

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA PT KOMPAS MEDIA NUSANTARA**

Indah Sari Rahayu

8215142738



**Laporan Praktik Kerja Lapangan Ini Ditulis untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
KONSENTRASI PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2017**

***INTERNSHIP REPORT
AT PT KOMPAS MEDIA NUSANTARA***

Indah Sari Rahayu

8215142738



*This Internship Report Was Written to Comply One of The Requirements to
Obtain Bachelor's Degree of Economics at Faculty of Economic of State
University of Jakarta*

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT
MARKETING CONCENTRATION
FACULTY OF ECONOMICS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2017***

ABSTRAK

Indah Sari Rahayu. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Direktorat Bisnis, Divisi *Marketing*, Departemen *Marketing Communication* PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas), Jakarta 10 Agustus 2017 – 10 Oktober 2017 Prodi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Praktik Kerja Lapangan bagi Praktikan bertujuan untuk menambah pengalaman dan melatih diri untuk persiapan persaingan di dunia kerja nanti. Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) Praktikan mendapatkan tugas antara lain : membuat konten Twitter Kompas Kampus dan Facebook Kompas MuDA, *media monitoring* (iklan), membuat program kerjasama Falcon Picture dengan Harian Kompas untuk film Si Juki The Movie, membuat undangan kompetisi esai dan *vlog* 100 tahun Indonesia untuk perguruan tinggi di Yogyakarta, Semarang, Surabaya, menjadi *Liaison Organizer* di acara Pramuka Berjejaring, membuat surat kerjasama *sponsorship*, merekap *event-event* olahraga yang bekerjasama dengan Kompas, membuat PPT *media placement* Gojek dan Grab, membuat PPT evaluasi program besar Harian Kompas (Bulan Promosi Kompas, Gempita, dan kuis-kuis) dari tahun 2011-2017. Dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini, Praktikan mengetahui cara *branding* dan promosi yang dilakukan Harian Kompas.

Kata Kunci : Praktik Kerja Lapangan (PKL), Divisi *Marketing*, Departemen *Marketing Communication*, Konten, *Sponsorship*, *Media Monitoring*, *Media Placement*, evaluasi program promosi.

ABSTRACT

Indah Sari Rahayu. Internship Report at Business Directorate, Marketing Division, Marketing Communication Department PT Kompas Media Nusantara (Kompas Daily) Jakarta August 10th – October 10th. Department of Management Faculty of Economics, State University of Jakarta.

Implementation of Internship aims to add to the experience and train the intern in preparation for competition in the world of work later. The task given to Internee are made a content social media for Twitter Kompas Kampus and Facebook Kompas MuDA, media monitoring (advertisement), creating a partnership program between Falcon Picture and Kompas Daily for “Si Juki The Movie”, creating a invitation for essay and vlog competition to university in Yogyakarta, Semarang and Surabaya, being Liaison Officer in Pramuka Berjejaring event, creating letter of sponsorship, made a recapitulation of sport event whos collaboration with Kompas Daily, create a PPT media placement of Gojek and Grab, create a PPT promotion program of Kompas Daily since 2011-2017. From performance in internship, internee know how Kompas Daily applied branding and promotion.

Keywords: Internship, Marketing Division, Marketing Communication Department, Social media content, Sponsorship, Media Monitoring, Media Placement, promotion program evaluation,

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Laporan Praktik Kerja Lapangan

Judul : Praktik Kerja Lapangan Pada PT. Kompas Media
Nusantara

Nama Praktikan : Indah Sari Rahayu

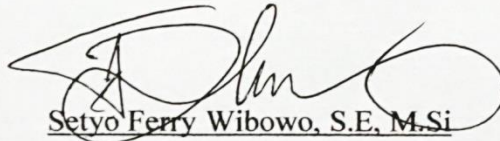
Nomor Registrasi : 8215142738

Program Studi : S1 Manajemen

Jurusan : Manajemen

Setuju untuk Ujian:

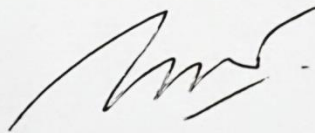
Menyetujui,
Pembimbing



Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si

NIP. 19720617 199903 1 001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi S1 Manajemen



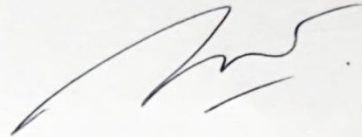
Andrian Haro, S.Si, M.M

NIP. 19850924 201404 1 002

Seminar pada Tanggal: 23 Januari 2018

LEMBAR PENGESAHAN

Ketua Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Andrian Haro, S.Si, M.M

NIP. 19850924 201404 1 002

Nama

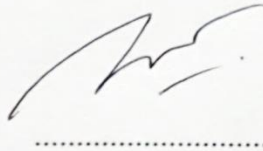
Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Andrian Haro, S.Si, M.M

NIP. 19850924 201404 1 002

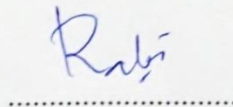


31 Januari 2018

Penguji Ahli

Rahmi, S.E, M.SM

DPK

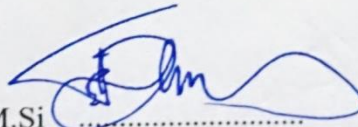


30 Januari 2018

Dosen Pembimbing

Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si

NIP. 19720617 199903 1 001



25 Januari 2018

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan nikmat dan rahmatnya sehingga praktikan dapat menyelesaikan Praktik kerja Lapangan (PKL) selama dua bulan di PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas) serta menyelesaikan laporan PKL. Laporan ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Selama menjalani PKL di Harian Kompas praktikan berkesempatan untuk belajar menerapkan ilmu yang selama ini didapat dalam perkuliahan ke dunia kerja sesungguhnya. Hal-hal yang dialami praktikan ketika PKL di Harian Kompas tentunya akan menjadi bekal yang bermanfaat di masa mendatang.

Dalam penulisan Laporan PKL ini praktikan ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada praktikan sampai akhirnya laporan PKL ini dapat terselesaikan dengan baik.

1. Setyo Ferry Wibowo, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing Praktik Kerja Lapangan
2. Dr. Dedi Purwana E. S, M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3. Andrian Haro, S.Si, M.M selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

4. Ibu Tarrence Karmelia K. Palar selaku manager promosi sekaligus mentor PKL.
5. Mba Ani, Mba Sasa, Mba Angel, Mas Reza dan seluruh rekan Harian Kompas yang tidak bisa praktikan cantumkan satu per satu namanya, atas canda tawa dan bimbingan selama dua bulan
6. Phillin dan Sherly sebagai rekan magang di Marketing Communication Harian Kompas.
7. Kedua Orang Tua praktikan yang tak henti-hentinya memberikan dukungan dan mendoakan Praktikan.
8. Semua sahabat dan rekan-rekan Manajemen B 2014 yang selalu memberikan semangat sampai akhirnya praktikan dapat menyelesaikan laporan ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat praktikan sebut satu persatu yang telah membantu kelancaran praktikan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, praktikan menyadari masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan, sehingga praktikan mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Jakarta, November 2017

Praktikan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang PKL	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	4
C. Kegunaan PKL	4
D. Tempat PKL	6
E. Jadwal Waktu Pelaksanaan PKL	6
BAB II TINJAUAN UMUM HARIAN KOMPAS	
A. Sejarah Umum Perusahaan	8
B. Struktur Organisasi.....	12
C. Kegiatan Umum Perusahaan.....	14
BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN	
A. Bidang Pekerjaan	22
B. Pelaksanaan Kerja	22
C. Kendala Yang Dihadapi	44
D. Cara Mengatasi Kendala.....	45
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	52

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II.1	Logo Harian Kompas	11
Gambar II.2	Struktur Organisasi Harian Kompas	12
Gambar II.3	Stuktur Organisasi Divisi Marketing Harian Kompas	12
Gambar II.4	Tarif Pemasangan Iklan pada Jawa Pos	17
Gambar II.5	Kupon Undian Liga Indonesia 1	19
Gambar III.1	Data Konten Twitter Kompas Kampus tanggal 14 September 2017	25
Gambar III.2	Data Konten Facebook Kompas Kampus tanggal 26 September 2017	27
Gambar III.3	Data Jumlah iklan pada Harian Kompas bertemakan kemerdekaan tahun 2016-2017	30
Gambar III.4	PPT program kerjasama Falcon Picture dan Kompas untuk film “Si Juki The Movie”	32
Gambar III.5	Surat undangan Kompetisi Vlog dan Esai “Bagaimana Wajah Indonesia pada usia 100 tahun?” untuk Universitas Gadjah Mada	34
Gambar III.6	Artikel Kegiatan Pramuka Berjejaring	36
Gambar III.7	Surat kerja sama sponsorship Harian Kompas yang telah diperbarui	38
Gambar III.8	Data proposal event olahraga yang di sponsori Harian Kompas	40
Gambar III.9	Kesimpulan dari media placement Gojek dan Grab	42
Gambar III.10	<i>Secondary Sources of Brand Knowledge</i>	47

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Harga Koran Cetak Harian Kompas	16
Tabel II.2	Harga Paket Berlangganan Kompas.Id	16
Tabel II.3	Harga Paket Bundling Cetak dan Digital	16

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Surat Permohonan PKL	52
Lampiran 2	Surat Penerimaan PKL	53
Lampiran 3	Surat Penyelesaian tugas PKL	54
Lampiran 4	Daftar Hadir	55
Lampiran 7	Penilaian PKL	58
Lampiran 8	Kartu konsultasi bimbingan	59
Lampiran 9	Media kit Kompas 2017	60
Lampiran 10	<i>Log</i> Harian	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Perguruan tinggi merupakan institusi pendidikan yang diharapkan mampu mencetak sarjana-sarjana unggul penerus bangsa yang sanggup menguasai ilmu pengetahuan secara teoretis, praktis, dan aplikatif. Universitas Negeri Jakarta sebagai salah satu Perguruan Tinggi Negeri tentunya ikut andil dalam menghasilkan tenaga akademik dan profesional pada berbagai jenjang dan bidangnya masing-masing yang memiliki kemampuan dan keterampilan serta dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, guna menghadapi tantangan dan persaingan global di masa akan datang.

Maka dalam rangka memenuhi tantangan tersebut, Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta memiliki salah satu mata kuliah wajib yang harus diikuti oleh setiap mahasiswa. Adapun mata kuliah tersebut bernama Praktik Kerja Lapangan (PKL). PKL diadakan sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan di dunia industri.

Pelaksanaan PKL ini merupakan wadah untuk menambah pengetahuan, wawasan dan pengalaman dalam menghadapi dunia kerja sesungguhnya. Hal ini sangat membantu mahasiswa dalam mempersiapkan diri sebelum terjun langsung ke dalam dunia kerja setelah lulus dari Universitas Negeri Jakarta.

Program PKL memberikan kesempatan bagi para mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan. Ilmu pengetahuan tersebut diharapkan sesuai serta relevan dengan kenyataan pada dunia kerja, sehingga praktikan mempunyai ruang untuk mengaplikasikan ilmunya langsung ke tempat PKL.

Selain untuk memenuhi kewajiban akademik, Program PKL juga diharapkan memberikan umpan balik dari para praktikan untuk menyempurnakan kurikulum yang diterapkan di lingkungan Kampus Universitas Negeri Jakarta.

Pada Praktik Kerja Lapangan ini, praktikan berkesempatan untuk melakukan PKL pada Divisi *Marketing*, Departemen *Marketing Communication* PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas). PT Kompas Media Nusantara merupakan bagian dari kelompok usaha Kompas Gramedia (KG), yang didirikan oleh PK. Ojong (almarhum) dan Jakob Oetama sejak 28 Juni 1965. Produk utama dari PT Kompas Media Nusantara adalah surat kabar Kompas dalam bentuk cetak.

Untuk tetap eksis pada era digital, PT Kompas Media Nusantara telah meluncurkan *platform* digital Harian Kompas, yaitu Kompas.id yang menyediakan berita ter *update* dari Indonesia dan Mancanegara. Sebagaimana kita tahu di era digital saat ini, industri surat kabar tak sejaya dahulu. Masyarakat lebih dominan mengkonsumsi informasi dari *gadget* yang dimiliki dibanding harus membaca surat kabar.

Akibat perubahan media *habit* tersebut, Industri media cetak khususnya surat kabar menurun drastis. MARS Indonesia melakukan riset perilaku belanja media, di delapan kota (Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Makassar, Medan, Balikpapan, Palembang) dengan jumlah responden sebanyak 5.476 orang.¹ Dari hasil survei tersebut terungkap, bahwa *market share* surat kabar memang tergerus cukup dalam, sehingga secara total konsumennya kini tinggal 39,3%. Di antara delapan kota tersebut, konsumen/pembaca koran tertinggi terjadi di Palembang dengan porsi 51,3%, disusul kemudian Makassar sebanyak 45,6%, dan Semarang 43,5%. Artinya, di tiga kota tersebut minat baca koran dari warganya masih cukup tinggi.

¹ Survei MARS Indonesia “Perilaku Belanja Konsumen Indonesia 2009” diakses dari <https://qalammag.wordpress.com/riset/konsumen-koran-terus-menyusut/> pada tanggal 28 Oktober 2017

Dari 39% yang tersisa itu, frekuensi membaca koran tak lagi dilakukan setiap hari, 42,2% responden justru membaca koran tidak rutin setiap hari. Sementara yang membacanya setiap hari tinggal 33,7%, dan yang membacanya sekali-kali masih 26,8%.

Sedangkan untuk hasil survei surat kabar yang paling diminati pembaca diduduki oleh harian *Kompas*, dengan pembaca setia di Jakarta sebanyak 44,9% dan hampir merata dibaca di tujuh kota lainnya, peringkat kedua diraih *Jawa Pos* dengan jumlah pembaca mayoritas di Surabaya sebanyak 92,5%, peringkat ketiga, yaitu *Pikiran Rakyat*, dengan jumlah pembaca di Bandung sebanyak 72,7%., *Poskota* menduduki peringkat keempat nasional, dan hanya dibaca 20,9% konsumen Jakarta, dan *Warta Kota* yang membayangi di peringkat kelima dengan perolehan porsi konsumen yang beda tipis, yaitu 20,8%.

Perubahan konsumsi informasi dari media cetak ke digital setiap tahunnya meningkat. Dalam laporan Reuter Institute Digital News Report 2015, ditemukan fakta yang mengkhawatirkan media cetak.² Dalam 12 bulan terakhir, akses berita melalui *smartphone* meningkat tajam dari 37% menjadi 46% di 12 negara yang menjadi obyek riset (AS, Eropa, Jepang). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat kini lebih memilih mengakses informasi melalui *smartphone* ataupun *gadget* mereka dibandingkan harus membaca surat kabar.

Oleh karena itu Praktikan sangat tertarik untuk mengetahui strategi pemasaran yang diaplikasikan Harian Kompas untuk tetap mempertahankan pembaca setia Harian Kompas dan tetap eksis di industri surat kabar pada era digital.

² Reuter Institute Digital News Report 2015 diakses dari https://www.kompasiana.com/andreyandoko/apakah-surat-kabar-akan-mati_564f41d9d27e61a80b61897c pada tanggal 28 Oktober 2017

B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Adapun maksud dan tujuan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini antara lain:

1. Maksud Praktik Kerja Lapangan

- a. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan baru dalam mengembangkan diri Praktikan;
- b. Melatih kemampuan, disiplin, dan tanggung jawab Praktikan dengan terjun langsung ke dalam dunia kerja sesungguhnya;
- c. Melakukan PKL sesuai dengan latar belakang ilmu ekonomi bidang pemasaran khususnya;
- d. Memberikan kontribusi terhadap institusi yang merupakan tempat Praktikan menjalankan praktik kerja lapangan, yaitu PT Kompas Media Nusantara.

2. Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

- a. Mempelajari bidang kerja manajemen pemasaran pada instansi yaitu Harian Kompas khususnya pada Departemen *Marketing Communication*;
- b. Memperoleh pengalaman untuk dapat mengimplementasikan secara langsung ilmu-ilmu yang telah didapat pada perkuliahan;
- c. Membandingkan kesesuaian teori yang telah praktikan dapat selama perkuliahan dengan dunia kerja sesungguhnya.

C. Kegunaan PKL

Adapun kegunaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama praktikan melaksanakan kegiatan di Harian Kompas antara lain :

1. Kegunaan bagi Praktikan

- a. Memenuhi salah satu syarat kelulusan bagi Mahasiswa program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;

- b. Melatih kemampuan dan keterampilan Praktikan sesuai pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
- c. Mengembangkan daya pikir, kreativitas, dan keberanian yang sangat diperlukan pada dunia kerja;
- d. Belajar mengenal dinamika dan kondisi nyata dunia kerja pada unit-unit kerja, baik di lingkungan pemerintah maupun perusahaan;
- e. Mengetahui kekurangan yang belum dikuasai praktikan dalam bidang pemasaran, untuk selanjutnya diperbaiki oleh praktikan dan dapat dikuasai sebelum masuk dunia kerja.

2. Kegunaan bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

- a. Membuka peluang kerja sama antara Universitas dengan instansi dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di waktu yang akan datang;
- b. Meningkatkan citra Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebagai pencetak bibit-bibit unggul yang berkualitas;
- c. Memperkenalkan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta kepada instansi perusahaan;
- d. Mendapatkan umpan balik untuk menyempurnakan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan di lingkungan instansi/perusahaan dan tuntutan pembangunan pada umumnya.

3. Kegunaan bagi PT Kompas Media Nusantara

- a. Menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat bagi PT Kompas Media Nusantara dan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
- b. Perusahaan dapat memperoleh tenaga kerja yang sesuai dengan bidangnya dan berwawasan akademik dari praktik kerja perusahaan.

- c. Menjalin hubungan yang teratur, sehat dan dinamis antara instansi/perusahaan dengan Lembaga Perguruan Tinggi.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Nama Instansi : PT Kompas Media Nusantara
Alamat : Gedung Kompas Gramedia Unit II, Jl. Palmerah
Selatan 26-27, Jakarta 10270
Bidang Usaha : Surat Kabar
Website : <http://korporasi.Kompas.id/profil/>
Telepon : 021-5347710

Alasan Praktikan memilih Praktik Kerja Lapangan di Harian Kompas karena perusahaan ini merupakan perusahaan terbesar yang menghasilkan produk surat kabar nasional di Indonesia. Selain itu, praktikan juga ingin mengetahui bagaimana cara Harian Kompas tetap bertahan di era digital sekarang ini dan mempertahankan eksistensinya di industri media cetak.

E. Jadwal Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Jadwal waktu pelaksanaan PKL praktikan terdiri dari beberapa rangkaian tahapan yaitu, tahap persiapan, pelaksanaan, dan pelaporan. Rangkaian tersebut antara lain:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, praktikan mengurus seluruh kebutuhan dan administrasi yang diperlukan untuk mencari tempat PKL yang tepat. Dimulai dengan pengajuan surat permohonan PKL kepada pihak BAAK Universitas Negeri Jakarta yang ditujukan kepada PT Kompas Media Nusantara.

Setelah surat jadi, praktikan segera mendatangi kantor pusat PT Kompas Media Nusantara untuk menyampaikan surat tersebut. Setibanya di kantor pusat PT Kompas Media Nusantara, praktikan

dipersilahkan untuk menemui Bapak Onto selaku *staff* divisi Diklat PT Kompas Media Nusantara, kemudian praktikan diminta untuk menunggu konfirmasi dari pihak PT Kompas Media Nusantara.

Dua bulan kemudian praktikan dihubungi oleh pihak Diklat PT Kompas Media Nusantara dan diperbolehkan melaksanakan PKL. Praktikan seharusnya melaksanakan PKL pada tanggal 10 Juli 2017 ternyata diundur oleh pihak perusahaan menjadi tanggal 10 Agustus 2017.

2. Tahap Pelaksanaan

Praktikan melaksanakan kegiatan PKL di PT Kompas Media Nusantara dan ditempatkan di Divisi *Marketing*, Departemen *Marketing Communication*. Praktikan melaksanakan PKL selama dua bulan dihitung dari tanggal 10 Agustus 2017 sampai dengan tanggal 10 Oktober 2017.

Praktikan melakukan kegiatan PKL dari hari Senin sampai Jumat, mulai pukul 08.30 – 17.30 WIB dengan waktu istirahat selama satu jam yaitu pukul 12.00 – 13.00 WIB.

3. Tahap Pelaporan

Pada tahap pelaporan praktikan diwajibkan untuk membuat laporan PKL sebagai bukti telah melaksanakan PKL. Pembuatan laporan ini merupakan salah satu syarat untuk lulus dalam mata kuliah PKL yang menjadi syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Laporan ini berisi hasil pengamatan dan pengalaman praktikan selama masa PKL di PT Kompas Media Nusantara. Data-data yang diambil praktikan diperoleh langsung dari PT Kompas Media Nusantara pada Divisi *Marketing*, Departemen *Marketing Communication*.

BAB II

TINJAUAN UMUM HARIAN KOMPAS

A. Sejarah PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas)

1. Perkembangan Perusahaan

Harian Kompas merupakan surat kabar nasional di Indonesia yang berkantor pusat di Jakarta. Harian Kompas diterbitkan oleh PT Kompas Media Nusantara yang merupakan bagian dari kelompok usaha Kompas Gramedia (KG), yang didirikan oleh PK. Ojong dan Jakob Oetama sejak 28 Juni 1965. Dengan semboyan yang dimilikinya, yaitu "Amanat Hati Nurani Rakyat", Kompas dikenal sebagai sumber informasi terpercaya, akurat, dan mendalam oleh masyarakat.

Panglima TNI AD Letjen Ahmad Yani merupakan pencetus Ide penerbitan surat kabar Kompas yang diutarakan kepada Drs. Frans Seda, kemudian menggandeng dua tokoh yang memiliki pengalaman dalam menerbitkan media cetak, yaitu Drs. Jakob Oetama dan Mr. Auwjong Peng Koen atau lebih dikenal dengan nama Petrus Kanisius Ojong.

Pada tanggal 16 Januari 1965, dibentuk Yayasan Bentara Rakyat untuk mewujudkan gagasan tersebut. Namun atas usul Presiden Soekarno, akhirnya nama tersebut diubah menjadi Kompas yang memiliki arti pemberi arah dan jalan dalam mengarungi lautan dan rimba.

Pada tanggal 28 Juni 1965, Harian Kompas terbit pertama kali dan menerbitkan 4.828 eksemplar surat kabar. Pada edisi pertamanya, Harian Kompas hanya menerbitkan empat halaman dengan sebelas berita dan enam iklan yang mengisi surat kabar tersebut. Mulai dari sanalah, Harian Kompas berkembang menjadi surat kabar mingguan

dan mencapai prestasi sebagai surat kabar nasional setelah dua tahun beroperasi.

Selama perjalanannya yang telah lebih dari 50 tahun, Harian Kompas telah menghadapi berbagai masalah, seperti pelarangan terbit oleh pemerintah sebanyak dua kali (pada 2 Oktober 1965 dan 21 Januari 1978), gugatan perdata oleh Raymond Teddy pada 2006, dan gugatan oleh Aburizal Bakrie pada 2009. Namun, Harian Kompas membuktikan diri sebagai media yang tetap bertahan dan eksis dalam industri media cetak.

Seiring dengan berkembangnya dinamika masyarakat di era digital, Harian Kompas telah meluncurkan *platform* digital, yaitu Kompas.id dan *e-paper*. Selain itu, untuk mendorong dan meningkatkan pembaca muda, Harian Kompas telah menerbitkan rubrik khusus, yaitu Kompas Kampus dan Kompas MuDA, serta aktif dalam mengelola media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram.

2. Visi dan Misi Harian Kompas

a. Visi Harian Kompas

Visi Harian Kompas adalah “Menjadi institusi yang memberikan pencerahan bagi perkembangan masyarakat Indonesia yang demokratis dan bermartabat, serta menjunjung tinggi asas dan nilai kemanusiaan”.

Dalam kiprahnya pada industri pers “Visi Kompas” berpartisipasi membangun masyarakat Indonesia baru berdasarkan Pancasila melalui prinsip *humanisme transedental* (persatuan dalam perbedaan) dengan menghormati individu dan masyarakat adil dan makmur.

b. Misi Harian Kompas

Misi Harian Kompas adalah “Mengantisipasi dan merespon dinamika masyarakat secara profesional, sekaligus memberi arah perubahan (*trend setter*) dengan menyediakan dan menyebarluaskan informasi terpercaya”.

Harian Kompas berperan serta dalam mencerdaskan bangsa, menjadi nomor satu dalam semua usaha di antara usaha-usaha lain yang sejenis dalam kelas yang sama. Hal tersebut dicapai melalui etika usaha bersih dengan melakukan kerjasama dengan perusahaan-perusahaan lain. Hal ini dapat dijabarkan dalam lima sasaran operasional:

- 1) Kompas memberikan informasi yang berkualitas dengan ciri: tepat, cermat, utuh dan selalu mengandung makna.
- 2) Kompas memiliki bobot jurnalistik yang tinggi dan terus dikembangkan untuk mewujudkan aspirasi dan selera terhormat yang dicerminkan dalam gaya kompak, komunikatif dan kaya nuansa kehidupan dan kemanusiaan.
- 3) Kualitas informasi dan bobot jurnalistik dicapai melalui upaya intelektual yang penuh empati dengan pendekatan rasional, memahami jalan pikiran dan argumentasi pihak lain, selalu berusaha mendudukan persoalan dengan penuh pertimbangan tetapi tetap kritis dan teguh pada prinsip.
- 4) Berusaha menyebarkan informasi seluas-luasnya dengan meningkatkan oplah.
- 5) Untuk dapat merealisasikan visi dan misi Kompas harus memperoleh keuntungan dari usaha. Namun keuntungan yang dicari bukan sekedar demi keuntungan itu sendiri tetapi menjunjung kehidupan layak bagi karyawan dan pengembangan usaha sehingga mampu melaksanakan tanggung jawab sosialnya sebagai perusahaan.

3. Nilai-nilai Dasar Harian Kompas

Nilai-nilai dasar Harian Kompas merupakan seluruh kegiatan dan keputusan harus berdasarkan dan mengikuti nilai-nilai sebagai berikut:

- a. Menghargai manusia dan nilai-nilai kemanusiaan dengan harkat dan martabat
- b. Mengutamakan watak baik
- c. Profesionalisme
- d. Semangat kerja tim
- e. Berorientasi kepada kepuasan konsumen
- f. Tanggung jawab sosial
- g. Bertingkah laku mengikuti nilai-nilai

4. Logo Harian Kompas

Logo merupakan identitas perusahaan sebagai tanda / alamat yang akan mengkomunikasikan arti dan memberikan makna yang dalam terhadap jati diri perusahaan, selain itu logo dapat menjadi alat pembeda dalam suatu produk atau jasa dari kompetitornya.



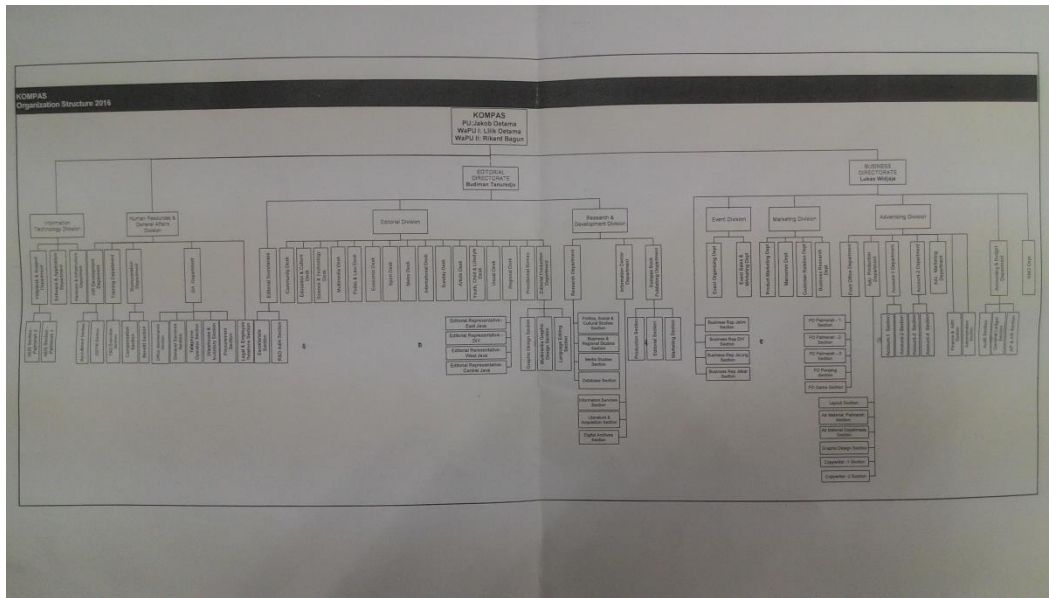
Gambar II.1 Logo Harian Kompas

Sumber: Google image

Nama KOMPAS sendiri pada awalnya dipilih oleh Presiden Republik Indonesia Soekarno, yang artinya “Penunjuk Arah”, sedangkan moto “Amanat Hati Nurani Rakyat” yang terletak di bawah logo Kompas menggambarkan visi dan misi disuarakannya hati nurani rakyat. Harian Kompas ingin berkembang sebagai institusi pers yang

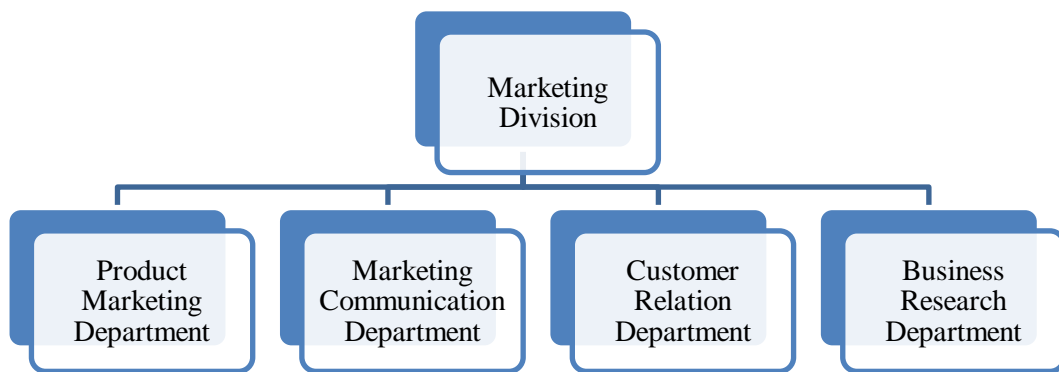
mengedepankan keterbukaan, meninggalkan perkotakan latar suka, agama, ras, dan golongan.

B. Struktur Organisasi Harian Kompas



Gambar II.2 Struktur Organisasi Harian Kompas

Sumber : Litbang Harian Kompas



Gambar II.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing Harian Kompas

Sumber : data diolah oleh praktikan

Marketing Harian Kompas terbagi menjadi empat departemen, yaitu:

1. ***Product Marketing Department***, bertugas memformulasikan strategi, rencana dan target produk Kompas berupa harian Kompas dan Kompas.id, melaksanakan kegiatan promosi sehari-hari yang berhubungan dengan *event-event* lokal dan langsung berhubungan dengan kenaikan omset.
2. ***Marketing Communication Department***, bertugas membuat strategi untuk meningkatkan *awareness* pembaca Harian Kompas, menentukan kegiatan *sponsorship* Harian Kompas dalam skala lokal maupun nasional, mengatur kegiatan operasional promosi sesuai dengan strategi yang telah ditetapkan termasuk memonitor aktivitas-aktivitas promosi pesaing dan mengkoordinir pengurusan ijin-ijin promosi, memberikan *support* bagi kegiatan-kegiatan yang membutuhkan aktivitas promosi.
3. ***Customer Relation Department***, bertugas untuk terus membina hubungan baik dengan pembaca, komunitas, dan sponsor, dalam rangka mempertahankan loyalitas pelanggan dan mitra Harian Kompas. Hal ini penting dilakukan untuk dapat bertahan di tengah persaingan industri yang ketat.
4. ***Business Research Department***, melakukan analisa bisnis dan mencari tahu *opportunity business* yang dapat dimanfaatkan oleh Kompas dalam mengembangkan bisnisnya. Hal ini dilakukan agar Kompas tetap eksis di tengah maraknya isu digital dan harian Kompas dapat bertahan menjadi *top-of-mind* dan *leading company* di industri surat kabar, tentunya dengan mengikuti perkembangan jaman dari hanya media cetak kini bersinergi dengan media digital.

C. Kegiatan Umum Harian Kompas

1. *Product*

Harian Kompas memiliki produk, yaitu:

a. Koran cetak

Koran cetak merupakan produk utama dari Harian Kompas. Dalam koran cetak Harian Kompas dibagi ke dalam dua bagian, yaitu berita dan iklan.

Koran cetak Harian Kompas terdiri tujuh kolom dan membagi berita menjadi beberapa rubrik, yaitu Politik dan Hukum, Ekonomi, Opini, Pendidikan dan Kebudayaan, IPTEK, Nusantara, Metropolitan, Internasional, Olahraga, Sosok, Fokus, Nama dan Peristiwa, Gaya Hidup, dan Multimedia,. Sedangkan untuk menyasar pembaca muda, setiap hari Jumat terbit rubrik khusus yang dinamakan Kompas MuDA dan Kompas Kampus.

Dalam Koran cetak Harian Kompas terdapat lembar khusus iklan yang diberi nama Klasika. Halaman ini memuat info-info hiburan seperti misalnya jadwal acara hari ini, iklan baris, info lowongan, jadwal bioskop, dan lain sebagainya.

b. Kompas.id

Kompas.id merupakan upaya Harian Kompas untuk tetap hadir dan eksis dalam tren digital sekarang ini. Kompas.id adalah produk digital Harian Kompas dalam bentuk portal digital yang menyajikan berita terpercaya untuk para pembacanya. Dalam mengakses Kompas.id pembaca diharuskan berlangganan Kompas.id terlebih dahulu. Terdapat beberapa pilihan paket yang ditawarkan Kompas.id untuk para pembaca yang dikenakan biaya, namun untuk pembaca baru diberikan gratis akses selama tujuh hari dengan *login* menggunakan akun Facebook atau Google+

c. *e-paper*

Harian Kompas hadir dalam bentuk digital yang memberikan kemudahan sehingga pembaca dapat merasakan sensasi membaca koran fisik melalui gadget. Pembaca bisa langsung mengakses *e-paper* pada *website* <https://epaper.kompas.id/> dengan berlangganan melalui Kompas.id

Berbeda dengan produk pesaing, yaitu Jawa Pos, koran cetak Jawa Pos terbit dalam dua edisi, Jawa Pos edisi Surabaya dan Jawa Pos edisi luar Surabaya. Untuk Jawa Pos edisi luar Surabaya terbagi dalam dua kawasan, yaitu kawasan Jawa Timur dan Bali, serta kawasan Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal yang membedakan Jawa Pos edisi Surabaya dan luar Surabaya adalah seksi "Metropolis" diganti dengan seksi yang lebih regional, dengan sebutan "Radar". Redaksi "Radar" ini berada di sejumlah kota. Isi berita "Radar" bersifat lokal, dan memuat iklan yang juga bersifat lokal, serta seksi Olahraga lokal.

Tidak hanya memproduksi koran cetak, Jawa Pos memiliki produk digital, yaitu [Jawapos.com](http://jawapos.com) dan *Jawa Pos Digital Edition*. [Jawapos.com](http://jawapos.com) merupakan portal berita yang menyajikan berbagai macam berita dari lokal maupun interlokal. Berbeda dengan Kompas.id, akses berita pada [Jawapos.com](http://jawapos.com) gratis, sedangkan untuk produk *e-paper*, yaitu *Jawa Pos Digital Edition* pembaca diharuskan berlangganan dengan mengklik *subscribe* yang berada di atas *username* dan *password* pada halaman depan Jawa Pos Digital, kemudian, mengisi *Form* Pendaftaran yang telah disediakan pada *website* <http://digital.jawapos.com/>. Perbedaan [Jawapos.com](http://jawapos.com) dengan Jawa Pos digital adalah [Jawapos.com](http://jawapos.com) memberikan informasi secara singkat dan cepat sedangkan Jawa Pos Digital memberikan informasi yang lebih komprehensif, lengkap dan detil persis seperti versi cetaknya.

2. *Price*

Tabel II.1 Harga Koran Cetak Harian Kompas

Eceran	Rp. 3.500
Berlangganan	Rp. 78.000/bulan

Sumber : <http://tokokoran.blogspot.co.id/p/katalog.html>

Tabel II.2 Harga Paket Berlangganan Kompas.Id

Kompas Digital 3 Rubrik Pilihan	Rp. 19.900/bulan
Kompas Digital Dasar	Rp. 40.000/bulan
Kompas Digital Premium	Rp. 50.000/bulan

Sumber : Kompas.id

Tabel II.3 Harga Paket Bundling Cetak dan Digital

Kompas Digital Premium & Koran	Rp. 98.000/bulan
Kompas Digital Premium & Koran + Tabloid Kontan	Rp. 780.000/6 bulan

Sumber : Kompas.id

Tarif pemasangan iklan pada Harian Kompas

Media kit iklan Kompas 2017 (terlampir)

Jika dibandingkan dengan Harga yang ditetapkan pesaing yaitu Jawa Pos, harga eceran koran Jawa Pos adalah Rp.4.000 sedangkan untuk berlangganan selama sebulan dikenakan harga Rp.90.000/bulan. Produk Jawa Pos Digital dapat diakses dengan membayar Rp.79.000/bulan. Sedangkan jika pembaca ingin menambah radar daerah dikenakan biaya tambahan sebesar Rp 15.000 per radar per bulannya.

HARGA IKLAN JITU BARIS 2017				
OTOMOTIF				
	Minggu s/d Jumat		Sabtu	
	BW	Spot	BW	Spot
Showroom Mobil	65.000	72.000	78.000	86.000
Mobil Dijual/dicari (di atas 100 jt)	58.000	63.500	69.000	76.000
Mobil Dijual/dicari (di bawah 100 jt)	49.000	54.000	69.000	76.000
Bus/ Truk/ Alat Berat	58.000	63.500	72.000	80.000
Variasi Mobil	55.000	60.500	68.500	76.000
Jasa Otomotif (Rental, bengkel, salon, kredit)	56.000	62.000	71.000	78.000
Showroom Motor	31.000	34.000	36.000	40.000
Motor/ Variasi Motor/ Rental Motor	30.000	33.000	40.000	44.000
PROPERTI				
	Minggu s/d Jumat		Sabtu	
	BW	Spot	BW	Spot
Rumah, Tanah, Vila, Rumah Usaha, Apartemen, Bahan Bangunan,property Lain, Perlengkapan Rumah	48.000	53.500	62.000	68.000
Disewakan / Kost	43.000	47.250	62.000	68.000
ANEKA KEBUTUHAN				
	Minggu s/d Jumat		Sabtu	
	BW	Spot	BW	Spot
Jasa, Mesin, Kesehatan,Kursus/ Pendidikan, Sosial, Kecantikan,Tour & Travel, Makanan & Minuman, Penginapan, Kontak Jodoh, Elektronik & Service	47.000	52.000	58.000	63.500
Hobby	43.000	47.000	48.000	53.000
Lowongan	126.000	139.000	152.000	165.000
ANEKA KEBUTUHAN				
	Setiap Hari		Paket 3x Tayang	
	BW	Spot	BW	
Kehilangan	33.500	37.000	46.000	
Ucapan	33.500	37.000	-	
FOTO JITU				
	Minggu s/d Jumat		Sabtu	
	BW		BW	
Otomotif, properti, aneka Kebutuhan.	110.000		220.000	
Ketentuan.				
<ul style="list-style-type: none"> • Harga berlaku mulai 1 Januari 2017 • Pemasangan iklan min 2 baris, max 10 baris • Satu baris terdiri 34 karakter (termasuk titik, spasi dan koma) • Penggunaan (*) / tanda lainnya diperbolehkan pada baris pertama dan hanya iklan diposisi tengah • Khusus iklan berwarna (spot), pemasangan iklan min.3 baris • Untuk POTAS (Posisi Atas) : <ul style="list-style-type: none"> - Posisi Pertama Rp 100.000 - Posisi Kedua Rp 75.000 - Posisi Ketiga Rp 60.000 * harga belum termasuk ppn 10% • Layout / tata letak sepenuhnya menjadi hak Jawa Pos • Harga bisa berubah sewaktu-waktu • Tidak berlaku untuk iklan seminar dan iklan yang mengandung unsur negatif 				
Untuk Pemasangan Iklan Hubungi :				
031 8293039 / 031 8293041 / 031 8202011				

Gambar II.4 Tarif Pemasangan Iklan pada Jawa Pos

Sumber: Google

Produk cetak dan digital Harian Kompas lebih murah jika dibandingkan dengan pesaingnya Jawa Pos. Tidak hanya itu, produk yang ditawarkan Harian Kompas lebih variatif dengan adanya paket *bundling* cetak dan digital.

3. *Promotion*

Dalam mempromosikan produknya, Harian Kompas membuat program promosi pada tahun 2010 sampai 2012 yang dinamakan Bulan Promosi Kompas. BPK memberikan penawaran-penawaran menarik bagi pembaca yang ingin berlangganan Harian Kompas, seperti hadiah langsung, *discount*, serta undian berhadiah. Selain itu terdapat pula program Gempita yang merupakan program undian berhadiah pada tahun 2013.

Harian Kompas seringkali membuat kuis berdasarkan *event-event* yang sedang berlangsung di Indonesia ataupun mancanegara untuk menarik minat pembaca membeli koran Harian Kompas, seperti kuis Piala Dunia Brazil tahun 2014, Piala Eropa Perancis tahun 2016, kuis Semangat Juara PON XIX Jawa Barat pada tahun 2016, dan yang terbaru adalah kuis Sea Games di Malaysia tahun 2017.

Tiga tahun terakhir ini Harian Kompas rutin menyelenggarakan *event* Kompas Travel Fair. *Event* ini merupakan salah satu *event* terbesar yang Harian Kompas selenggarakan. Kompas Travel Fair adalah *event* yang menyediakan berbagai macam pilihan maskapai penerbangan domestik maupun internasional, agen-agen *travel* yang menawarkan promo *traveling* ke berbagai destinasi dunia, serta produk-produk yang dibutuhkan untuk *traveling*. *Event* merupakan salah satu bauran komunikasi pemasaran yang sangat efektif untuk meningkatkan *awareness* dan membangun hubungan positif dengan konsumen.

Tak berhenti disitu, pada tahun 2017 ini Harian Kompas sedang gencar-gencarnya mempromosikan *platform* digitalnya, yaitu Kompas.id dengan ikut serta dalam beberapa *event* ternama di Indonesia sebagai *media partner*. Hal ini dilakukan untuk membangun *awareness* terhadap Kompas.id, sebagaimana kita tahu bahwa kini tren masyarakat dalam mencari informasi menggunakan *smartphone*

ataupun gadget miliknya. Oleh karena itu kini Harian Kompas sedang membangun *image* serta *awareness* Kompas.id.

Jika dibandingkan dengan pesaing, Jawa Pos sering kali membuat kegiatan kegiatan untuk komunitas pembaca setianya, sebut saja beberapa kegiatan yang diikuti dari berbagai segmentasi seperti Deteksi Mading, Deteksi *League Basket Ball*, *Otonom Award*, Guru Ideal dan lain-lain. Untuk memjalin hubungan baik dengan para agen dan pengecer, setiap satu tahun sekali Jawa Pos memberikan penarikan hadiah khusus bagi agen-agen distributor dan pengecer penjual Jawa Pos.

Selain itu, dua tahun terakhir ini, Jawa Pos rutin menyelenggarakan *event* olahraga marathon, yaitu *Jawa Post Fit East Java Half Marathon*. *Event* tersebut diselenggarakan guna meningkatkan *awareness* pembaca Jawa Pos. Tak berhenti disitu, pada tahun 2017 Jawa Pos menggandeng Kapal Api untuk mengadakan undian selama pertandingan Liga Indonesia. Pembaca dapat mengikuti undian tersebut dengan menggunting kupon undian dan mengisi data diri, lalu dikirim ke gedung Jawa Pos. Kupon undian ini diadakan untuk meningkatkan penjualan koran cetak Jawa Pos dengan mengajak penonton Liga Indonesia 1 membeli koran cetak dan mengikuti undian.



Gambar II.5 Kupon Undian Liga Indonesia 1

Sumber : Google

4. *Place*

Kantor pusat Harian Kompas beralamat di Gedung Kompas Gramedia Jalan Palmerah Selatan 26-28, Jakarta 10270. Harian Kompas Cetak memiliki sirkulasi oplah rata-rata 500.000 eksemplar per hari, dengan rata-rata jumlah pembaca mencapai 1.850.000 orang per hari yang terdistribusi ke seluruh wilayah Indonesia. Dengan oplah rata-rata 500 ribu eksemplar setiap hari dan mencapai 600 ribu eksemplar untuk edisi Minggu, Kompas tidak hanya merupakan koran dengan oplah (sirkulasi) terbesar di Indonesia, tetapi juga di Asia Tenggara.

Kompas menggunakan fasilitas percetakan jarak jauh untuk memproduksi koran harian dan melakukan distribusi dari banyak lokasi. Pada awal berdirinya, Kompas hanya dicetak di Jakarta dan setiap hari melakukan pengiriman koran menggunakan berbagai sarana transportasi (roda empat, roda dua, dan pesawat) ke berbagai wilayah tujuan di Indonesia. Seiring dengan tuntutan jam kedatangan yang semakin pagi oleh pembaca dan pelanggannya, maka Kompas juga dicetak di berbagai wilayah selain Jakarta. Kini terdapat sembilan lokasi cetak dengan sistem jarak jauh yang sudah dibangun di sembilan kota (Jakarta, Bandung, Bawen-Jateng, Rungkut-Jatim, Bali, Medan, Palembang, Banjarmasin dan Makassar) yang mempermudah persebaran Harian Kompas ke seluruh Indonesia.

Harian Kompas menggunakan *mass distribution* dalam mendistribusi koran cetaknya. *Mass Distribution*, yaitu menyalurkan barang atau jasa melalui lembaga-lembaga distribusi atau pedagang agar setiap orang dimanapun berada dapat memperoleh barang tersebut.³

Untuk mendistribusikan dan menjual koran Kompas sampai ke konsumen, pihak Kompas menggunakan sistem perantara keagenan

³ Jenis-jenis distribusi diakses dari <http://simplenews05.blogspot.co.id/2015/11/jenis-jenis-distribusi.html> pada tanggal 25 November 2017

yang bisa disebut dengan agen koran. Agen koran memiliki loper untuk mengirimkan dan menagih tagihan koran ke pelanggan Kompas. Ada dua model agen penyalur Kompas, yaitu agen Konvensional (menjual produk koran lain juga) dan agen Kompas (hanya menjual dan mendistribusikan produk Kompas) di bawah PT Jasatama Polamedia.

Pada awalnya, sirkulasi Kompas dilakukan sendiri di bawah manajemen PT Kompas Media Nusantara. Hingga pada tanggal 1 Januari 2009, sirkulasi Kompas berada dibawah naungan PT Sirkulasi Kompas Gramedia (SKG). Unit ini merupakan hasil penggabungan seluruh Departemen Sirkulasi/Distribusi media di Kompas Gramedia.

Sedangkan Kantor pusat pesaing, yaitu Jawa Pos berlokasi di Gedung Graha Pena Lt.5, Jl. Ahmad Yani 88 Surabaya, Indonesia. Dalam pendistribusian koran cetaknya, Jawa Pos menggunakan *Mass Distribution*, sehingga para pembaca lebih mudah dalam memperoleh koran cetak Jawa Pos, dimanapun berada.

Berbeda dengan Harian Kompas, Segmen Jawa Pos adalah daerah di pulau Jawa, dan untuk penamaan surat kabar disetiap daerah pun berbeda sesuai dengan penyebaran koran cetak tersebut, seperti di daerah Yogyakarta, surat kabar Jawa Pos dinamai Radar Jogja.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas), Praktikan melaksanakan PKL di Direktorat Bisnis, Divisi *Marketing*, Departemen *Marketing Communication*. Tugas Praktikan di *Marketing Communication* adalah sebagai berikut :

1. Membuat konten Twitter Kompas Kampus
2. Membuat konten Facebook Kompas MuDA
3. *Monitoring media* (iklan) pada Harian Kompas mulai dari tanggal 14 Agustus – 21 Agustus yang bertemakan kemerdekaan
4. Membuat program kerjasama Falcon Picture dengan Harian Kompas untuk mempromosikan film Si Juki The Movie
5. Membuat undangan kompetisi *vlog* dan esai “Bagaimana wajah Indonesia pada usia 100 tahun” untuk Perguruan Tinggi di Yogyakarta, Semarang, Surabaya
6. Menjadi *Liaison Officer* di acara Pramuka Berjejaring dan Membuat artikelnya
7. Membuat surat kerjasama *sponsorship*
8. Merekap *event-event* olahraga yang disponsori oleh Harian Kompas
9. Membuat PPT *media placement* Gojek dan Grab
10. Membuat PPT evaluasi program besar Harian Kompas (Bulan Promosi Kompas, Gempita, dan kuis-kuis) dari tahun 2011-2017.

B. Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dimulai pada hari Kamis, 10 Agustus 2017. Praktikan ditempatkan di Direktorat Bisnis, Divisi *Marketing*, Departemen *Marketing Communication* Harian Kompas.

Pada saat PKL Praktikan dibimbing dan diarahkan oleh Ibu Terrance sebagai mentor PKL. Selama kurang lebih dua bulan melaksanakan PKL, seluruh tugas yang Praktikan kerjakan tertera secara rinci di lampiran. Berikut ini adalah tugas serta penjelasan selama melakukan kegiatan PKL di Harian Kompas :

1. Membuat konten Twitter Kompas Kampus

Selama Penulis melakukan PKL di Harian Kompas, Praktikan melaksanakan berbagai aktivitas *social media marketing*. Pemasaran yang dilakukan dengan media sosial termasuk dalam bentuk periklanan dimana pengiklan dapat berinteraksi langsung dengan konsumennya.

Pemanfaatan media sosial Twitter banyak digunakan oleh perusahaan dengan memberitakan suatu peristiwa, menyampaikan tawaran, mempromosikan produk perusahaan, atau menghubungkan pembaca dengan tautan berita penting (Zarrella, 2010 : 31). Twitter merupakan salah satu yang digunakan Harian Kompas untuk berinteraksi dengan konsumen dan sebagai bentuk sinergi antara media konvensional (surat kabar) dan versi digital dengan menghubungkannya ke *website* Kompas.id.

Menurut Gurnelius (2011 : 82), jenis konten dalam media sosial Twitter sangat penting dalam membangun *brand awareness* dan memperluas hubungan antara perusahaan dengan konsumennya secara online. Hal inilah yang dilakukan oleh *Marketing Communication (MarComm)* Harian Kompas dan diwujudkan dengan terbentuknya Kompas Kampus sebagai wadah untuk meningkatkan keterbacaan surat kabar di kalangan Mahasiswa Indonesia.

Praktikan diberikan tugas oleh *Administrative Assistant* di *Marketing Communication* Harian Kompas untuk membuat konten Twitter Kompas Kampus dengan menggunakan program Ms. Excel. Berikut tahapan pengerjaan tugas:

- a. Membuka PIK Litbang pada Google Chrome dengan *link* <http://home.kompas.co.id>. Lalu praktikan diharuskan *login* terlebih dahulu menggunakan *username* dan *password* yang telah diberitahu mentor. Setelah berhasil *login*, pilih menu PIK Litbang lalu pilih database kliping dan pilih akses ke halaman, selanjutnya praktikan menentukan tanggal dan pilih hari ini, maka akan muncul klipingan Harian Kompas yang terbit hari itu.
- b. Setelah itu praktikan diharuskan memilih dan membaca artikel yang menjadi *highlite* ataupun berita ringan yang cocok dengan segmen Kompas Kampus. Lalu untuk menemukan artikel tersebut di Kompas.id, praktikan harus *mengcopy-paste* judul artikel yang dipilih pada kolom pencarian Kompas.id.
- c. Selanjutnya praktikan membuat tabel pada Ms. Excel yang berisikan nomer, isi konten, *link* artikel, dan image. Kolom-kolom tersebut lalu praktikan isi sesuai konten artikel yang telah di pilih.
- d. Dalam membuat konten, kalimat yang digunakan harus menarik pembaca dan akhirnya pembaca masuk ke *link* yang terhubung dengan konten tersebut.
- e. Setelah membuat minimal lima belas konten, data Ms.Excel tersebut di *save* lalu dikirimkan ke email

Tugas ini adalah tugas rutin yang diberikan kepada Praktikan setiap hatinya. Praktikan mengirimkan konten Twitter Kompas Kampus minimal lima belas konten setiap hari. Konten tersebut harus dikirimkan melalui email sebelum jam 12 siang.

Selama mengerjakan tugas, respon atasan terhadap Praktikan sangat baik, walaupun pada minggu pertama mengerjakan konten Twitter Kompas Kampus, Praktikan kesulitan untuk membuat konten yang menarik dan memilih topik yang tepat, sehingga itu Mentor Praktikan merevisi beberapa konten yang praktikan kirimkan di minggu pertama, namun pada minggu kedua dan seterusnya, Praktikan

mulai terbiasa membuat konten Twitter yang menarik dan sudah tidak ada lagi revisi konten yang diberikan oleh mentor.

Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan atau saran dari Mentor Praktikan, seperti, Praktikan harus sering membaca surat kabar Harian Kompas, menganalisis gaya bahasa yang digunakan pada Twitter Kompas Kampus, serta harus teliti dan cermat dalam memilih topik yang tepat.

	A	B	C	D
1	Content	Twitter Kompas Kampus 140917		
2				
3	No	Content	Karakter	Link
4	1	Pertama kali dalam sejarah, Presiden perempuan pertama Singapura, Halima Yacob	80	https://kompas.id/baca/internasional/2017/09/14/halimah-ditetapkan-jadi-presiden/
5	2	Demi menguatkan program Penguatan Pendidikan Karakter (PPK), peran para ulama sangat dibutuhkan.	96	https://kompas.id/baca/dikbud/2017/09/14/presiden-harapkan-ulama-terlibat-aktif/
6	3	Membanggakan, 18 karya perupa tembus Beijing International Art Biennale 2017, ajang memamerkan karya Indonesia ke mancanegara.	126	https://kompas.id/baca/dikbud/2017/09/14/angka-n-234/
7	4	Masalah Literasi di tak kunjung henti, mulai dari harga buku yang mahal sampai pajak yang harus penulis tanggung terlalu tinggi.	129	https://kompas.id/baca/dikbud/2017/09/14/literasi-perlu-dukungan/
8	5	menikmati pantai Namalatu sambil melukis di atas kanvas menggunakan batang arang	81	https://kompas.id/baca/dikbud/2017/09/14/goresan-di-pantai-namalatu/
9	6	Media digital dilibatkan pisau, bisa bermanfaat atau menyakit, tergantung bagaimana kalian menggunakannya	107	https://kompas.id/baca/dikbud/2017/09/14/manfaatkan-media-digital-untuk-hal-positif/
10	7	Minimnya peran investor lokal dalam menanamkan modal di perusahaan rintisan Indonesia	85	https://kompas.id/baca/ekonomi/2017/09/14/asing-lebih-aktif-di-usaha-rintisan/
11	8	Hanya menggandakan bukan mwmbuatkan skripsi, Bantah Universitas Palangka Raya terkait kasus salah satu dosennya yang diduga joki skripsi	136	https://kompas.id/baca/nusantara/2017/09/14/uprbantah-ada-dosen-menjadi-joki-skripsi/
12	9	Berikan 105 pelajar beasiswa, Pemerintah Lingga ingin menyiapkan para pelajar menjadi penyuluh pertanian di Lingga	115	https://kompas.id/baca/nusantara/2017/09/14/beasiswa-pertanian-bagi-105-pelajar-lingga/
13	10	Tak sesuai target, program revitalisasi trotoar di DKI Jakarta terhambat dana dan vendor yang kurang	100	https://kompas.id/baca/metro/2017/09/14/target-trotoar-2017-meleset/
14	11	Sistem tilang CCTV belum siap diterapkan.	41	https://kompas.id/baca/metro/2017/09/14/kilas-metro-230/
15	12	Misi berhasil, Tim Garuda Muda U-18 Juara1 Grup B Piala AFF 2017 dan lanjut ke semifinal	88	https://kompas.id/baca/olahraga/2017/09/14/siap-tantang-thailand/
16	13	PSSI gandeng psikolog untuk menstabilkan emosi tim nasional sepak bola Indonesia U-16	87	https://kompas.id/baca/olahraga/2017/09/14/psilog-bantu-atasi-emosi-pemain/
17	14	Barcelona berhasil bantai Juventus dengan gol 3-0.	50	https://kompas.id/baca/olahraga/2017/09/14/aksi-maut-barcelona/
18	15	Buah jatuh tak jauh dari pohonnya. Itulah pribahasa yang dapat menggambarkan penyanyi Nola dan anaknya Naura	108	https://kompas.id/baca/nama-peristiwa/2017/09/14/ibu-sekaligus-manajer/

Gambar III.1 Data Konten Twitter Kompas Kampus tanggal 14 September 2017

Sumber : data diolah oleh praktikan

Manfaat yang diperoleh Praktikan selama mengerjakan tugas ini adalah praktikan dapat mengetahui informasi-informasi terkini dengan membaca surat kabar setiap harinya, serta Praktikan mengetahui bahwa untuk menghasilkan konten yang menarik bagi konsumen, diperlukan konsep yang matang. Konsepnya pun perlu dikembangkan tidak hanya berisi berita yang telah dimuat di surat kabar melainkan

perlu adanya penambahan konten informatif yang dikemas secara menarik, misalnya berupa infografis.

2. Membuat konten Facebook Kompas MuDA

Social media marketing merupakan teknik pemasaran dengan menggunakan media sosial sebagai sarana bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumennya. Teknik ini digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan secara lebih spesifik.

Walau pun terlihat mudah, penerapan *social media marketing* tidaklah sederhana. Menurut Liana Evans (2010 : 8), *social media marketing* memerlukan riset, strategi, implementasi, jaringan, percakapan, serta pengukuran keberhasilan. Hal tersebut perlu diperhatikan agar penggunaan media sosial dalam pemasaran ini dapat dioptimalkan dan mencapai tujuan perusahaan.

Media sosial tergolong efektif karena dapat menjangkau konsumen secara langsung serta memudahkan perusahaan untuk menarik konsumen baru. Ketika perusahaan berhasil memanfaatkan media sosial untuk kegiatan promosi yang telah dirancang sedemikian rupa, hal ini dapat menarik perbincangan *netizen* di dunia maya. Salah satu media sosial yang populer di dunia adalah Facebook, berdasarkan data 7 situs *social media* terpopuler pada tahun 2013 yang dilansir oleh sigma news, Facebook menduduki peringkat pertama.⁴ disusul Twitter, Google +, MySpace, *LinkedIn*, Friendster, dan terakhir Pinterest.

Dalam kesehariannya, Praktikan diberikan tugas untuk membuat konten harian di Facebook Kompas MuDA. Kriteria konten yang dipilih adalah berita-berita ringan yang relevan dengan kalangan muda, seperti kehidupan kampus, aktivitas sosial anak muda, berita selebriti yang menginspirasi, olah raga, dan berita terkini yang sedang

⁴ Pengaruh Strategi Promosi Melalui Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Garskin Yang Dimediasi Word Of Mouth Marketing diakses dari <http://eprints.uny.ac.id/16797/1/SKRIPSI.pdf> pada tanggal 12 Desember 2017

hangat diperbincangkan. Bahasa yang digunakan pun cenderung ringan dan menarik *netizen* untuk membuka tautan yang disertakan bersama konten. Praktikan diberikan tugas untuk membuat konten Facebook Kompas MuDA setiap harinya dengan menggunakan program Ms. Excel. Berikut tahapan pengerjaan tugas:

- a. Memilih dan membaca artikel yang menjadi *highlite* ataupun berita ringan yang cocok dengan segmen Kompas MuDA dari sumber *website* Kompas.id, klasika.kompas.id atau muda.kompas.id .
- b. Jika artikel sudah ditemukan selanjutnya praktikan membuat tabel pada Ms. Excel yang berisikan nomer, isi konten, *link* artikel, dan image. Kolom-kolom tersebut lalu praktikan isi sesuai konten artikel yang telah di pilih.
- c. Dalam membuat konten, kalimat yang digunakan harus menarik pembaca dan akhirnya pembaca masuk ke *link* yang terhubung dengan konten tersebut.
- d. Setelah membuat tiga konten, data Ms.Excel tersebut di *Save* lalu dikirimkan melalui email.

	A	B	C	D
1	Konten FB	Kompas MuDA 26 September 2017		
2				
3	No	Konten	Link	Image
4	1	Generasi millennial tentunya sangat erat dengan aplikasi digital, nah gimana kalo sekarang kalian ditantang untuk buat aplikasi sendiri lewat IWIC. Berani ga MuDAers?	https://kompas.id/baca/ilmu-pengetahuan-teknologi/2017/09/25/generasi-muda-indonesia-ditantang-ciptakan-aplikasi/	pict 1
5	2	Sekarang ga usah repot-repot cari Tourguide untuk traveling. Hanya dengan aplikasi, kalian bisa dapat informasi pariwisata dan teman perjalanan juga lho. Mau tau apa aplikasinya? Cuss cek aja disini!	https://kompas.id/baca/gaya-hidup/2017/09/24/tak-sekadar-pamer-jalan-jalan/	pict 2
6	3	Artis cantik Nadine Chandrawinata rela tak terima honor besar dalam perannya di film dokumenter Negeri Dongeng. Mau tau alasannya? Cek penjelasannya disini!	https://kompas.id/baca/nama-peristiwa/2017/09/26/dibayar-pengalaman/	pict 3

**Gambar III.2 Data Konten Facebook Kompas Kampus tanggal
26 September 2017**

Sumber : data diolah oleh praktikan

Tugas ini merupakan tugas rutin yang diberikan kepada Praktikan setiap harinya. Praktikan mengirimkan konten Facebook Kompas MuDA minimal tiga konten setiap hari. Konten tersebut harus dikirimkan melalui email sebelum jam 12 siang.

Respon yang diberikan oleh atasan sangat baik, karena Praktikan dapat lebih komunikatif dalam pembuatan konten Facebook Kompas MuDA. Berbeda dengan konten Twitter yang jumlah karakternya terbatas, konten Facebook lebih mudah dalam pembuatannya karena lebih bebas dalam jumlah karakter, sehingga tidak ada revisi yang diberikan dari Mentor kepada Praktikan.

Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan atau saran dari Mentor Praktikan, yaitu jika berita dalam surat kabar Harian Kompas tidak menarik dan tidak sesuai dengan segmentasi pembaca Facebook Kompas MuDA, maka Praktikan diperbolehkan untuk mencari berita di *website* Kompas MuDA pada bulan-bulan sebelumnya.

Manfaat yang diperoleh Praktikan selama mengerjakan tugas ini adalah praktikan dapat mengetahui informasi-informasi terkini dengan membaca berita pada surat kabar Harian Kompas dan memperoleh ilmu dengan membaca berbagai tips *lifestyle* pada *website* Kompas MuDA.

3. *Monitoring media* (iklan) pada Harian Kompas yang bertemakan kemerdekaan

Monitoring media adalah sebuah rangkaian dari proses membaca, melihat, mencatat, dan mendengar isi dari sebuah artikel, berita atau naskah berita, dan iklan media massa. Proses ini dilakukan terus menerus. Kemudian melakukan indentifikasi, analisa, serta

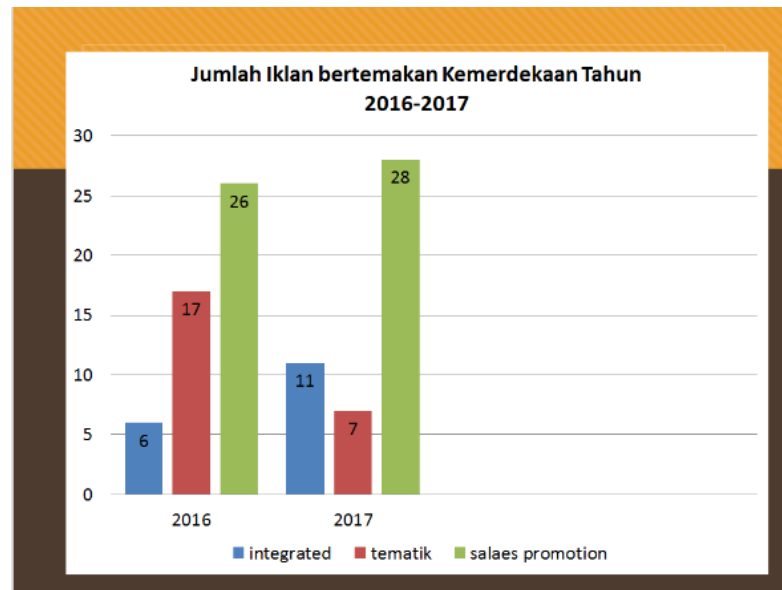
menyimpannya menjadi sejumlah topik, tema, ataupun kata kunci yang telah ditentukan (*keyword*).⁵

Tujuan dilakukan media monitoring untuk mendeteksi dan mengantisipasi secara dini isi dari sebuah artikel, berita atau naskah berita, dan iklan media massa. Dimana isinya berkaitan dengan sebuah peristiwa, menyangkut siapa, mengapa bisa terjadi, sumberdaya publik yang berkaitan, kebijakan, dan dampak apa yang terjadi atau harus diantisipasi serta hal lainnya.

Praktikan diberikan tugas oleh *marketing communication manager* untuk melakukan media monitoring dan menganalisis iklan yang terbit pada Harian Kompas dari tanggal 14 – 21 Agustus 2017 dalam rangka Hari Kemerdekaan Indonesia dan dibuat dalam bentuk Power Point. Berikut tahapan pengerjaan tugas:

- a. Praktikan mengumpulkan iklan-iklan bertemakan kemerdekaan yang terbit dari tanggal 14 – 21 Agustus 2017 pada Harian Kompas
- b. Setelah terkumpul iklan tersebut di golongan menjadi tiga bagian, yaitu *tematic advertising*, *sales promotion advertising*, *integrated advertising*.
- c. Selanjutnya praktikan harus menganalisis setiap iklan dengan melihat maksud dari isi yang ingin disampaikan perusahaan dalam iklan tersebut.
- d. Setelah praktikan menyelesaikan tugas monitoring tersebut praktikan harus mempresentasikan kepada *marketing communication manager* hasil *monitoring media* yang telah dilakukan.

⁵ Media Monitoring yang diakses dari <http://aws-jakarta.blogspot.co.id/2015/06/media-monitoring.html> pada tanggal 12 Desember 2017



**Gambar III.3 Data Jumlah iklan pada Harian Kompas
bertemakan kemerdekaan tahun 2016-2017**

Sumber : data diolah oleh praktikan

Praktikan mengerjakan tugas ini selama satu minggu (lima hari kerja). Hasil dari monitoring media (iklan) pada Harian Kompas bertemakan kemerdekaan yang terbit dari tanggal 14 – 21 Agustus 2017 dapat disimpulkan bahwa, selama periode tersebut sebanyak 28 iklan merupakan *sales promotion advertising*, 11 iklan merupakan *integrated advertising*, dan 7 iklan merupakan *tematic advertising*. Jika dibandingkan dengan tahun 2016, jumlah iklan yang terbit pada tahun 2017 lebih sedikit, dimana pada tahun 2016 terdapat 26 iklan merupakan *sales promotion advertising*, 17 iklan merupakan *tematic advertising* dan 6 iklan merupakan *integrated advertising*.

Selama mengerjakan tugas ini, respon dari Mentor Praktikan sangat baik dan praktikan mendapatkan arahan yang jelas untuk membuat laporan *monitoring media* ini sehingga praktikan tidak kesulitan dalam mengerjakannya.

Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan atau saran dari Mentor Praktikan, yaitu Praktikan harus menganalisis

iklan bertemakan kemerdekaan pada tahun sebelumnya, dan membandingkan dengan iklan bertemakan kemerdekaan pada tahun ini.

Manfaat yang diperoleh Praktikan selama mengerjakan tugas ini adalah Praktikan mengetahui jenis iklan berdasarkan isi dan tujuannya, mempelajari bagaimana perusahaan berupaya menyampaikan *campaign* yang mereka buat dalam iklan tersebut untuk dapat dicerna dan dimengerti oleh masyarakat sehingga dapat meningkatkan *brand image* bagi perusahaan, dan mengetahui *trend* iklan yang dimuat dalam surat kabar selama periode hari kemerdekaan.

4. Membuat program kerjasama *full barter* Falcon Picture dengan Harian Kompas untuk mempromosikan film Si Juki The Movie

Barter adalah pertukaran barang atau jasa yang terjadi tanpa ada penggunaan mata uang. Barter dilakukan sedemikian rupa sehingga dapat menguntungkan kedua pihak. Kerja sama *full barter* merupakan kerjasama yang diajaukan kepada media secara gratis, namun *full barter* ini harus menguntungkan kedua belah pihak, baik perusahaan ataupun media.

Falcon Picture mengajukan permohonan kerjasama *full barter* kepada Harian Kompas untuk mempromosikan film yang diproduksinya, yaitu Si Juki The Movie. Falcon Picture merupakan rumah produksi film ternama di Indonesia. Dalam hal ini Praktikan ditugaskan oleh *marketing communication manager* untuk membuat kegiatan promosi film tersebut.

Kegiatan promosi yang diusulkan praktikan adalah dengan menampilkan ulasan film Si Juki The Movie pada rubrik Layar Perak Harian Kompas, selain itu promosi melalui sosial media Kompas MuDA dan Kompas Kampus, serta Praktikan membuat sebuah kuis *MEME* di instagram Kompas MuDA.



Gambar III.4 PPT program kerjasama Falcon Picture dan Kompas untuk film “Si Juki The Movie”

Sumber : data diolah oleh praktikan

Praktikan memilih Kegiatan promosi melalui kuis *MEME* karena *MEME* sangat populer di masyarakat khususnya kalangan anak muda sehingga diharapkan dapat menarik minat masyarakat. Media sosial Kompas MuDA dan Kompas Kampus juga dimanfaatkan sebagai sarana promosi film ini karena segmen Kompas MuDA dan Kompas Kampus sangat cocok dengan segmen dari film Si Juki The Movie, yaitu anak muda.

Membuat strategi promosi yang tepat, Strategi tersebut Praktikan buat dalam bentuk PPT untuk di presentasikan kepada *Marketing Communication Manager* dan *staff advertising* untuk kemudian di lanjutkan ke pihak Falcon Picture. Tugas ini Praktikan selesaikan selama tiga hari dengan melakukan riset terlebih dahulu mengenai karakter Si Juki

Setelah mempresentasikan ide dari strategi promosi film Si Juki The Movie, respon yang diberikan oleh *manager* dan *staff advertising* sangat baik, serta mereka menyukai ide yang Praktikan usulkan.

Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan atau saran dari Manajer, yaitu untuk membuat *workflow* dari strategi promosi ini.

Manfaat yang diperoleh Praktikan selama mengerjakan tugas ini adalah Praktikan belajar berfikir kreatif untuk membuat strategi promosi yang menarik, dapat berkontribusi dalam *project* promosi sesungguhnya dan melatih kepercayaan diri Praktikan untuk menyumbangkan ide-ide kreatif yang dimiliki Praktikan.

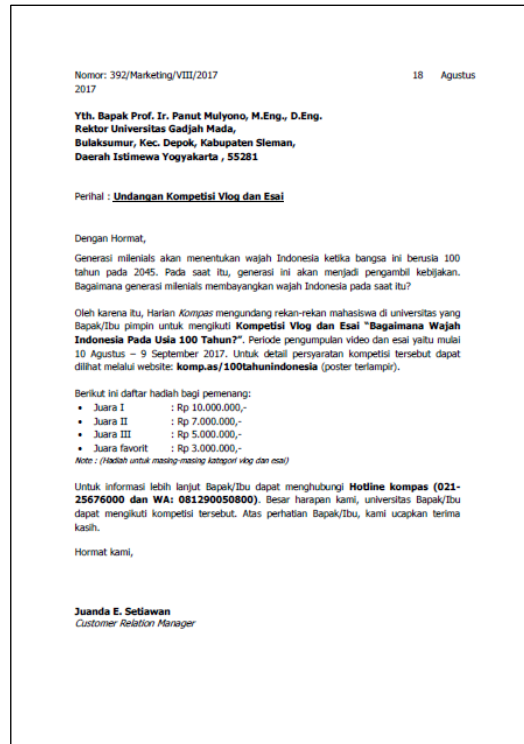
5. Membuat undangan kompetisi *vlog* dan esai “Bagaimana Wajah Indonesia pada usia 100 tahun?” untuk Perguruan Tinggi di Yogyakarta, Semarang, Surabaya

Kompetisi *vlog* dan esai “Bagaimana Wajah Indonesia pada usia 100 tahun?” merupakan kompetisi yang diadakan oleh Kompas untuk mengajak peserta membayangkan kondisi Indonesia pada usia 100 tahun nanti. Kompetisi ini terbagi kedalam empat bagian, yaitu 100 Tahun Indonesia dan Industri Kreatif, 100 Tahun Indonesia dan Korupsi, 100 Tahun Indonesia dan Birokrasi, dan 100 Tahun Indonesia dan Eksistensi Pasar.

Praktikan diberikan tugas oleh *Marketing Communication Officer* untuk membuat surat undangan kompetisi kepada beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta, Semarang, dan Surabaya yang mahasiswanya berpotensi mengikuti kompetisi tersebut. Surat undangan ini dikerjakan selama satu hari dan dibuat dalam bentuk Ms. Word. Berikut tahapan pengerjaan tugas:

- a. Praktikan mencari lima perguruan tinggi ternama di Yogyakarta, Semarang dan Surabaya di Google
- b. Praktikan membuat table universitas, nama rektor, dan alamat pada Ms. Excel yang kemudian di isi sesuai Perguruan tinggi yang di pilih.

- c. Praktikan membuat surat undangan kompetisi ini pada Ms. Word lalu di kirim melalui email.



**Gambar III.5 Surat undangan Kompetisi Vlog dan Esai
 “Bagaimana Wajah Indonesia pada usia 100 tahun?”
 untuk Universitas Gadjah Mada**

Sumber : data diolah oleh praktikan

Surat undangan ini praktikan kerjakan selama satu hari, dengan total 15 surat undangan untuk 15 perguruan tinggi yang terdapat di daerah Yogyakarta, Semarang dan Surabaya

Respon yang diberikan oleh Mentor Praktikan sangat baik karena tidak ada kesalahan dalam pembuatan surat undangan tersebut. Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan atau saran dari Mentor, yaitu dengan memilah terlebih dahulu perguruan tinggi yang berpotensi mengikuti kompetisi tersebut.

Manfaat yang diperoleh Praktikan selama mengerjakan tugas ini adalah Praktikan belajar bagaimana membuat surat untuk pihak eksternal.

6. Menjadi *Liaison Officer* (LO) di acara Pramuka Berjejaring dan Membuat artikelnya

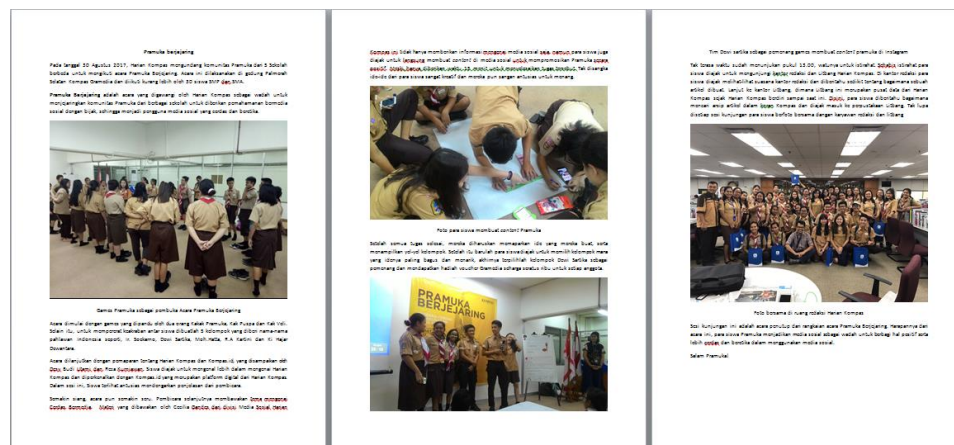
Liaison Officer (LO) adalah orang yang bertugas menjadi penghubung di antara dua organisasi untuk berkomunikasi dan berkoordinasi di setiap aktivitas mereka. Dalam sebuah *event* peran LO sangat penting, dimana seorang LO bertanggung jawab sebagai penghubung dan pendamping antara peserta dan pihak penyelenggara.

Dalam tugas ini, Praktikan bertanggung jawab untuk menjadi LO bagi para peserta acara Pramuka berjejaring. Pramuka berjejaring merupakan kegiatan yang diadakan Harian Kompas untuk menjaring komunitas pramuka tingkat SMP-SMA dan sarana memperkenalkan Kompas.id kepada generasi muda.

Praktikan diberikan tugas untuk menjadi LO beberapa sekolah yang diundang dalam acara tersebut mulai dari kedatangan sampai akhir acara. Tugas Praktikan sebagai LO, antara lain:

- a. Menghubungi perwakilan guru yang bertugas membina murid pramuka dari lima Sekolah berbeda yang mengikuti acara Pramuka Berjejaring
- b. Mengarahkan para peserta acara ke tempat acara Pramuka Berjejaring
- c. Menginformasikan kegiatan dan beberapa informasi terkait acara Pramuka Berjejaring
- d. Memandu dan mendampingi peserta selama acara berlangsung.

Setelah itu Praktikan ditugaskan untuk membuat artiket terkait kegiatan Pramuka Berjejaring yang akan diterbitkan di *website* Kompas MuDA.



Gambar III.6 Artikel Kegiatan Pramuka Berjaring

Sumber : data diolah oleh praktikan

Praktikan menjadi LO selama satu hari dengan persiapan sebelum acara selama tiga hari dan menyelesaikan artikel kegiatan Pramuka Berjaring selama dua hari.

Respon yang diberikan oleh Mentor praktikan selama Praktikan menjadi LO sangat baik, begitu pula saat Praktikan dibimbing untuk membuat artikel kegiatan tersebut.

Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan atau saran dari Mentor, yaitu dengan membaca artikel kegiatan sejenis yang telah diposting pada *website* Kompas MuDA sehingga Praktikan memiliki gambaran dalam membuat artikel tersebut.

Manfaat yang diperoleh Praktikan selama mengerjakan tugas ini adalah Praktikan belajar membuat artikel yang ditulis sendiri berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh Praktikan, selain itu Praktikan juga belajar bagaimana cara membuat artikel yang baik dan menarik.

7. Membuat surat kerjasama *sponsorship*

Sponsorship adalah dukungan finansial atau materi pendukung kepada suatu organisasi, orang, atau aktivitas yang dipertukarkan

dengan publisitas merek dalam suatu hubungan kerjasama⁶. Menurut Shimp (2004 :261) kegiatan sponsor pemasaran mencakup investasi dalam *event* atau *causes* yang bertujuan mencapai tujuan perusahaan, terutama meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*), memperkuat citra merek (*brand image*) dan memperbesar volume penjualan

Praktikan diberikan tugas oleh *marketing communication manager* untuk membuat surat kerjasama *sponsorship* Harian Kompas. Surat ini dibuat karena surat perjanjian sebelumnya tidak mencantumkan kewajiban penyelenggara acara yang disponsori diharuskan untuk mengirimkan bukti kepada Harian Kompas bahwa penyelenggara acara telah melaksanakan semua kewajiban sesuai dengan perjanjian berupa foto. Berikut tahapan pengerjaan tugas:

- a. Meminta *file* surat perjanjian *sponsorship* lama yang telah digunakan sebelumnya
- b. Membuat surat perjanjian *sponsorship* yang baru dengan program Ms.Word yang disesuaikan dengan surat perjanjian *sponsorship* lama
- c. Menambahkan kewajiban penyelenggara acara untuk mengirimkan bukti dokumentasi kepada Harian Kompas
- d. Mengirimkan surat perjanjian *sponsorship* baru yang telah dibuat melalui email

⁶ Artikel "Apa sebenarnya yang dibutuhkan pihak sponsor dalam sponsorship?" yang diakses dari <https://id.linkedin.com/pulse/apa-sebenarnya-yang-dibutuhkan-pihak-sponsor-dalam-sponsorship-ubay> pada tanggal 15 Desember 2017

Surat Perjanjian Sponsorship Kompas

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama :
 Jabatan :
 Institusi/Instansi/lembaga :
 Alamat :

Adalah bertindak untuk dan atas nama Panitia Pelaksana acara

Pada hari, tanggal, bulan, tahun telah sepakat untuk mengadakan hubungan kerjasama dengan KOMPAS dalam rangka penyelenggaraan kegiatan dengan kesepakatan sebagai berikut :

Kewajiban Penyelenggara Acara

- Mencantumkan logo Kompas pada
 - Spanduk event
 - Backdrop
- Pemasangan
 - Spanduk KOMPAS sebanyak buah
 - Umbul-umbul sebanyak buah
- Menyediakan slot waktu untuk
 - Sosialisasi
 - Pemutaran TVP/ Video
- Mengirimkan bukti dokumentasi kepada KOMPAS paling lambat tanggal/...../20.....

Kewajiban KOMPAS

- Memberikan merchandise berupa

<input type="checkbox"/> T-shirt sebanyak buah	<input type="checkbox"/> Gantungan kunci sebanyak buah
<input type="checkbox"/> Gantungan ID sebanyak buah	<input type="checkbox"/> Ballpoint sebanyak buah
<input type="checkbox"/> Blocknotesebanyak buah	<input type="checkbox"/> Paperbag sebanyak buah

Hal-hal yang belum tercantum dalam surat perjanjian ini akan dimusyawarahkan oleh kedua belah pihak hingga dicapai kesepakatan.

Jakarta,

Penyelenggara Acara Perwakilan Kompas

(.....) (.....)

Gambar III.7 Surat kerja sama *sponsorship* Harian Kompas yang telah diperbarui

Sumber : data diolah oleh praktikan

Tugas ini dikerjakan oleh Praktikan selama satu hari. Ke depannya Harian Kompas akan membuat sebuah *link sponsorship* untuk mempermudah dalam pengajuan sponsor kepada Harian Kompas di *websitenya*.

Respon yang diberikan oleh Mentor Praktikan sangat baik karena tidak ada kesalahan dalam pembuatan surat kerjasama tersebut. Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan atau saran dari Mentor, yaitu Praktikan harus melihat terlebih dahulu surat kerjasama *sponsorship* sebelumnya yang kemudian dibuat surat kerjasama yang baru oleh Praktikan.

Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan memperoleh pengetahuan dasar dalam *sponsorship* dan Praktikan mengetahui apa saja hal-hal yang dipertimbangkan oleh Harian Kompas dalam memilih acara yang akan disponsori.

8. Merekap *event-event* olahraga yang disponsori oleh Harian Kompas

Event adalah “media komunikasi”. Merupakan “jembatan” untuk menyampaikan suatu maksud / tujuan dari principal (*client*) kepada target, Rangkaian kegiatan yang memberikan pengalaman secara “live”, langsung dan nyata. Jenis-jenis *event* sangat beragam, mulai dari *event* musik, olahraga, seni, seminar, dan sebagainya. Salah satu *event* yang sering disponsori oleh Harian Kompas adalah *event* olahraga. Banyak sekali *event-event* olahraga tingkat sekolah dasar (SD) sampai Sekolah Menengah Atas (SMA) yang disponsori oleh Harian Kompas.

Dalam hal ini, Praktikan diberikan tugas untuk merekap proposal-proposal *event* olahraga yang akan disponsori Harian Kompas. Rekap tersebut dibuat dalam Ms.Word. Berikut tahapan pengerjaan tugas:

- a. Praktikan diberikan kumpulan proposal *event* olahraga yang akan di sponsori Harian Kompas
- b. Sebelum praktikan merekap proposal-proposal tersebut, praktikan menggolongkan *event* olahraga tersebut kedalam tingkatan SD-SMP-SMA
- c. Membuat rekap *event* olahraga dalam bentuk table menggunakan Ms.Word
- d. Selesai merekap proposal-proposal tersebut, file tersebut di *save* lalu dikirimkan melalui email

TAMPLATE OLAHRAGA (SPONSOR)				
1. Tingkat SD dan SMP				
Event olahraga	Nama sekolah	Nama event	Tanggal pelaksanaan	Daftar kontes/olimpiade
SD & SMP	SMPN 2 Pekanbaru	PE Turnamen 2017	16-22 Oktober 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Taekwondo • Badminton • Tenis Meja • Tenis Lapangan • Golf • Karate • Judo • Pencak Silat • Panahan • Sepakbola • Basket • Voli • Tenis Bawah Tanah • Badminton • Tenis Meja • Sepakbola • Bola Basket • Bola Voli • Pencak Silat • Karate • Judo • Panahan • Taekwondo • Golf
SD	SMPN 2 Pekanbaru	PE Turnamen 2017	16-22 Oktober 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Karate • Badminton • Tenis Meja • Sepakbola • Bola Basket • Bola Voli • Pencak Silat • Karate • Judo • Panahan • Taekwondo • Golf
SMP	SMPN 2 Pekanbaru	PE Turnamen 2017	16-22 Oktober 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Badminton • Tenis Meja • Sepakbola • Bola Basket • Bola Voli • Pencak Silat • Karate • Judo • Panahan • Taekwondo • Golf
SD & SMP	SMPN 2 Pekanbaru	PE Turnamen 2017	16-22 Oktober 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Karate • Badminton • Tenis Meja • Sepakbola • Bola Basket • Bola Voli • Pencak Silat • Karate • Judo • Panahan • Taekwondo • Golf
2. Tingkat SMA				
Event olahraga	Nama sekolah	Nama event	Tanggal pelaksanaan	Daftar kontes/olimpiade
SD & SMP	SMPN 2 Pekanbaru	PE Turnamen 2017	16-22 Oktober 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Karate • Badminton • Tenis Meja • Sepakbola • Bola Basket • Bola Voli • Pencak Silat • Karate • Judo • Panahan • Taekwondo • Golf
SMA	SMPN 2 Pekanbaru	PE Turnamen 2017	16-22 Oktober 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Karate • Badminton • Tenis Meja • Sepakbola • Bola Basket • Bola Voli • Pencak Silat • Karate • Judo • Panahan • Taekwondo • Golf
3. Tingkat Karang Taruna				
Event olahraga	Nama sekolah	Nama event	Tanggal pelaksanaan	Daftar kontes/olimpiade
Karang Taruna	SMPN 2 Pekanbaru	PE Turnamen 2017	16-22 Oktober 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Karate • Badminton • Tenis Meja • Sepakbola • Bola Basket • Bola Voli • Pencak Silat • Karate • Judo • Panahan • Taekwondo • Golf
CATATAN: <ol style="list-style-type: none"> 1. Nama event yang diterbitkan (*) adalah event yang akan dimusnahkan oleh komite pelaksana 2. HARI 3. Pengisian nama event 				

Gambar III.8 Data proposal event olahraga yang di sponsori

Harian Kompas

Sumber : data diolah oleh praktikan

Tugas ini dikerjakan oleh Praktikan selama satu hari dengan total sebelas proposal *Event* olahraga, yang terdiri dari empat *event* olahraga tingkat SD & SMP, enam *event* olahraga tingkat SMP & SMA, dan satu *event* olahraga tingkat Karang Taruna.

Respon yang diberikan oleh Mentor Praktikan sangat baik karena tidak ada kesalahan yang Praktikan lakukan dalam mengerjakan tugas ini. Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan atau saran dari Mentor, yaitu Praktikan harus membagi *event* olahraga berdasarkan tingkatan target peserta dari *event* tersebut.

Manfaat yang diperoleh Praktikan selama mengerjakan tugas ini adalah Praktikan dapat mengetahui sekolah-sekolah mana saja yang disponsori oleh Harian Kompas dan apa saja hal-hal yang dipertimbangkan oleh Harian Kompas dalam memilih *event* olahraga yang akan disponsori.

9. Membuat PPT *media placement* (*above the line, below the line* dan *media digital*) Gojek dan Grab

Media placement merupakan penempatan media-media yang akan digunakan untuk beriklan agar masyarakat dapat melihat adanya suatu produk, jasa atau penyelenggaraan acara yang sengaja disebarluaskan sehingga masyarakat tertarik untuk mengetahui lebih lanjut.⁷ Peran penempatan media didukung dengan ketepatan dalam menentukan jenis media yang digunakan akan berpengaruh dalam benak masyarakat perihal produk atau jasa tersebut. Dalam Hal ini dibagi menjadi tiga jenis yaitu, *above the line, below the line* dan *media digital*.

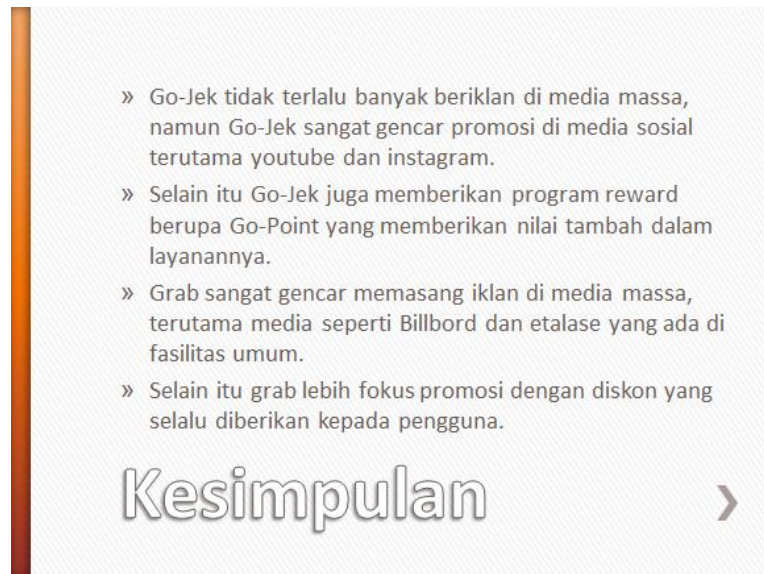
Pemasaran *Above The Line* (ATL) adalah pemasaran produk / jasa dengan menggunakan *mass media*. Media yang digunakan biasanya adalah media televisi, radio, media cetak (koran, majalah, dll). Sifat ATL merupakan media ‘tak langsung’ yang mengenai *audience*. *Below The Line* (BTL) adalah segala aktivitas *marketing* atau promosi yang dilakukan di tingkat retail/konsumen dengan salah satu tujuannya adalah meningkatkan *awareness* konsumen, seperti mengadakan program bonus/hadiah, *event*, pembinaan konsumen, dll. Sifat BTL merupakan media ‘langsung’ yang mengenai *audience*. Sedangkan media digital adalah pemasaran produk / jasa dengan menggunakan media digital seperti media sosial, dan *website*.

Praktikan diberikan tugas oleh *marketing communication manager* untuk mencari tahu *media placement* yang telah dilakukan Grab dan Gojek. Hasil tugas tersebut dibuat dalam bentuk PowerPoint. Berikut tahapan pengerjaan tugas:

- a. Praktikan mencari tahu media apa saja yang digunakan oleh Grab dan Gojek dalam promosi. *Media placement* tersebut dibagi ke dalam tiga jenis, yaitu ATL, BTL, dan Digital.

⁷ Jurnal “Bagaimana pengaruh media placement iklan luar ruang di sepanjang jalan Gejayan terhadap tingkat brand awareness seseorang?” oleh Andamawijaya Bakti Saputra diakses dari <http://e-journal.uajy.ac.id/6512/> pada tanggal 15 Desember 2017

- b. Setelah praktikan menemukan media apa saja yang digunakan, praktikan membuat laporan dalam bentuk Power Point.
- c. Setelah laporan diselesaikan, laporan tersebut dikirimkan ke melalui email.



Gambar III.9 Kesimpulan dari *media placement* Gojek dan Grab

Sumber : data diolah oleh praktikan

Tugas ini dikerjakan oleh Praktikan selama dua hari. Hari pertama Praktikan fokus untuk mencari *media placement* Gojek dan hari kedua Praktikan fokus mencari *media placement* Grab.

Respon yang diberikan oleh Mentor Praktikan sangat baik serta Praktikan diberikan penjelasan mengenai *media placement* dan alasan *media placement* itu penting.

Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan atau saran dari Mentor, yaitu mencari besarnya biaya yang dikeluarkan oleh Gojek dan Grab dalam membiayai promosi mereka. Namun untuk mencari informasi hal tersebut sangat sulit, karena informasi tersebut terkait data internal perusahaan yang tidak dibagikan ke publik.

Manfaat yang diperoleh Praktikan selama mengerjakan tugas ini adalah Praktikan mengetahui media apa saja yang digunakan oleh Gojek dan Grab dalam mengiklankan produknya, selain itu Praktikan mengetahui bahwa Gojek dan Grab lebih banyak mengeluarkan dana promosi mereka dalam media digital. Tugas ini diberikan kepada Praktikan untuk mengetahui kecenderungan sebuah merek dalam mempromosikan produknya melalui strategi *media placement*.

10. Membuat PPT evaluasi program besar Harian Kompas (Bulan Promosi Kompas, Gempita, dan kuis-kuis) dari tahun 2011-2017.

Evaluasi adalah suatu proses untuk menyediakan informasi tentang sejauh mana suatu kegiatan tertentu telah dicapai, bagaimana perbedaan pencapaian itu dengan suatu standar tertentu untuk mengetahui apakah ada selisih di antara keduanya, serta bagaimana manfaat yang telah dikerjakan itu bila dibandingkan dengan harapan-harapan yang ingin diperoleh.

Praktikan diberikan tugas untuk membuat laporan evaluasi program kegiatan-kegiatan pemasaran yang telah Harian Kompas laksanakan dari tahun 2011-2017. Hasil tugas tersebut dibuat laporan dalam bentuk PowerPoint. Berikut tahapan pengerjaan tugas.

- a. Praktikan diberikan file-file yang berisikan evaluasi program besar Harian Kompas dari tahun 2011-2017. Dalam kurun waktu tersebut terdapat tiga program besar yang telah dilaksanakan Harian Kompas, yaitu Bulan promosi Kompas, Gempita dan Kuis. Khususnya untuk kuis dibagi menjadi empat kuis, yaitu Piala Dunia 2014 Brasil, Piala Eropa 2016 Perancis, Semangat Juara PON XIX Jawa Barat, Sea Games 2017.
- b. Dari program besar tersebut, praktikan merekap hasil dan evaluasi dari program tersebut yang telah dibuat. Hasil-hasil tersebut praktikan satukan kedalam sebuah PowerPoint.

- c. Setelah praktikan menyelesaikan laporan evaluasi tersebut, laporan tersebut praktikan kirim melalui email.

Tugas ini dikerjakan oleh Praktikan selama satu minggu (5 hari kerja). Dapat diketahui selama mengerjakan laporan evaluasi, Praktikan mendapatkan bahwa Program BPK lah yang paling sukses dalam menarik pelanggan baru.

Respon yang diberikan oleh Mentor Praktikan sangat baik serta Praktikan diberikan bimbingan untuk membuat laporan evaluasi yang baik. Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan atau saran dari Mentor, yaitu Praktikan harus membagi program promosi Harian Kompas berdasarkan tahun pelaksanaan, dan dapat menyimpulkan hasil dari evaluasi tersebut.

Manfaat yang diperoleh Praktikan selama mengerjakan tugas ini adalah Praktikan mengetahui strategi pemasaran apa saja yang dilakukan Harian Kompas untuk menarik konsumen baru dan menambah loyalitas konsumen, serta belajar membuat laporan evaluasi yang baik dan benar.

C. Kendala yang Dihadapi

Dalam menyelesaikan pekerjaan, Praktikan berusaha untuk melaksanakan pekerjaan dengan baik, selesai tepat pada waktunya dan selesai dengan hasil yang memuaskan. Akan tetapi dalam melaksanakan pekerjaan, Praktikan mengalami beberapa kendala yang menyebabkan Praktikan menjadi tidak maksimal dalam melaksanakan pekerjaan. Kendala tersebut berupa:

1. Keberadaan waktu pembimbing untuk membimbing praktik

Dalam hal ini, pembimbing terkadang tidak selalu berada di kantor melainkan lebih seringnya melakukan pekerjaan di lapangan Hal itu cukup menjadi kendala bagi praktikan, sebab beliau tidak mendelegasikan pekerjaan yang harus kami lakukan pada *staff* atau

langsung pada praktikan via SMS atau telepon sehingga tidak jarang praktikan bingung harus mengerjakan pekerjaan apa bila pekerjaan sebelumnya telah selesai dikerjakan.

2. Banyak istilah-istilah asing tak dimengerti praktikan

Selama praktikan menjalankan PKL di Harian Kompas, sering sekali praktikan mendengar istilah-istilah asing yang merupakan istilah tersendiri di industri media. Hal ini terkadang menghambat pekerjaan praktikan.

3. Pemilihan dan penulisan konten Twitter Kompas Kampus yang cenderung kaku dan kurang interaktif pada periode awal PKL

Praktikan sempat mengalami kesulitan dalam pemilihan dan penulisan konten yang menarik untuk dimuat di laman Twitter Kompas Kampus saat minggu pertama PKL. Hal ini menyebabkan pada minggu pertama PKL konten yang dikirim oleh praktikan sedikit.

4. Media sosial Harian Kompas yang tidak dikelola dengan baik

Di era digital saat ini, media sosial merupakan sarana yang sangat penting dalam kegiatan promosi ataupun berinteraksi dengan konsumen. Namun, pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh *Marketing Communication* Harian Kompas masih sangat kurang, dapat dilihat dari jumlah pengikut media sosial Harian Kompas yang banyak namun kurangnya interaksi yang terjadi pada media sosial tersebut.

D. Cara Mengatasi Kendala

Untuk mengatasi kendala yang dihadapi praktikan tersebut, maka cara yang digunakan praktikan untuk mengatasinya adalah sebagai berikut:

1. Membuat jadwal dan komunikasi yang baik dengan pembimbing

Praktikan bersikap lebih aktif dan menjalin komunikasi yang baik dengan karyawan lain, sehingga dapat bertanya dengan karyawan lain tentang pekerjaan yang belum dipahami. Selain itu, Praktikan meminta jadwal tugas lapangan pembimbing dalam jangka waktu satu

bulan untuk mengetahui kapan saja pembimbing tidak datang ke kantor, sehingga satu hari sebelumnya Praktikan meminta tugas untuk hari berikutnya.

2. Aktif bertanya kepada pembimbing dan karyawan lain.

Dalam mengatasi kendala mengenai belum mengertinya istilah-istilah yang digunakan di Harian Kompas, praktikan mengatasinya dengan meminta penjelasan kepada pembimbing PKL atau pun karyawan lain sehingga praktikan lebih mengerti dan mudah dalam mengerjakan tugas yang diberikan.

3. Selalu membaca berita dan berlatih menulis dengan gaya penulisan yang menarik minat pembaca.

Untuk kendala penulisan, praktikan mengatasinya dengan intensitas berlatih menulis singkat yang dilakukan oleh praktikan setiap hari selama PKL. Seiring berjalannya waktu, kemampuan praktikan dalam menuangkan berita menjadi sebuah tulisan singkat mengalami perubahan dari yang awalnya kaku menjadi lebih menarik. Tentunya perubahan ini tidak lepas dari evaluasi yang selalu diberikan oleh pembimbing lapangan.

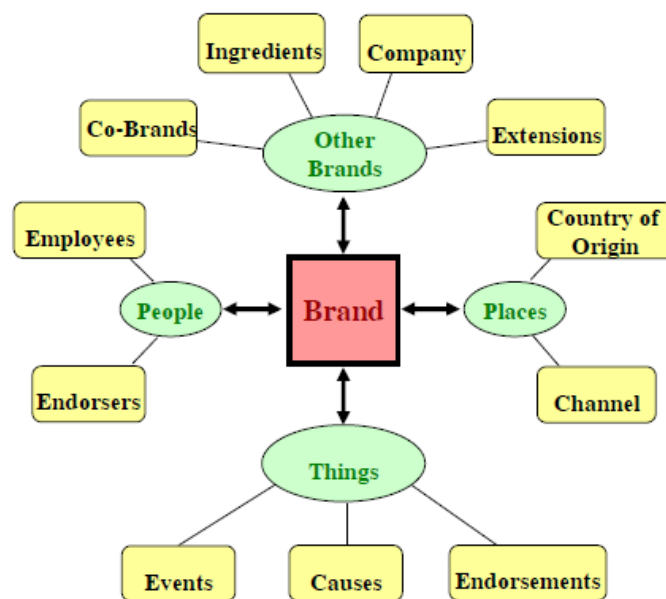
4. Harian Kompas membuat departemen khusus untuk media sosialnya.

Harian Kompas dapat membuat departemen media sosial yang bertugas untuk mengelola media sosialnya, sehingga penggunaan media sosial Harian Kompas dapat lebih efektif, seperti berinteraksi dengan pembaca dan kegiatan promosinya.

Berdasarkan pekerjaan yang sudah praktikan kerjakan selama PKL di Harian Kompas, ada beberapa pekerjaan yang sesuai dengan konsentrasi yang praktikan ambil yaitu manajemen pemasaran. Salah satu pekerjaannya adalah *sponsorship* dan penyelenggaraan *event* Pramuka Berjejaring. Jika dianalisa lebih lanjut pekerjaan ini sangat sesuai dengan apa yang sudah praktikan pelajari pada manajemen merek di semester lima.

Dimana kita tahu bahwa *sponsorship* dan *event* merupakan cara untuk pembentukan *brand equity*. *Sponsorship* dapat berkontribusi terhadap *brand equity* terkait dengan merek dengan meningkatkan kesadaran merek, menambahkan asosiasi baru, atau meningkatkan kekuatan, keistimewaan, dan keunikan asosiasi yang sudah ada.

Sponsorship dan *event* sendiri merupakan bagian dari *Leveraging secondary associations*. *Leveraging secondary associations* merupakan cara untuk pembentukan *brand equity*, seringkali diinterpretasikan sebagai efek peminjaman. Hal ini dikarenakan pembentukan *brand equity* dengan menghubungkan merek pada informasi pada memori yang dapat menyampaikan arti tertentu pada konsumen.



Gambar III.10 *Secondary Sources of Brand Knowledge*

Sumber : Google

Dengan membuat hubungan antara merek dengan entitas lain, konsumen akan membentuk asosiasi dari merek kepada entitas dan secara konsekuen kepada setiap asosiasi, penilaian, perkiraan yang berhubungan dengan entitas tersebut. Secara umum *secondary brand knowledge* adalah pengaruh evaluasi kepada suatu produk ketika konsumen kesulitan untuk melakukan penilaian terhadap produk.

Menghubungkan merek ke suatu entitas tidak hanya menimbulkan asosiasi merek yang baru dari entitas, namun juga mempengaruhi asosiasi merek yang sudah ada. Terdapat tiga faktor penting dalam memprediksi *leverage* dari hubungan antara merek dengan suatu entitas:

1. *Awareness and knowledge of the entity*

Sangat penting untuk diketahui apakah konsumen mengenal entitas yang digunakan sebagai alat *leverage*, karena jika tidak akan memberikan efek pada merek. Entitas yang dikenal oleh konsumen haruslah pada kelebihan dan keunikan yang dapat menimbulkan penilaian yang positif.

2. *Meaningfulness of the knowledge of the entity*

Relevansi dari apa yang dimiliki oleh entitas terhadap merek ataupun pada konsumen yang tepat. Hal ini berkaitan dengan efektivitas untuk *leverage* merek.

3. *Transferability of the knowledge of the entity*

Semua elemen dari entitas terutama berkaitan dengan persepsi positif pada kekuatan dan keunikan dari entitas haruslah dapat ditransfer pada merek. Dimana harus ada kesesuaian identitas antara entitas dengan merek.

Dalam pengaplikasian *Leveraging secondary associations* di Harian Kompas dapat dilihat dari kegiatan *Sponsorship* dan *event marketing* yang dilakukan, seperti mensponsori berbagai kegiatan olahraga, seminar, dan musik yang diselenggarakan oleh beberapa sekolah di Jabodetabek. Selain itu Harian Kompas mengadakan *event* Kompas Travel Fair sejak tahun 2014 yang menjadi salah satu sarana promosi Harian Kompas dalam meningkatkan *brand awareness* dan *brand equity* Harian Kompas.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas). Perusahaan ini bergerak di bidang surat kabar. Dalam kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) praktikan ditempatkan pada divisi *marketing*, departemen *marketing communication*. Setelah menyelesaikan PKL, Praktikan dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Selama bekerja di *marketing communication* Harian Kompas, Praktikan dapat mempelajari secara umum aspek pemasaran yang diterapkan pada Harian Kompas, khususnya dalam meningkatkan *brand awareness* Harian Kompas yaitu, membuat *event* Pramuka berjejaring atau pun berinteraksi dengan pembaca muda lewat media sosial Kompas MuDA dan Kompas Kampus.
2. Praktikan diberikan kesempatan mengaplikasikan teori dan praktik yang diperoleh selama perkuliahan secara langsung selama melaksanakan PKL di *marketing communication* Harian Kompas, seperti berkontribusi dalam membuat surat *sponsorship*, membuat *content social media* Kompas MuDA guna meningkatkan *brand awareness* Harian Kompas dikalangan generasi muda, dan ikut andil dalam membuat program kerjasama dalam mempromosikan film “Si Juki The movie”.
3. Selama bekerja di Harian Kompas, praktikan dapat membandingkan bahwa teori yang selama ini Praktikan dapat di perkuliahan sesuai dengan dunia kerja sesungguhnya seperti, meningkatkan *brand awareness*, *sponsorship*, dan kegiatan promosi yang diterapkan Harian Kompas.

B. Saran

Berdasarkan pengalaman selama menjalankan Praktik Kerja Lapangan di Harian Kompas, praktikan mendapatkan beberapa pengalaman positif maupun negatif yang dapat diakumulasikan sebagai sebuah saran agar kedepannya pelaksanaan PKL jauh lebih baik lagi dikemudian hari, adapun saran yang dapat praktikan berikan adalah:

1. Saran untuk Harian Kompas

- a. Diharapkan Harian Kompas membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) tentang program PKL, seperti *job description* yang jelas untuk mahasiswa, sehingga mahasiswa memiliki tugas dan pekerjaan yang tetap selama menjalani PKL dan sesuai dengan bidang ataupun penjurusan mereka.
- b. Diharapkan Harian Kompas membuat buku panduan untuk mahasiswa PKL, yang didalamnya menjelaskan istilah-istilah yang biasa dipakai dalam bekerja. Hal ini sangat membantu mahasiswa untuk mengetahui istilah-istilah yang digunakan tanpa harus bertanya dengan karyawan lain.
- c. Diharapkan Harian Kompas memiliki program pelatihan tersendiri untuk pengenalan media sosial yang digunakan, sehingga mahasiswa dapat lebih mudah mengetahui gaya bahasa yang digunakan dalam menulis konten media sosial Harian Kompas.

DAFTAR PUSTAKA

FE-UNJ. (2012). Pedoman Praktik Kerja Lapangan. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

Sumber dari internet:

“Koran Kompas”. 14 Januari 2016

<https://koran1122.wordpress.com/2015/07/27/koran-kompas/amp/>

(diakses tanggal 27 Oktober 2017. Pukul 20:49 WIB)

Andoko, Andrey. “Apakah Surat Kabar Akan Mati?”. 21 November 2015

https://www.kompasiana.com/andreyandoko/apakah-surat-kabar-akan-mati_564f41d9d27e61a80b61897c (diakses tanggal 30 Oktober 2017.

Pukul 13:10 WIB)

“Harga Iklan Koran Jawa Pos”. 10 September 2017

<http://iklanjawapos.com/harga-iklan-koran-jawa-pos> (diakses tanggal

12 November 2017. Pukul 19:27 WIB)

Malik, Muhammad. “Jenis-Jenis Distribusi”. 10 Januari 2017

https://www.kompasiana.com/andreyandoko/apakah-surat-kabar-akan-mati_564f41d9d27e61a80b61897c (diakses tanggal 12 November 2017.

Pukul 20:15 WIB)

Pahwa, Ashish. “Above the Line (ATL), Below the Line (BTL), & Through the Line (TTL) Marketing”. 3 September 2017

<https://www.feedough.com/atl-btl-ttl-marketing/> (diakses tanggal 10

Desember 2017. Pukul 19:00 WIB)

LAMPIRAN 1

Surat Permohonan PKL



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : **0866/UN39.12/KM/2017**
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan**

2 Juni 2017

Yth. **Manager Diklat PT. Kompas Media Nusantara**
Jl. Palmerah Selatan No.26
Jakarta Pusat 10270

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : **Indah Sari Rahayu**
Nomor Registrasi : **8215142738**
Program Studi : **Manajemen**
Fakultas : **Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**
No. Telp/HP : **08982255990**

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada tanggal 10 Juli s.d. 1 September 2017.

Atas perhatian dan kerjas ama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
dan Hubungan Masyarakat



Woro Sasmojo, SH
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Prodi Manajemen

LAMPIRAN 2

Surat Penerimaan PKL

KOMPAS

SURAT KETERANGAN
273/Diklat-SDMU/IX/2017

Yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa:

Nama : Indah Sari Rahayu

NIM : 8215142738

Fakultas : Ilmu Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

telah diterima untuk melakukan praktek magang di bagian Marketing Communication
Harian Kompas terhitung tanggal 10 Agustus – 10 Oktober 2017.

Hormat kami,

Jakarta, 15 September 2017



/dsy

LAMPIRAN 3

Surat penyelesaian tugas PKL

KOMPAS

SURAT KETERANGAN
292/Diklat-SDMU/X/2017

Yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa:

Nama : Indah Sari Rahayu
NIM : 8215142738
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

telah melakukan tugas magang di Divisi Marketing Communcation Harian Kompas dari tanggal 10 Agustus – 10 Oktober 2017. Yang bersangkutan telah melaksanakan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan semestinya.

Hormat kami,
 Jakarta, 26 Oktober 2017



Fit/dsy

LAMPIRAN 4

Daftar Hadir



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/ 4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO:
IAS/INA/3640

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Indah Sari Rahayu.....
No. Registrasi : 8215192738.....
Program Studi : S1 Manajemen.....
Tempat Praktik : PT. Kompas Media Nusantara.....
Alamat Praktik/Telp : Jl. Palmerah Selatan No. 26-28
Jakarta Pusat, DKI Jakarta, 10270

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 10 Agustus 2017	1. <i>IR</i>	
2.	Jumat, 11 Agustus 2017	2. <i>IR</i>	
3.	Senin, 14 Agustus 2017	3. <i>IR</i>	
4.	Selasa, 15 Agustus 2017	4. <i>IR</i>	
5.	Rabu, 16 Agustus 2017	5. <i>IR</i>	
6.	Kamis, 17 Agustus 2017	6. <i>IR</i>	
7.	Jumat, 18 Agustus 2017	7. <i>IR</i>	
8.	Senin, 21 Agustus 2017	8. <i>IR</i>	
9.	Selasa, 22 Agustus 2017	9. <i>IR</i>	
10.	Rabu, 23 Agustus 2017	10. <i>IR</i>	
11.	Kamis, 24 Agustus 2017	11. <i>IR</i>	
12.	Jumat, 25 Agustus 2017	12. <i>IR</i>	
13.	Senin, 28 Agustus 2017	13. <i>IR</i>	
14.	Selasa, 29 Agustus 2017	14. <i>IR</i>	
15.	Rabu, 30 Agustus 2017	15. <i>IR</i>	

Jakarta..

Penilai.



Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO:
IAS/INA/3640

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Indah Sari Pahayu
No. Registrasi : 8215192738
Program Studi : SI manajemen
Tempat Praktik : PT. Kompas Media Nusantara
Alamat Praktik/Telp : Jl. Polimerah Selatan No. 26-28
Jakarta Pusat, DKI Jakarta, 10270

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 31 Agustus 2017	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Jumat, 1 September 2017	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Sabtu, 2 September 2017	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Minggu, 3 September 2017	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Senin, 4 September 2017	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Selasa, 5 September 2017	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Rabu, 6 September 2017	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Kamis, 7 September 2017	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Senin, 11 September 2017	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Selasa, 12 September 2017	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Rabu, 13 September 2017	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Kamis, 14 September 2017	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Jumat, 15 September 2017	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Senin, 18 September 2017	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Selasa, 19 September 2017	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta.....

Penilai.

(.....

PT. KOMPAS
MEDIA NUSANTARA
JAKARTA

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/ 4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id/fe



ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO:
IAS/INA/3640

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Indah Sari Rahayu
No. Registrasi : 8215192738
Program Studi : SI Manajemen
Tempat Praktik : PT. Kompas Media Nusantara
Alamat Praktik/Telp : Jl. Palmerah Selatan No. 26-28
Jakarta Pusat, DKI Jakarta, 10270

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Jumat, 22 September 2017	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Senin, 25 September 2017	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Selasa, 26 September 2017	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Rabu, 27 September 2017	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Kamis, 28 September 2017	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Jumat, 29 September 2017	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Senin, 2 Oktober 2017	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Selasa, 3 Oktober 2017	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Rabu, 4 Oktober 2017	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Kamis, 5 Oktober 2017	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Jumat, 6 Oktober 2017	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Senin, 9 Oktober 2017	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Selasa, 10 Oktober 2017	13. <i>[Signature]</i>	
14.	14.....	
15.	15.....	

Jakarta

Penilai:

[Signature]
PT. KOMPAS
MEDIA NUSANTARA
Jakarta

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan

Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

LAMPIRAN 7

Penilaian PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.fe.unj.ac.id

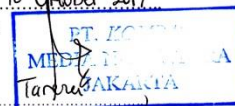


PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROGRAM SARJANA (S1)
..... SKS

Nama : Indah Sari Rahayu
No.Registrasi : 8215142738
Program Studi : S1 manajemen
Tempat Praktik : PT. Kompas Media Nusantara
Alamat Praktik/Telp : Jl. Palmerah Selatan No. 26-28
Jaw-Pus, DKI Jakarta / +6221-5367-9909

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR	KETERANGAN		
		46-100	Skor	Nilai	Bobot
1	Kehadiran	75	1. Keterangan Penilaian :		
2	Kedisiplinan	80	86-100	A	4
3	Sikap dan Kepribadian	85	81-85	A-	3,7
4	Kemampuan Dasar	80	76-80	B+	3,3
			71-75	B	3,0
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	80	66-70	B-	2,7
			61-65	C+	2,3
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	78	56-60	C	2,0
			51-55	C-	1,7
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	80	46-50	D	1
			2. Alokasi Waktu Praktik :		
8	Aktivitas dan Kreativitas	78	2 sks : 90-120 jam kerja efektif		
			3 sks : 135-175 jam kerja efektif		
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	80	Nilai Rata-rata :		
			$\frac{796}{10 \text{ (sepuluh)}} = 79,6$		
10	Hasil Pekerjaan	80	Nilai Akhir :		
			80	B+	
			Angka bulat	huruf	
Jumlah		796			

Jakarta, 10 October 2017
Penilai,



Catatan :
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

LAMPIRAN 8

Kartu konsultasi bimbingan

NO	TGL/BLN/THN	MATERI KONSULTASI	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	26 Oktober 2017	Bab 1	ditambahkan then surat rekam + then membaca mencari informasi	
2	2 nov 2017	Bab 1	Acc bab 1 dan lanjut bab 2	
3	09 nov 2017	Bab 2	Kejelasan umum berswara marketing mix	
4	03 nov 2017	Bab 2	4P disertakan perbandingan dgn peyang + disyrikas jenis sistem	
5	30 nov 2017	Bab 2	ACC bab 2 dan lanjut bab 3	
6	7 des 2017	Bab 3	ditambahkan personal experience + spasi rapat	
7	21 des 2017	Bab 3	personal experience tidak lengkap, harus dilengkapi	
8	28 des 2017	Bab 3	personal experience tdk usah diberi nomorera	
9	5 jan 2017	Bab 3	Acc bab 3 dan lanjut bab 4	
10	11 jan 2017	Bab 4	kejelasan apa yg ditreptan pd kesimpulan	
11	18 jan 2017	Bab 4 Bab 4	ACC	
12				

SETUJU UNTUK UJIAN PKL

Catatan :

1. Kartu ini dibawa dan diandatangani oleh Pembimbing pada saat konsultasi
2. Kartu ini dibawa pada saat ujian PKL, apabila diperlukan dapat dipergunakan sebagai bukti pembimbingan



Bilik
Fakultas
Lulusan

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung K, Jalan Rawamangun Mada, Jakarta 13220
Telepon (021) 472227/706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id



ISO 9001:2008 CERTIFIED
CERTIFICATE NO.
1428/00380

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

KARTU KONSULTASI PEMBIMBINGAN PENULISAN PKL

1. Nama Mahasiswa : Indak Sari Rahayu
2. No.Registrasi : 8215191738
3. Program Studi : S1 Marketing
4. Dosen Pembimbing : Setyo Ferry Wibowo, S.Pd, P.Si
NIP. 197206171993031001

5. Judul PKL : Laporan Praktek Kerja Lapangan pada PT Kompas Media Nusantara

LAMPIRAN 9

Media kit Kompas 2017

Tarif Reguler

Halaman reguler Kompas menjadi tempat yang prestisius untuk beriklan. Di sini, iklan Anda bisa menempati posisi-posisi premium, bersanding dengan konten yang kredibel dan tinggi keterbacaannya.

PRODUCT	SIZE	HARGA
DISPLAY		
BW	min. 40 mmk	153.000
FC	min. 810 mmk	203.000
FC Hal 3	min. 1080 mmk	270.000
FC Hal 5	min. 810 mmk	265.000
Centerspread FC	min. 1680 mmk	243.500
	maks. 7560 mmk	
PROSEKPTUS/ RUPS/ LAPORAN KEUANGAN/ IPO/ TENDER		
BW min. 40 mmk		68.000
FC min. 810 mmk		99.000
KAVLING		
Banner Halaman 1 - FC	7 x 70 mmk	308.500.000
Banner Halaman 1 - FC	7 x 100 mmk	399.000.000
Banner Halaman 17 - FC	7 x 150 mmk	250.000.000
Navigasi sesi 1 - FC	84 mm x 50 mm	90.000.000
Navigasi sesi 2 - FC	84 mm x 100 mm	56.000.000
Kuping sesi 2 - FC	80 mm x 40 mm	35.000.000
Sponsor Indeks Saham - FC	5 x 40 mmk	40.000.000
Sponsor Sub Rubrik Halaman Dalam - FC	80 x 100 mmk	40.000.000
Sponsor Sub Rubrik Halaman Dalam - BW	80 x 100 mmk	16.000.000
Banner Indeks Saham hal. 20 - FC	7 x 30 mmk	17.000.000
Sponsor Sosok/Naper - FC	2 x 100 mmk	55.000.000
Sponsor Logo Artikel Olahraga - FC	2 x 20 mmk	25.000.000
Sponsor Logo Artikel Olahraga - FC	2 x 80 mmk	50.000.000
Top Banner - FC	5 x 35 mmk	40.000.000
Bottom Banner Halaman 15 - FC	7 x 50 mmk	199.500.000
Graphic Foto Banner Halaman 31 - FC	5 x 30 mmk	36.000.000

24

UKURAN KOLOM REGULER

7 kolom (325mm) x 540 = 3.780

1 43mm

2 90mm

3 137mm

4 184mm

5 231mm

6 278mm

7 325mm

PRODUCT	SIZE	HARGA
KONTEN		
Advertorial		
BW	min. 810 mmk	157.000
FC	min. 810 mmk	207.000
FC Hal 3	min. 1080 mmk	274.000
FC Hal 5	min. 810 mmk	269.000
Seremonia (per kavling) Selasa, Rabu, Kamis		
BW	3 x 100 mm	19.500.000
	4 x 100 mm	26.000.000
FC	3 x 100 mm	24.750.000
	4 x 100 mm	31.000.000
KONTEN + DISPLAY		
Akhir Pekan (Minggu)		
BW	min. 1080 mmk	146.500
FC	min. 1080 mmk	197.500
FC Hal 3 & 5 (tanpa Kontan)	min. 1080 mmk	297.000
FC (pilih halaman non 3/5)	min. 1080 mmk	237.000
FC (new version)	min. 1080 mmk	201.500
Info (Selasa)		
BW	min. 1080 mmk	171.000
FC	min. 1080 mmk	233.000
FC Hal 3 (tanpa Kontan)	min. 1080 mmk	297.000
FC Hal 5 (tanpa Kontan)	min. 1080 mmk	291.500
FC (pilih halaman non 3/5)	min. 1080 mmk	279.600
FC (new version)	min. 1080 mmk	237.000
Galeri Event	7 x 270 mmk FC (display 7x50 mmk)	244.650.000
	7 x 540 mmk FC (display 7x80 mmk)	440.370.000

PRODUCT	SIZE	HARGA
Warta Kementerian & Pemda (Selasa, Rabu, Kamis)		
Mini Advertorial	3 x 150 mmk FC	47.500.000
	2 x 120 mmk FC	31.500.000
Warta Foto	2 x 100 mmk BW	16.000.000
	2 x 100 mmk FC	31.000.000
Casa Review (Kamis)	1 halaman FC (display 7x100 mmk)	440.370.000
Eksplor (Rabu)	1 halaman FC (display 7x150 mmk)	341.040.000
Oto Review (Rabu/Kamis)	4 halaman FC	1.517.628.000
	2 halaman (mobil)	852.600.000
	2 halaman (motor)	176.000
Legenda (Rabu/Kamis)	4 halaman FC (Alt 1)	1.736.752.000
	4 halaman FC (Alt 2)	1.483.408.000
	2 halaman FC	696.580.000
Prime (Selasa, Minggu)	1 halaman FC	440.370.000
	1/2 halaman FC	244.650.000

25

Tarif Klasika

Klasika mengklasifikasikan halaman-halaman iklan secara khusus. Pemasang iklan memiliki kesempatan untuk beriklan dengan fleksibel, bersama dengan informasi iklan lainnya. Hal ini juga membuat iklan bisa lebih mudah bertemu dengan pembaca yang membutuhkannya.

	SIZE	BATAVIA	NUSANTARA
DISPLAY			
Display Klasika			
BW	min. 40 mmk	71.250	84.000
FC Halaman dalam	min. 600 mmk	105.000	127.000
Halaman muka (+surcharge 20%)	min. 810 mmk		
KARIER (terbit Nusantara)			
BW	min. 50 mmk		71.500
FC	min. 810 mmk		109.000
ISLAND AD			
BW	min. 450 mmk, maks. 2.430 mmk	95.000	108.000
FC	min. 600 mmk, maks. 2.430 mmk	106.000	128.000
Duka Cita & Ucapan Terima Kasih			
BW		58.000	66.000
FC min 300 mmk	min 300 mmk	91.350	105.000
1 kolom			
BW		55.500	65.000
FC	min 50mmk s/d 150mmk	90.000	105.000
BARIS			
Baris - BW		47.500	58.000
Baris teks warna - Cyan		64.500	73.000
Baris - background		75.000	83.000

	SIZE	BATAVIA	NUSANTARA
PRODUCT			
Kop by request BW			
Sponsor KOP	1 x 15 mmk	53.000	61.000
	Minimum 22 baris, maksimum 50 baris	700.000	800.000
Logo - BW iklan baris dengan logo 10 baris	logo:15mmx20mm	695.000	790.000
Baris Picture			
Teks-BW		950.000	1.050.000
Blaya Tambahan		53.500	62.000
Baris Picture (FC)			
Teks-BW		1.175.000	1.275.000
Blaya Tambahan		36.750	41.000
Drop Cap			
Teks-BW		52.500	61.000
Teks-Cyan		69.000	77.000
Baris berjudul			
Teks-BW		56.500	66.500
Teks-Cyan		80.000	88.000
KAVLING			
Navigasi	3 x 50 mmk, FC	13.200.000	14.500.000
Flag Banner	9 x 50 mmk, FC	52.000.000	56.500.000
KREATIF AD			
Divider Klasika	5 x 540 mmk	368.550.000	445.770.000
	9 x 270 mmk	340.200.000	411.480.000
	9 x 540 mmk	595.350.000	720.090.000

UKURAN KOLOM KLASIKA

9 kolom (325mm) x 540 = 3.780	1	2	3	4	5	6	7	8	9
	33mm	69,5mm	106mm	142,5mm	179mm	215,5mm	252mm	288,5mm	325mm

PRODUCT	SIZE	BATAVIA	NUSANTARA
Focal Ad	9 x 160 mmk, FC	175.000.000	196.000.000
Display Langgam	3 x 160 mmk, FC	43.500.000	49.000.000
Langgam + Display Langgam	9 x 160 mmk, FC	82.500.000	99.000.000
Banner Ad	9 x 100 mmk, FC	97.000.000	112.500.000
Combo Branding I		266.000.000	346.400.000
Focal Ad	9 x 160 mmk, FC		
Display Langgam	3 x 160 mmk, FC		
Banner	9 x 100 mmk, FC		
Combo Branding II		314.250.000	410.550.000
Tall Focal Ad	9 x 210 mmk, FC		
Display Langgam	3 x 160 mmk, FC		
Artikel Langgam	6 x 160 mmk, FC		
Banner	9 x 100 mmk, FC		
Intermeso Watches (kanan)			12.500.000
- Display	4 x 15 mmk, FC - (Kanan)		
- Artikel	4 x 135 mmk, FC		
Rona (Sponsor Acara Hari Ini)			10.250.000
Intermeso			
- Display (Sponsor AHI)	3 x 20 mmk, FC		
Sinopsis AHI	3 x 200 mmk, FC		13.000.000
Top Banner Kop	9 x 30 mmk, FC		31.590.000
Mini Display	3 x 150 mmk, FC		10.000.000
Galeri			10.250.000
- Display 3 x 15 mmk, FC			
- Artikel 3 x 135 mmk, FC			

PRODUCT	SIZE	BATAVIA	NUSANTARA
Galeri Rumah	4 x 100 mmk, FC (Logo + Artikel)		10.600.000
SENIN			
Etalase	3 x 100 mmk, BW		14.200.000
Etalase	3 x 100 mmk, FC		25.500.000
Rumah Pengetahuan	3 x 80 mmk, BW	5.650.000	7.000.000
Rumah Pengetahuan	3 x 80 mmk, FC	7.500.000	9.500.000
SELASA			
Gerai Fit	3 x 80 mmk, FC	10.450.000	13.200.000
GERAI FIT - SPONSOR ARTIKEL	9 x 80 mmk, FC Display : 3x80 mmk Artikel : 6x80 mmk	20.900.000	26.400.000
Pernikahan	1 x 80 mmk, FC	2.700.000	3.350.000
RABU			
Etalase	3 x 100 mmk, BW		12.350.000
Etalase	3 x 100 mmk, FC		22.000.000
URBANA KAVLING - UMUM	1 x 80 mmk, FC	7.100.000	
URBANA - DISPLAY AD	9 x 165 mmk, FC	105.000	
Tren Tekno	Display 3x80 mmk Artikel 6x80 mmk		18.520.000
	Display 3x80 mmk		9.250.000
	FC : Display min 810 mmk		116.000
	BW : Display min 600 mmk		76.000

Tarif Klasika Daerah

Halaman Klasika memungkinkan Anda untuk lebih leluasa berkreasi dengan banyaknya varian iklan yang ditawarkan. Pengiklan juga bisa memilih beragam ukuran, area terbit, hingga hari penerbitan yang disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi.

JAWA BARAT

PRODUK	JENIS & UKURAN	LAYOUT	HARGA	
Display	FC min 300 mm	Display	18.000/mmk	
	BW min 50 mmk	Display	12.000/mmk	
Mini	BW min 100 karakter, maks 350 char	Baris	600/karakter	
	- Teks Warna	FC min 100 karakter, maks 350 char	Baris	700/karakter
Dukacita	- Background	FC min 100 karakter, maks 350 char	Baris	800/karakter
	FC min 810 mmk	Display	8.000/mmk	
Karier	BW min 50 mmk	Display	6.500/mmk	
	BW min 50 mmk	Display	8.000/mmk	
Palet iklan 1 kolom	BW menyesuaikan	Kolom	5.500/mmk	
Banner	FC 9 x 100 mmk	Display	4.500.000/ins	
Navigasi Klasika	FC 3 x 50 mmk	Display	500.000/ins	
Focal Ad	FC 9 x 160 mmk	Display & Adv	6.000.000/ins	
Langgam	FC 6 x 160 mmk	Advertorial	2.000.000/ins	
Display Langgam	FC 3 x 160 mmk	Display	2.750.000/ins	
Sponsor Langgam	FC 9 x 160 mmk	Display + Adv	4.750.000/ins	

UKURAN KOLOM KLASIKA

9 kolom (325mm) x 540 = 3.780

1	2	3	4	5	6	7	8	9
33mm	69,5mm	106mm	142,5mm	179mm	215,5mm	252mm	288,5mm	325mm

JAWA TIMUR

PRODUK	JENIS & UKURAN	LAYOUT	HARGA
Display/Advertorial	FC min 400 mmk	display/adv	20.000/mmk
Display/Advertorial	BW min 40 mmk	display/adv	15.000/mmk
Dukacita	FC min 100 mmk	display	8.000/mmk
Dukacita	BW min 100 mmk	display	7.000/mmk
Galeri Bisnis	FC 3x150 mmk	advertorial	8.500/mmk
Galeri Foto	FC 9x270 mmk	display	7.000.000/ins
Galeri Foto IKOR	FC 9x270 mmk	display	9.000.000/ins
Griya Ilmu	FC 9x200 mmk	display & adv	6.000.000/ins
Kilas Info	FC 2x80 mmk	mini advertorial	150.000/ins
Korporatorial	FC min 400 mmk	display & adv	14.000/mmk
Korporatorial	BW min 400 mmk	display & adv	12.000/mmk
Mini Display	FC 3x100 mmk	display	1.500.000/ins
Mini Display	BW 3x100 mmk	display	1.000.000/ins
Seremonia	FC 3x150 mmk	advertorial	750.000/ins
Seremonia	BW 3x150 mmk	advertorial	350.000/ins
Sponsor Navigasi	FC 3x50 mmk	display	500.000/ins
Sponsor Navigasi	FC 3x50 mmk	display	400.000/ins

JAWA TENGAH & DIY

PRODUK	JENIS & UKURAN	LAYOUT	HARGA
Display	BW min 20 mmk	Display	15.500/mmk
	FC min 300 mmk	Display	26.000/mmk
Banner	FC 9 x 100 mmk	Display	9.500.000/ins
	FC 9 x 50 mmk	Display	6.600.000/ins
Karier	BW menyesuaikan	Display	6.000/mmk
	(Buy 1 get 1, tayang Sabtu bonus Senin)		
Duka Cita	BW menyesuaikan	Display	5.000/mmk
	FC menyesuaikan	Display	7.500/mmk
Iklan Jeli	BW karakter min 75, maks 350	Baris	400/karakter
Sponsor Navigasi >10x	FC 3 x 50 mmk, min 10x tayang	Display	300.000/kavling
Sponsor Navigasi	FC 3x50 mmk	Display	700.000/kavling
Flag Banner	FC 9x50 mmk	Display	6.600.000/kavling
Focal Ad	FC 9x160 mmk	Display	20.000.000/kavling
	(5 penayangan bonus 1)		
Tall Focal Ad	FC 9x215 mmk	Display	25.000.000/kavling
	(5 penayangan bonus 1)		
Sponsor Langgam	FC 9x160 mmk	Artikel+Display	4.400.000/kavling
Combo Branding	FC 9x475	Artikel+Display	38.900.000/kavling
	(5 penayangan bonus 1)		
Full Display Hal Depan	FC 9x420 mmk	Display	52.000.000
Iklan Kolom	BW menyesuaikan	Display	4.250/mmk

LAMPIRAN 10

Log Harian

No	Hari, Tanggal	Jam Kerja	Kegiatan
1	Kamis, 10 Agustus 2017	08.00-17.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkenalan dengan para karyawan Marketing dan divisi Marketing communication 2. Peengenalan jenis dan penetapan tarif pada product yang dihasilkan PT. Kompas media nusantara, seperti jenis iklan reguler, klasika dan digital.
2	Jumat, 11 Agustus 2017	08.00-17.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari beberapa foto panorama alam atau kota dari beberapa tempat di Indonesia (Bali, Lombok, Papua, Yokyakarta, Nusa Tenggara), Singapura, Malaysia, Hongkong, Korea Selatan, Jepang, New York, Amsterdam, London. pada database Kompas home.kompas.co.id untuk Kompas Travel Fair. 2. Mengikuti rapat dengan <i>Marketing Communication</i> yang membahas mengenai pengembangan produk digital dari Kompas yaitu Kompas.id serta membahas tentang “Kompas Muda” dan “Kompas Kampus”.
3	Senin, 14 Agustus 2017	08.00-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @Kompaskampus 2. Membuat rincian barang yang diperlukan untuk boot Kompas pada acara 17 Agustus yang akan disiarkan di KompasTV

			3. Pembagian tugas untuk project kerjasama antara Kompas dengan Falcon Picture untuk film Si Juki The Movie, Ayat-ayat Cinta, Dilan dan One Fine Day.
4	Selasa, 15 Agustus 2017	08.00-18.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus @Kompaskampus 2. Membuat konten kompetisi Kompas Travel Fair 2017
5	Rabu, 16 Agustus 2017	08.00-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 2. Belanja Perlengkapan untuk booth Kompas di acara kemerdekaan di acara Kompas TV 3. Pembagian tugas monitoring iklan bertemakan kemerdekaan pada koran Kompas.
6	Kamis, 17 Agustus 2018	09.00-16.00	1. Menjadi perwakilan staff dari Marketing Communication Kompas untuk Acara LIVE di Kompas TV, sekaligus branding Kompas ke masyarakat sekitar dengan menyediakan games di booth Kompas
7	Jumat, 18 Agustus 2017	08.00-18.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 2. Meeting dengan Mba Ani dan Mba Gandes membahas Media Sosial Kompas, khususnya Facebook Kompas Muda 3. Menyelesaikan PPT untuk project kerja sama dengan Falcon Picture untuk Film Si Juki 4. Mengumpulkan iklan bertemakan kemerdekaan pada koran Kompas dari

			tanggal 14-21 Agustus 2017
8	Senin, 21 Agustus 2017	08.00-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat PPT media monitoring. 4. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus).
9	Selasa, 22 Agustus 2017	08.00-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Bertemu dengan perwakilan siswa dari SMA Regina Pacis Bogor membahas sponsorship. 4. Membuat PPT media monitoring 5. Membuat 15 daftar Universitas ternama di Yogyakarta, Semarang, dan Surabaya untuk undangan Kompetisi esai dan vlog 100 tahun indonesia.
10	Rabu, 23 Agustus 2017	08.00-18.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA 2. Menyelesaikan PPT media monitoring 3. Membuat 30 surat undangan kompetisi esai dan vlog 100 tahun indonesia ke 30 universitas yang ada di Yoyakarta, Semarang dan Surabaya.
11	Kamis, 24 Agustus 2017	08.00-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Meeting bersama divisi iklan membahas tentang kerjasama Kompas dengan Falcon

			<p>Picture.</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Pembagian <i>jobdesk</i> Kompas Travel Fair di JCC 5. Revisi PPT project film Si Juki X Kompas
12	Jumat, 25 Agustus 2017	08.00-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Presentasi media monitoring iklan Kompas bertemakan kemerdekaan dari tanggal 14-21 Agustus 2017 4. Revisi PPT media monitoring
13	Senin, 28 Agustus 2017	08.00-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Menyelesaikan revisi PPT media monitoring
14	Selasa, 29 Agustus 2017	08.00-18.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Persiapan untuk <i>event</i> jejaring pramuka dalam rangka memperkenalkan Kompas.id
15	Rabu, 30 Agustus 2017	08.30-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi Liaison Organizer di Acara Pramuka Berjejaring 2. Mencari account Twitter dan instagram dari tenant yang terdapat dalam acara Kompas Travel Fair.

16	Kamis, 31 Agustus 2017	08.30-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Membuat artikel acara Pramuka berjejaring untuk diposting di blog Kompas MuDA 4. Meeting Kompas Travel Fair team socmed bersama divisi iklan
17	Jumat, 1 September 2017	09.00-21.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten Twitter Kompas Travel Fair untuk di upload ke sosial media Kompas, konten berisikan promosi travel, airlines, stand produk barang, dan moment-moment yang terdapat di KTF 2017 2. Mengajak beberapa pengunjung untuk berfoto di photo booth Kompas dengan mengaktifasi akun Kompas.id
18	Sabtu, 2 September 2017	09.00-21.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten Twitter Kompas Travel Fair untuk di upload ke sosial media Kompas, konten berisikan promosi travel, airlines, stand produk barang, dan moment-moment yang terdapat di KTF 2017 2. Mengajak beberapa pengunjung untuk berfoto di photo booth Kompas dengan mengaktifasi akun Kompas.id
19	Minggu, 3 September 2017	09.00-21.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten Twitter Kompas Travel Fair untuk di upload ke sosial media Kompas, konten berisikan promosi travel, airlines, stand produk barang, dan moment-moment yang terdapat di KTF 2017

			2. Mengajak beberapa pengunjung untuk berfoto di photo booth Kompas dengan mengaktifasi akun Kompas.id
20	Senin, 4 September 2017	13.00-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Menyelesaikan artikel acara Pramuka berjejaring untuk diposting di blog Kompas MuDA
21	Selasa, 5 September 2017	08.30-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus)
22	Rabu, 6 September 2017	08.30-17.30	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Monitoring artikel Kompas Travel Fair di beberapa media cetak
23	Kamis, 7 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus 3. Mengumpulkan kontak komunitas jurnalistik atau fotografi di universitas daerah Jabodetabek, dan diberikan undangan kompetisi esai dan vlog 100 tahun Indonesia

24	Senin, 11 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Membuat <i>caption</i> untuk beberapa foto pramuka berjejaring
25	Selasa, 12 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus)
26	Rabu, 13 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus 3. Merapikan PPT Report Kompas Travel Fair 4. Membuat PPT evaluasi program besar Harian Kompas dari tahun 2011-2017
27	Kamis. 14 September 2017	08.30-15.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membaca koran Kompas. 2. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 3. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus 4. Membuat PPT evaluasi program besar Harian Kompas dari tahun 2011-2017
28	Jumat, 15 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Membuat PPT evaluasi program besar Harian Kompas dari tahun 2011-2017

29	Senin, 18 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Membuat PPT evaluasi program besar Harian Kompas dari tahun 2011-2017
30	Selasa, 19 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Membuat PPT evaluasi program besar Harian Kompas dari tahun 2011-2017
31	Jumat, 22 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Mencari Artikel terkait <i>event</i> yang berkolaborasi dengan Kompas 4. Membuat surat perjanjian sponsorship Kompas
32	Senin, 25 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus 3. Meeting membahas sponsorship 4. Merekap <i>event-event</i> olahraga yang akan di sponsori Kompas pada bulan Oktober
33	Selasa, 26 September		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter

	2017		Kompas Kampus (@kompaskampus)
34	Rabu, 27 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Membuat surat undangan untuk perguruan tinggi di Medan dalam rangka kompetisi esai dan vlog 100 tahun Indonesia.
35	Kamis, 28 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Membuat PPT media placement Gojek dan Grab Bike
36	Jumat, 29 September 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Mengiput text tentang Ekspedisi Kompas ke korporasi.Kompas.id melalui WordPress Editor
37	Senin, 2 Oktober 2017		<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA. 2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus) 3. Mengambil data foto Ekspedisi Kompas di Litbang Kompas 4. Mengiput foto Ekspedisi Kompas ke korporasi.Kompas.id melalui WordPress Editor

38	Selasa, 3 Oktober 2017		<ol style="list-style-type: none">1. Membuat konten untuk akun Facebook Kompas MuDA.2. Membuat konten untuk akun Twitter Kompas Kampus (@kompaskampus)3. Mengambil data foto Ekspedisi Kompas di Litbang Kompas4. Mengiput gambar tentang Ekspedisi Kompas ke korporasi.Kompas.id melalui WordPress Editor
----	---------------------------	--	---

