

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Pemagang melaksanakan kerja magang sebagai *Digital Marketing Intern* di Departemen Marketing Universitas Yayasan Rumah Sakit Islam Indonesia (YARSI). Dalam pelaksanaan kerja magang, Pemagang berada di bawah bimbingan Pembimbing Lapangan, yaitu Bapak Ariel Nian Gani, M.Phil., M.Sc. Selain berperan sebagai *supervisor* magang, Pembimbing Lapangan juga memiliki jabatan sebagai Kepala Pusat Layanan Terpadu dan Kepala Pusat Perencanaan yang berada di bawah koordinasi Wakil Rektor IV.

Secara operasional, Pemagang menjalankan pekerjaan yang berkaitan dengan dukungan komunikasi pemasaran *digital*, terutama dalam konteks Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB). Koordinasi kerja dilakukan melalui arahan langsung dari Pembimbing Lapangan, baik dalam penentuan prioritas tugas, pengumpulan kebutuhan data/materi, hingga finalisasi output.

Seluruh hasil kerja Pemagang dalam periode magang mengikuti alur koordinasi dan persetujuan (*approval*) yang terpusat pada Pembimbing Lapangan. Dengan demikian, setiap output yang dikerjakan Pemagang harus melalui tahap peninjauan dan persetujuan akhir dari Bapak Ariel Nian Gani sebelum digunakan atau diimplementasikan. Alur kerja tersebut secara umum meliputi:

- 1) Penerimaan brief/penugasan,
- 2) Pengumpulan data/materi pendukung,
- 3) Penyusunan *draft output*,
- 4) *Review* oleh Pembimbing Lapangan,
- 5) Revisi (apabila diperlukan),
- 6) Persetujuan akhir (*final approval*),
- 7) Implementasi/penggunaan output dan dokumentasi hasil.

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Bagian ini menjelaskan tugas yang dilakukan Pemagang selama periode magang serta uraian singkat proses kerja yang dilakukan pada masing-masing tugas. Secara umum, pekerjaan Pemagang mencakup riset audiens PMB, pengumpulan

dan analisis data lapangan (*edufair*), pengolahan data survei dan data mahasiswa baru, penyusunan materi komunikasi (*copywriting/caption dan newsletter*), serta dukungan pengembangan kanal informasi PMB seperti *drafting website* PMB.

3.2.1. Tugas Kerja Magang

Selama menjalani kerja magang sebagai *Digital Marketing Intern*, Pemegang mengerjakan tugas-tugas berikut:

Table 3.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

No	Kegiatan	Output yang Dihasilkan
1	Analisis data mahasiswa baru	Rekap data MABA 2023–2025, analisis asal sekolah terbanyak per jurusan, dan masukan promo khusus untuk Top 10 sekolah.
2	Audience research PMB	Customer journey calon mahasiswa baru dan <i>customer persona</i> calon mahasiswa baru.
3	Penyusunan instrumen riset	Kuesioner minat siswa kelas 12 dan daftar pertanyaan wawancara untuk siswa kelas 12.
4	Pengumpulan data lapangan (<i>Edufair</i>)	Pelaksanaan <i>edufair</i> di SMA Darussalam, SMAN 21 Jakarta Timur, dan SMA Al Wildan 3 Tangerang Selatan (kuesioner + wawancara).
5	Analisis data kualitatif	Analisis kualitatif hasil wawancara (jenis data, tujuan analisis, unit analisis, <i>coding</i> awal, temuan utama, interpretasi, dan kesimpulan) untuk tiap sekolah.
6	Pengolahan data survei PMB	Olah data survei terkait <i>awareness</i> , alasan memilih, kepuasan layanan PMB, kualitas pelayanan petugas, sistem PMB <i>online</i> , kejelasan informasi, serta kritik dan saran.
7	Produksi materi komunikasi	<i>Copywriting/caption</i> untuk kebutuhan materi PMB (<i>Instagram/poster</i>) dan <i>caption</i> poster media sosial.
8	Publikasi berkala	<i>Newsletter</i> bulanan (siklus berjalan Agustus–Desember).

9	Kebutuhan konten institusional	Wawancara Wakil Rektor II (Ahmad Rusdan H. Utomo, Ph.D.) untuk kebutuhan <i>magazine</i> .
10	Dukungan kebutuhan institusi	Pembuatan presentasi rektor untuk kebutuhan akreditasi.
11	Benchmark & pengembangan kanal PMB	Analisis kompetitor, penyusunan referensi <i>website</i> PMB universitas swasta, penetapan referensi utama, <i>drafting website</i> PMB YARSI 2026 menggunakan <i>WordPress</i> , dan pembuatan layout melalui <i>tools</i> (Miro).
12	Aktivasi follow-up calon mahasiswa	Penyusunan materi Blast WhatsApp pada bulan Desember untuk menghubungi kembali calon mahasiswa dari hasil <i>edufair</i> .

3.2.2 Uraian Kerja Magang

Uraian kerja magang ini disusun berdasarkan alur perencanaan dan pelaksanaan komunikasi pemasaran digital yang meliputi pemahaman audiens, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, implementasi komunikasi, serta evaluasi hasil. Penyusunan uraian kerja dengan alur tersebut bertujuan agar aktivitas magang tidak hanya berupa daftar pekerjaan, tetapi dapat menunjukkan keterkaitan antara teori, proses kerja, dan *output* yang dihasilkan (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

3.2.2.1 Pemetaan Audiens melalui Customer Persona dan Customer Journey

Pada tahap awal, Pemagang melakukan pemetaan audiens Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) dengan menyusun customer persona dan *customer journey* calon mahasiswa baru. Pemetaan audiens diperlukan agar komunikasi pemasaran dapat disesuaikan dengan kebutuhan, karakteristik, serta tahapan pengambilan keputusan target audiens (Kotler & Keller, 2016).

Customer persona disusun untuk menggambarkan profil ringkas calon mahasiswa baru, mencakup kebutuhan informasi, hambatan (*pain points*), dan preferensi kanal komunikasi. Sementara itu, customer journey disusun untuk memetakan tahapan calon mahasiswa mulai dari tahap kesadaran (*awareness*), pertimbangan (*consideration*), hingga pengambilan keputusan (*decision*). Hasil

pemetaan ini digunakan sebagai dasar dalam penyusunan konten, penentuan pesan, serta pemilihan kanal komunikasi PMB (Lemon & Verhoef, 2016).

Langkah kerja yang dilakukan meliputi pengumpulan gambaran awal target audiens, penyusunan dokumen persona dan journey, serta pengajuan dokumen kepada supervisor untuk proses *review* dan persetujuan akhir.

Output dari kegiatan ini berupa dokumen *customer persona* dan *customer journey* calon mahasiswa baru.

customer persona mahasiswa baru s1

Nama Persona: Aisyah Rahma
Usia: 17 tahun
Jenis Kelamin: Perempuan
Domisili: Jakarta Timur
Asal Sekolah: SMA Islam Swasta
Status Ekonomi: Menengah
Pilihan Kampus: UI, UIN, YARSI
Pilihan YARSI ke: 2

demografis

- Usia 16–18 tahun (kelas 12 SMA/SMK/MA)
- Domisili Jabodetabek atau sekitarnya
- Aktif di media sosial (TikTok, Instagram)
- Informasi kampus didapat dari guru BK, teman, atau media sosial

psikografis

- Nilai hidup: religius, ingin lingkungan positif
- Kepribadian: ingin kampus yang modern tapi tetap Islami
- Motivasi: mencari jurusan dengan prospek kerja jelas
- Ketakutan: salah jurusan, biaya kuliah tinggi

minat

- Cari info kampus lewat media sosial dan teman
- Sering ikut expo kampus atau webinar
- Diskusi keputusan kuliah dengan orang tua

pain poin

- Belum kenal Universitas YARSI
- Takut biaya kuliah mahal
- Belum yakin jurusan yang cocok

Gambar 3.1 Dokumen *Output Customer Persona*

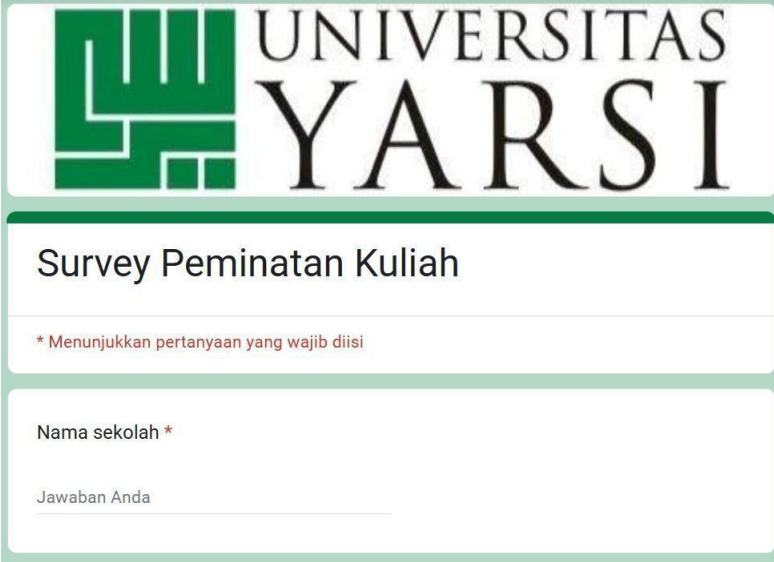
3.2.2.2 Penyusunan Instrumen Riset: Kuesioner dan Pedoman Wawancara

Untuk memperoleh data langsung dari target audiens, Pemangag menyusun instrumen riset berupa kuesioner minat siswa kelas 12 serta pedoman pertanyaan wawancara. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data terstruktur terkait minat, sumber informasi, dan pertimbangan siswa dalam memilih perguruan tinggi. Sementara itu, wawancara digunakan untuk menggali penjelasan yang lebih

mendalam terkait alasan, kebutuhan informasi, serta masukan terhadap komunikasi PMB (Malhotra, 2019).

Proses penyusunan instrumen dilakukan dengan menentukan tujuan pengumpulan data, menyusun pertanyaan dengan bahasa yang mudah dipahami, serta menyesuaikan format agar data dapat direkap dan dianalisis secara sistematis. Instrumen yang telah disusun kemudian diajukan kepada supervisor untuk ditinjau dan disetujui sebelum digunakan pada kegiatan lapangan.

Output kegiatan ini berupa kuesioner (<https://bit.ly/4oXsVTJ>) dan pedoman wawancara siswa kelas 12 (gambar 3.3).



UNIVERSITAS
YARSI

Survey Peminatan Kuliah

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Nama sekolah *

Jawaban Anda

Gambar 3.2 Kuesioner siswa kelas 12

wawancara terhadap anak kelas 12

awareness

1. Ceritain dong, kamu sekarang kelas berapa dan jurusan apa di SMA?
2. Kamu udah mulai kepikiran mau kuliah di mana belum?
3. Biasanya kamu cari info kampus lewat mana? (misalnya: sosmed, guru BK, teman, orang tua, pameran kampus, dll)

consideration

4. Kamu pernah dengar nama *Universitas YARSI* sebelumnya?
 - Kalau **ya** → "Kamu tahu dari mana dan apa yang kamu tahu tentang YARSI?"
 - Kalau **belum** → "Kalau dengar kata *Universitas YARSI*, kira-kira kamu membayangkan kampus seperti apa?"
5. Kalau kamu mau memilih kampus, hal apa yang paling penting buat kamu? (misalnya: biaya, jurusan, reputasi, lokasi, suasana kampus, agama, fasilitas, peluang kerja, lingkungan sosial, dll)
6. Siapa yang paling berpengaruh dalam keputusanmu memilih kampus? (misalnya: orang tua, teman, guru, diri sendiri, influencer, dll)

Gambar 3.3 Pedoman Wawancara siswa kelas 12

3.2.2.3 Pelaksanaan Edufair dan Pengumpulan Data Lapangan

Pemagang terlibat dalam kegiatan *Edufair* yang dilaksanakan di beberapa sekolah, yaitu SMA Darussalam, SMAN 21 Jakarta Timur, dan SMA Al Wildan 3 Tangerang Selatan. Kegiatan *Edufair* dilakukan sebagai bagian dari aktivitas promosi sekaligus pengumpulan data langsung dari calon mahasiswa (Smith & Zook, 2016).

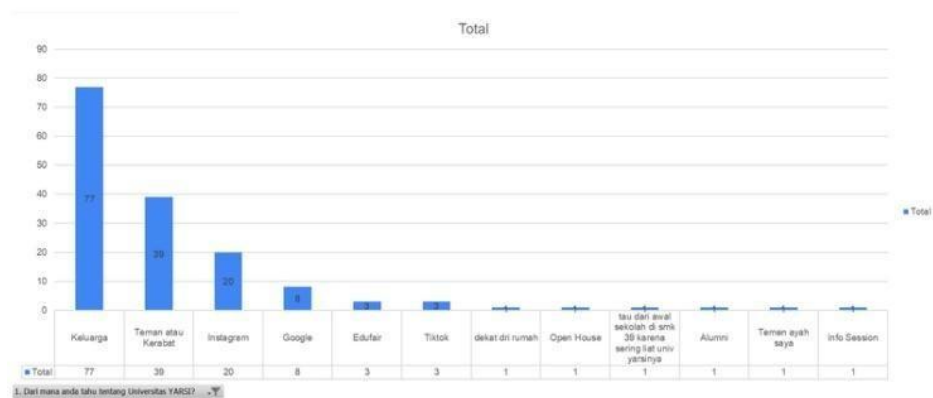
Pada pelaksanaan *Edufair*, Pemagang melakukan penyebaran kuesioner kepada siswa kelas 12 dan wawancara singkat berdasarkan pedoman yang telah disusun. Selain itu, Pemagang juga mendampingi proses pengisian kuesioner dan mencatat hasil wawancara untuk keperluan analisis selanjutnya. Setelah kegiatan berlangsung, seluruh data respons dirapikan dan direkap untuk tahap pengolahan.

Output dari kegiatan ini berupa data kuesioner (gambar 3.5) dan catatan wawancara siswa dari masing-masing sekolah (gambar 3.6).



Gambar 3.4 Foto Kegiatan *Edufair*

KUESIONER PMB 2025 - 2026
DARI MANA ANDA TAHU TENTANG UNIVERSITAS YARSI?



Gambar 3.5 Hasil survey menggunakan kuesioner

Wawancara dengan Siswa Kelas 12 Jurusan IPA tentang Pilihan Kampus dan Persepsi terhadap Universitas YARSI

Pewawancara (Rehan):

Selamat siang semuanya. Perkenalkan, nama aku Rehan. Hari ini aku bakal ngewawancarain kalian semua terkait beberapa pertanyaan dari Universitas YARSI. Jawabnya santai aja ya, gak usah sungkan, jujur aja biar plong.

Boleh minta perkenalan dulu dari kalian semua?

Clara: Halo, nama aku Clara.

Farel: Aku Farel.

Rapsha: Aku Rapsha.

Kila: Aku Kila.

Oke, makasih semuanya sudah memperkenalkan diri. Langsung aja ya ke pertanyaan pertama.

1. Sekarang kalian kelas berapa dan jurusan apa di SMA?

Clara: Aku sekarang kelas 12, ambil jurusan IPA Murni.

Farel: Aku kelas 12 juga, IPA Murni.

Rapsha: Aku kelas 12 dan ambil IPA Murni juga.

Kila: Aku kelas 12, IPA Murni.

Rehan: Berarti semuanya anak IPA nih ya, IPA banget!

2. Udah kepikiran mau kuliah di mana?

Clara: Aku udah, rencananya mau di Undip.

Farel: Aku insya Allah mau di Jerman.

Google Chrome

Gambar 3.6 Hasil catatan wawancara siswa

3.2.2.4 Pengolahan dan Analisis Data (Kualitatif dan Kuantitatif)

Setelah data terkumpul, Pemangag melakukan pengolahan dan analisis data untuk menghasilkan insight yang dapat digunakan sebagai masukan komunikasi PMB. Analisis kualitatif dilakukan terhadap data wawancara dengan cara mengelompokkan jawaban siswa ke dalam tema-tema utama (*coding* awal), mengidentifikasi pola jawaban, serta menarik interpretasi dan kesimpulan. Selain itu, Pemangag juga menyusun ringkasan kritik dan saran siswa dalam bentuk rekap agar lebih mudah dibaca dan ditindaklanjuti (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

Untuk data kuantitatif, Pemangag mengolah data survei PMB yang mencakup sumber informasi mengenal YARSI, alasan memilih YARSI, kepuasan layanan PMB, sistem PMB online, kejelasan informasi, serta kritik dan saran. Data tersebut diolah menggunakan tabel dan visualisasi sederhana agar hasilnya mudah dipahami (Malhotra, 2019).

Output kegiatan ini berupa ringkasan temuan kualitatif dan rekap data survei PMB.

Analisi Data kualitatif

1. Jenis Data

Data ini bersifat kualitatif deskriptif, diperoleh melalui wawancara kelompok (mini FGD) dengan empat siswa kelas 12 SMA Darussalam.

2. Tujuan Analisis

Mengetahui persepsi, sumber informasi, dan faktor pertimbangan siswa SMA Darussalam dalam memilih universitas, serta tingkat awareness dan pandangan mereka terhadap Universitas YARSI.

3. Unit Analisis

elemen	keterangan
partisipan	4 siswa kelas 12 (Osam, Alisa, Syifa, Giandra)
jurusan	Teknik, Kesehatan, Hukum
lokasi	SMA Darussalam
metode	Wawancara semi-terstruktur
pewawancara	1 orang

Gambar 3.7 Ringkasan analisis data kualitatif dan rekap data survey

KUESIONER PMB 2025 - 2026

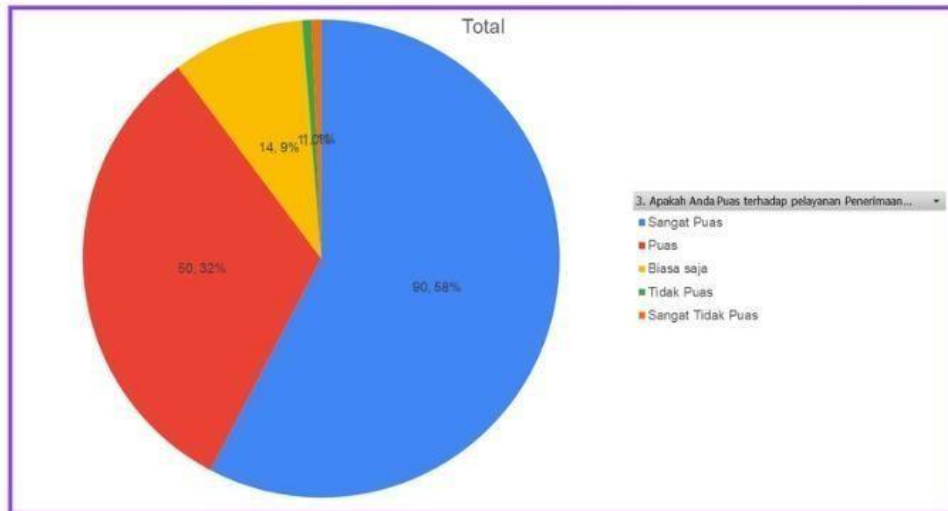
KRITIK DAN/ATAU SARAN UNTUK PMB UNIVERSITAS YARSI*

Tema Utama	Isi / Contoh Umum	Perkiraan Jumlah Kemunculan	Kategori
Sudah Baik / Tidak Ada Kritik	"Sudah baik", "Tidak ada", "Bagus", "Mantap", "Cukup baik"	±55 kali	Kepuasan Umum
Respons dan Pelayanan Admin (WA, berkas, komunikasi)	"Fast response WA", "Pelayanan lambat", "Respon lebih cepat"	±10 kali	Layanan & Komunikasi
Kejelasan Informasi (jadwal, beasiswa, website)	Kritik dan saran, untuk program marketing yang perlu dilakukan oleh Universitas YARSI	±9 kali	Informasi & Transparansi
Kegiatan & Teknis PMB (alur, pendaftaran, orientasi)	"Pelaksanaan PMB baik tapi perlu lebih tertata", "Panduan digital", "Kelas karyawan dipisah"	±7 kali	Pelaksanaan Teknis
Kesan Panitia & Interaksi Positif	"Kakak panitia baik", "MC seru", "Penyambutan hangat"	±5 kali	Pengalaman Mahasiswa
Saran untuk Ospek / PKKMB	"Ospek terlalu keras", "Hilangkan tradisi", "Lebih empatik"	±3 kali	Budaya & Pendekatan
Saran Promosi & Branding	"Tampilkan alumni sukses", "Lebih banyak edukasi", "Informasi karier alumni"	±3 kali	Strategi & Citra
Saran Infrastruktur & Fasilitas	"Perbaiki fasilitas rusak", "Informasi fasilitas kampus"	±2 kali	Sarana & Prasarana
Permintaan Fitur Tambahan	"Email kampus untuk mahasiswa", "Layanan online lebih mudah"	±2 kali	Dukungan Teknis
Pesan Umum / Harapan	"Semoga lebih baik ke depannya", "Terus tingkatkan kualitas"	±20 kali	Harapan & Dorongan

Gambar 3.8 Data rekap kritik dan sarana

KUESIONER PMB 2025 - 2026

APAKAH ANDA PUAS TERHADAP PELAYANAN PENERIMAAN MAHASISWA BARU (PMB) UNIVERSITAS YARSI?



Gambar 3.9 Data rekap kepuasan pelayanan PMB

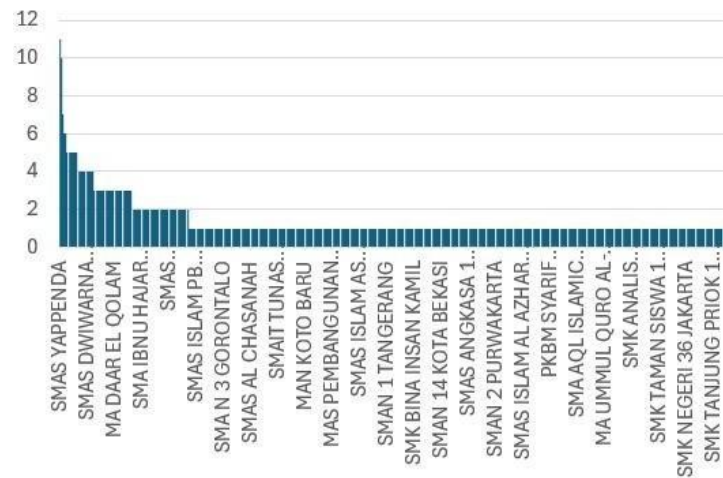
3.2.2.5 Analisis Data Mahasiswa Baru (MABA) 2023–2025

Pemagang mengolah data mahasiswa baru (MABA) tahun 2023–2025 untuk menganalisis asal sekolah pendaftar terbanyak yang dikelompokkan berdasarkan jurusan. Analisis ini dilakukan untuk memberikan gambaran sekolah-sekolah yang memiliki kontribusi pendaftar terbesar serta sebagai dasar dalam penyusunan masukan promosi yang lebih terarah (Kotler & Keller, 2016).

Proses kerja meliputi perapihan data, pengelompokan berdasarkan jurusan dan asal sekolah, serta penyusunan daftar top 10 sekolah per jurusan. Hasil analisis kemudian dirangkum dalam bentuk tabel dan grafik untuk memudahkan interpretasi.

Output kegiatan ini berupa rekap top 10 sekolah per jurusan beserta ringkasan insight promosi.

2025



Gambar 3.10 Rekap sekolah tiga tahun terakhir yang paling banyak mendaftar

No.	N.P.M	Nama	Program Studi	Asal Sekolah
1	1020203183	Muhammad Rafi Prasetyaji	Kedokteran	KULLIYATUL MU' ALUMIN AL-ISLAMIAH (KMI) PP MODERN GONTOR PONOROGO
2	1602023037	Rahma Rizki Alawiah	Psikologi	KULLIYATUL MU' ALUMIN AL-ISLAMIAH (KMI) PP MODERN GONTOR PONOROGO
3	1202023083	NURFALAH	Manajemen	MA DAAR AL ILMI SERANG
4	1302023011	Annisa putri niena jasmine	Ilmu Hukum	MA Darul Muttaqien
5	1302023014	Aska Mutiara Hakeema	Ilmu Hukum	MA Darul Muttaqien
6	1202023048	HAFIZAH	Manajemen	MA Darul Muttaqien
7	1202023058	Kesya nadya	Manajemen	MA Darul Muttaqien
8	1602023028	Lintang Amelia putri	Psikologi	MA Darul Muttaqien
9	1212023022	Kharisma khusnul Fadila	Akuntansi	Ma Nurul Falah
10	1302023023	FAUZIAH AZ ZAHRA	Ilmu Hukum	Madrasah Aliyah Negeri
11	1102023125	Jasmine Dina Fathiyah Puteri	Kedokteran	MAN 1 Bogor
12	1502023002	Affifah Nur Fadhillah	Perpustakaan dan Sains Informasi	MAN 1 Bogor
13	1202023037	Faqih Lazuardi	Manajemen	MAN 1 KOTA BEKASI
14	1602023015	Dea gustyana putri	Psikologi	MAN 1 KOTA BEKASI
15	1602023024	Hilmi Muhammad Rizky	Psikologi	MAN 1 KOTA BEKASI
16	1102023096	Fitri Rahmi Nofita	Kedokteran	MAN 1 PEKANBARU
17	1102023255	selvia putri sofyan	Kedokteran	MAN 1 PEKANBARU
18	1102023122	Isti Amellyah	Kedokteran	MAN 19 JAKARTA
19	1502023042	SALMA NISRIINA THIFAL	Perpustakaan dan Sains Informasi	MAN 2 BOGOR
20	1102023296	VIOLA OKTAVIA	Kedokteran	MAN 2 KOTA PADANG PANJANG
21	1212023002	atolle nisa	Akuntansi	MAN 2 Pandeglang
22	1212023003	Aqina Nisa	Akuntansi	MAN 2 Pandeglang
23	1112023014	GINA NADYA	Kedokteran Gigi	MAN 2 SERANG
24	1402023005	AHMAD FAUZI RAMADHAN	Teknik Informatika	MAN 20 JAKARTA
25	1112023039	Sabrina Alfia Sumantri	Kedokteran Gigi	MAN 21 JAKARTA
26	1102023056	Camila La Firratiltha Virgy Nugraha	Kedokteran	MAN 22 JAKARTA
27	1202023086	pela yuliana	Manajemen	MAN 3 CIREBON
28	1302023004	Adella Putricia Diasmara	Ilmu Hukum	MAN 3 JAKARTA
29	1302023070	TIAARA AGNESIA PANGRIBUAN	Ilmu Hukum	MAN 3 JAKARTA
30	1502023009	Annisa Rahma Putri	Perpustakaan dan Sains Informasi	MAN 3 JAKARTA
31	1112023047	WAWA DWI PURWADI	Kedokteran Gigi	MAN 5 JAKARTA
32	1402023060	Rifa Reza Fahlevi	Teknik Informatika	MAN 5 JAKARTA
33	1202023042	Fazia Maura Mandagje	Manajemen	MAN 8 JAKARTA
34	1102023173	Muhammad Dhafa Kurniawan	Kedokteran	MAN INSAN CENDEKIA LOMBOK TIMUR
35	1102023128	Karen Karlina	Kedokteran	MAN TELUK KUANTAN
36	1302023041	Muhammad Satya Pranaja Kusumo	Ilmu Hukum	MAS AL JAMIN
37	1602023009	Amayya Triana Dewi	Psikologi	MAS AL FALAH KLENDER
38	1202023089	Raffy Ramdani	Manajemen	MAS AL HAMID
39	1502023001	Adinda Nurmalla Hasan	Perpustakaan dan Sains Informasi	MAS AL KENANIYAH
40	1502023035	Nasywa walidaini	Perpustakaan dan Sains Informasi	MAS AL KENANIYAH
41	1302023036	MUHAMMAD FARHAN	Ilmu Hukum	MAS AL KHARIYAH
42	1102023298	Yiesha Adiva Adela Khani	Kedokteran	MAS AL MA TUQ
43	1112023046	SYAKIRA SULALATIN MINTHIEH WIJAYA	Kedokteran Gigi	MAS AL MA TUQ
44	1602023012	Aema Fauzyah ulya	Psikologi	MAS AL MA TUQ
45	1212023017	Finkan Julia	Akuntansi	MAS AL MUJIBATSURIYAH

Gambar 3.11 Data siswa yang mendaftar

3.2.2.6 Produksi Materi Komunikasi: Copywriting, Caption, dan Newsletter

Sebagai bagian dari implementasi komunikasi pemasaran *digital*, Pemangang menyusun *copywriting* dan caption untuk kebutuhan poster dan media sosial PMB. Penyusunan *caption* dilakukan secara rutin setiap bulan dengan menyesuaikan

tujuan pesan dan kebutuhan informasi audiens. Setiap *draft caption* melalui proses *review* dan persetujuan supervisor sebelum digunakan (Smith & Zook, 2016).

Selain itu, Pemangag juga terlibat dalam penyusunan *newsletter* bulanan yang berjalan pada periode Agustus hingga Desember. *Newsletter* disusun untuk menyampaikan informasi penting terkait institusi dan PMB secara ringkas dan terstruktur (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Output dari kegiatan ini berupa *draft caption/copywriting* dan *newsletter* bulanan.

Kedokteran

Sejak kecil punya mimpi besar?

Kedokteran

Asah kompetensimu di S1 Kedokteran dan ubah kepedulian menjadi praktik medis yang berdampak.

Jalur Seleksi Rapor — Tanpa Tes

Kedokteran Gigi

Senyum sehat itu berharga

Kedokteran Gigi

Kembangkan skill klinis & estetika kesehatan gigi dan jadikan minatmu karier profesional.

Jalur Seleksi Rapor — Tanpa Tes

Gambar 3.12 *Copy Writing/ Caption*



3.13 *Newsletter*



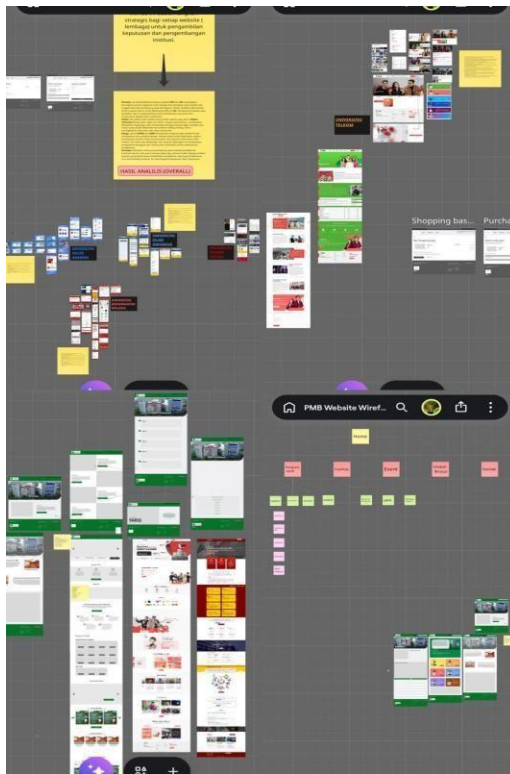
Gambar 3.14 Poster

3.2.2.7 Benchmarking dan Drafting Website PMB

Untuk mendukung penguatan kanal informasi PMB, Pemangang melakukan *benchmarking website* PMB universitas lain sebagai referensi. *Benchmarking* dilakukan dengan membandingkan struktur informasi, kelengkapan konten, serta kemudahan akses informasi pendaftaran (Chaffey, 2015).

Berdasarkan hasil benchmarking, Pemangang menyusun drafting website PMB YARSI 2026 menggunakan *WordPress* serta membuat rancangan layout halaman menggunakan *tools Miro* agar struktur konten lebih jelas sebelum implementasi lanjutan.

Output kegiatan ini berupa tabel *benchmarking*, *draft website* PMB, dan *layout/wireframe* halaman.



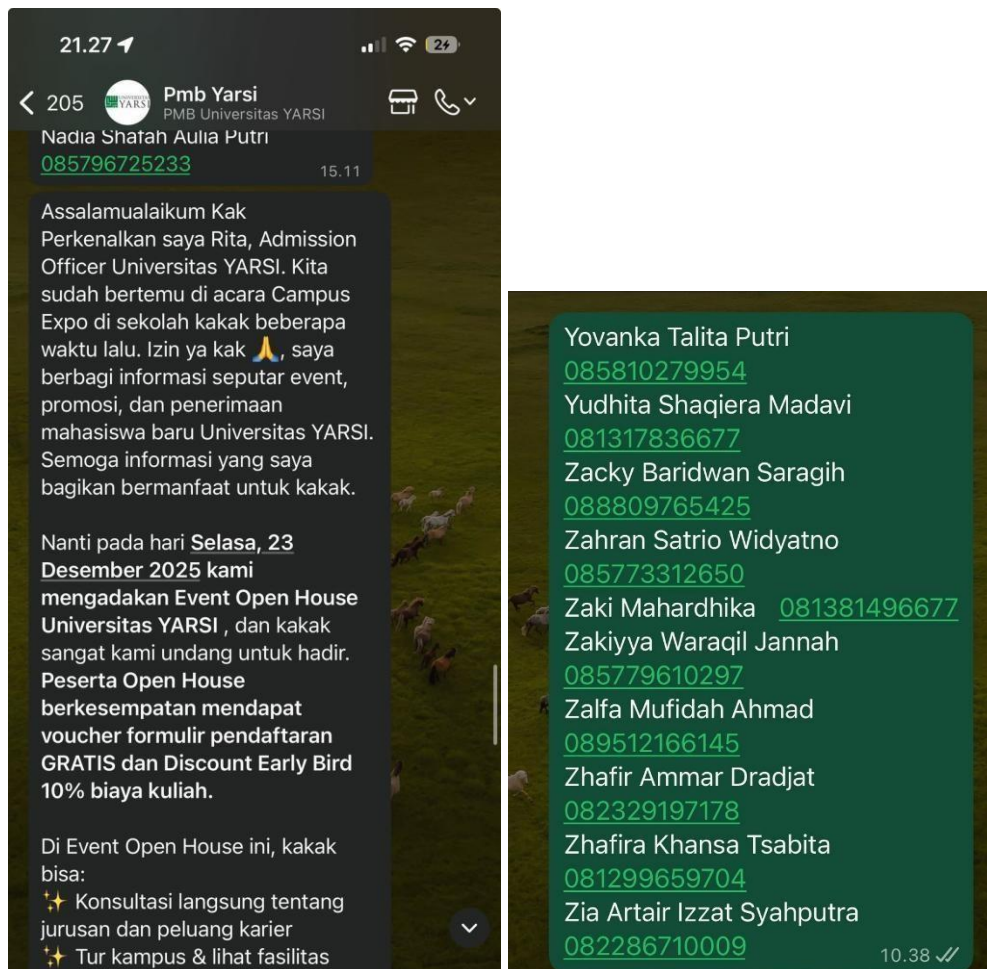
Gambar 3.15 *Benchmarking*



Gambar 3.16 *Drafting PMB Website*

3.2.2.8 Aktivasi Follow-up Calon Mahasiswa melalui Blast WhatsApp Pada bulan Desember, Pemangang menyusun materi *Blast WhatsApp* sebagai bentuk tindak lanjut kepada calon mahasiswa yang diperoleh dari hasil kegiatan *Edufair*. Pesan *Blast WhatsApp* disusun dengan bahasa yang informatif dan persuasif, serta memiliki ajakan tindakan yang jelas. *Draft* pesan kemudian diajukan kepada supervisor untuk ditinjau dan disetujui sebelum digunakan (Kotler & Armstrong, 2018).

Output dari kegiatan ini berupa naskah *Blast WhatsApp* dan rekap tindak lanjut.



Gambar 3.17 Blast WhatsApp

3.3 Kendala yang Ditemukan

Selama pelaksanaan kerja magang, Pemegang menemukan beberapa kendala umum yang memengaruhi proses kerja, antara lain:

1. Konsolidasi dan kerapihan data

Data yang diolah berasal dari beberapa sumber dan bentuk (misalnya data Maba multi-tahun, data survei, serta hasil wawancara *Edufair*), sehingga membutuhkan proses perapihan dan penyamaan format agar dapat diolah menjadi insight yang valid.

2. Pengolahan data kualitatif yang memerlukan ketelitian tinggi

Analisis kualitatif (*coding* awal hingga penarikan temuan) memerlukan ketelitian

dalam mengelompokkan jawaban responden dan merumuskan temuan agar tidak terjadi bias interpretasi.

3. Beban kerja rutin dan proyek berjalan paralel

Aktivitas rutin bulanan (*newsletter* dan *caption poster*) berjalan bersamaan dengan proyek yang bersifat periodik (*Edufair*, analisis data, *drafting website* PMB, serta penyusunan *Blast WhatsApp*), sehingga diperlukan manajemen waktu dan prioritas kerja yang baik.

4. Penyesuaian materi komunikasi agar selaras dengan kebutuhan institusi

Draft copywriting/caption, materi *newsletter*, hingga pesan *Blast WhatsApp* perlu disusun dengan bahasa yang informatif, rapi, dan sesuai konteks institusi, serta sering membutuhkan revisi hingga mencapai format yang dianggap tepat oleh pihak yang melakukan *review*.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Untuk menanggapi kendala yang muncul selama pelaksanaan magang, Pemangag menerapkan beberapa solusi sebagai berikut:

1. Standarisasi proses perapihan data sejak awal

Pemagang melakukan penyamaan format data, penamaan kategori, serta penyusunan rekap data secara terstruktur (misalnya melalui *spreadsheet*) agar proses analisis lebih efisien dan meminimalkan kesalahan saat pengolahan data.

2. Penerapan langkah kerja analisis kualitatif yang sistematis

Dalam analisis kualitatif, Pemagang menjalankan tahapan analisis secara konsisten (unit analisis, *coding* awal, identifikasi pola, interpretasi, dan kesimpulan) agar temuan yang dihasilkan lebih rapi dan dapat dipertanggungjawabkan.

3. Pembuatan prioritas kerja dan penjadwalan aktivitas

Pemagang menyusun urutan prioritas berdasarkan deadline dan urgensi output (misalnya kebutuhan kegiatan *Edufair*, kebutuhan *drafting website* PMB, serta kebutuhan *follow-up* calon mahasiswa), tanpa mengabaikan tugas rutin bulanan seperti *newsletter* dan *caption poster*.

4. **Revisi berbasis arahan supervisor dan dokumentasi revisi** Pemagang melakukan revisi dengan mencatat poin perbaikan yang diberikan supervisor, kemudian memperbaiki *draft* secara bertahap sampai memperoleh persetujuan akhir. Pendekatan ini membantu proses *review* menjadi lebih terarah karena seluruh output mengikuti alur persetujuan yang terpusat pada supervisor