

BAB III

PELAKSANAAN KERJA PROFESI

3.1 Bidang Kerja

Praktikan mendapatkan kesempatan secara langsung untuk melaksanakan Kerja Profesi pada bagian Educourse.id yang dinaungi oleh PT Maleo Edukasi Teknologi. Educourse.id merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pendidikan, khususnya dalam penyediaan kelas coding dan STEM untuk anak-anak. Perusahaan ini fokus pada pengembangan keterampilan teknologi dan sains sejak usia dini melalui pendekatan yang menyenangkan dan aplikatif, seperti kelas membuat robot, eksperimen sains, dan proyek teknologi kreatif.

Pada saat melaksanakan Kerja Profesi bagian divisi *Marketing Communication* dan *Sales*, Praktikan melakukan beberapa pekerjaan antara lain, yaitu:

Tabel 3.1 Deskripsi Pekerjaan Praktikan di Educourse.id

Bidang Kerja	Deskripsi Pekerjaan
Pekerjaan Utama	
1. Promosi dan Pelaksanaan <i>Trial Class</i>	<ol style="list-style-type: none">Melakukan penawaran <i>trial class</i> kepada calon peserta.Mendampingi dan mengirimkan report <i>trial class</i> kepada orang tua.
2. Informasi dan Pelaksanaan <i>Event</i> Bulanan	<ol style="list-style-type: none">Menyampaikan informasi terkait kegiatan <i>STEMagination</i> kepada orang tua.Menyelenggarakan kegiatan <i>STEMagination</i> secara rutin setiap 1 (satu) bulan sekali.
3. Administrasi Data Pemasaran	<ol style="list-style-type: none">Melakukan input data ke sistem <i>lead marketing</i> untuk

	mendokumentasikan prospek pelanggan.
4. Kerja Sama dan Kemitraan Sekolah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan <i>visit</i> ke sekolah-sekolah untuk menawarkan kerja sama. 2. Mengoordinasikan pelaksanaan dan menawarkan kegiatan <i>Coding Day</i> kepada sekolah-sekolah.
Pekerjaan Tambahan	
1. Dukungan Kegiatan Edukasi dan <i>Event</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu registrasi <i>event</i> I-gen <i>School Exchange</i> Program Indonesia – Saudi Arabia. 2. Melakukan input soal tes SNBT dan topik Korea.
2. <i>Talent Marketing</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi <i>talent</i> instagram Educourse.id.

3.2 Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Profesi selama 78 hari kerja dengan total jam kerja sebanyak 682 jam. Dalam waktu pelaksanaan, praktikan dibimbing oleh Miss Najwa selaku Kepala Manager *Marketing Communication* dan *Sales* dan Miss Rani selaku *Staff Marketing Communication* dan *Sales*. Selama pelaksanaan Kerja Profesi, praktikan diberikan tugas kerja, diarahkan serta diawasi selama praktikan mengerjakan tugas kerja yang diberikan.

Pada hari pertama Praktik Kerja Profesi dilaksanakan, praktikan datang ke kantor dan bertemu dengan Miss Rani selaku *Staff Marketing Communication* dan *Sales*. Miss Rani merupakan *Staff* yang menjadi pembimbing, lalu praktikan juga diperkenalkan oleh Kepala Manager *Marketing Communication* dan *Sales* yaitu Miss Najwa yang menjadi pembimbing serta memberikan tugas selama praktikan melakukan Praktik Kerja Profesi.

Dalam menjalankan kerja profesi di PT Maleo Edukasi Teknologi (Educourse.id), praktikan tergabung dalam Tim *Marketing Communication* dan *Sales*. Praktikan memiliki tanggung jawab dalam menyampaikan penawaran program seperti *trial class*, *STEMagination*, dan *Coding Day* kepada calon peserta, baik melalui pesan langsung maupun media promosi lainnya. Selain itu, praktikan turut mendampingi peserta saat pelaksanaan *trial class* dan bertanggung jawab dalam melaporkan hasil kegiatan kepada orang tua secara informatif dan profesional.

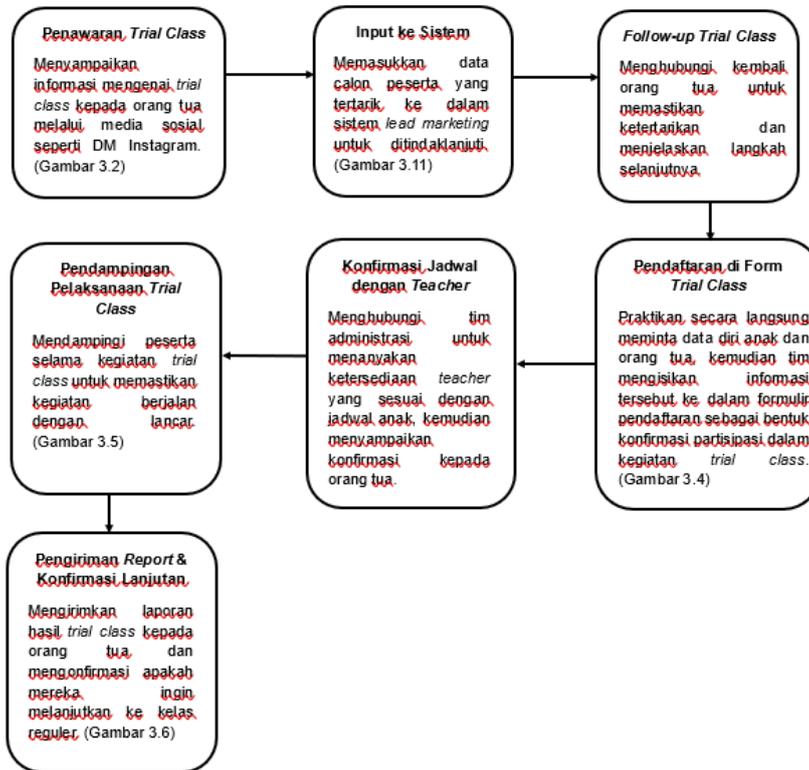
Praktikan juga melakukan penginputan data calon peserta ke dalam sistem *Lead Marketing* secara rapi dan sistematis guna mendukung proses tindak lanjut oleh tim *marketing*. Selain tugas tersebut, praktikan menyampaikan berbagai informasi terkait kegiatan edukatif kepada target audiens melalui saluran komunikasi yang sesuai, seperti Instagram dan WhatsApp. Di luar tugas tersebut, praktikan juga dipercaya untuk berperan sebagai *talent* konten Instagram Educourse.id, dengan tujuan mendukung peningkatan *engagement* serta memperkuat citra positif perusahaan melalui konten visual yang menarik dan edukatif.

3.2.1 Tugas Utama

1. Promosi dan Pelaksanaan *Trial Class*.

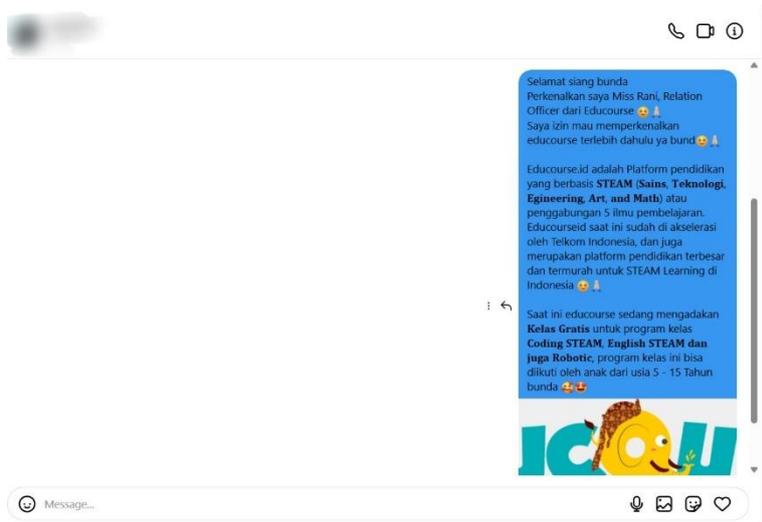
Salah satu tugas utama yang dilakukan oleh praktikan adalah melakukan penawaran *trial class* kepada orang tua. Penawaran ini merupakan bagian dari strategi awal yang dijalankan oleh divisi *Marketing Communication* dan *Sales* untuk memperkenalkan program-program unggulan dari Educourse.id. *Trial class* diselenggarakan secara gratis dan berfungsi sebagai sarana promosi langsung untuk menunjukkan metode pembelajaran, kualitas tenaga pengajar, serta materi yang ditawarkan. Melalui kegiatan ini, calon peserta dapat merasakan pengalaman belajar secara langsung sebelum memutuskan untuk mengikuti kelas reguler.

Proses penawaran *trial class* melibatkan beberapa tahapan, yaitu:



Gambar 3.1 Proses Penawaran *Trial Class*

Untuk melengkapi penjelasan mengenai proses penawaran dan pelaksanaan *trial class*, disertakan pula dokumentasi berupa tangkapan layar komunikasi penawaran melalui media sosial, tampilan form *trial class*, serta laporan hasil *trial class* yang dikirimkan kepada orang tua. Dokumentasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran visual mengenai alur administrasi, bentuk komunikasi, serta *output* dari setiap tahapan dalam proses tersebut.



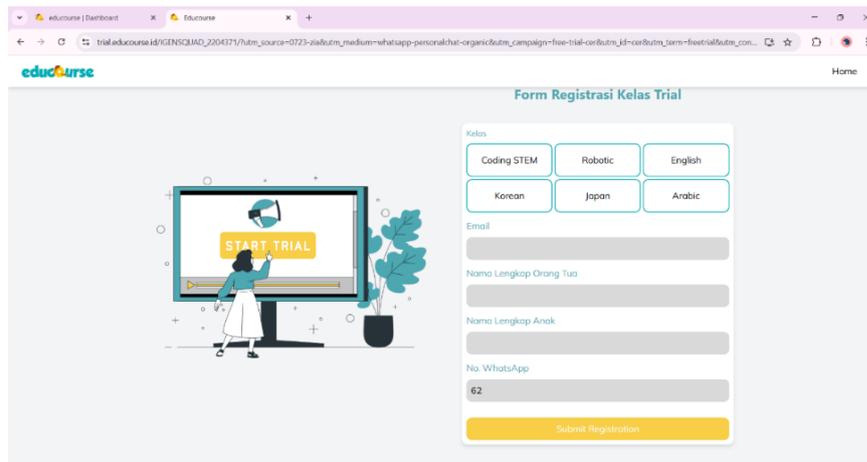
Gambar 3.2 Penawaran *Trial Class* melalui DM Instagram

Sumber: Instagram @maharani_educourse (2025)



Gambar 3.3 Poster *Trial Class*

Sumber: Internal Staff Marketing Communication dan Sales (2025)



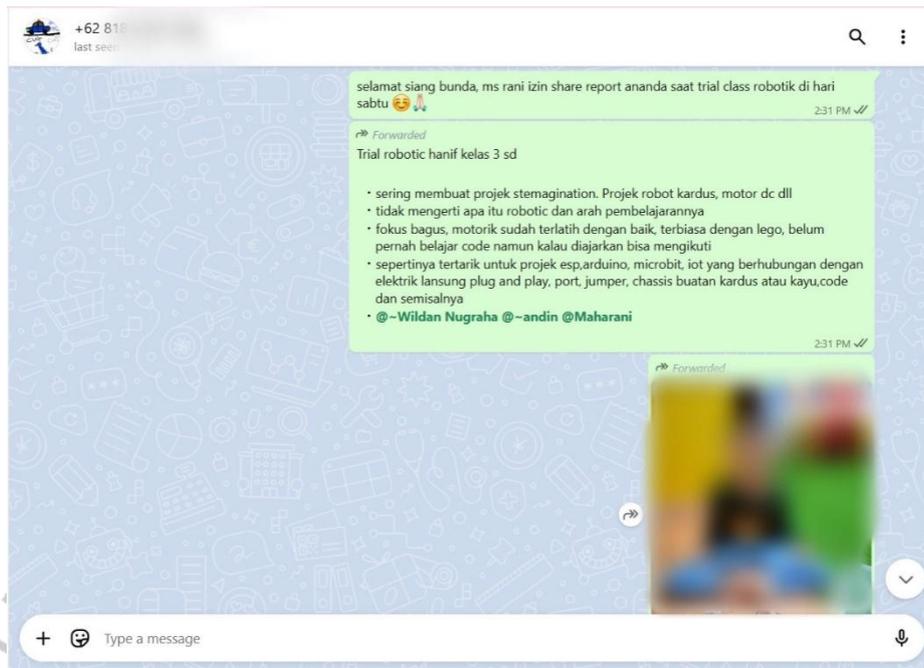
Gambar 3.4 Form Registrasi *Trial Class*

