palangka Raya memiliki beberapa *event* yang diselenggarakan secara daring dan luring diadakan untuk internal serta external perusahaan. Penulis diberikan kesempatan menjadi panitia penyelenggara dalam merencanakan *event* tersebut bersama dengan panitia lainnya dibawah pimpinan pembimbing magang. Berikut merupakan penjabaran dari *event* yang diadakan:

a. *Event: Resuscitation Course*

Event ini merupakan kegiatan internal yang diadakan oleh pihak Siloam sendiri bertujuan untuk memperkenalkan bagaimana sikap dan tindakan saat melakukan pertolongan pertama yang ditujukan kepada karyawan non-medis. Acara tersebut diadakan setiap dua kali sebulan secara luring, sehingga diharapkan ilmu yang diberikan kepada karyawan non-medis lebih efektif. Pada acara ini penulis bertugas sebagai panitia dokumentasi dan membantu mendata nama peserta.



(sumber: Dokumentasi Penulis)

Gambar 3.4 Kegiatan *Event Resuscitation Course*

b. *Event: Donor Darah Hari Palang Merah Indonesia*

Event ini merupakan kegiatan dalam rangka merayakan Hari Palang Merah Indonesia pada tanggal 17 September 2021. Acara ini dibuka untuk internal dan external perusahaan yang ingin mendonorkan darahnya. Acara ini diselenggarakan di Rumah Sakit Siloam secara luring. Dalam hal tersebut, penulis diminta untuk membuat konsep desain *photobooth* yang digunakan untuk berfoto setelah selesai melakukan donor darah dan menjadi panitia aktif untuk mendata nama pendonor sekaligus mendokumentasi saat acara berlangsung.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(sumber: Dokumentasi Penulis)

Gambar 3.5 Kegiatan *Event* Donor Darah PMI

c. *Event: Medical Check Up* Bank Rakyat Indonesia Buntok

Event ini kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak Siloam Hospitals Palangka Raya kepada external perusahaan secara luring. Acara ini bertujuan untuk menjalin hubungan baik kepada Bank Rakyat Indonesia cabang Buntok dengan melakukan *medical check up* kepada 14 karyawannya. Pada kegiatan ini, penulis hanya terlibat aktif di *pre-event*, yakni diminta untuk membantu membuat *rundown* acara sehingga penulis tidak terlibat aktif saat *event* ini sedang berlangsung.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**RUNDOWN ACARA MCU BRI BUNTON,
SABTU, 09 Oktober 2021**

Waktu	Jenis Pemeriksaan	Nama Petugas	Keterangan
07:00 WIB - 07:30 WIB (30 menit)	Pemeriksaan Akutan di meja screening Pemeriksaan skrining klinik checklist MCU	Staf & IO	Peserta langsung diarahkan ke bilikang, siap-siap. Peserta Wanita untuk tahun ke-2, karena 07:30 akan ada unit dari MCU jam 08:00 untuk USG. Sedangkan yg peserta hanya peserta dan petugas akan tid di bilikang untuk pemeriksaan ke bilikang.
07:30 WIB - 07:30 WIB (30 menit)	Semua Peserta Antigen	Staf	Staf mendampingi peserta ke bilikang. Jika hasil antigen sudah keluar, peserta langsung diarahkan ke tempat untuk MCU. RD: Jika akan, bagi bilikang di meja screening dan mendampingi peserta ke area DT. Jika semua sudah akan, IO mendampingi peserta di area DT. Petugas Lab akan share Hasil Antigen Peserta di Group MCU BRI Lab: Menghentikan hasil antigen
07:30 - 08:20 (50 menit)	Kel. Pria Check darah	Perawat	Peserta yang sudah ambil darah langsung diarahkan ke area USG Abdomen
07:30 - 08:20 (50 menit)	Kel. Wanita Check urine	Perawat	Peserta diambil urine, jika selesai langsung diarahkan untuk pengambilan darah
07:30 - 08:45 (1 jam 15 menit)	Kel. Pria X-ray	Radiologi	Pria yang selesai ambil darah diarahkan untuk X-ray
08:00 - 08:45 (1 jam 45 menit)	Kel. Pria USG Abdomen (Batas tahun ke-2)	dr. Edwin	1 orang US, 7 orang
08:20 - 08:50 (30 menit)	Kel. Wanita Ambil darah	Perawat	Jika sudah selesai langsung diarahkan makan
08:30 - 10:30 (2 jam 30 menit)	Kel. Pria Check urine	Perawat	Peserta yang sudah selesai USG Abdomen diarahkan untuk check urine
08:30 - 11:00 (2 jam 30 menit)	Semua peserta makan	Staf	Ingat memulai jam saat makan di bilikang peserta. Peserta puasa 2 jam dan menghentikan darah lagi. Dudukmakan Wanita dahulu makan karena akan puasa 4 jam untuk USG. Diharapkan Wanita selesai makan pukul 09:00 WIB.
09:00 - 10:00 (1 jam)	Kel. Wanita Pap Smear	dr. Nemy	5 orang MCU Pap Smear + 1 orang Pap Smear saja tanpa MCU
09:00 - 11:00 (2 jam)	Kel. Pria EKG	Perawat	Pria yang sudah selesai makan diarahkan untuk EKG
10:00 - 11:00 (2 jam)	Kel. Wanita Kajian perawat di nurse station	Perawat	Wanita yang selesai pap smear dan menunggu antian pap smear diarahkan untuk ke nurse station
11:00 - 12:30 (1 jam 30 menit)	Pengambilan darah semua peserta berdasarkan jam makan (GDP/PPV)	Perawat	Setelah 2 jam puasa
12:00 - 13:00 (1 jam)	Kel. Pria Kajian perawat di NS	Perawat	
12:00 - 13:00 (1 jam)	Kel. Wanita pemeriksaan fisik	RMO	
13:00 - 14:30 (1 jam 30 menit)	Kel. Pria pemeriksaan fisik	RMO	
13:00 - 14:30 (1 jam 30 menit)	USG Abdomen setelah 4 jam puasa kel. wanita X-ray	dr. Edwin	Sebelum USG Abdomen diminta puasa dan tahan kencing.
13:00 - 14:30 (1 jam 30 menit)	Kel. Wanita X-ray	Radiologi	
14:30 Selesai	Kliran diperiksa oleh perawat dan semua peserta diminta untuk mengisi turney.		

Keterangan :
 Semua peserta
 Peserta Laki-laki
 Peserta Wanita

(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.6 *Rundown Event Medical Check Up BRI*

d. *Event: Hari Cuci Tangan Sedunia*

Dalam rangka merayakan Hari Cuci Tangan Sedunia pada tanggal 15 Oktober 2021, pihak Siloam Hospitals Palangka Raya mengadakan *event* secara luring yang ditujukan kepada pihak eksternal dan internal. Pada hari H acara, penulis diberikan kesempatan untuk menjadi panitia aktif dengan memberikan penyuluhan serta contoh mencuci tangan yang benar kepada pihak eksternal dan internal perusahaan.



(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.7 *Event: Hari Cuci Tangan Sedunia*

e. *Event*: Hari Dokter Nasional

Dalam rangka merayakan Hari Dokter Nasional, pihak Siloam membuat sebuah kampanye yang diadakan secara daring melalui media sosial. Semua karyawan Siloam termasuk pekerja magang wajib mengunggah foto dengan template yang sudah disediakan ke media sosial pribadi para karyawan.



(sumber: Dokumentasi Penulis)

Gambar 3.8 *Event* Hari Dokter Nasional

f. Webinar: Jantung Koroner

Webinar ini merupakan kegiatan yang diadakan oleh Siloam Hospitals Palangka Raya yang ditujukan kepada pihak internal dan eksternal perusahaan. Webinar tersebut diselenggarakan dalam rangka merayakan Hari Jantung Sedunia bertujuan untuk memberikan edukasi cara pencegahan penyakit jantung dan memberikan konsultasi gratis kepada *audiens* yang mengikuti webinar tersebut. Selain itu, dalam webinar ini juga memberitahukan harga paket screening jantung dan fasilitas kesehatan dalam menangani penyakit jantung agar *audiens*

tertarik melakukan pemeriksaan jantung di Siloam Hospitals Palangka Raya.

Pada acara ini penulis diminta untuk membuat konsep poster webinar, membuat *invitation* webinar dan membantu melakukan pendataan dari daftar *audiens* yang hadir pada webinar tersebut melalui *google form*.



(sumber: Dokumentasi Penulis)

Gambar 3.9 Poster Webinar: Jantung Koroner

g. Webinar: Pentingnya Vaksin COVID-19

Sama seperti webinar diatas, akan tetapi webinar ini dibuat khusus corporate yang bekerja sama dengan pihak Siloam Hospitals Palangka Raya untuk mengedukasi para pegawai mengenai vaksin COVID-19. Dalam acara ini penulis diberi tanggung jawab untuk membuat konsep desain poster dan membantu mempersiapkan tempat untuk pelaksanaan webinar tersebut.



(sumber: Dokumentasi Penulis)

Gambar 3.10 Poster Webinar: Pentingnya Vaksin COVID

h. Webinar: *Cholesterol & Overweight*

Webinar *Cholesterol & Overweight* merupakan webinar yang diadakan oleh PT Telen Orbit Prima bekerja sama dengan pihak Siloam Hospitals. Webinar ini diadakan pada tanggal 6 November dan 20 November 2021. Pada acara ini penulis dibantu dipercaya untuk terlibat menjadi panitia dokumentasi yang bertugas untuk mendokumentasikan dalam bentuk gambar pada webinar tersebut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.11 Webinar: *Cholesterol & Overweight*

3.3.3 Publikasi

Publikasi merupakan sebuah tindakan dalam bentuk rancangan desain maupun bentuk teks bertujuan untuk memberitahukan informasi mengenai perusahaan kepada masyarakat melalui media-media komunikasi. Menurut Astika (2014, p. 28) publikasi adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan untuk menyediakan atau menyebarkan sebuah informasi kepada masyarakat umum dengan cara bermacam-macam mulai dari buku, teks, gambar, konten audio visual dan website sehingga masyarakat mengetahui informasi yang disediakan untuk konsumen sehingga kegiatan promosi diharapkan mampu mempengaruhi masyarakat.

Publikasi yang dilakukan oleh pihak Siloam Hospitals bertujuan untuk menyadari pihak eksternal perusahaan yang sudah menjadi target market dari Siloam Hospitals agar dapat ikut berpartisipasi pada beberapa *event* yang diselenggarakan oleh Siloam Hospitals. Berikut merupakan beberapa publikasi yang dilakukan oleh penulis dengan kerja sama tim *Marketing Communication* Siloam.

a. Membuat Desain Poster Rating (*printed*)

Dalam memaksimalkan kinerja dari pelayanan Siloam Hospitals Palangka Raya, tim *marketing communication* membuat poster rating

yang digunakan untuk evaluasi para karyawan terkait hasil rating dari pasien. Selain itu, poster ini juga dibuat untuk memberitahu pasien arti dari angka penilaian setelah melakukan *scan QR code* evaluasi pelayanan dari Siloam Hospitals.

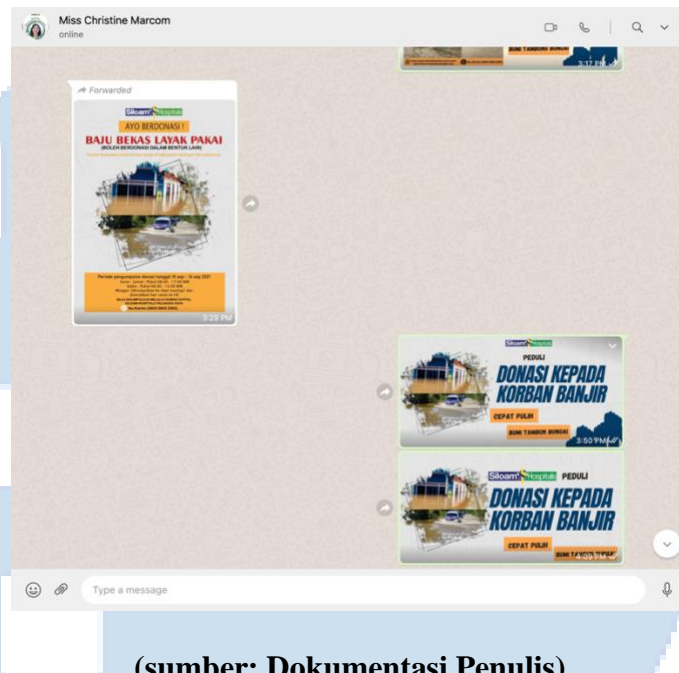
Dalam hal ini penulis membuat desain dengan menentukan warna, jenis *font*, kalimat, hingga *emoticon* mengikuti arahan dari pembimbing. Poster ini di *print* dan ditempelkan di *front office*, ICU, *nurse station*, tempat skrining dan tempat lainnya yang sering dilewati oleh pasien.



(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.12 Poster Rating

b. Membuat Desain Brief Poster dan Banner CSR (*printed*)

Dalam hal ini penulis diminta untuk memberikan ide konsep desain poster yang akan diunggah ke media sosial dan banner untuk di *print* berkoordinasi dengan tim desain. Hal itu termasuk pemilihan gambar, warna, ukuran serta jenis font yang harus digunakan dalam pembuatan poster dan banner CSR tersebut.



(sumber: Dokumentasi Penulis)

Gambar 3.13 desain brief poster dan banner CSR

c. Membuat Desain Poster Donor Darah

Dalam melakukan sebuah publikasi *event*, dibutuhkan sebuah media yang akan disebarakan kepada target audiens yakni poster. Pada hal ini penulis dipercaya untuk bertanggung jawab dalam melakukan desain poster donor darah sederhana yang berisikan ajakan kepada audiens untuk mendonor darahnya. Penulis menentukan warna dan gambar yang sesuai dengan kegiatan tersebut.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.14 Poster Donor Darah

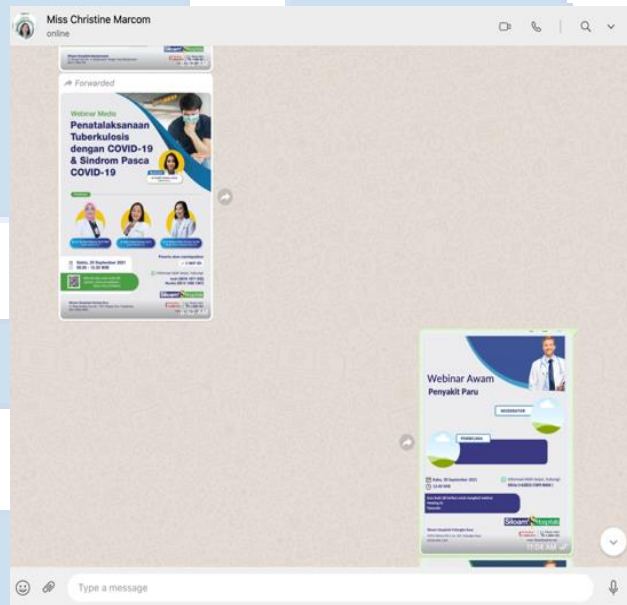
d. Membuat Desain Brief Poster Webinar Jantung & Vaksin

Siloam Hospitals Palangka Raya menginginkan sebuah poster webinar yang sesuai dengan standar perusahaan yakni simpel tapi menarik di mata audiens. Penulis bertanggung jawab untuk memberikan brief desain yang sesuai dengan standar tersebut akan tetapi dibuat lebih menarik lagi. Penulis membuat poster yang menarik berdasarkan konsep Supriyono (2010:179) yakni:

1. Menentukan jenis huruf (tipografi) yang sesuai dengan isi pesan dan mudah terbaca.
2. Menentukan elemen ilustrasi sehingga informasi dapat ditangkap dengan mudah.
3. Menampilkan logo perusahaan dan judul untuk ditampilkan dengan penonjolan ukuran font dan warna.
4. Memasukan informasi penting seperti tanggal, waktu, dan kontak person yang dapat dihubungi.

Dalam hal ini, penulis bertanggung jawab untuk memberikan desain brief yang berisikan publikasi mengenai tanggal dan waktu dari

webinar tersebut dilaksanakan. Selain itu, penulis juga melakukan pemilihan warna serta jenis font agar poster tersebut dapat menarik perhatian target audiens.

