



2.67%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 9 JUL 2025, 3:33 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

● IDENTICAL
0.28%

● CHANGED TEXT
2.39%

Report #27400569

LAPORAN KERJA PROFESI AKTIVITAS KERJA PROFESI BAGIAN MARKETING DI PT MUDAH BERBAGI ILMU AYU CRISELA FEBRIANI MANIK 2022021073 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Kemajuan teknologi yang sangat pesat telah mendorong terjadinya transformasi besar dalam dunia bisnis dan industri. Untuk menjawab tantangan tersebut, institusi pendidikan tinggi dituntut untuk menyelenggarakan proses pembelajaran yang tidak hanya teoritis, tetapi juga kontekstual dan aplikatif sesuai dengan kebutuhan dunia kerja nyata. Hal ini dapat dilakukan melalui integrasi antara teori yang dipelajari di kelas dengan pengalaman praktik langsung di lapangan. Salah satu strategi yang diterapkan oleh perguruan tinggi untuk menjembatani dunia akademik dan industri adalah melalui pelaksanaan program Kerja Profesi. Program ini dirancang untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa agar dapat memperoleh pengalaman nyata di dunia kerja melalui keterlibatan langsung dalam aktivitas organisasi, pengembangan keterampilan teknis dan non-teknis, serta perluasan jaringan profesional. Kerja Profesi menjadi wadah pembelajaran yang relevan dan adaptif terhadap dinamika industri, sekaligus menjadi media pembentukan karakter dan kompetensi kerja yang dibutuhkan di era digital. Dalam rangka mendukung pelaksanaan program Kerja Profesi, PT Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id) dipilih sebagai salah satu mitra strategis karena keselarasan visinya dalam pengembangan manajemen berbasis teknologi

digital. Doceo.id merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan pembelajaran daring, pengembangan sumber daya manusia, serta sistem manajemen pembelajaran digital (Learning Management System /LMS). Mahasiswa yang melaksanakan Kerja Profesi di Doceo.id memperoleh pengalaman langsung dalam pengelolaan proyek digital, penerapan strategi pemasaran berbasis data, pengembangan inovasi teknologi, hingga pengelolaan sumber daya manusia melalui pendekatan berbasis teknologi. Secara khusus, penempatan mahasiswa pada Divisi Manajemen Pemasaran (Marketing) memberikan wawasan praktis yang sangat relevan dengan perkembangan tren pemasaran digital saat ini. Mahasiswa terlibat dalam berbagai kegiatan seperti penyusunan materi promosi, pengelolaan kampanye digital, analisis pasar dan pesaing, serta penyusunan strategi komunikasi untuk segmen pasar B2B (business to business) . Hal ini penting karena pemasaran B2B kini semakin dinamis dan tidak kalah kompleks dibandingkan dengan pemasaran B2C (business to consumer) , bahkan cenderung menekankan pada aspek relasional, nilai jangka panjang, dan kepercayaan antar organisasi. Dalam konteks B2B, tantangan utama yang dihadapi adalah bagaimana membangun dan mempertahankan hubungan bisnis melalui media digital. Media sosial yang sebelumnya lebih populer dalam konteks B2C, kini juga memainkan peran strategis dalam komunikasi dan pemasaran B2B. (Järvinen et al., 2012) menyatakan bahwa “pemasaran media sosial dalam konteks B2B lebih kompleks, namun memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran merek, membangun hubungan, dan memberikan edukasi kepada pelanggan Hal ini menunjukkan bahwa media sosial kini menjadi saluran penting untuk menjalin interaksi profesional, membangun kepercayaan, dan memperkuat citra perusahaan. Lebih lanjut, (Brennan & Croft, 2012) menambahkan bahwa “meskipun pemasar B2B lebih lambat dalam mengadopsi media sosial dibandingkan B2C, potensi media sosial dalam menciptakan keterlibatan, memimpin pemikiran, dan mengembangkan hubungan tetap signifikan dalam konteks B2B. Pernyataan ini menegaskan bahwa media sosial tidak lagi sekedar alat komunikasi, tetapi telah menjadi instrumen penting dalam strategi pemasaran dan relasi jangka panjang

antar perusahaan. Dalam praktiknya, Doceo.id memanfaatkan berbagai platform media sosial seperti LinkedIn, Instagram, dan YouTube untuk membangun citra perusahaan, menyampaikan konten edukatif, serta menjangkau institusi pendidikan dan organisasi mitra. Strategi pemasaran yang diterapkan mencakup penyajian konten bernilai, seperti studi kasus pemanfaatan LMS, testimoni dari klien, materi microlearning, serta dokumentasi kegiatan kolaboratif. Hal ini membuktikan bahwa media sosial dalam konteks B2B dapat menjadi sarana efektif untuk membangun brand, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan ekosistem kolaboratif yang produktif di era digital. Sebagai bagian dari komitmen universitas dalam meningkatkan kualitas lulusan yang siap kerja dan memiliki daya saing global, program Kerja Profesi di Doceo.id menjadi media pembelajaran yang sangat relevan dengan kebutuhan zaman. Pengalaman langsung yang diperoleh mahasiswa dalam lingkungan industri edutech ini tidak hanya memperkaya pemahaman teoritis yang didapat di bangku kuliah, tetapi juga mengasah keterampilan praktis di bidang pemasaran digital, komunikasi bisnis, dan pengelolaan proyek berbasis teknologi. Dengan demikian, Kerja Profesi tidak hanya menjadi syarat akademik, tetapi juga investasi strategis dalam membentuk lulusan yang adaptif, inovatif, dan siap menghadapi tantangan dunia kerja masa depan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

Kerja Profesi dilaksanakan sebagai sarana pembelajaran langsung bagi mahasiswa agar dapat memahami dan merasakan secara nyata dinamika dunia kerja, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran. **3** Melalui keterlibatan aktif di lingkungan perusahaan, mahasiswa diharapkan mampu mengintegrasikan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dengan praktik lapangan yang relevan. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan kompetensi profesional mahasiswa, meliputi kemampuan berpikir analitis, komunikasi efektif, kerja tim, serta pemahaman terhadap strategi pemasaran digital dalam konteks industri. Dengan demikian, kerja profesi tidak hanya menjadi media pembelajaran aplikatif, tetapi juga sebagai langkah strategis dalam mempersiapkan mahasiswa menjadi lulusan yang adaptif, kompeten, dan siap

bersaing di dunia kerja yang dinamis. 1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Adapun maksud dari pelaksanaan Program Kerja Profesi yaitu: a.

Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman nyata dalam menerapkan teori manajemen pemasaran dan pengelolaan bisnis berbasis digital di lingkungan profesional. b. Menumbuhkan pemahaman mahasiswa

terhadap dinamika industri zteknologi pendidikan dan penerapan strategi pemasaran B2B yang inovatif dan relevan dengan era digital. c.

Meningkatkan kesiapan mahasiswa dalam menghadapi tantangan dunia kerja melalui penguatan keterampilan adaptasi, berpikir strategis, serta kompetensi di bidang pemasaran digital. 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Adapun tujuan dari pelaksanaan Program Kerja Profesi: a. Mengintegrasikan

teori manajemen pemasaran dan strategi bisnis ke dalam aktivitas operasional di PT Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id), khususnya dalam konteks promosi digital dan komunikasi bisnis. b. Mengembangkan keterampilan

praktis mahasiswa dalam merancang konten pemasaran, menganalisis tren pasar, serta menyusun strategi komunikasi pada segmen business-to-

business (B2B). c. Memberikan umpan balik konstruktif kepada program studi untuk penyempurnaan kurikulum agar selaras dengan kebutuhan industri

digital. d. Mendorong peningkatan kepercayaan diri dan profesionalisme mahasiswa melalui pengalaman kerja langsung yang relevan dengan bidang keahlian mereka. 1.3 Manfaat Kerja Profesi 1.3.1 Bagi Praktikan Adapun

kegunaan dalam pelaksanaan Program Kerja Profesi, yaitu: a. Mendapatkan pengalaman langsung dalam pengelolaan proyek dan pemasaran di industri teknologi pendidikan, khususnya pada pengembangan LMS, layanan SDM, dan

solusi pelatihan digital. b. Mengasah keterampilan dalam manajemen konten, analisis pasar, komunikasi digital, serta kerja tim dalam konteks bisnis modern berbasis teknologi. c. Memperluas jaringan profesional yang dapat

menunjang pengembangan karier di bidang pemasaran digital dan industri edutech. d. Menyusun portofolio kerja yang komprehensif dan dapat

diandalkan sebagai bukti nyata pengalaman profesional, guna mendukung proses pencarian kerja di industri terkait. 1.3.2 Bagi Universitas a.

Mendapatkan masukan dari dunia industri sebagai dasar evaluasi dan penyempurnaan kurikulum yang adaptif terhadap perkembangan pasar kerja. b. Memperkuat sinergi antara institusi pendidikan tinggi dan sektor industri melalui kolaborasi program kerja profesi. c. Meningkatkan daya saing lulusan melalui pembekalan pengalaman kerja nyata di perusahaan berbasis teknologi dan inovasi.

1.3.3 Bagi Perusahaan a. Mendapatkan kontribusi pemikiran segar dan perspektif baru dari mahasiswa untuk mendukung strategi bisnis dan pengembangan layanan. b. Menjadi bagian dari ekosistem pengembangan talenta muda di bidang teknologi pendidikan. c. Menemukan dan membina potensi SDM unggul yang berpeluang menjadi bagian dari perusahaan di masa depan

1.4 Tempat Kerja Profesi PT Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id) beralamat di Jalan Cikini Raya No. 9, Cikini, Menteng, Jakarta Pusat. 6 Lokasinya sangat strategis karena kota Jakarta, dengan akses mudah melalui berbagai moda transportasi umum seperti KRL Commuter Line, MRT, TransJakarta, serta kendaraan pribadi. Letak kantor yang berada di kawasan pusat bisnis, pendidikan, dan pemerintahan ini memberikan nilai tambah tersendiri dalam menunjang kegiatan profesional maupun kolaborasi antar lembaga. Aksesibilitas yang baik ini tidak hanya memudahkan mobilitas praktikan dalam menjalankan aktivitas kerja, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang mendukung produktivitas, interaksi profesional, dan pengalaman belajar yang lebih optimal dalam sektor teknologi pendidikan dan manajemen pemasaran digital. ● Nama Perusahaan: PT Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id) ● Alamat: Jalan Cikini Raya No. 9, Cikini, Menteng, Jakarta ● Nomor Telepon: 0822-4623-1352 ● Email: info@doceo.id ● Website: www.doceo.id

1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi di Pelaksanaan Kerja Profesi di PT Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id) dijadwalkan berlangsung selama enam bulan, dari tanggal 3 Februari hingga 3 Agustus 2025. Mahasiswa akan mengikuti sesi orientasi untuk memahami visi-misi perusahaan, struktur organisasi, serta produk dan layanan yang ditawarkan. Selama program berlangsung, praktikan akan terlibat aktif dalam aktivitas pemasaran digital, termasuk penyusunan ide

konten kreatif, pengelolaan media sosial, serta penyusunan materi promosi dan proposal kerjasama. Praktikan juga akan melakukan riset pasar, menganalisis kebutuhan pelanggan, serta mengevaluasi produk LMS dan HR Tech guna memastikan kesesuaian dengan target pasar. Selain itu, mahasiswa akan menyusun laporan akhir yang merangkum kegiatan selama magang, hasil kerja, serta rekomendasi strategis di bidang pemasaran. Pengalaman ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang manajemen pemasaran berbasis digital serta kontribusi konkret dalam pengembangan strategi bisnis perusahaan.

BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Perusahaan PT Mudah Berbagi Ilmu PT. Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id) merupakan sebuah perusahaan teknologi edukasi yang didirikan dengan tujuan untuk merevolusi sistem pembelajaran dan pelatihan di Indonesia melalui integrasi teknologi digital yang mutakhir. Perusahaan ini menghadirkan sebuah platform digital yang dirancang khusus untuk mendukung Learning Management System (LMS) yang telah terintegrasi secara menyeluruh dengan Human Capital Management System (HCMS). LMS sendiri merupakan sistem yang mengatur berbagai aktivitas pembelajaran secara digital, sedangkan HCMS adalah sistem yang fokus pada pengelolaan sumber daya manusia, termasuk di dalamnya pengembangan kompetensi dan pelatihan. Melalui penggabungan kedua sistem ini, Doceo.id menghadirkan solusi terintegrasi dalam satu platform yang holistik dengan konsep “One Space for All” satu ruang komprehensif yang mendukung seluruh proses belajar, pelatihan, dan manajemen pendidikan. Doceo.id lahir dari visi besar seorang CEO yang memiliki latar belakang sebagai tenaga pendidik. Pada tahun 2021, CEO tersebut melihat adanya kebutuhan mendesak di dunia pendidikan dan industri untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi, terutama dalam hal efisiensi pengelolaan pembelajaran dan pelatihan. Berdasarkan pengalaman langsung di dunia pendidikan, CEO Doceo.id merasa terdorong untuk menciptakan solusi teknologi yang tidak hanya memudahkan proses belajar mengajar, tetapi juga meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan di Indonesia. Melalui pendirian Doceo.id, ia berupaya

menjembatani kesenjangan antara dunia pendidikan dan dunia industri dengan menyediakan platform teknologi yang memungkinkan institusi untuk mengelola pembelajaran dan pengembangan SDM secara lebih efektif, efisien, dan berkelanjutan. Platform Doceo.id dirancang sebagai sistem manajemen pembelajaran yang menyatukan berbagai aspek penting dalam satu sistem terpadu. Tidak hanya menjadi ruang kelas digital, Doceo.id juga menyediakan fasilitas pelatihan yang terintegrasi untuk menunjang peningkatan produktivitas institusi pendidikan. Dengan kata lain, Doceo.id bukan hanya sebuah LMS biasa, melainkan sebuah ekosistem digital yang menyatukan proses pengawasan, evaluasi pembelajaran, pelatihan, serta pengelolaan data dan sumber daya manusia secara menyeluruh. Seiring dengan komitmennya dalam meningkatkan kualitas pendidikan, Doceo.id menyediakan beragam layanan unggulan. Di antaranya adalah layanan pengawasan dan evaluasi proses pembelajaran, penelitian belajar, serta pelatihan yang dirancang untuk membantu institusi mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pendidikan mereka secara berkelanjutan. Selain itu, Doceo.id juga menawarkan sistem manajemen satu pintu yang memudahkan pengguna dalam mengakses berbagai fitur dalam satu platform yang terintegrasi. Platform ini juga didukung oleh pusat database yang saling terhubung, memungkinkan penyimpanan dan pengelolaan data yang efisien. Keunggulan lain yang menjadi perhatian utama Doceo.id adalah kemampuannya untuk beroperasi dengan penggunaan kuota dan bandwidth yang rendah, menjadikannya solusi yang inklusif dan dapat diakses oleh berbagai kalangan, termasuk di daerah dengan keterbatasan infrastruktur internet. Melalui visi yang kuat dan inovasi yang berkelanjutan, Doceo.id terus berkembang sebagai mitra strategis bagi institusi pendidikan dan pelatihan dalam menghadapi tantangan digitalisasi, serta mendukung transformasi dunia pendidikan menuju arah yang lebih modern, efisien, dan berdampak luas.