Sumber: Platform Educourse.id



Gambar 3.5 Mendampingi *Trial Class* Bahasa Jepang

Sumber: Zoom (2025)



Gambar 3.6 Mengirim Report Trial Class Robotik

Sumber: WhatsApp 4 admin (2025)

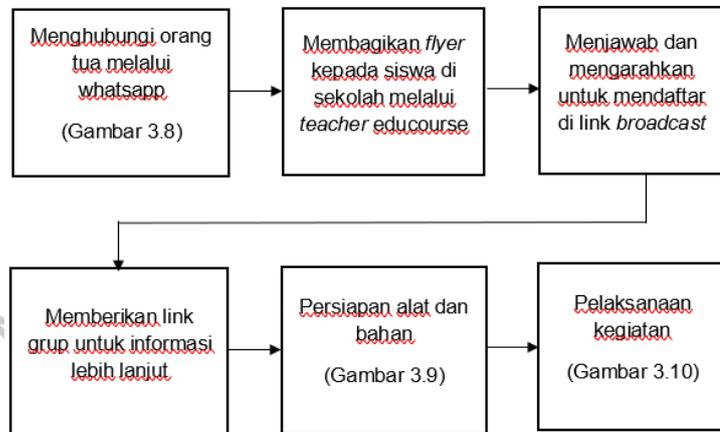
Seluruh tahapan proses *trial class*, mulai dari penawaran kepada calon peserta, input data ke sistem *lead marketing*, *follow-up* penawaran, pengumpulan dan pengisian data formulir pendaftaran, konfirmasi jadwal dengan *teacher* melalui tim administrasi, pendampingan saat pelaksanaan, hingga pengiriman laporan hasil kegiatan kepada orang tua, harus dilaksanakan dengan tertib untuk memastikan layanan yang diberikan berjalan optimal dan mampu meningkatkan kepercayaan serta minat bergabung ke kelas reguler di Educourse.id.

2. Informasi dan Pelaksanaan Event Bulanan.

Salah satu kegiatan rutin yang dilakukan oleh Divisi *Marketing Communication* dan *Sales* di Educourse.id adalah menyampaikan informasi terkait kegiatan *STEMagination* kepada orang tua siswa. *STEMagination* merupakan program edukatif yang dirancang untuk menumbuhkan minat anak terhadap bidang STEM (*Science, Technology, Engineering, and Mathematics*) melalui kegiatan praktis yang menyenangkan. Penyampaian informasi ini bertujuan untuk

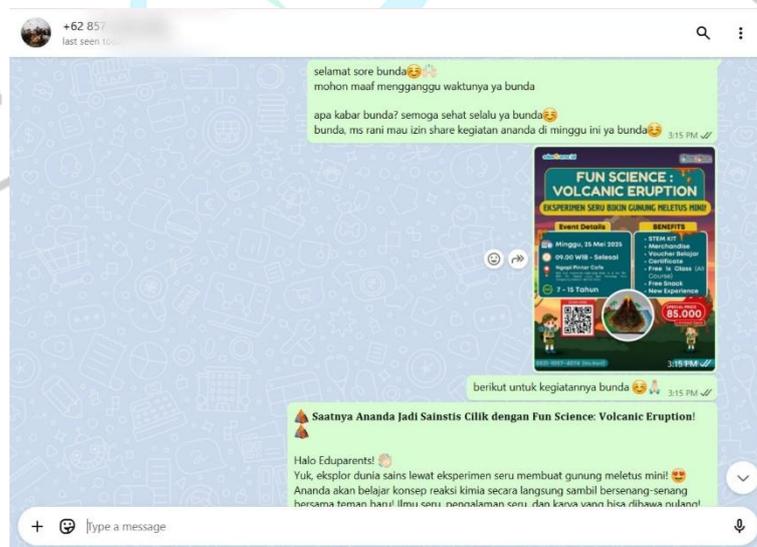
mengenalkan kegiatan tersebut sekaligus meningkatkan partisipasi peserta baru dalam setiap periode pelaksanaannya.

Alur menyampaikan informasi sampai dengan kegiatan STEMagination:



Gambar 3.7 Alur Penyampaian Informasi STEMagination

Untuk memberikan gambaran yang lebih konkret, berikut dokumentasi berupa tangkapan layar proses penyebaran informasi event bulanan. Dokumentasi ini menunjukkan tahapan komunikasi mulai dari menghubungi orang tua sampai pelaksanaan event.



Gambar 3.8 Blast Informasi Kegiatan STEMagination

Sumber: WhatsApp 4 admin (2025)

Dalam proses penyampaian informasi ini, praktikan bertugas menjawab pertanyaan orang tua terkait kegiatan yang ditawarkan, lalu mengarahkan mereka untuk mendaftar melalui link yang telah dibagikan dalam pesan *broadcast*. Setelah pendaftaran, praktikan juga memberikan tautan grup WhatsApp sebagai media komunikasi lanjutan. Seluruh proses ini dilaksanakan hingga tahap persiapan pelaksanaan kegiatan *event* bulanan.



Gambar 3.9 Persiapan Kegiatan *Fun Science*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)



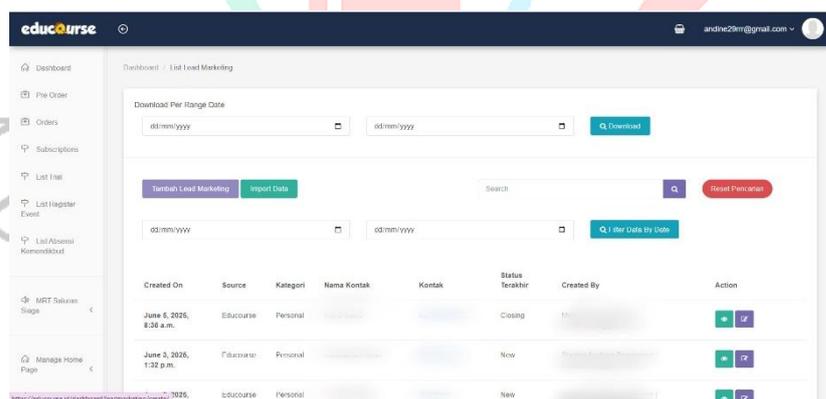
Gambar 3.10 Kegiatan *Fun Science*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 3.10 berikut menunjukkan dokumentasi kegiatan STEMagination yang menampilkan antusiasme peserta serta keterlibatan tim dalam pelaksanaan program. Dengan pelaksanaan yang konsisten di *Head Office* Educourse.id, STEMagination berhasil menjadi program unggulan yang memperkuat posisi perusahaan sebagai penyedia layanan edukasi digital dan eksperiensial yang inovatif. Kegiatan ini sekaligus mempererat hubungan antara Educourse.id dan komunitas belajar, baik dari sisi siswa maupun orang tua.

3. Administrasi Data Pemasaran.

Praktikan menginput data prospek ke dalam sistem *Lead Marketing* untuk mendokumentasikan calon peserta. Data yang dicatat meliputi nama kontak, jenis kontak (WhatsApp/Instagram), kategori, status komunikasi, dan sumber kontak. Proses input dilakukan melalui halaman *Create Lead Marketing* di *dashboard* Educourse.id dengan tujuan agar komunikasi lanjutan dapat berjalan terorganisir, efisien, dan terpantau oleh divisi *Marketing Communication* dan *Sales*.

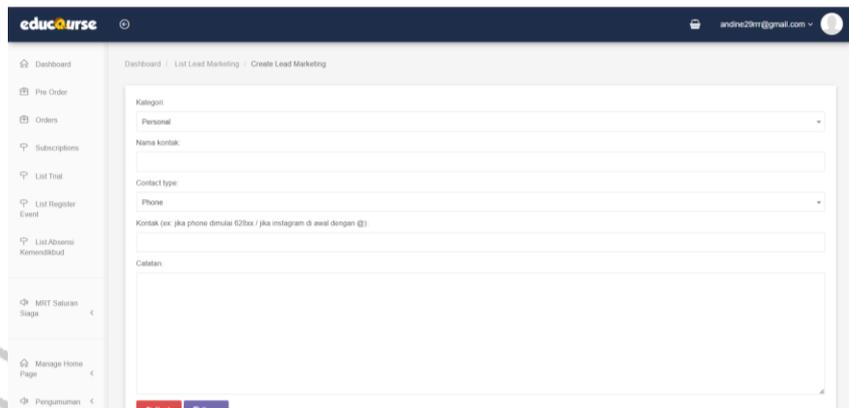


Gambar 3.11 Dashboard List Lead Marketing

Sumber: *Dashboard* Educourse.id (2025)

Gambar 3.11 menunjukkan tampilan halaman *List Lead Marketing*, yaitu halaman utama yang menampilkan data yang telah diinput. Dalam tampilan ini, terdapat beberapa kolom penting seperti tanggal dibuat (*Created On*), sumber kontak, kategori, nama kontak, jenis kontak (nomor WhatsApp atau akun Instagram), status terakhir

komunikasi (seperti *New*, *Follow-up*, *Rejected* atau *Closing*), serta siapa yang melakukan input data. Tampilan ini membantu tim untuk memantau perkembangan komunikasi dan menentukan langkah lanjutan yang tepat.



Gambar 3.12 Create Lead Marketing

Sumber: Dashboard Educourse.id (2025)

Sementara itu, Gambar 3.12 memperlihatkan halaman *Create Lead Marketing*, tempat di mana data baru dicatat. Praktikan diminta untuk mengisi kategori, nama kontak, jenis kontak, nomor atau akun yang digunakan, serta catatan tambahan apabila dibutuhkan. Informasi ini harus diisi secara teliti dan sesuai dengan arahan pembimbing agar *database* tetap rapi dan akurat.

Kegiatan ini penting dalam membangun sistem pencatatan calon peserta yang tertib dan terorganisir. Dengan demikian, proses tindak lanjut promosi, pengingat jadwal *trial*, atau penawaran program lanjutan dapat dilakukan secara efisien dan terstruktur.

4. Kerja Sama dan Kemitraan Sekolah.

Visit ke sekolah-sekolah merupakan salah satu kegiatan penting yang dilakukan oleh divisi *Marketing Communication* dan *Sales* Educourse.id untuk memperluas jaringan kerja sama secara langsung. Kegiatan ini bertujuan untuk menjalin hubungan dengan pihak sekolah, baik swasta maupun negeri, guna menawarkan beragam program edukatif dari Educourse.id yang dapat mendukung kegiatan pembelajaran di sekolah. Melalui pendekatan tatap muka, komunikasi

menjadi lebih personal dan langsung, sehingga lebih mudah membangun kepercayaan dan menjelaskan nilai tambah dari program-program yang ditawarkan.

Salah satu program utama yang diperkenalkan dalam *visit* ini adalah GESSIT (Gerakan Sejuta Siswa Digital). Program ini merupakan campaign unggulan Educourse.id yang berbentuk kerja sama kelas intrakurikuler maupun ekstrakurikuler dengan sekolah swasta maupun negeri dari berbagai jenjang, mulai dari SD, SMP, hingga SMA. Dalam program ini, Educourse.id menyediakan kelas berbasis digital seperti Coding, STEM, dan bahasa asing, yang dapat diintegrasikan ke dalam kurikulum sekolah atau dijalankan sebagai kegiatan tambahan di luar jam pelajaran. Selain GESSIT, tim juga menawarkan program *Coding Day*, yakni kegiatan pengenalan teknologi melalui sesi pembelajaran coding interaktif yang bersifat praktis dan menyenangkan. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun minat siswa terhadap dunia teknologi sejak dini.

Saat *visit*, tim biasanya memulai dengan presentasi singkat yang menjelaskan visi, misi, serta keunggulan program Educourse.id. Tidak hanya menawarkan, tim juga secara aktif menggali informasi lebih dalam mengenai karakteristik sekolah yang dikunjungi. Informasi yang dikumpulkan antara lain meliputi fasilitas lab komputer, jumlah siswa di masing-masing jenjang, serta kapan dimulainya tahun ajaran baru. Informasi ini sangat penting untuk menyesuaikan penawaran program agar tepat guna dan relevan dengan kebutuhan masing-masing sekolah.

Selama kegiatan *visit* berlangsung, praktikan turut serta dengan mengikuti proses dari awal hingga akhir. Praktikan mengamati dan mempelajari bagaimana cara tim menawarkan kerja sama kepada pihak sekolah, termasuk pendekatan komunikasi yang digunakan, pemaparan program, serta proses diskusi dua arah untuk memahami kebutuhan sekolah. Pengalaman ini menjadi sarana pembelajaran langsung yang sangat berharga bagi praktikan dalam memahami praktik kerja divisi *Marketing Communication* dan *Sales* secara nyata.



Gambar 3.13 *Visit SD Islam AL Fauzien Depok*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Dokumentasi kegiatan *visit* ke SD Islam AL Fauzien Depok bersama Kepala *Manager Marketing Communication* dan *Sales Educourse.id*. Dalam kunjungan ini, tim melakukan presentasi program GESSIT dan berdiskusi dengan pihak sekolah mengenai kemungkinan kerja sama program intrakurikuler atau ekstrakurikuler serta menawarkan program *Coding Day* kepada pihak sekolah.

Selain melalui kunjungan langsung, praktikan juga melakukan pendekatan komunikasi via WhatsApp kepada pihak sekolah untuk menawarkan program *Coding Day* sebagai bagian dari promosi layanan pendidikan digital dari Educourse.id. Penawaran ini disampaikan dengan menyertakan surat undangan resmi guna memberikan informasi yang jelas dan formal kepada sekolah mitra, baik swasta maupun negeri. Langkah ini merupakan bagian awal dari proses kerja sama dan bertujuan untuk memperkenalkan program edukatif berbasis teknologi kepada siswa sejak dini.



Gambar 3.14 Surat Undangan Coding Day

Sumber: Internal Perusahaan (2025)

Gambar 3.14 menunjukkan contoh surat undangan resmi yang dikirimkan kepada sekolah-sekolah mitra sebagai bentuk ajakan kerja sama dalam pelaksanaan kegiatan *Coding Day*. Surat ini memuat informasi terkait tujuan kegiatan, waktu pelaksanaan, tempat pelaksanaan dan gambaran umum program yang akan dilaksanakan bersama pihak sekolah.

Dalam kegiatan kerja profesi, praktikan juga terlibat dalam pelaksanaan *Coding Day* di sekolah yang telah menerima kerja sama. Praktikan membantu tim dalam menyiapkan teknis pelaksanaan, mulai dari pengecekan fasilitas, pendampingan peserta, hingga membantu *teacher* dalam proses penyampaian materi *coding*. Praktikan turut memastikan bahwa seluruh peserta dapat mengikuti kegiatan dengan lancar dan nyaman, serta memberikan bantuan kepada siswa yang mengalami kendala teknis. Pelaksanaan ini menjadi bagian penting dalam membangun pengalaman belajar yang menyenangkan sekaligus memperluas pemahaman siswa terhadap dunia pemrograman sejak usia dini.

Selama kegiatan berlangsung, tim juga mendampingi jalannya program untuk memastikan kesiapan teknis dan kenyamanan peserta.

Koordinasi dilakukan dengan pihak sekolah dan pengajar agar kegiatan dapat berjalan lancar dan sesuai dengan tujuan awal, yaitu memberikan pengalaman belajar yang menyenangkan serta membuka wawasan siswa tentang dunia pemrograman. Selain itu, kegiatan ini juga menjadi momen penting untuk mendokumentasikan respons dan antusiasme peserta sebagai bahan evaluasi dan promosi lanjutan.



Gambar 3.15 Coding Day SDIT Bina Auladi Depok

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Gambar 3.15 menunjukkan dokumentasi pelaksanaan kegiatan *Coding Day* di SDIT Bina Auladi Depok. Pada kegiatan ini, praktikan turut membantu *teacher* dalam pelaksanaan program, seperti memastikan peserta didik mengikuti materi dengan baik serta memberikan bantuan kepada siswa yang mengalami kesulitan teknis dalam proses belajar *coding*.

3.2.2 Tugas Tambahan

1. Membantu Registrasi Event I-Gen School Exchange Program Indonesia – Saudi Arabia

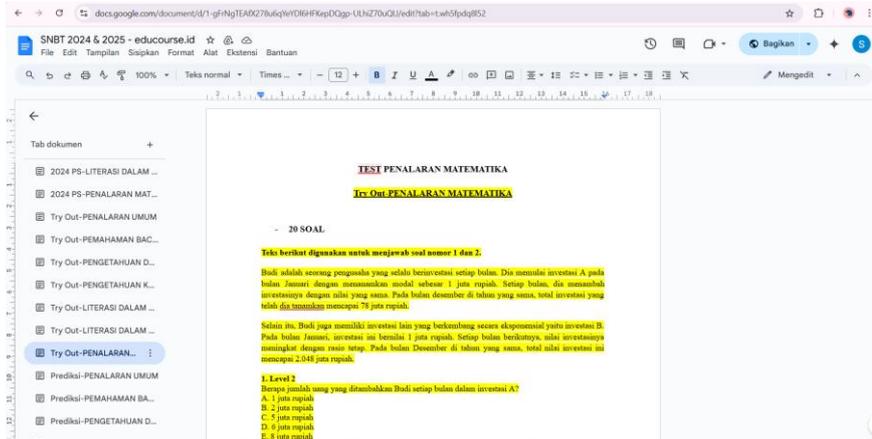
Selama menjalani program magang di PT Maleo Edukasi Teknologi (Educourse.id), praktikan tidak hanya berkontribusi dalam kegiatan utama seperti melakukan penawaran *trial class* kepada calon peserta, mendampingi serta mengirim *report trial class* kepada orang tua, menyampaikan informasi terkait kegiatan *stemagination* kepada

orang tua, menyelenggarakan kegiatan stemagination secara rutin setiap 1 (satu) bulan sekali, melakukan input data ke *lead marketing*, melakukan visit ke sekolah-sekolah untuk menawarkan kerja sama, serta mengoordinasikan pelaksanaan dan menawarkan kegiatan *coding day* kepada sekolah-sekolah. Praktikan juga dilibatkan dalam kegiatan I-Gen *School Exchange* Program Indonesia – Saudi Arabia untuk membantu di bagian meja registrasi.

