

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, kehidupan masyarakat Indonesia mengalami perkembangan yang pesat, seiring dengan kemajuan teknologi, terutama di bidang media sosial. Akses informasi yang mudah melalui platform digital memungkinkan masyarakat untuk dengan cepat memperoleh berbagai berita dan topik yang tengah hangat dibicarakan. Salah satu hal yang banyak dicari adalah informasi mengenai pendidikan di Indonesia, termasuk rekomendasi sekolah-sekolah yang dikenal memiliki reputasi baik dan terakreditasi A.

Dikutip dari jurnal Universitas Lancang Kuning berjudul *'Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan'*, Menurut (Nasrullah, 2015) Media sosial merupakan ruang digital yang menekankan keterlibatan serta keikutsertaan aktif para penggunanya, dengan tujuan untuk mendukung aktivitas dan kolaborasi dengan orang lain. Di sisi lain, Rachmawati (2022) menambahkan, bahwa platform media sosial juga sebagai sarana daring yang memungkinkan para penggunanya untuk membentuk identitas pribadi, berinteraksi, berbagi informasi, serta menciptakan hubungan sosial dalam bentuk virtual.

Maka dari itu, Media Sosial menjadi platform yang memudahkan para pengguna untuk berkomunikasi, mencari atau berbagi informasi, serta memperluas jaringan atau koneksi secara digital. Media tersebut dapat memberikan kesempatan bagi setiap individu untuk berinteraksi, baik secara pribadi maupun di dalam kelompok, tanpa terhambat oleh jarak dan waktu. Dengan kata lain, media sosial dapat menghilangkan batasan ruang dan waktu dalam kegiatan bersosialisasi, sehingga setiap individu dapat berinteraksi dengan instan, cepat, dan berkelanjutan di dunia digital.

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat sehari-hari dan menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan. Dengan adanya akses yang mudah dijangkau oleh semua masyarakat melalui media sosial, tentu media ini akan meraih popularitas yang sangat besar dalam penggunaannya. Dengan adanya platform yang tersedia seperti Instagram, Twitter (X), dan TikTok, masyarakat dapat berinteraksi dengan orang lain serta dapat mendapatkan berbagai informasi dengan mudah dan cepat.

Sekolah Notre Dame Jakarta merupakan salah satu sekolah swasta di Jakarta Barat yang terakreditasi A. Saat ini sekolah Notre Dame Jakarta sedang meluncurkan program pendaftaran siswa siswi baru untuk tahun ajaran 2025/2026 mendatang. Dengan demikian, Sekolah Notre Dame saat ini harus menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan sekolah swasta lain yang berdomisili di Jakarta Barat, yang menawarkan berbagai fasilitas, kurikulum, dan program unggulan untuk menarik minat calon siswa dan orang tua.

159	SD NOTRE DAME	20105733	SD	Swasta	25 Feb 2025 09:41:56	9	542	22	42
160	SD PLAYFIELD	70007982	SD	Swasta	10 Mar 2025 08:25:57	13	99	6	10
161	SDI AS SALAM JOGLO	69880787	SD	Swasta	10 Mar 2025 08:05:13	9	284	14	21
162	SDIT ABATA	20105138	SD	Swasta	05 Mar 2025 10:44:10	21	382	18	36
163	SDIT FITRAH TUNAS BANGSA	70036809	SD	Swasta	09 Mar 2025 15:14:02	10	144	6	12
164	SDS Abdi Siswa	20109317	SD	Swasta	05 Mar 2025 17:30:35	11	322	14	22
165	SDS Ipeka Puri	20105684	SD	Swasta	07 Feb 2025 07:41:07	3	711	23	45
166	SDS Kasih Bunda	20110263	SD	Swasta	08 Mar 2025 23:55:21	15	85	6	5

Gambar 1.1 Data Pokok Pendidikan (DAPODIK)

Sumber: <https://dapo.dikdasmen.go.id/sp/3/016201>

Berdasarkan data Data Pokok Pendidikan (DAPODIK) yang dirilis oleh Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah, di Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Menunjukkan bahwa SD Notre Dame menduduki peringkat ke 159 sebagai sekolah swasta dengan jumlah siswa terbanyak. Saat ini, total peserta didik yang terdaftar di SD Notre Dame mencapai 542 siswa.

Jika dibandingkan dengan beberapa sekolah lain di peringkat terdekat, saat ini SD Notre Dame masih memiliki keunggulan dengan jumlah siswa yang lebih banyak dengan SD Playfield yang berada di peringkat ke-160 dengan jumlah siswa

mencapai 99 siswa. Dan SDI As Salam Joglo di peringkat ke-161 dengan jumlah siswa mencapai 284 siswa. Akan tetapi terdapat pula sekolah swasta lain yang memiliki jumlah siswa lebih besar, seperti SDS Ipeka Puri yang berada di peringkat ke-165 dengan jumlah siswa 711 siswa. Hal tersebut menunjukkan bahwa persaingan untuk menarik siswa baru sangat ketat, sehingga perlu strategi komunikasi dan pemasaran yang baik.

Pencapaian ini mencerminkan bahwa antusiasme dan minat para siswa dan orang tua terhadap Sekolah Notre Dame terbilang sangat tinggi. Hal tersebut terjadi karena sekolah Notre Dame dikenal dengan kualitas pendidikan dan fasilitas yang mendukung pembelajaran akademik serta mengembangkan karakter dan bakat siswa. Dengan jumlah siswa yang semakin bertambah, sekolah Notre Dame semakin memperkuat posisinya di tengah kompetisi yang ketat dalam dunia pendidikan sekolah swasta.

Dikutip dari jurnal Toplama yang berjudul '*PENTINGNYA KOMUNIKASI PUBLIK DALAM PEMASARAN*', Hamid & Budianto (2016) mengemukakan bahwa komunikasi adalah kemampuan yang sangat penting serta memegang peranan yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan. Dengan memahami dan mempelajari komunikasi, seseorang dapat memperbaiki kemampuannya dalam mengirimkan pesan, serta membangun hubungan, baik dalam aspek sosial, professional, maupun pribadi. Di sisi lain, Isminawati dan Djatmiko (2019) mengatakan bahwa keberhasilan komunikasi terletak pada bagaimana pesan yang disampaikan seseorang memenuhi tujuan yang diinginkan, sehingga dapat tersampaikan dengan jelas.

Dalam konteks komunikasi, komunikasi pemasaran adalah komunikasi yang strategis untuk memperkenalkan Sekolah Notre Dame kepada calon siswa dan orang tua. Komunikasi pemasaran merupakan proses pertukaran informasi yang bersifat dua arah antara individu maupun organisasi atau lembaga yang terlibat dalam aktivitas pemasaran. Dalam proses tersebut, berbagai strategi komunikasi digunakan seperti iklan, direct marketing, publisitas, promosi, penjualan, hingga penjualan secara personal atau tatap muka, dengan tujuan untuk menyampaikan

pesan yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (**Machfoedz, 2010**).

Komunikasi sangat penting di Sekolah Notre Dame, baik untuk interaksi sehari-hari maupun untuk berbagi informasi akademik. Melalui komunikasi yang baik ini, Sekolah Notre Dame dapat menciptakan lingkungan belajar yang mendukung dan menjaga hubungan baik antara guru, siswa, dan orang tua. Komunikasi verbal dan juga nonverbal sama-sama diperlukan dalam lingkungan Sekolah Notre Dame. Komunikasi verbal digunakan untuk pembelajaran dan koordinasi, sementara komunikasi nonverbal membantu menyampaikan pesan lebih baik.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka saya memilih Sekolah Notre Dame ini sebagai tempat magang saya, karena sekolah tersebut memberikan saya kesempatan untuk mengasah kemampuan dan keterampilan komunikasi pemasaran digital, khususnya dalam optimalisasi Media Sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi Sekolah Notre Dame untuk melakukan Branding. Dengan lingkungan kerja yang mendukung serta pekerjaan yang relevan dengan jurusan saya, Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Sekolah Notre Dame ini, telah memberikan wawasan serta pengetahuan yang mendalam mengenai strategi komunikasi pemasaran di dunia pendidikan. Selain itu, pengalaman ini, juga memperdalam pemahaman saya tentang peran krusial komunikasi dalam membangun citra Sekolah Notre Dame, yang akan sangat bermanfaat bagi karir saya di masa depan.

1.2 Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh terkait aktivitas industri komunikasi, terutama di dalam Biro Pendidikan. Secara spesifik, kegiatan magang ini bertujuan untuk:

1. Mempelajari sub bidang komunikasi secara praktik di Perusahaan Sekolah Notre Dame, dalam mengembangkan serta memproduksi konten digital untuk mendukung strategi branding dari Sekolah Notre Dame

2. Mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang telah didapatkan dalam bidang komunikasi pemasaran serta produksi konten ke dalam praktik kerja sebagai bagian dari tim *Marcomm – Content Creator*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan Praktik Kerja Magang di Sekolah Notre Dame berlangsung setiap hari kerja, dari hari Senin sampai dengan Jumat. Berikut adalah rincian waktu kerja sesuai dengan jadwal operasional Sekolah Notre Dame:

- Hari **Senin** hingga **Kamis** jam kerja dimulai pada pukul 06:30 WIB dan berakhir pada pukul 15:00 WIB.
- Hari **Jumat**, jam kerja dimulai pada pukul 06:30 WIB dan berakhir lebih awal, yaitu pukul 14:30 WIB.

Penyesuaian waktu tersebut didasarkan pada ketentuan operasional sekolah serta kebutuhan dari masing-masing unit yang terlibat. Praktik Kerja Lapangan ini dilaksanakan selama empat bulan, dimulai dari tanggal 24 Februari 2025 sampai pada tanggal 20 Juni 2025, dengan total waktu kerja mencapai 640 jam. Durasi tersebut sesuai dengan pedoman dari Program Studi, serta aturan magang MBKM Track 1.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.

- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Proses pengajuan Praktik Kerja Lapangan di Sekolah Notre Dame Jakarta, dilakukan dengan mengirimkan Curriculum Vitae (CV) beserta dokumen KM-02 (Surat Pengantar Magang) ke alamat email resmi SDM Notre Dame, yaitu sdm@notredame.sch.id, pada tanggal 20 Februari 2025
- 2) Proses penerimaan magang dilanjutkan dengan undangan interview yang disampaikan oleh HR-GA Sekolah Notre Dame melalui WhatsApp resmi SDM Notre Dame pada tanggal 21 Februari 2025. Interview dilaksanakan secara langsung di lokasi sekolah
- 3) Pada hari yang sama, yaitu 21 Februari 2025, penulis mendapatkan pengumuman diterima untuk mengikuti program magang di Sekolah Notre Dame Jakarta. Informasi tersebut diberikan melalui WhatsApp resmi SDM Notre Dame, serta ditandatangani oleh Kepala Bagian HR-GA Respati Wuryo Putro, dan Kepala Biro Umum Ignatius Budi Santoso.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *copywriter* Media pada Departemen Kreatif.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Creative Group Head Roy Adi Chandra selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Inco Hary Perdana selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Microsoft Teams.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA