

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</i> <i>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	
	<ul style="list-style-type: none"> 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	
	<ul style="list-style-type: none"> 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	
	<ul style="list-style-type: none"> Cari info kampus lewat media sosial dan teman Sering ikut expo kampus atau webinar Diskusi keputusan kuliah dengan orang tua
pain point	
	<ul style="list-style-type: none"> 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).



The image shows a screenshot of a survey questionnaire. At the top, there is a logo consisting of a green stylized 'Y' or 'W' shape followed by the text 'UNIVERSITAS YARSI'. Below the logo, the title 'Survey Peminatan Kuliah' is displayed. A note in red text indicates that certain fields are mandatory: '* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi'. The form contains two text input fields: 'Nama sekolah *' and '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 ~~keputusasmu~~ 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

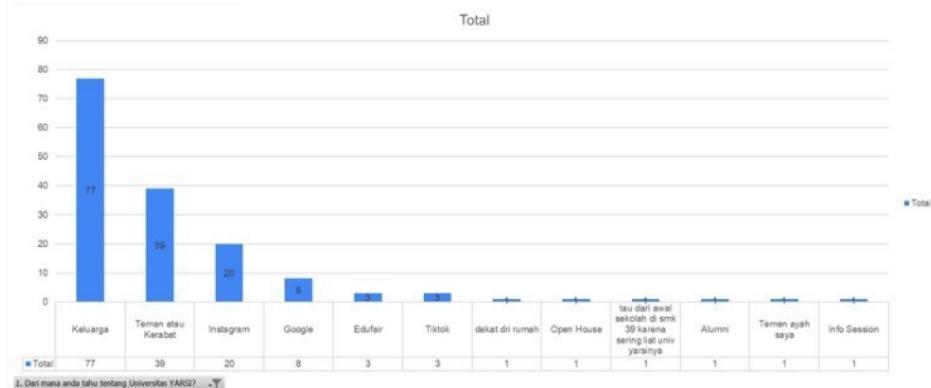
Penulis terlibat dalam kegiatan Edufair yang dilaksanakan di beberapa sekolah, yaitu SMA Darussalam, SMAN 21 Jakarta Timur, dan SMA Al Wildan 3 Tangerang Selatan. Kegiatan Edufair dilaksanakan sebagai bagian dari aktivitas promosi PMB sekaligus sarana pengumpulan data langsung dari calon mahasiswa untuk 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.

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



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. Sudah 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

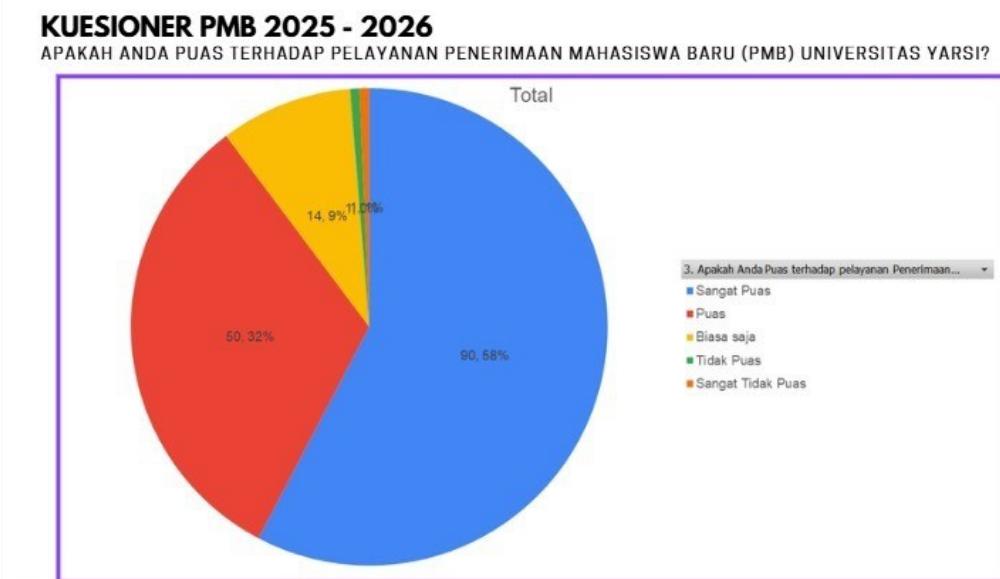
Proses ini membantu memahami motivasi, kebutuhan informasi, serta hambatan calon mahasiswa dalam mempertimbangkan pilihan perguruan tinggi. Selain itu, Penulis menyusun ringkasan kritik dan saran dari siswa dalam bentuk rekap terstruktur agar lebih mudah dibaca, dibandingkan, dan ditindaklanjuti oleh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



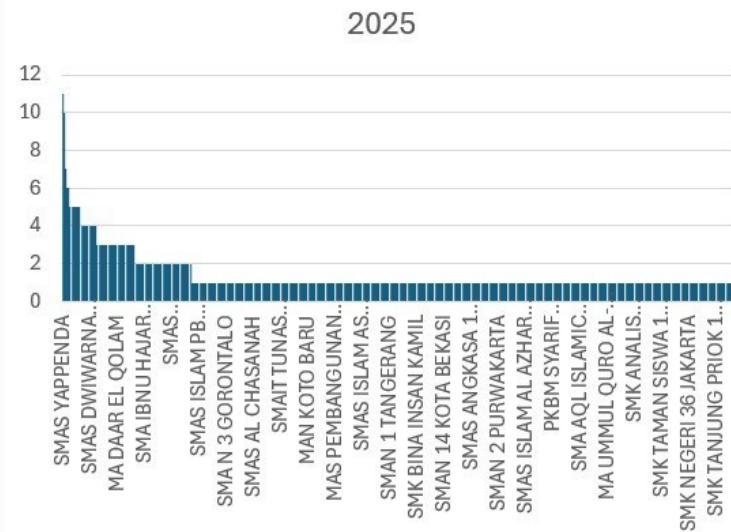
Gambar 3.2.2.4 Data Rekap Kepuasan Pelayanan PMB

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 Rekapan Sekolah 3 Tahun terakhir

Proses kerja meliputi perapian 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.

1	2	3	4	5	6	7	8
No.	N.P.M	Nama	Program Studi	Asal Sekolah			
1	1102023183	Muhammad Rafi Prasetyaji	Kedokteran	KULLIYATUL MU'ALLIMIN AL-ISLAMIYAH (KMI) PP MODERN GONTOR PONOROGO			
2	1102023037	Rahma Rizki Alwiah	Psikologi	KULLIYATUL MU'ALLIMIN AL-ISLAMIYAH (KMI) PP MODERN GONTOR PONOROGO			
3	1102023083	NURFAHLAH	Manajemen	MA DARUL ILMI SERANG			
4	1102023011	Anissa putri nienja jaasmine	Ilmu Hukum	MA Darul Mutaqien			
5	1102023011	Azka Mutiara Hakeema	Ilmu Hukum	MA Darul Mutaqien			
6	1102023048	HAFIZAH	Manajemen	MA Darul Mutaqien			
7	1102023058	Kesya nadya	Manajemen	MA Darul Mutaqien			
8	1102023028	Lintang Amelia putri	Psikologi	MA Darul Mutaqien			
9	1102023022	Khirsuna khusrul fadila	Akuntansi	Ma Nurul Falah			
10	1102023023	FAUZIAH AZ ZAHRA	Ilmu Hukum	Madrasah Aliyah Negeri			
11	1102023125	Jasmine Dina Fathiyah Puteri	Kedokteran	MAN 1 Bogor			
12	1102023007	Affiah Nur Fadillah	Perpusatakan dan Sains Informasi	MAN 1 KOTA BEKASI			
13	1102023015	Faqih Lazuardi	Manajemen	MAN 1 KOTA BEKASI			
14	1102023015	Dea gustiana putri	Psikologi	MAN 1 KOTA BEKASI			
15	1102023024	Hilmi Muhammad Rizky	Psikologi	MAN 1 KOTA BEKASI			
16	1102023094	Fitrani Nofita	Kedokteran	MAN 1 PEKANBARU			
17	1102023255	selvia putri sofyan	Kedokteran	MAN 19 JAKARTA			
18	1102023122	Isti Ametiyah	Kedokteran	MAN 2 BOGOR			
19	1102023042	SALMA NISRINATHIFAL	Perpusatakan dan Sains Informasi	MAN 2 KOTA PADANG PANJANG			
20	1102023295	Camila La Firtatulha Virgy Nugraha	Kedokteran	MAN 3 CIREBON			
21	1102023086	petu yuliana	Manajemen	MAN 3 JAKARTA			
22	1102023004	Adella Patricia Dlasmara	Ilmu Hukum	MAN 3 JAKARTA			
23	1102023070	TIARA AGNESIA PANGARIBUAN	Ilmu Hukum	MAN 3 JAKARTA			
24	1102023094	Anissa Rahma Putri	Perpusatakan dan Sains Informasi	MAN 3 JAKARTA			
25	1102023047	WAWA DWI PURWADI	Kedokteran	MAN 5 JAKARTA			
26	1102023064	Rifa Reza Fahlevi	Teknik Informatika	MAN 5 JAKARTA			
27	1102023042	Zafira Maura Mandagie	Manajemen	MAN 6 JAKARTA			
28	1102023173	Karen Karlina	Kedokteran	MAN INSAN CENDEKIA LOMBOK TIMUR			
29	1102023126	Muhammad Dhafa Kurniawan	Kedokteran	MAN MULUK KUANTAN			
30	1102023041	Muhammad Syafrina Pranaja Kusumo	Ilmu Hukum	MAS AL FAJAR			
31	1102023089	Rehita Siti Syuraini	Psikologi	MAS AL FAJAR KLENDER			
32	1102023089	Rafiqah Siti Syuraini	Manajemen	MAS AL HAMID			
33	1102023001	Adinda Nurmalia Hasan	Perpusatakan dan Sains Informasi	MAS AL HAMID YAH			
34	1102023035	Nasywa wulandini	Perpusatakan dan Sains Informasi	MAS AL HAMID YAH			
35	1102023041	MUHAMMAD FARHAN	Ilmu Hukum	MAS AL MATEUQ			
36	1102023288	Yiesha Adiva Adelia Khani	Kedokteran	MAS AL MATEUQ			
37	1102023046	SYAKIRA SULATIN MINTHONIWIJAYA	Kedokteran	MAS AL MATEUQ			
38	1102023012	Akma Faiziyah ulya	Psikologi	MAS AL MATEUQ			
39	1102023012	Fiknn Anila	Akuntansi	MAS AL MUDDATIRIYAH			

3.2.2.6 Produksi Materi Komunikasi: Copywriting, Caption, dan Newsletter

Sebagai bagian dari implementasi komunikasi pemasaran digital PMB, Penulis menyusun copywriting

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.

UNIVERSITAS YARSI

NEWSLETTER #OKTOBER2025

"HIGHLIGHT"

Universitas YARSI Raih Akreditasi Unggul dari BAN-PT
Dengan rasa ungulan, laboratorium modern dan dilengkapi dengan fasilitas modern per tahun. Universitas Yarsi di bawah Prof. dr. Fasli Jala' mewujudkan akreditasi dari BAN-PT Sejumlah program juga berhasil mendapat akreditasi (FIBAA).

Universitas YARSI Raih Wijayah III dan Wamen Pendidikan Tinggi Prof. Dr. Fauzan mendirikan PTS Jakarta mampu adaptif terhadap perkembangan zaman. Yarsi terus memanangkan nilai Islam terpadu untuk melahirkan sanjaya berilmu dan berdampak.

Prodi Akuntansi Manajemen, dan PdSI YARSI Raih Akreditasi Unggul.

Universitas YARSI menutup Agustus 2025 dengan prestasi gemilang. Tiga program studi berhasil meraih akreditasi Unggul. Perpustakaan dan Sains Informasi (PdSI) resmi meraih predikat Akreditasi Unggul dan lembaga akreditasi mandiri mengingat banting.

Fakultas Kedokteran Gigi Universitas YARSI Sukses Menyelesaikan YASMINE 2025

Rector Universitas YARSI menyampaikan apresiasi penuh terhadap kontribusi Fakultas Kedokteran Gigi yang terus berkembang dan turut mendongkrak reputasi kampus. Pengurus Besar Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PBPGI) juga memberikan dukungan, menegaskan bahwa YASMINE bergerak penting dalam meningkatkan kompetensi tenaga kesehatan gigi dan penerapan layanan kedokteran gigi di Indonesia.

YASMINE 2025

YASMINE 2025 kembali digelar sebagai forum ilmiah dan pameran yang bertujuan untuk memajukan pengetahuan dan praktik kedokteran Gigi Universitas YARSI. Menghadirkan ratusan dokter gigi, akademisi, mahasiswa, dan praktisi kesehatan dari berbagai daerah, kegiatan ini memuat seminar ilmiah, pameran, presentasi poster dan oral, hingga bakti sosial.

UNIVERSITAS YARSI

NEWSLETTER #NOVEMBER2025

"HIGHLIGHT"

Universitas YARSI Raih Press Release Terbaik Bronze Winner pada MRA SPS Tingkat Nasional
Lomba pers karya mahasiswa kompetisi Media Relations Award (MRA) tingkat nasional. Universitas YARSI berhasil meraih Press Release Terbaik Bronze Winner sebagai pengakuan atas kinerja unggul dalam membangun hubungan media dan komunikasi publik profesional.

Moralis Juara Bronze Winner Media Relation Award (MRA) 2025 Kategori Press Release Terbaik

Fakultas Kedokteran Gigi Universitas YARSI Sukses Menyelesaikan YASMINE 2025

Rector Universitas YARSI menyampaikan apresiasi penuh terhadap kontribusi Fakultas Kedokteran Gigi yang terus berkembang dan turut mendongkrak reputasi kampus. Pengurus Besar Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PBPGI) juga memberikan dukungan, menegaskan bahwa YASMINE bergerak penting dalam meningkatkan kompetensi tenaga kesehatan gigi dan penerapan layanan kedokteran gigi di Indonesia.

YASMINE 2025

Rector Universitas YARSI menyampaikan apresiasi penuh terhadap kontribusi Fakultas Kedokteran Gigi yang terus berkembang dan turut mendongkrak reputasi kampus. Pengurus Besar Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PBPGI) juga memberikan dukungan, menegaskan bahwa YASMINE bergerak penting dalam meningkatkan kompetensi tenaga kesehatan gigi dan penerapan layanan kedokteran gigi di Indonesia.

3.2.2.6 Newsletter

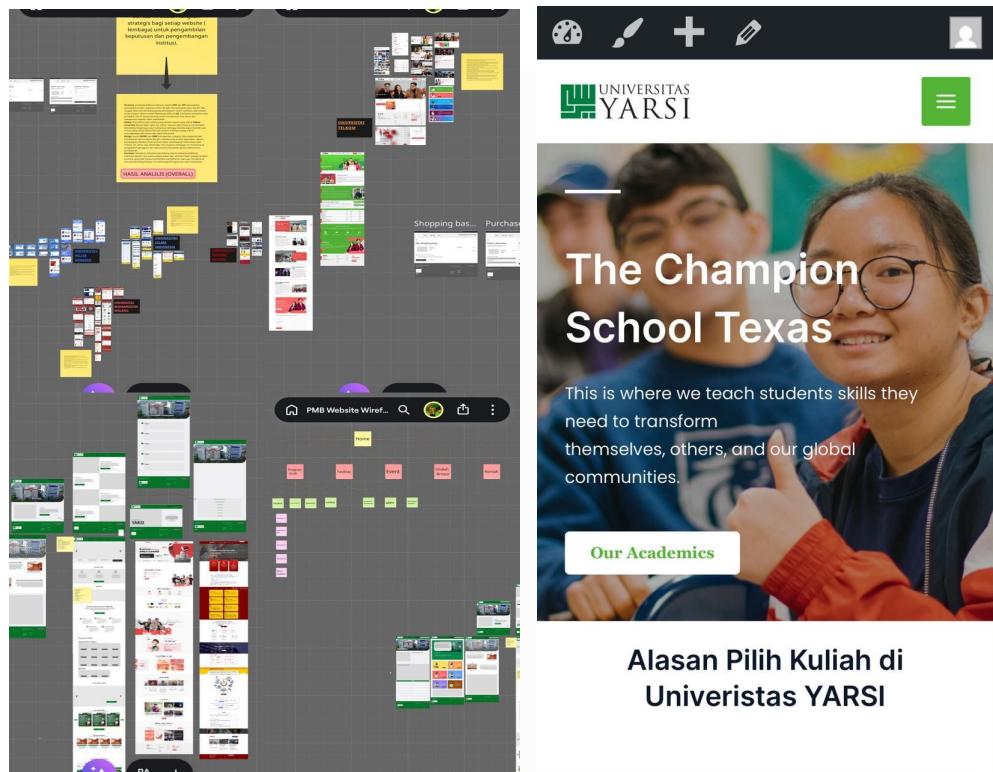
Kegiatan ini membantu memastikan penyampaian informasi institusi berjalan konsisten dan terdokumentasi dengan baik (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Output dari kegiatan ini berupa draft caption/copywriting untuk materi PMB dan newsletter bulanan yang telah disusun selama periode magang.



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:

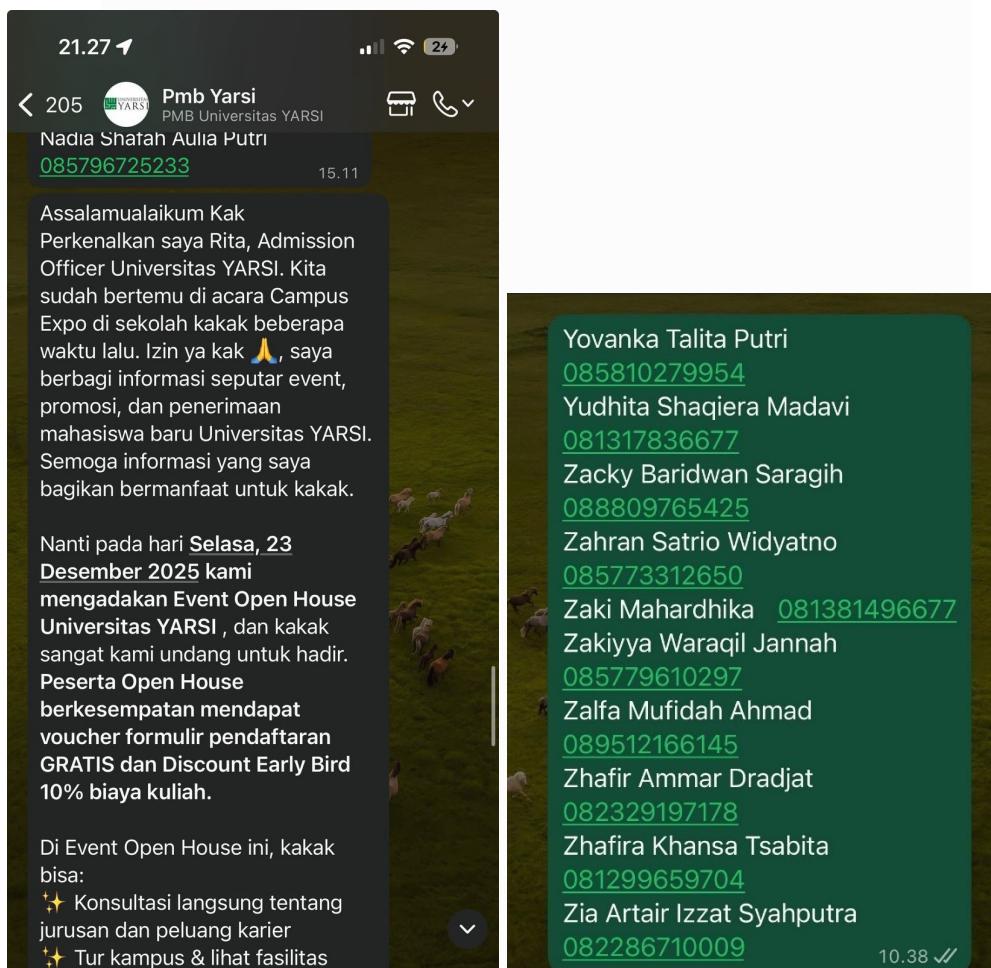
1. Pentingnya riset audiens sebagai dasar komunikasi.
2. Perlunya konsistensi visual dan narasi lintas platform.
3. Optimalisasi website dan media sosial sebagai kanal utama komunikasi pemasaran.

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 rekap 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

dihadirkan 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.