Dalam kegiatan ini, praktikan dipercaya untuk membantu di bagian meja registrasi, yang menjadi bagian penting dalam menyambut dan melayani tamu undangan. Tanggung jawab yang dijalankan meliputi pendataan kehadiran guru-guru perwakilan dari berbagai sekolah, memastikan proses penyambutan tamu VIP berjalan lancar dan tertib, serta memberikan *name tag* dan *souvenir* kepada seluruh tamu undangan yang hadir. Keterlibatan ini tidak hanya menambah pengalaman praktikan dalam bidang *event organizing*, tetapi juga mengasah kemampuan komunikasi dan koordinasi secara langsung dengan berbagai pemangku kepentingan di sektor pendidikan.

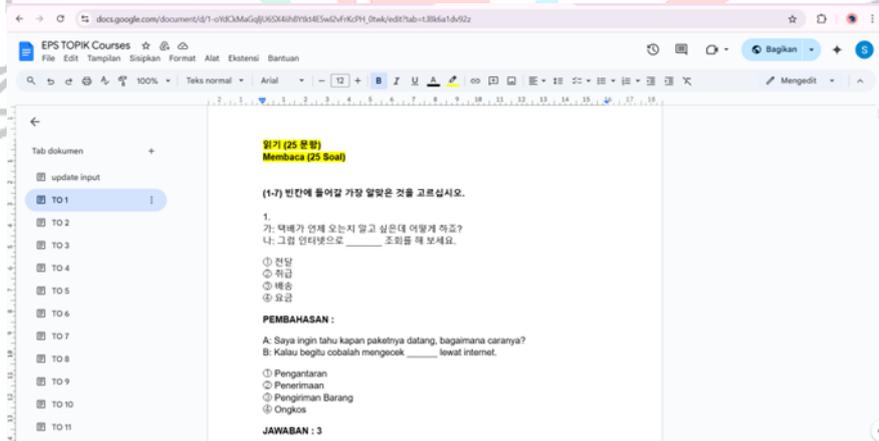
2. Input Tes Soal SNBT & Topik Korea

Selain berperan aktif dalam kegiatan utama divisi Marketing Communication dan Sales serta keterlibatannya dalam I-Gen *School Exchange* Program Indonesia – Saudi Arabia, praktikan juga diberi tanggung jawab tambahan di bidang konten edukatif, khususnya dalam proses penginputan soal-soal latihan ke dalam sistem. Praktikan dilibatkan dalam proses input soal Tes SNBT (Seleksi Nasional Berdasarkan Tes) dan Topik Korea, yang merupakan bagian dari materi pembelajaran berbasis digital di Educourse.id.



Gambar 3.16 Input Soal Test SNBT
 Sumber: Internal Perusahaan (2025)

Dalam proses penginputan soal SNBT (Gambar 3.16), praktikan bertugas memasukkan materi visual, seperti gambar diagram, grafik, maupun ilustrasi pendukung ke dalam sistem soal secara teliti dan sesuai dengan konteks soal. Tugas ini membutuhkan ketelitian tinggi untuk memastikan bahwa setiap elemen visual sesuai dengan teks soal dan dapat dipahami dengan baik oleh pengguna.



Gambar 3.17 Input Soal Topik Korea
 Sumber: Internal Perusahaan (2025)

Sementara itu, untuk penginputan soal Topik Korea (Gambar 3.17), praktikan diberikan tanggung jawab yang lebih menyeluruh. Praktikan menginput secara lengkap Tes Online (TO) 1 hingga TO 20, termasuk soal pilihan ganda, teks bacaan, serta elemen visual seperti

gambar atau grafik penunjang. Proses ini melibatkan pemahaman struktur soal, penyusunan layout yang rapi, serta pengecekan ulang agar tidak ada kesalahan teknis dalam tampilan soal saat diakses oleh pengguna.

Kegiatan ini memberikan pengalaman penting bagi praktikan dalam memahami proses digitalisasi konten pendidikan serta meningkatkan keterampilan teknis dalam pengelolaan materi ujian berbasis sistem.

3. Talent Marketing

Selain menjalankan tugas utama di divisi *Marketing Communication* dan *Sales*, praktikan juga mendapatkan kesempatan untuk terlibat dalam pembuatan konten promosi Instagram @educourse.id dengan bergabung sebagai *talent* untuk membantu tim *Creative Media*. Peran praktikan meliputi menjadi *talent* dalam proses produksi konten video promosi serta membantu pengisian *voice over* (VO) untuk beberapa materi promosi.

Beberapa konten yang melibatkan praktikan antara lain konten promosi materi SNBT, yang memberikan tips dan strategi menghadapi ujian masuk perguruan tinggi. Konten edukasi mengenai kesamaan tiga orang terkaya di dunia, yang dikemas dalam format storytelling visual menarik. Promosi *Coding Class*, yang memperkenalkan manfaat belajar coding sejak usia dini. Serta, konten promosi *Holiday Program*, yang bertujuan menarik minat siswa selama liburan sekolah. Selain itu, praktikan juga dipercaya untuk membantu pengisian VO dalam konten promosi *Coding Day* di SD Ramah Anak Depok, yang menjadi salah satu program kolaborasi Educourse.id dengan sekolah mitra.

Keterlibatan praktikan dalam proses ini memberikan pengalaman tambahan dalam produksi konten digital, pengolahan pesan promosi, serta pengembangan keterampilan komunikasi suara untuk keperluan media promosi. Dokumentasi kegiatan praktikan sebagai talent dapat dilihat pada Gambar 3.18.



Gambar 3.18 Talent Promosi di Instagram @educourse.id
 Sumber: Instagram @educourse.id (2025)

3.3 Kendala Yang Dihadapi

1. Kesulitan Mendapatkan Calon Peserta *Event* STEMagination

Praktikan menghadapi sejumlah kendala dalam proses pencarian target *event* untuk kegiatan STEMagination, sebuah program edukatif yang diselenggarakan secara rutin oleh Educourse.id. Salah satu tantangan utama dalam pelaksanaan promosi program STEMagination adalah rendahnya tingkat partisipasi peserta, meskipun upaya penyebaran informasi telah dilakukan melalui *teacher* Educourse yang mengajar di sekolah. Praktikan dan tim membagikan *flyer* kegiatan kepada para *teacher* Educourse sebagai perantara untuk menyampaikan informasi kepada murid-murid dan orang tua mereka. Namun, minat yang muncul dari pendekatan ini masih tergolong minim. Banyak guru telah membantu membagikan informasi, tetapi respons dari orang tua tidak selalu sesuai harapan. Hal ini membuat proses pencarian target menjadi tidak selalu berjalan lancar dan memerlukan pendekatan yang lebih strategis dan efektif.

Dalam situasi ini, praktikan dituntut untuk menunjukkan ketekunan dalam melakukan *follow-up* kepada orang tua secara berkala, terutama setelah informasi kegiatan disebarkan melalui *flyer* yang diberikan kepada *teacher* Educourse di sekolah. Meskipun para guru telah membantu menyampaikan informasi, minat yang

ditunjukkan oleh orang tua masih terbatas. Oleh karena itu, praktikan perlu menjaga komunikasi yang profesional dan persuasif agar ketertarikan terhadap program tetap terbangun. Tantangan lain muncul ketika orang tua menunjukkan ketertarikan, tetapi belum sepenuhnya memahami konsep kegiatan STEM yang ditawarkan. Dalam kondisi seperti ini, praktikan harus mampu menjelaskan kembali secara jelas dan meyakinkan mengenai tujuan, manfaat, serta teknis pelaksanaan kegiatan.

Kemampuan komunikasi interpersonal yang baik, kesabaran, dan strategi pendekatan yang tepat menjadi kunci penting dalam mengatasi tantangan ini. Praktikan perlu berpikir fleksibel, mampu menyesuaikan cara berkomunikasi dengan karakteristik orang tua, serta menjaga hubungan yang positif agar proses promosi program berjalan efektif. Pendekatan yang lebih personal melalui pesan WhatsApp menjadi salah satu strategi yang dinilai efektif dalam meningkatkan partisipasi, karena memberikan ruang interaksi dua arah dan memungkinkan penyampaian informasi secara lebih terperinci dan meyakinkan.

2. Kurangnya Pemahaman dalam Membuat Proyek STEMagination

Dalam proses pelaksanaan program STEMagination, praktikan menghadapi kendala dalam pembuatan proyek berbasis teknologi, khususnya saat mencoba menyusun dua alat peraga utama yaitu *Hand Train* dan *Evirobot*. Pada awalnya, praktikan mengalami kesulitan karena tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang cara kerja dan komponen yang digunakan dalam proyek tersebut. Ketidaktahuan mengenai teknis perakitan, alur fungsional alat, serta tidak tersedianya tutor atau panduan secara langsung pada saat itu membuat praktikan merasa kebingungan dan terhambat dalam menyelesaikan tugas tersebut.

Keterbatasan pemahaman teknis ini tidak hanya mempengaruhi kecepatan pengerjaan proyek, tetapi juga menurunkan kepercayaan diri praktikan dalam menghadapi kegiatan yang berkaitan dengan teknologi dan robotika. Dalam situasi ini, praktikan harus berinisiatif mencari referensi tambahan, baik melalui video tutorial, dokumen

proyek sebelumnya, maupun berkonsultasi dengan *teacher* lebih memahami materi tersebut. Upaya ini dilakukan untuk memastikan proyek tetap dapat diselesaikan sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Educourse.id.

Pengalaman ini menjadi pembelajaran penting bagi praktikan mengenai pentingnya kesiapan teknis, kemandirian dalam mencari solusi, dan keterbukaan untuk belajar hal baru, khususnya dalam dunia pendidikan yang berbasis teknologi seperti program STEM. Meskipun menghadapi tantangan, praktikan berhasil memperoleh pemahaman lebih baik setelah melalui proses *trial and error* dan mendapatkan bimbingan tambahan.

3. Keterbatasan Fitur Alat yang Digunakan

Selama menjalankan tugas penawaran program *Trial Class* kepada calon peserta melalui fitur *Direct Message* (DM) di Instagram, praktikan mengalami sejumlah kendala teknis yang cukup menghambat. Salah satu kesulitan utama adalah adanya batasan jumlah karakter yang diberlakukan oleh *platform* Instagram, sehingga pesan promosi tidak dapat disampaikan secara lengkap dalam satu kali pengiriman. Hal ini mengharuskan praktikan untuk menyusun ulang isi pesan agar lebih singkat dan padat, tanpa mengurangi esensi informasi yang ingin disampaikan.

Selain itu, keterbatasan sistem juga berdampak pada jumlah pesan yang dapat dikirim dalam waktu tertentu, yang membuat proses penyebaran informasi menjadi lebih lambat dari yang direncanakan. Praktikan perlu membagi pesan menjadi beberapa bagian dengan membuat versi ringkas yang tetap komunikatif dan menarik. Tantangan lainnya adalah potensi pesan dianggap sebagai spam oleh sistem Instagram, terutama jika dikirim ke banyak akun dalam waktu singkat.

3.4 Cara Mengatasi Kendala

1. Mengatasi Kendala Mendapatkan Calon Peserta *Event* STEMagination

Untuk mengatasi berbagai tantangan dalam pencarian target kegiatan STEMagination, praktikan menerapkan beberapa solusi yang

fleksibel dan fokus pada pencapaian tujuan. Salah satu langkah yang diambil adalah meningkatkan intensitas komunikasi langsung dengan orang tua melalui *platform* WhatsApp. Pendekatan ini dinilai lebih efektif dibanding penyebaran *flyer* melalui *teacher* Educourse, karena memungkinkan komunikasi dua arah yang interaktif dan personal. Praktikan juga mengatur jadwal *follow-up* yang konsisten agar orang tua tetap mendapat pengingat tentang kegiatan dan tidak kehilangan ketertarikan.

Selain itu, untuk memperkuat pemahaman calon peserta terhadap konsep STEMagination, praktikan menyiapkan penjelasan tambahan berupa infografik sederhana, contoh kegiatan, serta testimoni dari peserta sebelumnya. Materi ini dikirimkan langsung kepada orang tua melalui pesan pribadi untuk meningkatkan keyakinan mereka terhadap manfaat program. Dalam beberapa kasus, praktikan juga melakukan penyesuaian cara penyampaian informasi sesuai dengan respons dan karakteristik lawan bicara, seperti menggunakan bahasa yang lebih akrab atau menjawab pertanyaan dengan contoh nyata.

Tingginya target pencapaian yang harus dipenuhi membuat praktikan perlu mengatur waktu secara efisien dan bekerja lebih dari jam kerja, untuk merespons pesan, memperbarui daftar kontak yang dihubungi, dan mengelola data *follow-up*. Meskipun menantang, upaya ini menunjukkan komitmen praktikan dalam mencapai target yang telah ditetapkan serta membuktikan kemampuan manajemen waktu dan ketekunan dalam menghadapi situasi yang dinamis. Dengan strategi yang lebih aktif, solutif, dan penuh kesabaran, praktikan mampu membangun kepercayaan dan meningkatkan partisipasi secara bertahap dalam program STEMagination.

2. Cara Mengatasi Kurangnya Pemahaman dalam Membuat Proyek STEMagination

Untuk mengatasi kendala teknis dalam penyusunan alat peraga seperti *Hand Train* dan *Evirobot*, praktikan perlu mengembangkan cara kerja yang terencana dan inisiatif. Salah satu langkah yang dilakukan adalah mempelajari terlebih dahulu cara membuat alat peraga

sebelum memulai proyek, seperti dengan mencari sumber belajar mandiri, menonton video tutorial, dan membaca modul proyek terdahulu. Praktikan juga menghubungi *teacher* yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai proyek tersebut untuk mendapatkan bimbingan tambahan secara langsung.

Selain itu, praktikan membagi proses pengerjaan menjadi tahapan-tahapan kecil yang lebih mudah dipahami dan dikuasai, sehingga setiap bagian dapat diselesaikan secara bertahap sambil tetap melakukan evaluasi terhadap hasilnya. Pendekatan *trial and error* juga dimanfaatkan sebagai bagian dari proses belajar untuk memahami logika kerja alat secara menyeluruh. Praktikan mulai membiasakan diri mendokumentasikan setiap langkah dan kendala yang dihadapi agar bisa menjadi bahan refleksi serta referensi di masa mendatang.

Solusi ini tidak hanya membantu dalam menyelesaikan proyek tepat waktu, tetapi juga meningkatkan kepercayaan diri praktikan dalam menghadapi tantangan berbasis teknologi. Pengalaman ini menumbuhkan keterampilan penting seperti inisiatif, kemandirian, dan ketekunan, yang sangat dibutuhkan dalam dunia kerja, khususnya di bidang teknologi pendidikan.

3. Cara Mengatasi Kendala dalam Keterbatasan Fitur Alat yang Digunakan

Untuk mengatasi batasan jumlah karakter dalam satu pesan, praktikan menyusun ulang pesan promosi dengan gaya bahasa yang lebih singkat, padat, dan *to the point*, namun tetap menjaga agar informasi utama seperti jadwal, manfaat, dan cara pendaftaran tetap tersampaikan dengan jelas. Praktikan juga menggunakan pendekatan *storytelling* singkat atau kalimat pembuka yang menarik agar audiens tertarik membaca pesan lanjutan.

Dalam menghadapi keterbatasan jumlah pesan yang dapat dikirim dalam satu waktu, praktikan menjadwalkan pengiriman pesan secara bertahap dan konsisten, misalnya dengan membagi target penerima pesan ke dalam beberapa *batch* per hari. Hal ini tidak hanya

membantu menghindari sistem pembatasan Instagram, tetapi juga menjaga kualitas interaksi yang lebih personal.

Untuk meminimalkan risiko pesan dianggap spam, praktikan menyesuaikan isi pesan dengan menyebut nama calon peserta atau menulis pesan berdasarkan minat yang terlihat dari profil Instagram mereka. Praktikan juga memperhatikan jeda waktu antar pengiriman pesan agar tidak terdeteksi sebagai aktivitas mencurigakan oleh sistem.

Selain itu, praktikan memanfaatkan fitur lain seperti *Instagram Story* dengan tautan langsung ke pendaftaran, serta membalas interaksi yang masuk ke kolom komentar secara responsif untuk memperluas jangkauan tanpa hanya bergantung pada DM saja. Pendekatan kombinasi ini terbukti lebih efektif dalam membangun keterlibatan dan meningkatkan kemungkinan pendaftaran dari calon peserta.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi

Selama menjalankan kerja profesi di Educourse.id, praktikan memperoleh pengalaman langsung yang sangat berharga dalam bidang *Marketing Communication* dan *Sales*, khususnya dalam penerapan strategi pemasaran digital. Praktikan yang sebelumnya hanya mendapatkan pembelajaran secara teori di bangku kuliah, kini dapat menerapkan konsep-konsep pemasaran secara nyata di lingkungan kerja. Mulai dari proses penyusunan materi promosi, komunikasi dengan calon peserta, hingga mengatur jadwal *follow-up* kepada calon pelanggan melalui sistem yang sudah ditentukan oleh perusahaan.

Praktikan juga belajar tentang cara melakukan *follow-up* yang terjadwal dan terstruktur, sehingga mampu menjaga kelangsungan komunikasi dengan calon pelanggan. Selain itu, praktikan memperoleh pemahaman baru tentang strategi promosi yang lebih efektif, dengan memanfaatkan berbagai saluran digital seperti Instagram dan WhatsApp, serta menyusun pesan promosi yang lebih persuasif dan sesuai karakter target pasar.

Tidak hanya dalam aspek teknis pemasaran, praktikan juga mendapatkan pengalaman dalam pengelolaan administrasi data pemasaran, termasuk penggunaan *dashboard Lead Marketing* untuk mencatat, memantau, dan menganalisis data prospek. Praktikan juga berhasil memenuhi target peserta yang sudah ditetapkan oleh perusahaan, terutama dalam hal perolehan peserta untuk *event* bulanan. Hal ini menunjukkan peningkatan kemampuan praktikan dalam bekerja secara produktif, disiplin, dan berorientasi pada hasil.

Dari sisi pengembangan *soft skills*, praktikan belajar tentang pentingnya disiplin waktu, tanggung jawab dalam menyelesaikan target harian, serta kemampuan adaptasi dalam menghadapi dinamika di dunia kerja digital. Kegiatan ini juga melatih kemampuan komunikasi, ketelitian dalam penginputan data, dan sikap profesionalisme yang dibutuhkan dalam industri edukasi berbasis teknologi.

- Dengan seluruh pengalaman yang diperoleh, praktikan merasa lebih percaya diri dan siap menghadapi dunia kerja, khususnya di bidang manajemen pemasaran digital. Pembelajaran selama kerja profesi ini menjadi nilai tambah penting dalam membentuk kompetensi profesional dan daya saing praktikan di masa depan.