2.1 **3 9** 1 Visi dan Misi Perusahaan Visi PT. Mudah Berbagi Ilmu: Meningkatkan dan pemeratakan kualitas pendidikan di Indonesia, melalui penerapan teknologi terkini yang tepat sasaran untuk menciptakan ekosistem pendidikan yang integratif dan menyeluruh. Misi PT.

Mudah Berbagi Ilmu: 1. 2 Mengembangkan seluruh sumber daya yang dimiliki secara berkesinambungan untuk meningkatkan profesionalisme bagi kepuasan pelanggan. 2. Memberikan kontribusi dan berupaya sepenuhnya bagi perkembangan Perusahaan DOCEO. 2 3. Memberikan komitmen dan nilai terbaik bagi seluruh pihak yang berkepentingan dengan memperhatikan kepentingan Masyarakat.

2 2.1 2 Nilai Inti Perusahaan Solusi Terpadu Satu Pintu untuk Pendidikan dan Manajemen SDM 1. Inovasi Berkelanjutan (Continuous Innovation) Doceo.id menjadikan inovasi sebagai landasan utama dalam setiap pengembangan produk dan layanannya. 8 Dalam dunia pendidikan dan manajemen SDM yang terus berkembang pesat, kebutuhan akan teknologi yang adaptif dan solutif menjadi semakin mendesak. Oleh karena itu, Doceo senantiasa melakukan pembaruan sistem dan layanan berbasis teknologi digital, seperti Learning Management System (LMS), platform pelatihan daring (online learning), dan sistem manajemen kinerja berbasis data. Inovasi ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menyangkut pendekatan pedagogis dan metodologi pelatihan yang kontekstual dan sesuai kebutuhan zaman. Doceo aktif melakukan riset dan benchmarking dengan praktik-praktik terbaik di tingkat nasional dan global untuk memastikan solusi yang ditawarkan selalu relevan. Dengan semangat inovatif ini, Doceo berusaha mendemokratisasi akses pendidikan dan pelatihan kerja melalui platform yang efisien, fleksibel, dan mudah dijangkau. 2. Kolaborasi dan Kemitraan Strategis (Collaboration and Strategic Partnership) Doceo.id memahami bahwa pendidikan dan pengembangan SDM tidak bisa dikerjakan secara silo atau terpisah. Keberhasilan transformasi pendidikan dan peningkatan kualitas tenaga kerja membutuhkan sinergi antara berbagai pemangku kepentingan. Oleh karena itu, Doceo menempatkan kolaborasi sebagai nilai inti yang krusial. Doceo secara aktif membangun kemitraan strategis dengan berbagai pihak, mulai dari lembaga pendidikan (sekolah, kampus, dan lembaga vokasi), perusahaan (untuk kebutuhan HR dan pelatihan industri), instansi pemerintahan (dalam program pelatihan berbasis kebijakan publik), hingga komunitas dan LSM yang peduli terhadap

pengembangan kapasitas masyarakat. Melalui kolaborasi ini, Doceo menciptakan ekosistem pendidikan dan pelatihan yang integratif, adaptif, dan berkelanjutan. 3. Dampak Sosial dan Pemberdayaan (Social Impact and Empowerment) Sebagai platform edutech, Doceo.id tidak hanya berfokus pada pertumbuhan bisnis, tetapi juga berkomitmen kuat terhadap penciptaan dampak sosial yang nyata. Doceo melihat pendidikan sebagai alat transformasi sosial yang mampu membuka peluang, mengurangi kesenjangan, dan meningkatkan kesejahteraan. Oleh karena itu, seluruh inisiatif dan solusi yang dikembangkan diarahkan untuk memberdayakan individu dan komunitas agar memiliki keterampilan yang dibutuhkan dalam dunia kerja dan kehidupan. Melalui pelatihan berbasis kompetensi, program literasi digital, dan pengembangan keterampilan vokasi, Doceo membantu memperkuat daya saing sumber daya manusia Indonesia, khususnya generasi muda, tenaga kerja produktif, dan kelompok rentan. Doceo juga terlibat dalam program CSR pendidikan dan mendukung pelatihan gratis atau bersubsidi untuk komunitas tertentu. Visi sosial ini menunjukkan komitmen Doceo untuk menjadi bagian dari solusi pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya dalam aspek pendidikan berkualitas dan pekerjaan yang layak.

4. Fokus pada Pengguna (User-Centered Experience) Salah satu kekuatan utama Doceo adalah pendekatannya yang berorientasi pada kebutuhan pengguna (user-centric). Doceo menyadari bahwa setiap pengguna – baik itu pelajar, pengajar, HRD, manajer, maupun institusi – memiliki kebutuhan, konteks, dan tujuan yang berbeda. Oleh karena itu, setiap fitur dalam platform Doceo dirancang secara intuitif, adaptif, dan berbasis pengalaman pengguna (user experience). Platform Doceo memudahkan pengelolaan pembelajaran, pelatihan karyawan, monitoring kinerja, hingga pelaporan capaian secara otomatis. Tersedianya dashboard yang personal, sistem rekomendasi pelatihan, fitur interaktif, dan dukungan pelanggan yang responsif menjadikan pengalaman pengguna sebagai prioritas utama. Melalui pendekatan ini, Doceo memastikan bahwa pengguna merasa didengar, dilibatkan, dan terbantu secara nyata dalam mencapai tujuan pembelajaran

dan pengembangan SDM. 5. Profesionalisme dan Integritas (Professionalism and Integrity) Dalam menjalankan setiap layanan dan kemitraannya, Doceo.id menjunjung tinggi nilai profesionalisme dan integritas. Profesionalisme tercermin dalam cara Doceo mengelola proyek, berkomunikasi dengan mitra, menyampaikan laporan, serta menjaga mutu setiap modul pelatihan dan sistem teknologi yang dikembangkan. Tim Doceo terdiri dari para ahli di bidang pendidikan, teknologi, dan manajemen SDM yang memiliki kompetensi dan pengalaman yang kuat. Integritas menjadi nilai yang tidak bisa ditawar. Doceo selalu mengedepankan kejujuran, keterbukaan, dan akuntabilitas dalam semua hubungan kerjanya, baik dengan pelanggan, mitra, maupun pemangku kepentingan lainnya. Dengan mengedepankan nilai ini, Doceo membangun kepercayaan jangka panjang yang menjadi pondasi utama dalam pertumbuhan perusahaan yang berkelanjutan. Kelima nilai inti di atas Inovasi, Kolaborasi, Dampak Sosial, Fokus pada Pengguna, dan Profesionalisme merupakan pilar utama yang menopang setiap langkah Doceo.id dalam membangun “Solusi Terpadu Satu Pintu untuk Pendidikan dan Manajemen SDM. Nilai-nilai ini bukan hanya menjadi pedoman internal, tetapi juga menjadi janji kepada setiap pengguna dan mitra bahwa Doceo hadir untuk menciptakan perubahan nyata dalam dunia pendidikan dan dunia kerja di Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi di PT. Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id) disusun secara hierarkis namun tetap mengedepankan kolaborasi lintas divisi guna mendukung efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan. 5

Struktur ini mencerminkan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas, serta koordinasi antar tim untuk mendukung pengembangan platform digital pendidikan yang terintegrasi. Pada tingkat paling atas dalam struktur organisasi terdapat Direktur Utama, yaitu Myrza Yuliansyah, yang bertanggung jawab dalam menetapkan visi strategis perusahaan, mengambil keputusan penting, serta mengawasi jalannya seluruh operasional Doceo.id. Di bawah Direktur Utama, terdapat Tim Manajerial yang terdiri dari:

- Patricia Febriani Cahyani (Admin Doceo)
- Bramono Lunardi

Tim ini bertugas memimpin divisi-divisi yang ada, memastikan setiap tim mencapai

targetnya, serta memberikan laporan dan masukan kepada Direktur Utama secara berkala. Struktur organisasi kemudian terbagi ke dalam beberapa divisi fungsional, yaitu: 1. Divisi Supervisi Dipimpin oleh Ikhsan Arif Prasetyo, divisi ini memiliki tanggung jawab utama dalam mengkoordinasikan seluruh aktivitas operasional, membimbing tim internal maupun magang, termasuk tim sales, serta memastikan setiap proses kerja berjalan sesuai standar dan kebijakan perusahaan. 2. Divisi IT Develop Diisi oleh Muhammad Maulana Yusuf, Sandro Pangihutan, dan Fauzan, divisi ini berfokus pada pengembangan fitur digital dan pemeliharaan teknis platform Doceo.id. Tugas mereka meliputi peningkatan fungsionalitas sistem, perbaikan teknis, serta pengembangan produk berbasis teknologi. 3. Divisi Administrasi Dijalankan oleh tim Admin Doceo dan Lia Wantika, divisi ini bertanggung jawab atas pengelolaan dokumen perusahaan, surat- menyurat, pengarsipan data, serta mendukung kebutuhan administratif internal dan sumber daya manusia. 4. Divisi Sales dan Kemitraan Beranggotakan Kurnia Eka Febriyanti, Heny Puspitasari, dan Admin Doceo, divisi ini berperan dalam menjalin relasi dengan institusi pendidikan dan mitra eksternal, menawarkan produk dan layanan Doceo.id, serta membangun komunikasi yang berkelanjutan dengan pengguna platform. 5. Divisi Desain Grafis Terdiri dari Merlina Diah Suryati dan Fikri Nurhaqqi Dewantara, divisi ini bertugas memproduksi materi visual promosi, mendesain antarmuka pengguna (UI), serta mendukung seluruh kebutuhan branding dan kampanye digital perusahaan. Struktur organisasi yang demikian memungkinkan Doceo.id untuk bekerja secara lintas fungsi namun tetap terkendali, serta mampu beradaptasi dengan kebutuhan industri pendidikan digital yang terus berkembang.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan PT. Mudah Berbagi ilmu Doceo.id

merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi pendidikan dengan fokus utama pada penyedia sistem pembelajaran dan pelatihan yang berbasis digital. Perusahaan ini berupaya untuk menjawab kebutuhan institusi pendidikan dan pelatihan dalam mengadopsi metode pembelajaran dengan yang lebih efektif, efisien dan terintegrasi dengan sistem

manajemen modern. Salah satu kegiatan utama yang dilakukan oleh Doceo.id adalah pengembangan sistem pembelajaran terpadu yang menggabungkan berbagai aspek pembelajaran, mulai dari kelas virtual, materi interaktif, hingga sistem asesmen yang berbasis digital. Sistem ini dirancang untuk mendukung proses belajar mengajar secara daring dan memungkinkan interaksi dua arah antara pengajar dan peserta didik dalam ruang kelas digital yang terintegrasi. Selain itu perusahaan juga menyediakan layanan pengawasan dan evaluasi proses belajar dan pelatihan. Melalui fitur ini pengguna dapat memantau perkembangan peserta didik secara real time, melakukan analisis capaian pembelajaran, dan menghasilkan laporan penilaian yang berbasis data. Hal ini sangat membantu institusi dalam mengevaluasi efektivitas kegiatan belajar dan pelatihan yang mereka selenggarakan. Untuk mendukung efektivitas operasional Doceo.id menawarkan sistem manajemen satu pintu (one gate management system) yang mencakup pengelolaan administrasi akademik, absensi keuangan, SDM, dan program pelatihan dalam satu dashboard terintegrasi. Hal ini memudahkan untuk pihak institusi dalam mengatur berbagai aktivitas secara terpusat, tanpa perlu menggunakan banyak platform yang terpisah. Selain itu kegiatan umum lainnya adalah menyediakan pusat database terintegrasi yang menyimpan seluruh data pengguna, termasuk informasi institusi, tenaga pengajar, peserta pelatihan, materi ajar, serta hasil dari evaluasi. Semua data dikelola secara aman dan dapat diakses oleh pengguna sesuai dengan hak akses yang telah ditentukan, sehingga mempercepat proses pelaporan dan pengambilan keputusan. Doceo.id juga menyediakan ruang kelas digital terintegrasi yang memungkinkan pengajar dan peserta didik untuk berinteraksi secara langsung melalui video conference, kolaborasi tugas, serta integrasi kuis dan latihan soal berbasis digital. Dengan fitur ini proses pembelajaran tidak hanya fleksibel, tetapi juga tetap menjaga kualitas interaksi dan penyampaian materi. Doceo.id berkomitmen untuk menjadi mitra strategis bagi institusi pendidikan dan pelatihan di Indonesia dalam melakukan transformasi digital. Perusahaan terus mengembangkan layanannya agar dapat

memberikan solusi pembelajaran yang adaptif, modern, dan mampu memenuhi kebutuhan pendidikan di era teknologi saat ini. 1 7 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Praktikan mendapatkan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan Kerja Profesi (KP) selama kurang lebih 6 bulan (± 1.024 jam) di PT. Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id), sebuah perusahaan teknologi edukasi yang berfokus pada pengembangan sistem pembelajaran digital dan pengelolaan sumber daya manusia berbasis teknologi. Penempatan kerja dilakukan di Divisi Marketing, yang memiliki peran strategis dalam mengelola komunikasi merek, promosi layanan, serta memperluas jangkauan pasar perusahaan, terutama dalam konteks pemasaran Business to Business (B2B). Divisi Marketing bertanggung jawab untuk memperkenalkan dan memasarkan berbagai produk dan layanan unggulan Doceo.id, seperti Learning Management System (LMS), Human Capital Management System (HCMS), pelatihan daring, serta layanan konsultasi pendidikan. Praktikan secara aktif terlibat dalam penyusunan materi kampanye promosi, pengelolaan konten media sosial (LinkedIn, Instagram, YouTube), dan pembuatan materi edukatif seperti studi kasus, testimoni klien, dan microlearning. Praktikan juga membantu dalam pengembangan strategi komunikasi visual yang selaras dengan identitas perusahaan. Selama masa kerja profesi, praktikan dilibatkan dalam berbagai kegiatan pemasaran digital, seperti riset tren pasar, analisis kompetitor, pengumpulan data pasar sasaran, serta penyusunan proposal kerjasama dengan mitra potensial dari kalangan institusi pendidikan dan organisasi profesional. Praktikan juga mengikuti berbagai diskusi internal terkait evaluasi performa konten, penyusunan strategi kampanye, hingga implementasi inovasi dalam pendekatan pemasaran. Selain aspek teknis dan kreatif, praktikan mendapatkan pembinaan langsung dari pembimbing lapangan dan tim profesional Doceo.id dalam hal komunikasi profesional, kerja sama tim, manajemen waktu, serta penyampaian ide secara efektif. Praktikan juga diperkenalkan pada berbagai tools yang digunakan dalam aktivitas pemasaran, seperti platform manajemen konten, sistem analitik digital, dan alat kolaborasi daring. Pengalaman kerja

profesi di Doceo.id memberikan pemahaman menyeluruh mengenai praktik pemasaran di era digital, sekaligus memperluas wawasan praktikan tentang pentingnya integrasi teknologi dalam dunia pendidikan dan pelatihan. Kegiatan ini tidak hanya memperkaya keterampilan praktikan dalam bidang pemasaran, tetapi juga menjadi bekal penting dalam menghadapi tantangan dunia kerja di masa depan yang semakin kompetitif dan berbasis digital.

3.2 Pelaksanaan Kerja Selama menjalani program Kerja Profesi di PT Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id), kegiatan dilaksanakan selama 5 (lima) hari kerja dalam satu minggu. Skema kerja ini memberikan ruang untuk melatih kedisiplinan, mengasah kemampuan manajemen waktu, serta menumbuhkan rasa tanggung jawab secara individu. Sebagai bagian dari tim Marketing, peran yang dijalankan berfokus pada dukungan terhadap berbagai kegiatan pemasaran digital perusahaan, khususnya dalam mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai saluran utama komunikasi dan promosi. Aktivitas ini ditujukan untuk menjangkau target audiens secara tepat sasaran, membangun citra perusahaan secara konsisten, serta meningkatkan keterlibatan pengguna melalui strategi konten yang relevan, informatif, dan selaras dengan nilai-nilai brand. Selama menjalani kerja profesi di Doceo.id, diberikan kesempatan berharga untuk terlibat secara langsung dalam proses pembuatan konten media sosial yang bertujuan tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi terkait teknologi pembelajaran dan pengembangan sumber daya manusia. Proses produksi konten ini dilaksanakan secara terstruktur dan sistematis melalui lima tahapan utama yang dirancang untuk memastikan bahwa hasil akhir tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan yang sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan.

3.2.1 Melakukan Pembaruan Proposal dan Membuat Pitch Deck

Selama menjalani kerja profesi di PT Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id), praktikan diberikan tanggung jawab yang signifikan dalam kegiatan pembaruan proposal tahunan dan pembuatan pitch deck perusahaan. Proposal tahunan ini merupakan salah satu instrumen utama yang digunakan oleh tim sales dan marketing Doceo.id untuk menjalin komunikasi dengan

calon mitra dari berbagai sektor industri. Isi proposal berfungsi sebagai media penyampaian informasi yang menggambarkan produk, layanan, serta nilai-nilai yang ditawarkan oleh perusahaan secara profesional dan strategis. Dalam pelaksanaannya, proses pembaruan proposal tidak hanya berfokus pada perubahan data atau penambahan informasi baru, tetapi juga mencakup rekonstruksi struktur narasi agar lebih komunikatif dan adaptif terhadap kebutuhan industri. Praktikan terlibat dalam merancang ulang alur penyampaian, memilih gaya bahasa yang sesuai dengan target audiens, serta memastikan bahwa nilai-nilai unik dari Doceo.id, seperti pendekatan berbasis teknologi pendidikan dan solusi pembelajaran digital, tersampaikan dengan jelas. Narasi disesuaikan dengan karakteristik masing-masing sektor industri, misalnya dengan menambahkan studi kasus atau ilustrasi penggunaan produk dalam konteks lembaga pendidikan, perusahaan perhotelan, atau rumah sakit. Penyusunan proposal ini juga didukung dengan pembuatan script komunikasi dan daftar pertanyaan kunci yang digunakan oleh tim sales saat melakukan presentasi atau diskusi dengan mitra. Script tersebut berisi poin-poin penting yang harus ditekankan, serta kemungkinan respons dari calon mitra yang perlu diantisipasi. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa komunikasi bisnis dapat dilakukan secara profesional, efisien, dan sesuai tujuan. Selain proposal tahunan, praktikan juga berkontribusi dalam penyusunan pitch deck yakni presentasi visual yang dirancang untuk memperkenalkan produk dan layanan Doceo.id secara singkat, padat, dan menarik. Pitch deck ini digunakan dalam berbagai pertemuan atau penawaran kerja sama tematik. Contohnya, pitch deck yang dibuat untuk organisasi sosial seperti Dompot Dhuafa dan MKKS (Musyawarah Kerja Kepala Sekolah) mengusung pendekatan narasi yang lebih humanis dan menyentuh nilai-nilai kolaboratif dan edukatif. Desain visual pitch deck disusun dengan mempertimbangkan kejelasan informasi, daya tarik visual, dan kesesuaian tone dengan identitas brand perusahaan. Untuk memperkuat efektivitas pendekatan, praktikan juga membantu proses riset dan pendataan mitra potensial. Aktivitas ini mencakup

pencarian informasi melalui situs resmi, media sosial, dan basis data internal perusahaan. Data yang dikumpulkan meliputi nama institusi, sektor industri, alamat kantor, hingga kontak langsung yang dapat dihubungi, seperti bagian Human Resources Development (HRD). Data ini menjadi dasar penyusunan strategi distribusi proposal dan pendekatan yang lebih personal dan relevan dengan kebutuhan mitra. Praktikan juga berkesempatan mendampingi tim sales dalam kegiatan langsung di lapangan, salah satunya adalah pertemuan bersama Martha Tilaar Group pada bulan Februari 2025 di Bekasi. Dalam kunjungan tersebut, praktikan membantu mendokumentasikan poin-poin pembahasan, mengamati cara penyampaian materi oleh tim, serta memahami alur negosiasi dan penjadwalan kerja sama dari awal hingga rencana tindak lanjut. Pengalaman ini memberikan wawasan nyata tentang strategi pemasaran berbasis relasi dan pentingnya kemampuan komunikasi interpersonal dalam dunia bisnis profesional.

3.2.2 Pembuatan Content Digital

Selain menangani proposal dan pitch deck, praktikan juga mendapatkan pengalaman langsung dalam bidang pemasaran digital, khususnya dalam proses perencanaan, produksi, dan distribusi konten media sosial perusahaan. Tugas ini mencakup berbagai tahapan kerja yang sistematis dan memerlukan koordinasi lintas tim agar hasil konten yang dipublikasikan sesuai dengan strategi komunikasi dan identitas merek Doceo.id. Tahap pertama yang dijalankan adalah content planning, yaitu perencanaan strategis terhadap konten yang akan ditayangkan dalam kurun waktu satu bulan. Dalam proses ini, praktikan menyusun content calendar yang memuat jadwal unggahan, tema bulanan, jenis konten, serta momentum tertentu yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat pesan komunikasi. Beberapa jenis konten yang direncanakan meliputi edukasi produk, pemanfaatan teknologi pembelajaran, tips belajar efektif, testimoni pengguna, serta kolaborasi dengan mitra industri. Content Calendar juga mencantumkan hari-hari penting nasional maupun internasional yang relevan dengan sektor pendidikan dan teknologi, agar konten terasa lebih kontekstual dan terhubung dengan audiens. Setelah rencana konten disusun, praktikan

melanjutkan ke tahap content briefing , yaitu perumusan ide konten dalam bentuk naskah tertulis dan arahan visual. Brief ini berfungsi sebagai panduan bagi tim desain untuk membuat materi visual, mulai dari poster digital, carousel informatif, infografis, hingga video pendek. Dalam content brief , praktikan menjelaskan pesan utama yang ingin disampaikan, tone komunikasi, skema warna, hingga inspirasi visual. Kualitas brief yang baik membantu mempercepat proses produksi serta memastikan bahwa pesan tersampaikan secara tepat dan estetis. Konten yang telah diproduksi kemudian masuk ke tahap preview , yaitu proses evaluasi dan peninjauan akhir oleh tim. Praktikan berpartisipasi dalam tahap ini untuk memberikan masukan dan memastikan bahwa konten sudah sesuai dari segi desain, narasi, serta nilai brand. Koreksi atau revisi dilakukan jika ada ketidaksesuaian dalam informasi, gaya komunikasi, maupun elemen visual. Setelah disetujui, konten dijadwalkan untuk dipublikasikan melalui platform media sosial seperti Instagram, LinkedIn, TikTok, dan YouTube. Praktikan juga membantu menentukan waktu unggah yang optimal berdasarkan perilaku audiens dan insight platform, serta menyusun caption, hashtag, dan penandaan akun agar jangkauan konten meningkat. Praktikan pun memantau performa konten melalui metrik seperti engagement rate , jumlah tayangan, dan interaksi, sebagai bagian dari proses evaluasi konten bulanan. Selain konten visual statis, praktikan juga terlibat dalam produksi podcast sebagai bentuk promosi yang bersifat naratif dan interaktif. Produksi dimulai dengan menentukan konsep episode, melakukan riset tema, serta menyusun script untuk host. Praktikan juga melakukan pencarian studio rekaman melalui media sosial, dan menilai beberapa alternatif lokasi berdasarkan fasilitas, kualitas alat, serta kenyamanan studio. Setelah studio dipilih, praktikan menyusun jadwal rekaman, menyampaikan kebutuhan teknis, dan mempersiapkan materi pembuka hingga daftar pertanyaan untuk narasumber. Rekaman podcast pertama dilakukan pada akhir April 2025 di sebuah studio profesional di Jakarta Selatan. Proses pascaproduksi dilakukan selama sekitar satu bulan,

termasuk proses editing audio dan visual, penambahan subtitle , serta desain thumbnail . Akhirnya, episode pertama podcast ini ditayangkan di kanal YouTube Doceo.id pada akhir Mei 2025. Praktikan juga terlibat dalam perencanaan episode kedua dengan cakupan promosi yang lebih luas, termasuk strategi distribusi cuplikan konten di Instagram dan TikTok untuk menjangkau audiens yang lebih besar. Sebagai bagian dari strategi promosi digital yang lebih komprehensif, praktikan juga mendukung persiapan workshop bertema anti-fraud yang dijadwalkan berlangsung pada Juli 2025. Dalam kegiatan ini, tim media akan memproduksi berbagai jenis konten dokumentasi, seperti rekaman recap event, kutipan narasumber, serta konten edukasi turunan yang dapat diolah menjadi materi visual. Praktikan membantu perencanaan alur konten workshop, menyusun pertanyaan wawancara, dan memantau hasil dokumentasi agar sesuai dengan standar brand dan strategi komunikasi perusahaan. Keterlibatan dalam keseluruhan proses ini memberikan pengalaman yang sangat berharga bagi praktikan. Melalui berbagai tahapan tersebut, praktikan tidak hanya belajar mengelola media sosial secara teknis, tetapi juga memahami pentingnya koordinasi tim, kepekaan terhadap pesan yang ingin disampaikan, serta bagaimana konten yang terstruktur dan dirancang dengan baik dapat membangun kepercayaan dan memperkuat citra perusahaan di mata publik.

3.3 Kendala yang Dihadapi Selama menjalankan tugas di Divisi Marketing PT Mudah Berbagi Ilmu, praktikan menghadapi sejumlah tantangan yang terbagi dalam beberapa aspek utama. Kendala-kendala tersebut menjadi pengalaman berharga sekaligus memberikan pemahaman mendalam tentang kompleksitas kerja di bidang pemasaran.

3.3.1 Melakukan Pembaruan Proposal dan Membuat Pitch Deck

Selama proses pembaruan proposal dan penyusunan pitch deck, praktikan dihadapkan pada berbagai kendala, baik dari sisi teknis maupun koordinasi. Salah satu kendala utama adalah terbatasnya akses terhadap data dan informasi detail mengenai perusahaan target, khususnya terkait kontak person HRD, latar belakang industri, serta kebutuhan spesifik masing-masing sektor. Keterbatasan ini berdampak pada keterlambatan dalam

proses segmentasi audiens dan perancangan strategi komunikasi yang tepat sasaran. Kendala lainnya muncul pada tahap penyesuaian isi proposal untuk berbagai sektor industri. Praktikan perlu menyesuaikan narasi dengan karakter dan gaya komunikasi masing-masing sektor misalnya, sektor pendidikan cenderung membutuhkan pendekatan edukatif, sementara sektor bisnis membutuhkan pendekatan yang lebih strategis dan efisien. Proses ini membutuhkan waktu untuk melakukan riset, validasi informasi, serta eksplorasi gaya bahasa agar isi proposal tetap relevan dan menarik bagi calon mitra. Dari sisi koordinasi, tantangan muncul ketika terjadi perbedaan interpretasi antara praktikan dan tim sales mengenai struktur, pesan utama, serta penyajian visual dalam dokumen. Tidak jarang ditemukan ketidaksamaan persepsi terkait konten yang harus ditonjolkan, sehingga diperlukan diskusi berulang dan proses revisi yang cukup intens agar dokumen benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan strategi lapangan yang dirancang oleh tim sales.

3.3.2 Pembuatan Content Digital Dalam kegiatan pembuatan konten digital, praktikan menghadapi berbagai kendala mulai dari perencanaan hingga distribusi konten. Salah satu tantangan utama adalah menyesuaikan ide konten dengan karakter brand Doceo.id sekaligus tetap mengikuti tren digital yang terus berubah. Hal ini memerlukan riset yang konsisten dan kreativitas tinggi dalam menyusun narasi serta visual yang menarik dan edukatif. Proses content briefing juga tidak selalu berjalan mulus, terutama ketika ada interpretasi yang berbeda antara praktikan dan tim desain mengenai visualisasi konten. Hal ini dapat menyebabkan hasil akhir tidak sesuai dengan ekspektasi awal dan membutuhkan revisi yang memakan waktu. Selain itu, waktu produksi yang terbatas sering kali menimbulkan tekanan saat harus menyelesaikan beberapa konten dalam waktu yang berdekatan. Pada tahap penjadwalan dan unggahan konten, kendala muncul dalam bentuk keterbatasan akses atau kendala teknis di platform media sosial. Di sisi lain, perlu juga kehati-hatian dalam menentukan waktu tayang dan copywriting yang sesuai agar dapat mencapai engagement yang maksimal. Kendala lainnya terjadi

dalam proyek podcast, seperti penentuan tema, koordinasi dengan studio eksternal, hingga penyesuaian waktu rekaman. Perencanaan yang matang sering kali harus diubah karena ketersediaan sumber daya atau hambatan teknis, sehingga dibutuhkan fleksibilitas dalam menyusun timeline dan strategi pelaksanaannya. **1 4 3.4 Cara Mengatasi Kendala Untuk mengatasi berbagai kendala yang muncul selama pelaksanaan kerja profesi di Divisi Marketing, praktikan menerapkan strategi dan solusi yang adaptif.** Setiap permasalahan ditangani dengan pendekatan yang sesuai, sehingga praktikan belajar untuk menyesuaikan cara penyelesaian berdasarkan situasi yang dihadapi. **3.4.1 Solusi untuk Melakukan Pembaruan Proposal dan Membuat Pitch Deck Untuk mengatasi kendala dalam proses pembaruan proposal dan penyusunan pitch deck, praktikan mengambil beberapa langkah strategis yang bersifat adaptif dan kolaboratif.** Dalam hal keterbatasan data perusahaan target, praktikan memaksimalkan pemanfaatan berbagai sumber terbuka, seperti situs resmi perusahaan, akun LinkedIn, direktori bisnis digital, dan jaringan internal tim sales. Selain itu, praktikan juga mencoba pendekatan langsung dengan menghubungi kontak profesional melalui email atau pesan media sosial untuk memperoleh data yang lebih akurat dan kontekstual. Dalam menyusun narasi proposal yang sesuai dengan karakter sektor industri, praktikan memperdalam riset terhadap masing-masing bidang melalui artikel bisnis, laporan industri, dan studi kasus yang relevan. Praktikan juga menganalisis proposal terdahulu untuk melihat pola komunikasi yang telah digunakan, kemudian melakukan penyesuaian dengan pendekatan komunikasi yang lebih segmentatif dan persuasif. Hal ini membantu menghasilkan dokumen yang tidak hanya informatif, tetapi juga sesuai dengan bahasa dan gaya komunikasi audiens yang dituju. Untuk meredam potensi perbedaan pemahaman antara praktikan dan tim sales, komunikasi internal diperkuat melalui diskusi berkala dan validasi konten secara bertahap. Praktikan menginisiasi sesi review bersama sebelum dokumen difinalisasi, guna menyelaraskan ekspektasi terhadap isi proposal dan materi pitch deck. Pendekatan ini terbukti membantu mempercepat

proses revisi serta menciptakan kesepahaman yang lebih baik dalam pengembangan dokumen komunikasi bisnis. 3.4.2 Solusi Pembuatan Content Digital Dalam mengatasi kendala yang muncul selama pembuatan konten digital, praktikan menerapkan pendekatan berbasis riset, kolaborasi lintas tim, serta manajemen waktu yang terstruktur. Untuk menjaga keselarasan antara karakter brand dan tren digital yang terus berkembang, praktikan melakukan riset berkala terhadap topik-topik terkini di dunia pendidikan dan teknologi. Praktikan juga mengikuti konten dari kompetitor dan brand sejenis guna mempelajari gaya visual, tone komunikasi, serta tren yang sedang relevan di kalangan audiens. Agar proses content briefing berjalan lebih efektif, praktikan menyusun template brief yang lebih terperinci, mencakup deskripsi naratif, referensi visual, serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai dari setiap konten. Template ini membantu memperkecil kesenjangan interpretasi antara narasi dan visualisasi, sehingga hasil desain lebih sesuai dengan ekspektasi. Komunikasi rutin dengan tim desain juga dilakukan untuk mendiskusikan konten yang sedang diproses, sekaligus menanggapi revisi dengan cepat. Dalam hal manajemen waktu, praktikan menyusun jadwal konten menggunakan sistem prioritas, membagi pekerjaan berdasarkan tingkat urgensi dan kompleksitas. Content calendar tidak hanya menjadi alat perencanaan, tetapi juga panduan pelacakan progres produksi. Praktikan memastikan seluruh pihak terkait mengetahui timeline yang disepakati agar distribusi konten tidak mengalami keterlambatan. Terkait kendala dalam produksi podcast, praktikan menyusun perencanaan yang fleksibel dan alternatif lokasi produksi apabila studio utama tidak tersedia. Koordinasi jadwal dilakukan lebih awal untuk mengantisipasi perubahan mendadak. Praktikan juga melakukan evaluasi setelah setiap tahapan mulai dari penyusunan naskah, proses rekaman, hingga tahap pascaproduksi agar pelaksanaan episode berikutnya dapat berjalan lebih lancar. Dengan pendekatan ini, seluruh tahapan pembuatan konten digital dapat dikelola secara lebih efisien, efektif, dan terintegrasi dengan strategi pemasaran perusahaan. 3.5 Pembelajaran yang Diperoleh dari

Kerja Profesi Selama melaksanakan kerja profesi di Divisi Marketing PT Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id), praktikan memperoleh berbagai pengalaman dan pembelajaran yang relevan dengan pelaksanaan tugas harian di bidang pemasaran, mulai dari perencanaan konten, pengelolaan media sosial, hingga keterlibatan dalam proyek-proyek strategis yang memperkuat pemahaman praktikan terhadap dinamika dunia kerja di sektor edutech. 3.5.1

Pembelajaran Pembaruan Proposal dan Membuat Pitch Deck Melalui keterlibatan langsung dalam penyusunan proposal dan pitch deck, praktikan memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya komunikasi bisnis yang efektif dalam konteks B2B (Business-to- Business). Praktikan belajar bagaimana menyusun narasi yang sesuai dengan kebutuhan sektor industri tertentu, termasuk kemampuan menyampaikan nilai tambah produk melalui bahasa yang strategis dan persuasif. Praktikan juga mengembangkan kemampuan analisis dan pemetaan audiens, terutama saat melakukan pendataan dan segmentasi calon mitra berdasarkan sektor usaha dan posisi pengambil keputusan, seperti HRD. Selain itu, pengalaman mengikuti pertemuan bisnis dengan klien (seperti Martha Tilaar Group) memberikan gambaran langsung mengenai bagaimana proses negosiasi awal dilakukan, termasuk pentingnya mendokumentasikan poin-poin diskusi sebagai bahan tindak lanjut tim sales. Kemampuan kolaborasi lintas tim, khususnya dengan tim sales dan komunikasi, juga semakin terasah. Praktikan belajar mengintegrasikan konten visual, narasi bisnis, serta strategi komunikasi ke dalam satu dokumen yang terstruktur dengan baik. Hal ini memperkuat pemahaman tentang bagaimana menyelaraskan dokumen proposal dengan strategi perusahaan secara keseluruhan. 3.5.2

Pembelajaran Pembuatan Content Digital Dalam aktivitas pembuatan konten digital, praktikan memperoleh pengalaman praktis mulai dari tahap perencanaan (content planning), penyusunan content brief, proses produksi bersama tim desain, hingga distribusi konten ke berbagai platform digital. Praktikan memahami pentingnya konsistensi identitas merek, penyusunan kalender konten yang terstruktur, serta pemilihan waktu tayang yang sesuai dengan perilaku audiens. Praktikan juga meningkatkan kemampuan

berpikir kreatif dan analitis dalam merancang ide konten yang tidak hanya informatif dan menarik, tetapi juga relevan dengan isu-isu terkini di sektor pendidikan dan pengembangan SDM. Pemahaman akan strategi copywriting, pemilihan visual, serta penggunaan elemen interaktif dalam konten menjadi salah satu keterampilan penting yang diperoleh selama praktik. Keterlibatan dalam produksi podcast juga memberikan pembelajaran tambahan mengenai manajemen proyek media, mulai dari riset tema, penyusunan naskah, koordinasi teknis dengan studio eksternal, hingga proses editing pascaproduksi. Proyek ini mengasah kemampuan praktikan dalam mengelola detail dan bekerja dalam tenggat waktu yang ketat, serta meningkatkan kapasitas untuk mengelola media promosi dengan pendekatan yang lebih kreatif dan interaktif.

BAB IV PENUTUP 4.1 Kesimpulan

Pelaksanaan Kerja Profesi di PT Mudah Berbagi Ilmu (Doceo.id) memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperluas wawasan dan keterampilan mahasiswa terkait dunia kerja, khususnya di sektor teknologi pendidikan (edutech) yang dinamis dan terus berkembang. Melalui keterlibatan aktif di Divisi Manajemen Pemasaran, mahasiswa tidak hanya memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, tetapi juga memahami secara mendalam strategi pemasaran digital dalam konteks Business to Business (B2B). Pendekatan ini menitikberatkan pada pembangunan relasi profesional jangka panjang, penciptaan nilai bersama, serta peningkatan kepercayaan antar lembaga. Selama program berlangsung, mahasiswa dilatih untuk mengembangkan berbagai keterampilan penting seperti komunikasi digital, perencanaan konten, analisis pasar, serta pengelolaan media sosial sebagai alat strategis dalam memperkuat citra perusahaan dan menjangkau mitra institusi. Pengalaman ini sangat relevan dengan kebutuhan dunia kerja modern yang menuntut kemampuan adaptif, pemikiran kreatif, serta penguasaan teknologi dan literasi digital. Secara keseluruhan, program Kerja Profesi ini berfungsi sebagai jembatan antara pembelajaran akademik dan praktik industri, sekaligus menjadi sarana yang efektif dalam membentuk lulusan yang tidak hanya siap kerja, tetapi

juga kompeten dan memiliki daya saing di tingkat nasional maupun global. 4.2 Saran Praktikan memiliki beberapa rekomendasi yang ingin disampaikan kepada pihak terkait untuk meningkatkan pengalaman selama periode Kerja Profesi di PT Mudah Berbagi Ilmu selama 6 bulan. Adapun beberapa saran yang disampaikan oleh praktikan adalah sebagai berikut: 4.2.1 Bagi Mahasiswa a. Membekali diri dengan pengetahuan dasar tentang pemasaran digital Seperti strategi media sosial, pemanfaatan algoritma, dan teknik segmentasi audiens. Hal ini penting karena mahasiswa akan terlibat langsung dalam proses perencanaan hingga distribusi konten digital yang membutuhkan pemahaman mendalam terhadap perilaku konsumen digital. b. Meningkatkan kemampuan dalam perencanaan dan produksi konten digital Termasuk penyusunan content calendar , pembuatan content brief , dan dasar-dasar desain visual. Mahasiswa diharapkan tidak hanya memiliki ide kreatif, tetapi juga mampu menerjemahkan ide tersebut ke dalam bentuk konten yang terstruktur dan sesuai dengan identitas merek perusahaan. c. Mengasah keterampilan komunikasi profesional dan kolaboratif Melalui latihan presentasi, diskusi tim, dan pemberian umpan balik yang efektif. Selama praktik, komunikasi lintas divisi terbukti menjadi tantangan tersendiri, sehingga mahasiswa perlu membiasakan diri sejak dini untuk bersikap terbuka, responsif, dan solutif dalam menghadapi perbedaan sudut pandang di tempat kerja. 4.2.2 Bagi Universitas dan Program Studi a. Mengintegrasikan praktik digital marketing ke dalam mata kuliah yang relevan Seperti Manajemen Pemasaran dan Komunikasi Bisnis, melalui penambahan studi kasus industri, praktik perencanaan konten, dan simulasi pembuatan strategi promosi digital. Hal ini akan membantu mahasiswa menguasai keterampilan yang aplikatif dan sesuai kebutuhan industri terkini. b. Menambahkan tugas berbasis proyek nyata Seperti penyusunan pitch deck , pembuatan proposal kerja sama , atau kampanye sosial media edukatif. Tugas-tugas ini akan melatih mahasiswa dalam merancang narasi bisnis, menyusun strategi komunikasi lintas audiens, dan mempresentasikan ide dengan format profesional

sebagaimana dilakukan di Doceo.id. c. Memperkuat kemitraan dengan perusahaan edutech dan industri kreatif lainnya Untuk menyediakan peluang magang yang memungkinkan mahasiswa belajar langsung dari proses nyata. Selain itu, penting juga mendorong komunikasi antara dosen pembimbing dan perusahaan untuk memantau perkembangan mahasiswa secara berkala dan menyesuaikan pembelajaran dengan dinamika industri. 4.2.3 Bagi Perusahaan

a. Memberikan ruang pembelajaran yang relevan dan aplikatif Seperti penugasan penyusunan proposal klien, konten promosi digital, dan produksi media seperti podcast atau webinar. Penugasan yang nyata akan memperkaya pemahaman mahasiswa terhadap proses bisnis dan meningkatkan rasa tanggung jawab terhadap hasil kerja mereka. b. Menyediakan bimbingan langsung dan umpan balik yang konstruktif Terutama dalam tahapan diskusi konten atau revisi dokumen. Pendampingan ini tidak hanya meningkatkan kualitas kerja mahasiswa, tetapi juga menciptakan lingkungan kerja yang suportif dan kondusif untuk pembelajaran praktis. c. Menyusun program orientasi awal (onboarding) Mencakup penjelasan sistem kerja internal, struktur organisasi, ekspektasi hasil kerja, dan budaya komunikasi di perusahaan. Hal ini akan sangat membantu mahasiswa untuk memahami peran dan tugasnya sejak awal, serta mempercepat proses adaptasi terhadap ritme kerja dan alur komunikasi tim.



REPORT #27400569

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.66% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3640/13/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.62% www.indomobil.com https://www.indomobil.com/our-company	● ●
INTERNET SOURCE		
3.	0.4% aakk.polteknaker.ac.id https://aakk.polteknaker.ac.id/wp-content/uploads/2025/05/Pedoman-Magang...	● ●
INTERNET SOURCE		
4.	0.35% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9643/13/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.34% www.talenta.co https://www.talenta.co/blog/manfaat-dan-fungsi-struktur-organisasi-perusahaan...	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.33% www.mutmuthea.com https://www.mutmuthea.com/2024/12/mencari-kantor-strategis-di-jakarta-pusa...	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.3% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/3742/13/BAB%203.pdf	●
INTERNET SOURCE		
8.	0.29% repo.unicimi.ac.id https://repo.unicimi.ac.id/501/1/24-07-149-EBOOK%20Pengembangan%20SDM...	●
INTERNET SOURCE		
9.	0.06% eskripsi.usm.ac.id https://eskripsi.usm.ac.id/files/skripsi/B13B/2018/B.133.18.0074/B.133.18.0074-1..	●