

## **BAB III**

### **PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

#### **3.1 Kedudukan dan Koordinasi**

Penulis melaksanakan kerja magang sebagai Marketing Communication Intern di Departemen Marketing Universitas Yayasan Rumah Sakit Islam Indonesia (YARSI). Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis berada di bawah bimbingan Pembimbing Lapangan, yaitu Bapak Ariel Nian Gani, M.Phil., M.Sc. Pembimbing Lapangan berperan sebagai supervisor yang memberikan arahan, evaluasi, serta persetujuan terhadap proses dan output kerja magang, khususnya yang berkaitan dengan dukungan strategi komunikasi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB). Selain menjalankan fungsi pembimbing magang, Pembimbing Lapangan juga memiliki jabatan sebagai Kepala Pusat Layanan Terpadu dan Kepala Pusat Perencanaan yang berada di bawah koordinasi Wakil Rektor IV, sehingga koordinasi pekerjaan penulis turut menyesuaikan alur kerja dan kebutuhan unit terkait, terutama dalam penyusunan customer insight dan penerjemahannya ke rekomendasi strategi komunikasi PMB.

Secara operasional, penulis menjalankan pekerjaan yang berfokus pada dukungan marketing communication berbasis customer insight, terutama dalam konteks Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Universitas YARSI. Koordinasi kerja dilakukan melalui arahan langsung dari Pembimbing Lapangan, mulai dari penentuan prioritas tugas, penyelarasan kebutuhan data dan materi, pelaksanaan pengumpulan informasi (survei/wawancara/edufair), hingga proses review dan finalisasi output. Dalam pelaksanaannya, penulis juga melakukan koordinasi dengan tim terkait sesuai kebutuhan pekerjaan, khususnya pada penyusunan rekomendasi strategi komunikasi dan tindak lanjut aktivitas PMB agar selaras dengan standar komunikasi serta tujuan institusi.

Seluruh hasil kerja penulis selama periode magang mengikuti alur koordinasi dan persetujuan (approval) yang terpusat pada Pembimbing Lapangan. Dengan demikian, setiap output yang disusun penulis—baik berupa instrumen riset, hasil

olah data, ringkasan temuan, maupun materi komunikasi pendukung PMB—perlu melalui tahap peninjauan dan memperoleh persetujuan akhir dari Bapak Ariel Nian Gani, M.Phil., M.Sc. sebelum digunakan atau diimplementasikan. Secara umum, alur kerja yang diterapkan meliputi:

- Penerimaan brief/penugasan dari Pembimbing Lapangan.
- Pengumpulan data atau materi pendukung sesuai kebutuhan (misalnya data survei, hasil wawancara, referensi PMB, atau data pendaftar).
- Penyusunan draft output berdasarkan brief dan data yang tersedia. Review dan evaluasi oleh Pembimbing Lapangan.
- Revisi sesuai masukan (apabila diperlukan).
- Persetujuan akhir (final approval) oleh Pembimbing Lapangan.
- Implementasi/penggunaan output oleh tim terkait serta dokumentasi hasil sebagai bukti kerja dan arsip kegiatan.

### 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Bagian ini menjelaskan tugas-tugas yang dilakukan Penulis selama periode magang beserta uraian singkat proses kerja pada masing-masing tugas. Secara umum, ruang lingkup pekerjaan Penulis berfokus pada penyusunan customer insight untuk mendukung strategi komunikasi PMB, yang mencakup penyusunan riset audiens (customer persona dan customer journey), pengumpulan serta analisis data lapangan melalui kegiatan edufair (survei dan wawancara), pengolahan data survei layanan PMB dan data mahasiswa baru (MABA) 2023–2025, penyusunan materi komunikasi pendukung (copywriting/caption dan newsletter), serta dukungan penguatan touchpoint digital PMB seperti benchmarking kompetitor dan drafting website PMB berbasis WordPress.

#### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Selama menjalani kerja magang sebagai Marketing Communication Intern, Penulis mengerjakan tugas-tugas berikut:

Table 3.2.1 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 (Edufair)	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 kerja marketing communication berbasis customer insight yang mencakup tahapan pemahaman audiens, perancangan instrumen riset, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, penerjemahan temuan menjadi rekomendasi komunikasi, hingga implementasi pada touchpoint PMB 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 dalam mendukung strategi PMB Universitas YARSI (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

#### **3.2.2.1 Pemetaan Audiens melalui Customer Persona dan Customer Journey**

Pada tahap awal, Penulis melakukan pemetaan audiens Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) dengan menyusun customer persona dan customer journey calon mahasiswa. Pemetaan audiens dilakukan untuk memastikan strategi komunikasi yang disusun lebih relevan dengan karakteristik, kebutuhan, serta tahapan pengambilan keputusan calon mahasiswa, sehingga pesan yang disampaikan tidak bersifat umum dan dapat lebih tepat sasaran (Kotler & Keller, 2016).

Customer persona disusun untuk memberikan gambaran profil calon mahasiswa secara ringkas, mencakup kebutuhan informasi utama, motivasi, hambatan (pain points), serta preferensi kanal komunikasi yang digunakan. Sementara itu, customer journey digunakan untuk memetakan pengalaman calon mahasiswa dari tahap awal mengenal YARSI (awareness), tahap mencari dan membandingkan informasi (consideration), hingga tahap mengambil keputusan (decision). Pemetaan ini menjadi dasar dalam menentukan fokus pesan, bentuk informasi yang perlu diperkuat, serta pemilihan touchpoint komunikasi PMB, seperti media sosial, website, dan kanal komunikasi langsung (Lemon & Verhoef, 2016).



#### 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 3.2.2.1 Dokumen *Output Customer Persona*

Langkah kerja yang dilakukan meliputi pengumpulan gambaran awal target audiens dari referensi internal dan temuan lapangan, penyusunan dokumen customer persona dan customer journey, serta pengajuan dokumen kepada Pembimbing Lapangan untuk proses review, revisi apabila diperlukan, dan persetujuan akhir sebelum digunakan sebagai acuan penyusunan aktivitas komunikasi PMB. Output dari kegiatan ini berupa dokumen customer persona dan dokumen customer journey calon mahasiswa baru yang digunakan sebagai acuan dalam penyusunan strategi komunikasi PMB.

#### 3.2.2.2 Penyusunan Instrumen Riset: Kuesioner dan Pedoman Wawancara

Untuk memperoleh data langsung dari target audiens, Penulis menyusun instrumen riset berupa kuesioner minat siswa kelas 12 serta pedoman pertanyaan wawancara. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data terstruktur terkait

minat, sumber informasi, dan faktor pertimbangan siswa dalam memilih perguruan tinggi. Sementara itu, wawancara digunakan untuk menggali informasi yang lebih mendalam mengenai alasan di balik pilihan siswa, kebutuhan informasi yang dirasa penting, serta masukan terhadap komunikasi dan layanan PMB (Malhotra, 2019).



UNIVERSITAS  
YARSI

Survey Peminatan Kuliah

\* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Nama sekolah \*

Jawaban Anda

Gambar 3.2.2.2 Kuesioner Siswa Kelas 12

Proses penyusunan instrumen dilakukan dengan menetapkan tujuan pengumpulan data, menyusun pertanyaan menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami oleh siswa, serta menyesuaikan format agar hasilnya dapat direkap dan dianalisis secara sistematis. Instrumen yang telah disusun kemudian diajukan kepada Pembimbing Lapangan untuk proses peninjauan, perbaikan apabila diperlukan, dan persetujuan sebelum digunakan pada kegiatan pengumpulan data di lapangan.

#### 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 3.2.2.2 Pedoman Wawancara Siswa Kelas 12

Output kegiatan ini berupa kuesioner minat siswa kelas 12 (<https://bit.ly/4oXsVTJ>) serta pedoman wawancara untuk siswa kelas 12 sebagai acuan pelaksanaan pengumpulan data di lapangan.

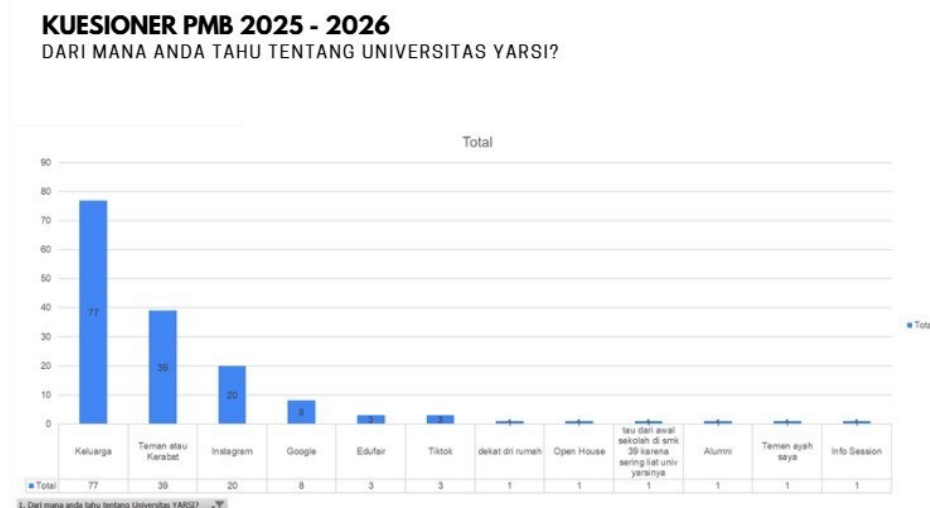
#### 3.2.2.3 Pelaksanaan Edufair dan Pengumpulan Data Lapangan

Penulis 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 dilaksanakan sebagai bagian dari aktivitas promosi PMB sekaligus sarana pengumpulan data langsung dari calon mahasiswa untuk mendukung penyusunan customer insight (Smith & Zook, 2016).



Gambar 3.2.2.3 Foto Kegiatan *Edufair*

Dalam pelaksanaan Edufair, Penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada siswa kelas 12 serta melakukan wawancara singkat berdasarkan pedoman yang telah disusun. Penulis juga mendampingi proses pengisian kuesioner untuk memastikan pertanyaan dipahami dengan baik, kemudian mencatat poin-poin penting dari jawaban wawancara sebagai bahan analisis.



Gambar 3.2.2.3 Hasil survey menggunakan kuesioner

Setelah kegiatan selesai, seluruh data respons dirapikan, dikompilasi, dan direkap agar siap masuk ke tahap pengolahan dan analisis.

**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 3.2.2.3 Hasil catatan wawancara siswa

Output dari kegiatan ini berupa data respons kuesioner dan catatan wawancara siswa dari masing-masing sekolah yang menjadi bahan utama dalam analisis customer insight PMB.

### 3.2.2.4 Pengolahan dan Analisis Data (Kualitatif dan Kuantitatif)

Setelah data terkumpul, Penulis melakukan pengolahan dan analisis data untuk menghasilkan customer insight yang dapat digunakan sebagai masukan dalam strategi komunikasi PMB. Analisis kualitatif dilakukan pada data wawancara dengan mengelompokkan jawaban siswa ke dalam tema-tema utama (initial coding), mengidentifikasi pola jawaban yang berulang, serta menyusun interpretasi dan kesimpulan berdasarkan temuan tersebut.

### 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 3.2.2.4 Ringkasan Analisis Data Kualitatif dan Rekap Data Survey

Proses ini membantu memahami motivasi, kebutuhan informasi, serta hambatan calon mahasiswa dalam mempertimbangkan pilihan perguruan tinggi. Selain itu, Penulis menyusun ringkasan kritik dan saran dari siswa dalam bentuk rekap terstruktur agar lebih mudah dibaca, dibandingkan, dan ditindaklanjuti oleh tim terkait (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

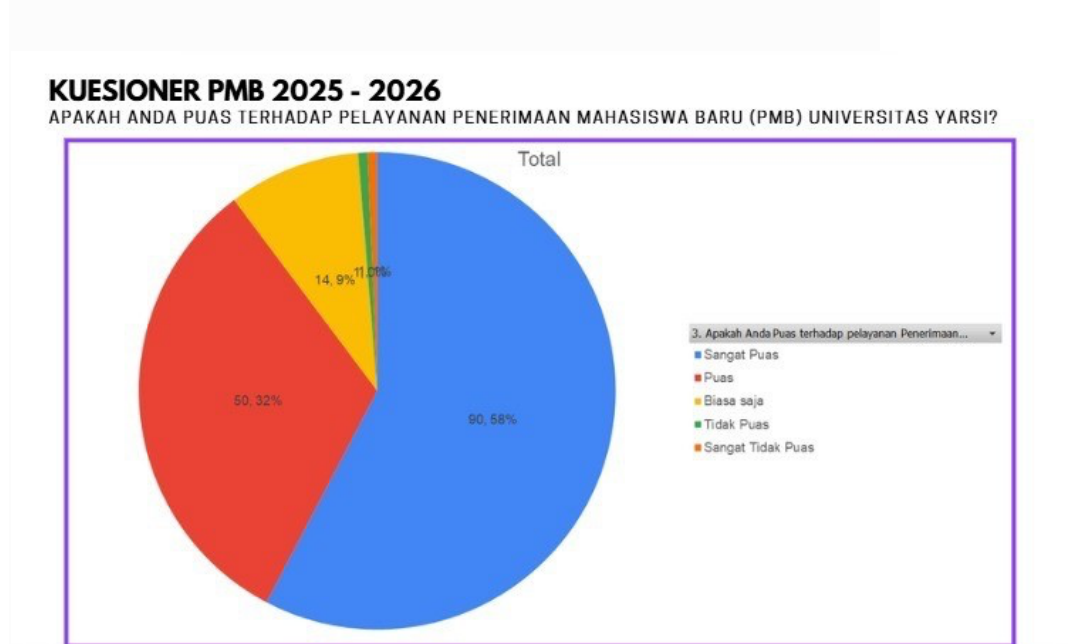
### KUESIONER PMB 2025 - 2026

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 3.2.2.4 Data Rekap Kritik dan Sarana

Untuk data kuantitatif, Penulis mengolah data survei PMB yang mencakup sumber informasi mengenal YARSI, alasan memilih YARSI, kepuasan terhadap layanan PMB, pengalaman menggunakan sistem PMB online, kejelasan informasi PMB, serta kritik dan saran. Pengolahan dilakukan melalui tabel dan visualisasi sederhana agar hasil analisis lebih mudah dipahami dan dapat digunakan sebagai bahan evaluasi komunikasi serta layanan PMB (Malhotra, 2019).



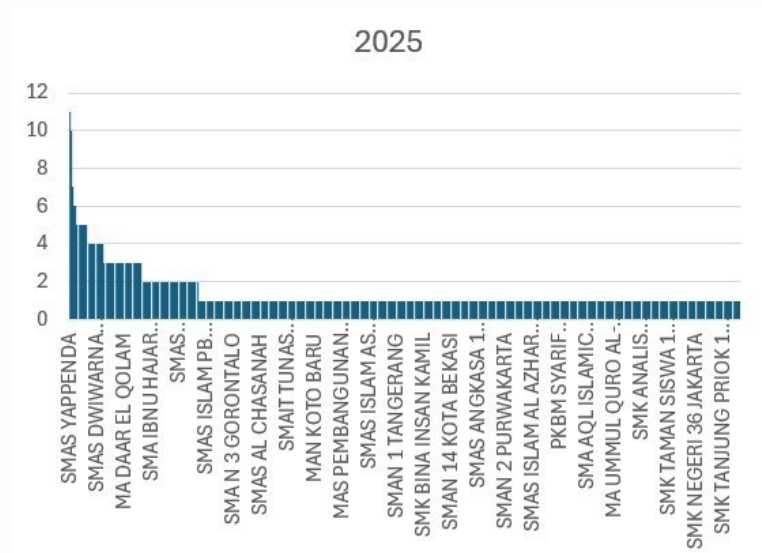
Gambar 3.2.2.4 Data Rekap Kepuasan Pelayanan PMB

Output dari kegiatan ini berupa ringkasan temuan kualitatif (pola jawaban, interpretasi, kesimpulan) dan rekap olahan data survei PMB sebagai bahan rekomendasi strategi komunikasi PMB.

### 3.2.2.5 Analisis Data Mahasiswa Baru (MABA) 2023–2025

Penulis mengolah data mahasiswa baru (MABA) tahun 2023–2025 untuk menganalisis asal sekolah pendaftar terbanyak yang dikelompokkan berdasarkan program studi/jurusan. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi sekolah-sekolah yang memberikan kontribusi pendaftar terbesar pada masing-masing

program studi, sehingga dapat menjadi dasar penyusunan strategi promosi yang lebih terarah dan berbasis prioritas audiens (Kotler & Keller, 2016).



Gambar 3.2.2.5 Rekapitan Sekolah 3 Tahun terakhir

Proses kerja meliputi perapihan dan validasi data, pengelompokan berdasarkan program studi dan asal sekolah, serta penyusunan daftar Top 10 sekolah untuk setiap program studi. Hasil analisis kemudian disajikan dalam bentuk tabel dan visualisasi sederhana (grafik) agar lebih mudah dibaca, dibandingkan, dan diinterpretasikan oleh tim terkait.



No.	N.P.M	Nama	Program Studi	Asal Sekolah
1	1102023183	Muhammad Rafi Prasetyaji	Kedokteran	KULLIYATUL MU' ALLIMIN AL-ISLAMIAH (KMI) PP MODERN GONTOR PONOROGO
2	1602023037	Rahma Rizki Alawiah	Psikologi	KULLIYATUL MU' ALLIMIN 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	Azka 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 khushnul 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	Affah Nur Fadhillah	Perpustakaan dan Sains Informasi	MAN 1 Bogor
13	1202023037	Faqih Louardi	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 sofyon	Kedokteran	MAN 1 PEKANBARU
18	1102023122	Isti Ameliyiah	Kedokteran	MAN 19 JAKARTA
19	1502023042	SALMA NISRINA THIFAL	Perpustakaan dan Sains Informasi	MAN 2 BOGOR
20	1102023296	VIOLA OKTAVIA	Kedokteran	MAN 2 KOTA PADANG PANJANG
21	1212023002	afidolie nisa	Akuntansi	MAN 2 Pandeglang
22	1212023003	Agnina 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 Alifia Sumantri	Kedokteran Gigi	MAN 21 JAKARTA
26	1102023056	Camila La Firstalitha Virgy Nugraha	Kedokteran	MAN 22 JAKARTA
27	1202023086	pelai yuliana	Manajemen	MAN 3 CIREBON
28	1302023004	Adella Putricia Diasmara	Ilmu Hukum	MAN 3 JAKARTA
29	1302023070	TIARA AGNESIA PANGARIBUJAN	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	Fazla Maura Mandagie	Manajemen	MAN 6 JAKARTA
34	1102023173	Muhammad Dhaifa 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 AMIN
37	1602023009	Amaylya Triana Devi	Psikologi	MAS AL FALAH KLENDER
38	1202023089	Raffy Ramdani	Manajemen	MAS AL HAMID
39	1502023001	Adinda Nurmalla Hasan	Perpustakaan dan Sains Informasi	MAS AL KENANYAH
40	1502023035	Nasywa walidani	Perpustakaan dan Sains Informasi	MAS AL KENANYAH
41	1302023036	MUHAMMAD FARHAN	Ilmu Hukum	MAS AL KHARIRYAH
42	1102023298	Yiesha Adiva Adelia Khani	Kedokteran	MAS AL MA TUQ
43	1112023046	SYAKIRA SULALATIN MINTHEN WILAJA	Kedokteran Gigi	MAS AL MA TUQ
44	1602023012	Asma Fauziyyah ulya	Psikologi	MAS AL MA TUQ
45	1212023017	Finkan Aulia	Akuntansi	MAS AL MUDDATSIRIYAH

Gambar 3.2.2.5 Data Siswa yang Mendaftar

Output dari kegiatan ini berupa rekap Top 10 sekolah per program studi/jurusan beserta ringkasan insight promosi sebagai masukan untuk program follow-up dan aktivitas promosi PMB yang lebih efektif.

### 3.2.2.6 Produksi Materi Komunikasi: Copywriting, Caption, dan Newsletter

Sebagai bagian dari implementasi komunikasi pemasaran digital PMB, Penulis menyusun copywriting dan caption untuk kebutuhan poster serta media sosial. Penyusunan caption dilakukan secara rutin dengan menyesuaikan tujuan komunikasi, pesan utama yang ingin disampaikan, serta kebutuhan informasi audiens pada masing-masing periode. Setiap draft yang dibuat mengikuti alur koordinasi dan approval, sehingga melalui proses review serta persetujuan Pembimbing Lapangan sebelum digunakan atau dipublikasikan (Smith & Zook, 2016).

## 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 3.2.2.6 *Copy Writing/ Caption*

Selain itu, Penulis juga terlibat dalam penyusunan newsletter bulanan selama periode magang. Newsletter disusun sebagai media informasi yang merangkum pembaruan kegiatan institusi dan/atau informasi terkait PMB secara ringkas, terstruktur, dan mudah dipahami oleh pembaca.



### 3.2.2.6 Newsletter

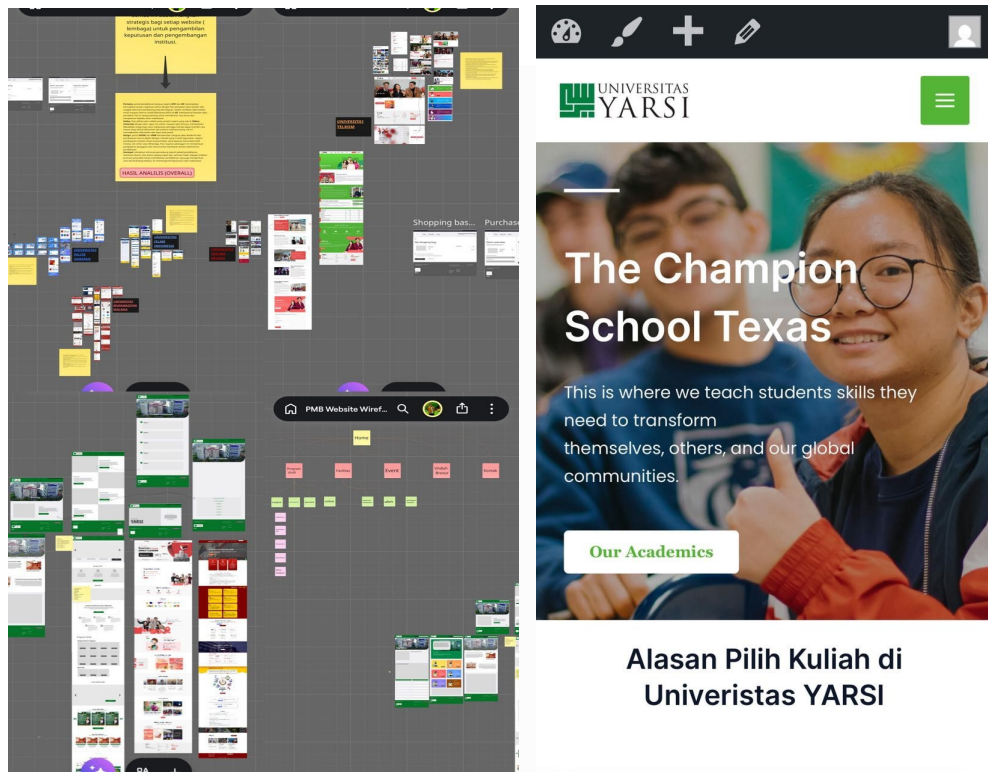
Kegiatan ini membantu memastikan penyampaian informasi institusi berjalan konsisten dan terdokumentasi dengan baik (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Output dari kegiatan ini berupa draft caption/copywriting untuk materi PMB dan newsletter bulanan yang telah disusun selama periode magang.



Gambar 3.2.2.6 Poster

### 3.2.2.7 Benchmarking dan Drafting Website PMB

Untuk mendukung penguatan kanal informasi PMB, Penulis melakukan benchmarking terhadap website PMB beberapa universitas lain sebagai bahan referensi. Benchmarking dilakukan dengan meninjau dan membandingkan struktur informasi, kelengkapan konten, alur navigasi, serta kemudahan akses informasi pendaftaran dari sudut pandang calon mahasiswa.



Gambar 3.2.2.7 *Benchmarking dan Drafting PMB Website*

Benchmarking dalam konteks laporan magang ini digunakan sebagai metode untuk membandingkan strategi komunikasi pemasaran Universitas YARSI dengan perguruan tinggi lain yang dianggap relevan. Tujuan benchmarking bukan untuk meniru secara keseluruhan, melainkan untuk mengidentifikasi praktik komunikasi yang efektif dan berpotensi diadaptasi sesuai dengan kondisi internal universitas.

Pemilihan institusi benchmark dilakukan berdasarkan beberapa kriteria berikut:

1. Perguruan tinggi yang berada pada level kompetisi yang setara
2. Perguruan tinggi yang memiliki praktik komunikasi digital yang lebih maju.
3. Perguruan tinggi yang berada di wilayah geografis yang relevan.
4. Perguruan tinggi di luar wilayah yang dijadikan benchmark aspiratif.

## **Klasifikasi Institusi Benchmark**

Berdasarkan kriteria tersebut, institusi benchmark diklasifikasikan sebagai berikut:

### **1. Benchmark Utama (Level Setara)**

Benchmark utama merupakan perguruan tinggi yang berada pada tingkat kompetisi relatif setara dengan Universitas YARSI dan beroperasi di wilayah yang sama. Institusi dalam kategori ini dipilih untuk memahami praktik komunikasi pesaing langsung.

### **2. Benchmark Sekunder (Level Lebih Tinggi)**

Benchmark sekunder adalah perguruan tinggi yang memiliki reputasi dan praktik komunikasi digital yang lebih maju. Institusi ini dijadikan referensi untuk melihat arah pengembangan strategi komunikasi yang ideal.

### **3. Benchmark Aspiratif (Lintas Wilayah)**

Benchmark aspiratif merupakan perguruan tinggi di luar wilayah Jakarta yang memiliki keunggulan signifikan dalam komunikasi digital. Benchmark ini berfungsi sebagai inspirasi jangka panjang.

## **Hasil Analisis Benchmarking**

Hasil analisis menunjukkan bahwa perguruan tinggi benchmark memiliki beberapa keunggulan dibandingkan Universitas YARSI, antara lain:

1. Pengelolaan website yang lebih visual, informatif, dan berorientasi pada pengalaman pengguna.
2. Penggunaan media sosial dengan pendekatan naratif yang konsisten.
3. Penyajian informasi akademik dan non-akademik yang lebih terstruktur dan menarik.
4. Pemanfaatan riset audiens sebagai dasar pembuatan konten komunikasi.

Sebaliknya, komunikasi digital Universitas YARSI masih cenderung informatif dan administratif, sehingga kurang mampu membangun kedekatan emosional dengan calon mahasiswa.

## **Implikasi terhadap Strategi Komunikasi Universitas YARSI**

Berdasarkan hasil benchmarking, Universitas YARSI perlu mengembangkan strategi komunikasi yang lebih terintegrasi dan berbasis audiens. Beberapa implikasi yang dapat ditarik antara lain:

1. Pentingnya riset audiens sebagai dasar komunikasi.
2. Perlunya konsistensi visual dan narasi lintas platform.
3. Optimalisasi website dan media sosial sebagai kanal utama komunikasi pemasaran.

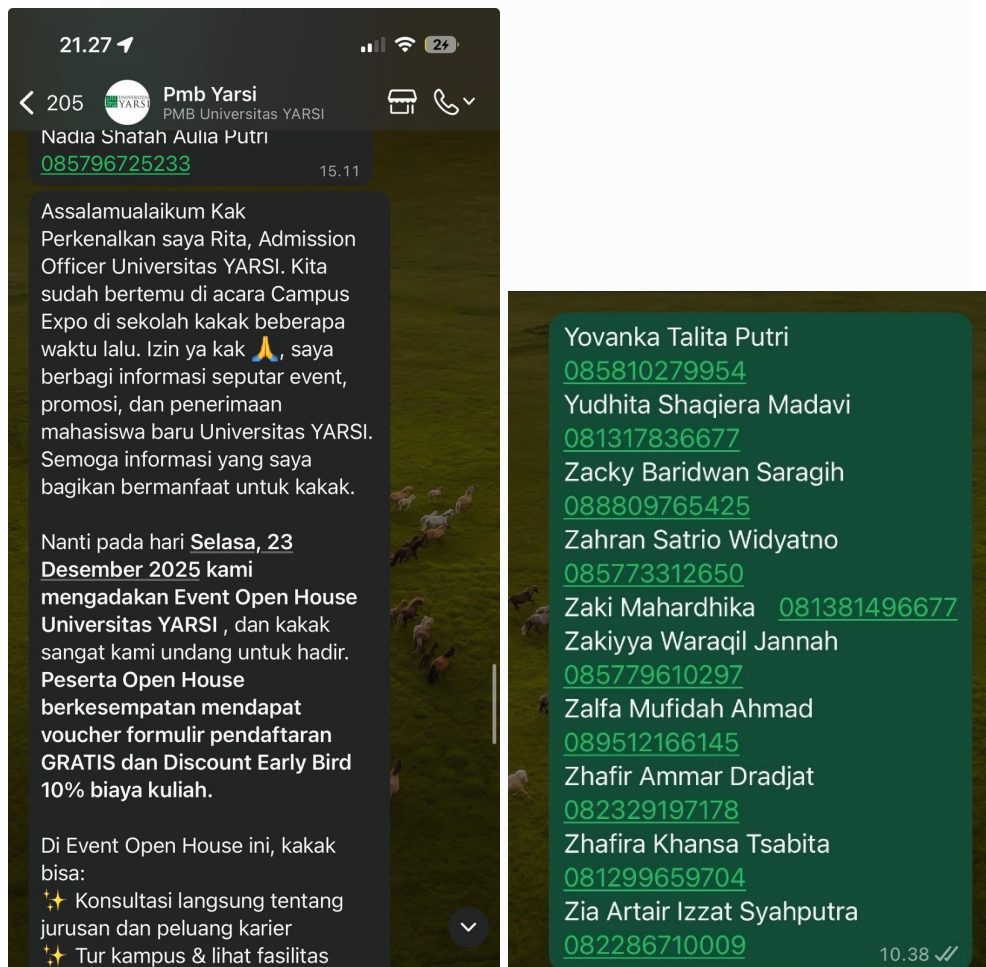
Tahap ini membantu mengidentifikasi praktik yang efektif dalam penyajian informasi PMB sehingga dapat dijadikan masukan bagi pengembangan touchpoint digital PMB Universitas YARSI (Chaffey, 2015). Berdasarkan hasil benchmarking tersebut, Penulis menyusun drafting website PMB YARSI 2026 menggunakan WordPress.

Selain itu, Penulis membuat rancangan layout halaman melalui tools Miro untuk memetakan susunan konten, urutan informasi, serta elemen yang perlu ditampilkan agar struktur website lebih jelas dan siap untuk tahap implementasi lanjutan bersama tim terkait. Output dari kegiatan ini berupa tabel benchmarking website PMB, draft website PMB (WordPress), serta layout/wireframe halaman sebagai acuan pengembangan kanal informasi PMB.

#### **3.2.2.8 Aktivasi Follow-up Calon Mahasiswa melalui Blast WhatsApp**



Pada bulan Desember, Penulis menyusun materi Blast WhatsApp sebagai bentuk tindak lanjut (follow-up) kepada calon mahasiswa yang diperoleh dari hasil kegiatan Edufair. Penyusunan pesan dilakukan untuk membantu proses re-engagement, memastikan calon mahasiswa memperoleh informasi PMB yang dibutuhkan, serta mendorong langkah lanjutan seperti bertanya melalui kanal PMB atau melanjutkan proses pendaftaran.



Gambar 3.2.2.8 Blast WhatsApp

Pesan Blast WhatsApp disusun dengan bahasa yang ringkas, informatif, dan persuasif, serta dilengkapi ajakan tindakan (call-to-action) yang jelas. Draft pesan kemudian diajukan kepada Pembimbing Lapangan untuk ditinjau dan disetujui sebelum digunakan (Kotler & Armstrong, 2018). Output dari kegiatan ini berupa

naskah Blast WhatsApp serta rekap tindak lanjut calon mahasiswa sebagai dokumentasi aktivitas follow-up.

### **3.3 Kendala yang Ditemukan**

Selama pelaksanaan kerja magang, Penulis menemukan beberapa kendala yang memengaruhi proses kerja. Kendala-kendala tersebut antara lain:

#### **1. Konsolidasi dan kerapihan data**

Data yang diolah berasal dari berbagai sumber dan bentuk (misalnya data MABA lintas tahun, data survei, serta catatan wawancara dari kegiatan Edufair), sehingga diperlukan proses perapihan, validasi, dan penyamaan format terlebih dahulu agar data dapat diolah secara konsisten dan menghasilkan customer insight yang akurat serta dapat dipertanggungjawabkan.

#### **2. Pengolahan data kualitatif yang memerlukan ketelitian tinggi**

Analisis kualitatif, mulai dari tahap coding awal hingga penarikan temuan, membutuhkan tingkat ketelitian yang tinggi dalam mengelompokkan jawaban responden, mengidentifikasi pola yang berulang, serta merumuskan interpretasi secara objektif agar hasil analisis tidak terpengaruh bias dan tetap sesuai dengan data yang terkumpul.

#### **3. Beban kerja rutin dan proyek berjalan parallel**

Aktivitas rutin bulanan (penyusunan newsletter dan caption poster) berjalan bersamaan dengan proyek-proyek periodik, seperti kegiatan Edufair, pengolahan dan analisis data, drafting website PMB, serta penyusunan Blast WhatsApp. Kondisi ini menuntut Penulis untuk menerapkan manajemen waktu yang baik,



menyusun skala prioritas, serta mengatur alur kerja secara terstruktur agar seluruh tugas dapat diselesaikan tepat waktu tanpa mengurangi kualitas output.

#### **4. Penyesuaian komunikasi agar selaras dengan kebutuhan institusi**

Draft copywriting/caption, materi newsletter, hingga pesan Blast WhatsApp perlu disusun dengan bahasa yang informatif, rapi, dan selaras dengan konteks serta identitas institusi. Dalam prosesnya, materi komunikasi sering memerlukan beberapa kali revisi agar struktur pesan, pemilihan kata, serta tone of voice sesuai dengan standar komunikasi yang ditetapkan oleh pihak reviewer sebelum dapat digunakan atau dipublikasikan.

### **3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan**

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

#### **1. Standarisasi proses perapihan data sejak awal**

Penulis melakukan penyamaan format data, penyeragaman penamaan kategori, serta penyusunan rekam secara terstruktur (misalnya menggunakan spreadsheet) agar proses pengolahan dan analisis data berjalan lebih efisien, mudah ditelusuri, serta meminimalkan potensi kesalahan saat pengolahan data.

#### **2. Penerapan langkah kerja analisis kualitatif yang sistematis**

Dalam analisis kualitatif, Penulis menjalankan tahapan analisis secara konsisten mulai dari penetapan unit analisis, coding awal, identifikasi pola jawaban, penyusunan interpretasi, hingga penarikan Kesimpulan agar temuan yang

dihasilkan lebih sistematis, rapi, dan dapat dipertanggungjawabkan berdasarkan data yang terkumpul.

### **3. Pembuatan prioritas kerja dan penjadwalan aktivitas**

Penulis menyusun skala prioritas berdasarkan tenggat waktu dan urgensi output (misalnya kebutuhan kegiatan Edufair, drafting website PMB, serta follow-up calon mahasiswa), tanpa mengabaikan tugas rutin bulanan seperti penyusunan newsletter dan caption poster. Pengaturan prioritas ini membantu memastikan seluruh pekerjaan tetap berjalan sesuai rencana dan selesai tepat waktu.

### **4. Revisi berbasis arahan supervisor dan dokumentasi revisi**

Penulis melakukan revisi dengan mendokumentasikan poin-poin perbaikan yang diberikan Pembimbing Lapangan, kemudian memperbaiki draft secara bertahap hingga memenuhi standar yang ditetapkan dan memperoleh persetujuan akhir. Pendekatan ini membuat proses review lebih terarah, karena setiap revisi dilakukan berdasarkan catatan yang jelas serta mengikuti alur persetujuan yang terpusat pada Pembimbing Lapangan.