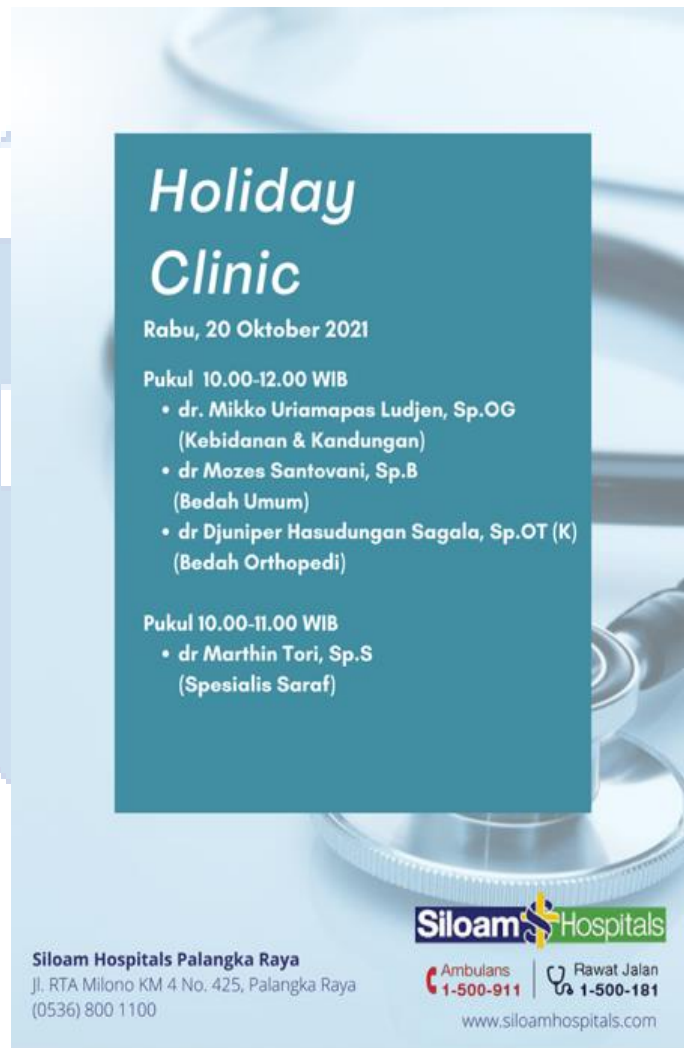


(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.15 Desain Brief Poster Webinar

e. Membuat Desain Brief *Poster Holiday Clinic*

Penulis bertanggung jawab untuk membuat konsep desain poster *holiday clinic* berdasarkan standar dari perusahaan. Poster ini berisikan jadwal dokter yang masih melakukan praktek pada tanggal merah atau libur nasional.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.16 Poster *Holiday Clinic*

f. Membuat Brief Desain Poster *Sunday Clinic*

Sama seperti sebelumnya, penulis bertanggung jawab untuk membuat konsep desain poster *Sunday Clinic*. Poster ini berisikan jadwal dokter yang masih melakukan praktek di hari Minggu.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.17 Poster *Sunday Clinic*

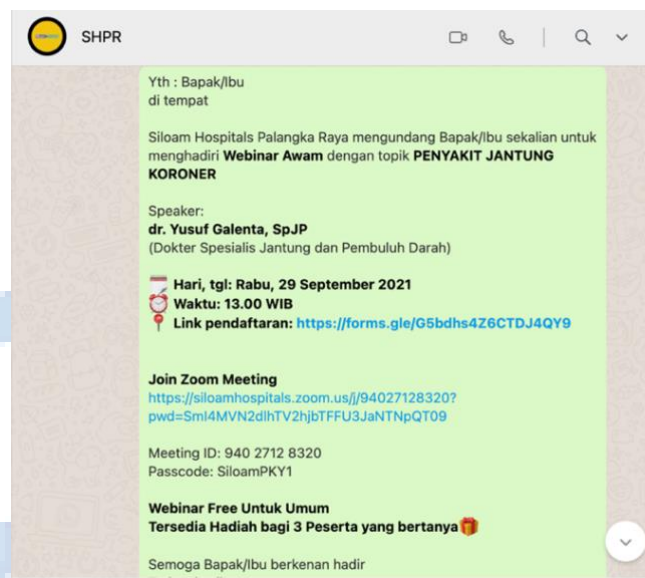
- g. Membuat Desain Poster *Event* Hari Cuci Tangan Sedunia
Sebelum hari H, penulis bertanggung jawab untuk membuat desain poster dari *event* Hari Cuci Tangan Sedunia dan membuat *quotes* ajakan cuci tangan yang akan disebar ke dalam *group whasapps* internal perusahaan pada hari H. Hal itu bertujuan agar pihak internal lebih menyadari adanya perayaan tersebut.



(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.18 Poster Hari Cuci Tangan Sedunia

h. Membuat *wording* webinar

Dalam melaksanakan webinar, penulis bertanggung jawab untuk membuat isi undangan webinar kepada target audiens yang akan disebarakan melalui media sosial *whatsapp* resmi Siloam.



(sumber: Dokumentasi Penulis)
Gambar 3.19 *Wording* Webinar

3.4 Kendala

Selama menjalankan praktik kerja magang, penulis menemukan beberapa kendala, sebagai berikut:

1. Adanya lonjakan COVID-19 pada bulan akhir Agustus dan beberapa tim *marketing* termasuk pembimbing penulis ikut terpapar. Hal tersebut membuat penulis tidak diberikan pekerjaan berkaitan dengan *marketing communication*.
2. Kurangnya pengetahuan penulis mengenai penentuan target audiens di rumah sakit sehingga penulis sedikit kebingungan pada saat menentukan target audiens untuk kegiatan *marketing communication*.

3.5 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Berdasarkan kendala-kendala yang penulis sebutkan di atas, solusi yang dapat diberikan, sebagai berikut:

1. Meningkatkan sikap inisiatif untuk meminta pekerjaan terkait ranah *marketing communication* dan menawarkan bantuan kepada tim Divisi *Marketing Communication* lainnya.
2. Menanyakan dan mempelajari kepada pembimbing magang bagaimana sebuah rumah sakit menentukan target audiensnya.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA