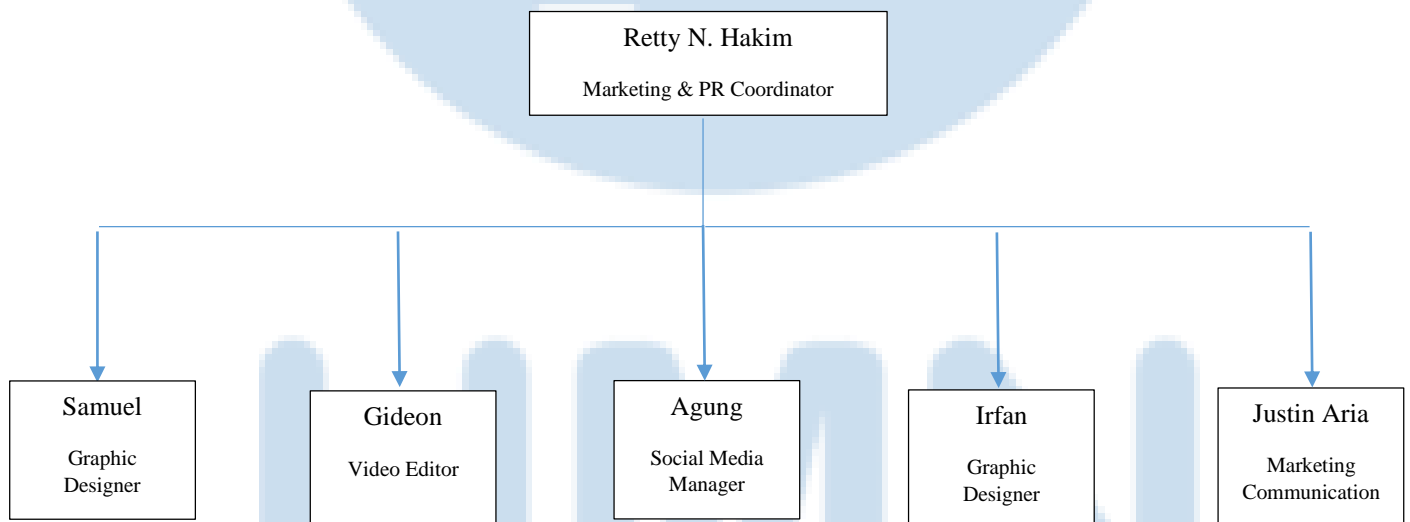


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Magang dilaksanakan selama 5 bulan 2 minggu dan ditempatkan di divisi PR & Marketing dalam sekolah Saint John. Dalam divisi ini diberi tugas untuk memberi komunikasi kepada para pelanggan dan calon pelanggan mengenai kegiatan dan tau *event* yang ada pada saat tertentu. Serta memberi ide pada *event* apa yang dapat dilakukan untuk meningkatkan publikasi Saint John serta menarik pelanggan baru, yaitu orang tua atau calon murid yang ingin masuk dan belajar di Saint John.



(Sumber: olahan pribadi penulis)

Tabel 3.1 Struktur Multimedia Saint John's Catholic School

Di divisi PR & Marketing bergerak bersama divisi IT karena divisi IT membantu pelaksanaan kegiatan dari divisi PR & Marketing. Divisi PR & Marketing dan divisi IT bekerja di satu ruangan yang dinamakan “ruang multimedia” dan diketuai oleh Retty N. Hakim selaku ketua PR & Marketing. Retty N. Hakim mempunyai tugas untuk mengatur segala kegiatan mulai dari PR hingga

Marketing. Walaupun keadaan masih ada pandemi Covid-19 namun kantor, dalam kasus ini sekolah sudah berjalan seperti normal untuk karyawan, yaitu bekerja langsung datang ke kantor dari hari senin hingga jumat dengan libur pada hari sabtu, minggu, hari tanggal merah, perayaan besar seperti natal dan idul fitri, dan libur antar semester. Semua konten yang akan diunggah ke sosial media ataupun situs web harus mendapat persetujuan dari Retty N. Hakim sehingga para rekan kerja sering berkomunikasi dengan dia.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

3.2.1 Tugas yang dilakukan

Tugas yang penulis lakukan pada saat menjalani kegiatan magang di sekolah Saint John sebagai *Marketing Communication* secara singkat adalah membuat konten pada sosial media, membuat artikel untuk situs web Saint John's Catholic School, dan memberi masukan pada kegiatan marketing. Apabila dijabarkan selama 60 hari kerja dalam bentuk tabel maka rincian tugas penulis perminggunya adalah sebagai berikut.

No.	Kegiatan (<i>marketing communication</i>)	Waktu Pelaksanaan (Minggu ke-)													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1.	<i>Marketing Communication Strategic Planning</i>														
2.	<i>Social Media Content</i>														
3.	<i>Website Content</i>														

(Sumber: Olahan pribadi penulis)

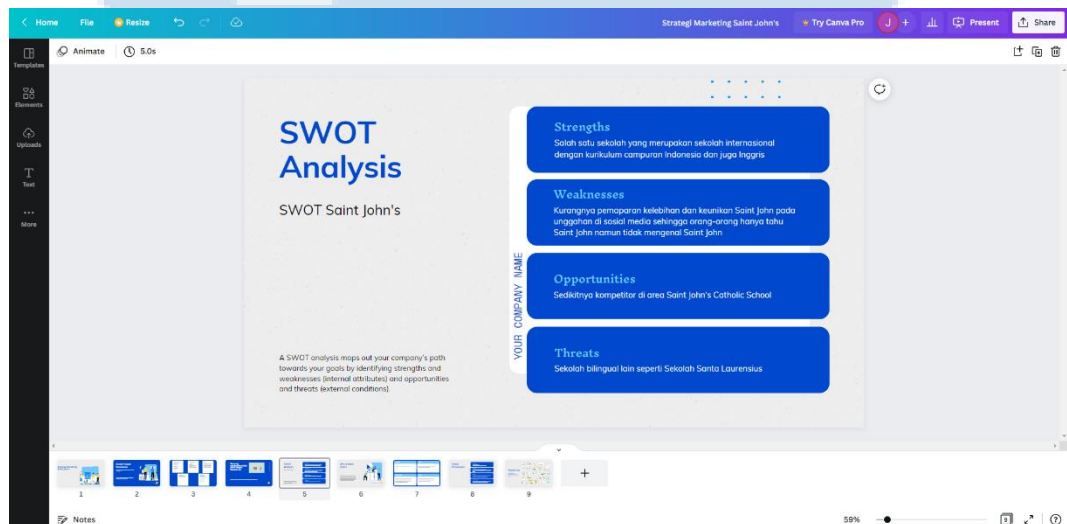
Tabel 3.2 Timeline Kerja Praktik Magang

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

3.2.2.1 *Marketing Communication Strategic Planning*

Setiap perusahaan diperlukan satu departemen yang akan membuat satu tujuan strategis untuk keberhasilan perusahaan tersebut di dalam persaingan bisnis, terdapat enam tahapan untuk melakukan perencanaan dalam mencapai tujuan strategis pada sebuah perusahaan, yaitu mengacu

kepada analisa SWOT, formulasi sasaran, formulasi strategi, formulasi program, implementasi, dan *feedback and control* (Kotler & Keller, Marketing Management, 14th Edition, 2012). Pada saat pelaksanaan praktik kerja magang penulis hanya fokus melakukan analisa SWOT saja dikarenakan sekolah Saint John's Catholic School bukan merupakan perusahaan yang memiliki strategi, tujuan, dan rencana selengkap yang disebutkan di dalam buku Kotler & Keller (2012). Oleh sebab itu, penulis akan menjabarkan *strength, weakness, opportunity, dan threat*. Pada saat hari pertama praktik kerja magang penulis diberi tugas oleh pembimbing magang untuk membuat analisa SWOT dengan tujuan untuk membuat *strategic planning* yang dapat membantu memajukan Saint John's Catholic School.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2022)

Gambar 3.1 Analisa SWOT Untuk Saint John's Catholic School

Berdasarkan hasil pekerjaan yang penulis lakukan maka penulis membuat satu rangkuman hasil kerja yang tertulis diatas dengan cara presentasi di depan pembimbing magang Bu Retty dan Bapak Ferdinan selaku markom di Saint John's Catholic School sehingga mereka bisa mendapatkan masukan dari penulis.

Penulis di dalam pekerjaan menganalisa *strength* yang ada di Saint John's Catholic School dengan cara melihat konten sosial media dan menanyakan

hal-hal mengenai Saint John's Catholic School kepada pembimbing magang. Pada saat penulis menganalisa dari konten sosial media mereka, terlihat bahwa Saint John's Catholic School memiliki *strength*, yaitu merupakan sekolah yang menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris (sistem bilingual) dalam proses mengajar yang memang menjadi tren di dalam para orang tua murid zaman sekarang dimana mereka lebih menyukai memasukkan anak ke dalam tipe sekolah seperti Saint John's School. Penulis juga menemukan *weakness*, yaitu kurangnya penyampaian informasi melalui berbagai media mengenai sistem bilingual dari kelebihan Saint John's Catholic School sehingga masih ada pertanyaan yang muncul ke dalam sekolahan tersebut mengenai sistem bilingual ini. Kemudian dari sisi *opportunity*, analisa yang diberikan oleh penulis adalah bahwa masih sedikit adanya sekolah bilingual seperti Saint John's Catholic School di area BSD lama sehingga masih ada *opportunity* untuk mendapatkan murid-murid baru dengan lebih mudah karena juga adanya tren dimana orang tua murid menginginkan anak-anaknya sekolah di tempat belajar yang memiliki sistem bilingual karena menurut mereka sistem ini bisa membuat anak-anaknya lebih maju lagi dengan keadaan zaman sekarang dimana Bahasa Inggris menjadi bahasa utama. Penulis menganalisa *threat* bahwa mulai bermunculan sekolah-sekolah dengan sistem bilingual seperti Saint John's Catholic School sehingga

3.2.2.2 Social Media Content

Penulis juga mendapatkan bagian pekerjaan, yaitu monitor serta memberikan situasi terbaru mengenai sekolah Saint John School melalui konten media sosial. Sosial media yang sering dipergunakan di dalam sekolah ini adalah Instagram, web sekolah, Youtube serta Tiktok. Seperti kita ketahui di dalam Ilmu Komunikasi bahwa sosial media merupakan medium yang dipergunakan oleh perusahaan atau pelaku bisnis lainnya agar dapat berinteraksi, berkomunikasi, bahkan berbagi informasi kepada para pembaca atau penikmat media sosial sehingga perusahaan ataupun pelaku

bisnis dapat dikenal oleh masyarakat luas , dan hal ini mengacu kepada teori yang disebutkan oleh Nasrulla ,2014 Penulis akan menjabarkan pekerjaan yang dilakukan Penulis pada saat melakukan kerja magang tersebut di bawah ini:

1. Instagram.

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang menggunakan basis teknologi dan juga internet 2.0 yang memungkinkan para pengguna untuk menciptakan *user-generated content* (Kaplan, 2015). Penulis biasanya akan mendapatkan informasi *event* atau konten untuk diunggah pada Instagram dengan frekwensi empat kali seminggu. Kemudian penulis akan membuat *post* mengenai berita terbaru ataupun pengulangan informasi yang untuk menguatkan informasi sebelumnya. *Post* yang dibuat oleh penulis sebagian besar adalah video yang telah diedit terlebih dahulu kemudian langsung diunggah ke Instagram pada akun Saint John dan pengeditan video tersebut dengan menggunakan aplikasi Adobe Premiere Pro CS6. Kemudian di bawah video akan diberi *caption* sebelum diserahkan kepada pembimbing lapangan. Setelah semuanya selesai maka penulis memberikannya kepada pembimbing lapangan untuk dicek. Apabila terdapat sebuah kesalahan atau ada yang ingin dirubah maka akan diberitahukan dari pembimbing lapangan kepada penulis untuk diedit lagi sampai sudah benar-benar matang. Setelah semua itu selesai maka pembimbing lapangan akan mengunggahnya ke Instagram @saintjohn.id.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021)

Gambar 3.2 Contoh Pemberian Tugas Oleh Pembimbing Magang

Pada *screenshot* diatas penulis ditugaskan untuk membuat video pendek dengan durasi satu menit yang akan diunggah ke sosial media Instagram Saint John's school. Penulis membuat *screenshot* dengan gambar di atas adalah gambaran pada saat siswa-siswa TK Saint John's school menjalani kegiatan untuk berkunjung ke *pet station* BSD melalui Zoom dimana mereka melihat berbagai kegiatan seperti *pet grooming*, dan juga setelah itu mereka dapat menunjukkan binatang peliharaan mereka kepada teman-teman mereka melalu zoom meeting, dan ada juga sesi tanya jawab dengan dokter hewan yang ikut di dalam zoom meeting.

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Setelah itu adalah penulis membuat video pendek untuk Instagram Saint John's school mengenai kunjungan ke Museum Tekstil melalui Zoom meeting. Pada konten ini durasi yang dipergunakan juga sama yaitu satu menit, setelah selesai maka akan diunggah ke Instagram Saint John.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Gambar 3.3 Contoh feedback untuk konten video Instagram

Penulis membuat video dan pembimbing magang akan memberi *notes feedback* untuk dikerjakan kembali agar sesuai dengan instruksi pembimbing magang. *Feedback* merupakan pengetahuan yang diperoleh berkenaan dengan suatu tugas, perbuatan atau respon yang telah diberi (Lutan, 1988). *Feedback* yang penulis dapatkan adalah agar gambar serta jenis huruf baru sehingga sesuai dengan lagu di dalam Google driver.

Setelah itu penulis kembali lagi videonya untuk dicek oleh pembimbing magang, lalu apabila sudah sesuai dengan instruksi maka video akan langsung diunggah ke Instagram Saint John's catholic school.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

Gambar 3.4 Contoh Tugas Memberi caption

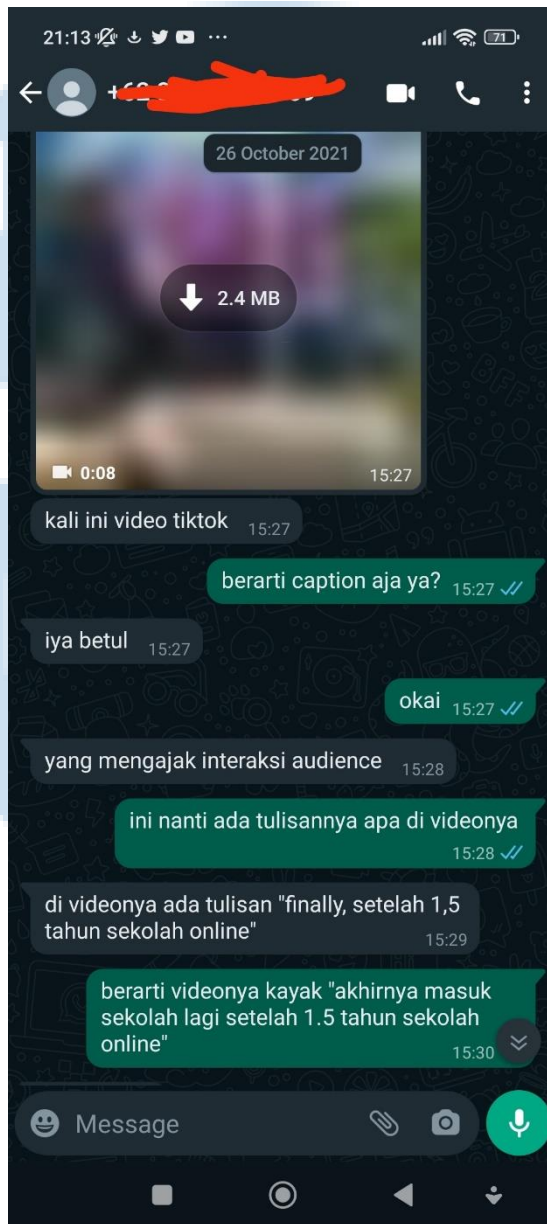
2. Youtube.

Youtube merupakan sebuah basis berisi data yang memiliki konten video yang populer di sosial media serta penyedia

beragam informasi (Sianipar, 2013). Pada *screenshot* diatas merupakan salah satu contoh untuk tugas penulis, yaitu penulisan *caption* dan judul untuk video yang akan diunggah di Youtube Saint John. Pertama video akan diberi kepada penulis untuk ditonton, setelah itu penulis akan memberikan antara judul, *caption* atau dua-duanya untuk nanti disertai pada saat pengunggahan video tersebut di *channel* Youtube Saint John. Setelah penulis mengirimkan *caption* dan judul maka akan terjadi dua kemungkinan, yang pertama adalah video langsung diberi *caption* dan judul tersebut lalu diunggah, yang kedua adalah pemberian *feedback* untuk nanti diubah sedikit. Pada *screenshot* diatas dapat dilihat bahwa diberi sebuah *feedback* untuk pemberian judul yang lalu penulis langsung mengerjakan dan diterima sehingga video langsung diunggah setelah itu.

3. Tiktok

Tiktok adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membuat dan membagikan video-video pendek dengan adanya editan secara vertical. Selain untuk Youtube penulis juga diberi tugas untuk memberi *caption* pada video yang nantinya akan diunggah pada sosial media Saint John's Catholic School lainnya, yaitu kali ini untuk Tiktok. Dapat dilihat dibawah bahwa penulis akan dikirimkan sebuah video yang nantinya akan ditonton terlebih dahulu untuk mengetahui isi dari video tersebut dan lalu nanti *caption* akan diberi via Whatsapp. Setelah *caption* dicek dan sudah sesuai maka video akan langsung diunggah ke Tiktok Saint John's Catholic School dengan *caption* yang sudah diberi oleh penulis.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)
Gambar 3.5 Contoh Tugas Caption Tiktok

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)

Gambar 3.6 Contoh Tugas Ide Konten Tiktok

Selain membuat judul dan *caption* penulis juga mendapatkan tugas untuk membantu membuat konsep konten untuk dibuat dan nanti diunggah pada Tiktok Saint John's Catholic School. Pada gambar 3.7 diatas penulis ditanyakan bagaimana konsep untuk konten yang akan diunggah pada Tiktok, diusahakan konten yang penulis buat itu baru dan belum pernah dipakai sebelumnya dengan tujuan agar para pelanggan dan calon pelanggan tidak terasa bosan dengan konten yang diunggah dan bisa menaikkan interaksi dari konsumen pada konten Tiktok.

3.2.2.3 Website Content

Salah satu tugas penulis sebagai karyawan magang adalah memperbarui situs web <https://saintjohn.sch.id/>. Yang diperbarui adalah konten mengenai Event sekolah, informasi terbaru mengenai jadwal jam sekolah ataupun acara khusus yang dibuat saat tertentu contoh: Science Film Festival. Penulis membantu dalam membuat flyer, karangan isi content ataupun informasi tertulis yang bisa menjadi salah satu informasi agar menarik pembaca di website sekolah ini. Pada saat penulis bekerja di sana ada acara yang diundang oleh salah satu stasiun Radio swasta “Hard Line FM” untuk memberikan berita mengenai hal ini, maka penulis membuat artikel mengenai diskusi antara 4 (empat) guru Saint John’s Catholic School dengan pembawa acara serta kesimpulan dari hasil diskusi mereka di dalam radio tersebut. Kemudian penulis juga meliput mengenai “Language Festival” yang diadakan di sekolah Saint John’s Catholic School pada tanggal 04 Januari 2022, di sini penulis bertugas membuat flyer ajakan kepada masyarakat luas agar tertarik untuk hadir, dari design flyer sampai mempromosikan adalah tugas penulis. Pada saat tugas ini penulis dibimbing oleh pembimbing magang dengan diberikan beberapa point penting yang akan dituliskan di dalam flyer tersebut. Kemudian penulis akan membuat draft artikel yang nantinya akan diunggah ke situs web Saint John’s Catholic School. Setelah *draft* artikel dibuat dan dikirimkan ke pembimbing lapangan, maka pembimbing lapangan akan melakukan pengecekan untukantisipasi apabila terdapat kesalahan atau hal – hal yang kurang dalam *draft* tersebut. Setelah itu, penulis akan melakukan revisi pada artikel tersebut dan

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

meminta persetujuan pembimbing magang lapangan disetujui untuk diunggah ke situs web.



(Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis)
Gambar 3.7 Contoh Artikel

Pada gambar diatas merupakan salah satu contoh artikel yang dibuat oleh penulis untuk diunggah ke situs web Saint John's Catholic School. Tujuan dari pembuatan artikel untuk situs web adalah agar masuk ke algoritma Google dan nantinya akan muncul pada hasil pencarian pengguna Google apabila mereka memasukkan kata kunci tertentu. Tujuan lainnya adalah untuk mengisi situs web Saint John's Catholic School untuk menarik perhatian pengunjung situs tersebut dan meningkatkan *awareness*.



(Sumber: situs web Saint John's Catholic School)
Gambar 3.8 Contoh artikel yang diunggah ke situs web Saint John's Catholic School

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama penulis melaksanakan aktivitas magang di Saint John's Catholic School terdapat beberapa kendala yang ditemukan. Kendala-kendala tersebut adalah

1. Dalam pembuatan saran mengenai SWOT agar dapat meningkatkan mutu pelayanan Saint John School untuk meningkatkan promosi sekolah Saint John dalam pengembangan departemen *marketing communication*.
2. Terdapat kendala dalam penggunaan program Adobe Premiere CS6 karena penulis belum terbiasa menggunakan program ini.

3.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

Dari kendala yang ditemukan diatas, penulis dapat menemukan solusi untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, yaitu

1. Penulis menggunakan Teori SWOT dari Kotler dan Keller agar dapat diaplikasikan di dalam marketing communication Saint John agar bisa mengembangkan di dalam promosi melalui media sosial karena lemahnya informasi serta jualan Saint John School di dalam media sosial, sementara teori Kotler dan Kettler ini bisa membantu mereka untuk lebih dalam lagi menyiapkan strategi jualan yang tepat.
2. Penulis melakukan latihan pada program yang digunakan untuk melakukan *edit* pada saat jam istirahat dan di rumah sehingga semakin mahir dalam menggunakan program tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA