



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pada saat melakukan praktek kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara, penulis ditempatkan di divisi Marketing bagian *Continuing Education Department (CED)*. Penulis dibimbing oleh Ibu Tria Febrita Aquarini selaku *Head Of Continuing Education Department* dan di bantu juga oleh Ibu Rufina selaku *staff Continuing Education Department*. Tugas utama penulis selama magang adalah mengembangkan program CED dengan menggunakan berbagai media promosi untuk *Academic English* dan *IELTS Preparation Test*. Untuk mendapatkan peserta Academic English dan IELTS Preparation Test dilakukan promosi seperti membuka *booth, social media, dan personal selling*, dan tugas tambahan yang dilakukan penulis selama magang adalah menangani program CED (*Korean class*).

3.2 Tugas yang dilaksanakan

Tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis saat magang selama lebih dari 3 bulan adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1 Tugas yang dilaksanakan

Tugas	Supervisor	Output
a. Mengembangkan program CED dengan menggunakan berbagai media promosi untuk <i>Academic English</i> dan <i>IELTS preparation test</i> .	Mba Tria	- Membuka booth - Mempublikasikan melalui sosial media.

b.Melakukan <i>follow up</i> pada calon peserta.	Mba Tria	- jumlah calon peserta yang dihubungi
c.Melakukan <i>placement test</i> terhadap calon peserta.	Mba Tria	- Jumlah calon peserta yang melakukan placement test
d.Tugas tambahan	Mba Tria	- Menangani kegiatan program-program CED (BIPA, ELTI, dan Korean Class)

3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.

3.3.1 Tugas Utama

1. Mengembangkan program CED dengan menggunakan berbagai media promosi untuk *Academic English* dan *IELTS Preparation Test*.
 - a. Penulis membuat konten promosi *Academic English* dan *IELTS Preparation Test* dengan menambahkan narasi pada gambar brosur, tanpa mengubah isi dari brosur yang diberikan oleh pembimbing sebagai alat untuk melakukan promosi. Konten tersebut dipublikasikan melalui akun facebook CED, dalam sehari penulis memposting sebanyak 2 kali di facebook CED yaitu pada pukul 10.30 dan pukul 13.30, penulis memposting pada jam tersebut karena pada jam tersebut para mahasiswa sedang jam istirahat dan makan siang. Selain melalui *facebook* CED

penulis juga memposting di grup himpunan mahasiswa yang ada di UMN 1 kali sehari seperti HIMMA, HIMTI, HIMTARA, HMFSD, KBM, dan lainnya. Penulis dan pembimbing lapangan juga berkonsultasi untuk memasang pengumuman di EUIS sehingga tiap mahasiswa yang membuka EUIS akan melihat pengumuman tersebut.

b. Membuka *booth* di UMN

Pada saat pendaftaran ulang mahasiswa baru di UMN penulis beserta beberapa karyawan ELTI Gramedia pusat membuka booth di UMN. Lokasi pembukaan booth dipintu masuk belakang UMN, saat pembukaan booth menggunakan beberapa materi promosi seperti brosur, *x-bannner* dan souvenir. Karyawan dari ELTI berjumlah 4 orang dimana Stephanie King selaku koordinator akademik ELTI Gramedia hadir pada saat acara pembukaan booth berlangsung yaitu dari tanggal 18 agustus – 20 agustus 2014. Pada minggu ke-6 sampai ke-9 penulis kembali membuka booth di UMN tepatnya di kantin gedung C, booth dibuka setiap hari senin sampai jumat dari pukul 09.00 sampai pukul 16.30 di mana materi promosi yang digunakan sama dengan pembukaan booth pada saat pendaftaran ulang. Pada saat pembukaan booth di pendaftaran ulang, banyak orang tua mahasiswa yang tertarik akan program *Academic English* sehingga penulis beserta karyawan lain harus menjelaskan secara detail mengenai program yang diberikan agar para orang tua memahami program *Academic English* dan *IELTS Preparation Test*. Penulis menggunakan pendekatan yang berbeda untuk menyampaikan pemahaman terhadap mahasiswa, penulis mencari informasi mengenai kebutuhan belajar bahasa Inggris mahasiswa

terlebih dahulu sehingga penulis dapat memberikan rekomendasi program yang sesuai dengan tujuan mereka.

2. *Follow Up* peserta *Academic English* dan *IELTS Preparation Test*

Penulis melakukan *follow up* terhadap calon peserta yang sudah mengisi form ketertarikan untuk mendaftar. Penulis menghubungi satu persatu nomor yang tertera di form, untuk kemudian menjelaskan program ELTI UMN kepada calon peserta dan mengatur jadwal untuk melakukan *placement test*.

3. Melakukan *placement test*

Penulis juga harus memberikan *placement test* kepada para calon peserta. Tujuan dari *placement test* adalah untuk mengetahui berada pada tingkatan berapa kemampuan calon peserta sehingga calon peserta dapat ditempatkan di kelas yang sesuai dengan tingkatannya. *Placement test* dilakukan selama 45 menit, di mana peserta membuat *essay* mengenai satu topik yang diberikan. Lembar jawaban akan dikirim ke ELTI GRAMEDIA untuk diperiksa kemudian hasilnya diberikan kepada CED. Pengumuman *placement test* dilakukan melalui email kepada calon peserta.

3.3.2 Tugas Tambahan

1. Menangani Kegiatan Program BIPA (Bahasa Indonesia Bagi Penutur Asing)

- a. Penulis mempersiapkan kelas BIPA yang akan digunakan setiap hari pada pukul 09.00 sampai 12.30, berupa fasilitas dalam belajar mengajar dan materi yang akan digunakan.

- b. Penulis juga membantu untuk mempersiapkan soal ujian bagi para peserta BIPA. Soal yang telah dibuat oleh tim dosen diberikan pada penulis kemudian penulis melakukan pengecekan terhadap soal tersebut. Jika terdapat kesalahan dalam soal tersebut, maka akan penulis tandai untuk diperbaiki dan dicetak.
- c. Penulis juga diminta untuk mengawasi ujian kelas BIPA di mana penulis akan memutar *audio* sebanyak 2 kali yang berisi materi ujian kelas BIPA, yaitu materi menyimak.

3.4 Kendala yang ditemukan

Selama 3 bulan lebih penulis magang di CED, penulis menghadapi beberapa kendala berikut:

1. Kurangnya SDM di CED sehingga satu karyawan harus melakukan banyak hal sendiri sehingga tidak efektif dan efisien.
2. Tidak adanya divisi marketing khusus di CED sehingga tidak ada tenaga profesional dalam bidang marketing.
3. Pemilihan booth di UMN dinilai kurang tepat karena para mahasiswa ketika beristirahat sama sekali tidak tertarik dengan hal-hal seperti kursus, mereka hanya ingin makan siang dan berkumpul bersama teman.
4. Kurangnya inisiatif untuk membantu rekan lain pada awal magang dikarenakan masih belum terbiasa dengan lingkungan kerja baru dan orang-orang baru.
5. Hal-hal teknis seperti tidak tersedianya komputer untuk penulis, dan kinerja *Wifi* yang sangat lambat, sedikit mengganggu proses kerja.

3.5 Solusi atas kendala yang ditemukan

1. CED harus merekrut lebih banyak karyawan sehingga semua pekerjaan yang ada di CED dapat diselesaikan dengan efektif dan efisien.
2. CED harus membuat divisi khusus marketing sehingga semua program yang ada di CED dapat dipromosikan dengan maksimal karena ditangani oleh para ahli dibidangnya.
3. Memilih tempat pembukaan booth ditempat yang banyak orang tua, karena para orang tua lebih peduli akan hal pendidikan anaknya, misalnya saja di Summarecon Mall Serpong.
4. Ketika penulis mulai akrab dengan lingkungan kerja dan orang sekitar, penulis mulai berinisiatif untuk membantu pekerjaan yang dapat penulis bantu untuk diselesaikan
5. UMN diharapkan memberi komputer untuk karyawan magang dan memperbaiki koneksi internet yang lambat, agar pekerjaan dapat diselesaikan dengan lebih mudah.

3.6 Analisis *marketing* CED

a. Pembukaan *booth*

Untuk mengetahui pembukaan *booth* efektif atau tidak CED memerlukan data dari tiap event yang dibuat berapa jumlah peserta yang tertarik, dan dari jumlah yang tertarik tersebut berapa yang mendaftar menjadi peserta. Namun hal tersebut tidak dilakukan oleh CED. Materi yang digunakan dalam pembukaan *booth* berupa brosur dan poster juga sudah tidak *up to date*. Konten brosur dan poster tertulis jika program *Academic English* selama 100

jam sedangkan sekarang program *Academic English* hanya 80 jam. Hal ini menyebabkan jika ada calon peserta yang melihat brosur dan poster, kita harus menjelaskan bahwa brosur dan poster ini adalah yang lama dan yang baru programnya adalah 80 jam. Pertanyaan juga akan muncul dari calon peserta kenapa diturunkan dari 100 jam menjadi 80 jam dengan harga yang tetap sama. Jadi akan lebih baik jika program baru adalah 80 jam maka CED dapat mencetak brosur baru yang *up to date* informasinya.

b. *Social media*

Dalam sehari dari minggu ke-5 sampai ke-15 penulis mempublikasikan program ELTI UMN di *social media* sehari 2 kali pada pukul 10.30 dan 13.30. Minimal tiap *posting* ada 1 sampai 2 orang yang *like*, jika dilihat dari jumlah yang *like* memang sedikit, akan tetapi tidak dapat dinilai tingkat efektifitasnya. Untuk mengetahui *social media* efektif atau tidak, CED perlu mengetahui para calon peserta yang mengisi formulir ketertarikan atau pendaftaran mengetahui informasi mengenai ELTI UMN dari mana. Jika memang kebanyakan dari peserta mengetahui melalui *social media* maka promosi melalui *social media* dapat ditingkatkan. Selama ini CED tidak mengetahui calon peserta mengetahui informasi mengenai ELTI UMN dari mana. Sebenarnya jika CED mengetahui informasi tersebut maka promosi dapat dilakukan lebih efektif karena CED dapat memilih cara yang paling efektif untuk menarik peserta.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA