

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PADA MARKETING PRODUCT SPECIALIST GROUP OF
RETAIL PUBLISHING
PT GRAMEDIA ASRI MEDIA (KOMPAS GRAMEDIA
JAKARTA)**

**DWI SEPTININGSIH
8135123387**



**Laporan Praktik Kerja Lapangan Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah
Satu Persyaratan Mendapatkan Gelar Sarjana Pendidikan Pada Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA
JURUSAN EKONOMI DAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

ABSTRAK

**Dwi Septiningsih. 8135123387. Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada PT
Gamedia Asri Media.**

Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Ekonomi dan Administrasi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, Mei 2015.

Praktik Kerja Lapangan ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan, pengetahuan, informasi, pengalaman, kemampuan dan keterampilan mahasiswa, terutama mengenai suatu bidang pekerjaan guna memasuki suatu dunia kerja yang sesungguhnya.

Praktik Kerja Lapangan ini dilakukan di PT Gamedia Asri Media (Kompas Gamedia Jakarta), Jalan Palmerah Barat 29-37 Jakarta Pusat 10270. Selama kurang lebih satu bulan terhitung pada tanggal 12 Januari 2015 sampai dengan 6 Februari 2015. Praktikan ditempatkan pada Marketing Product Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gamedia.

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dapat disimpulkan bahwa Praktikan mendapat tambahan wawasan pengetahuan mengenai dunia kerja yang sesungguhnya.

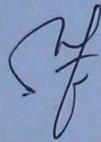
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan
Pada PT. Gramedia Asri Media
Kompas Gramedia Jakarta

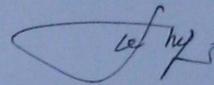
Nama Praktikan : Dwi Septinningsih
Nomor Registrasi : 8135123387
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga

Menyetujui,
Ketua Program Studi,

Pembimbing

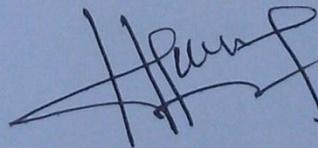


Dra. Tjutju Fatimah, M.Si
NIP. 195311171982032001



Dra. Dientje Griandini, M.Pd
NIP. 195507221982102001

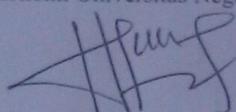
Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi



Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si
NIP. 196610302000121001

LEMBAR PENGESAHAN

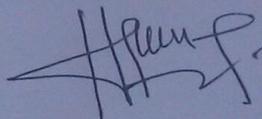
Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si
NIP. 196610302000121001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		

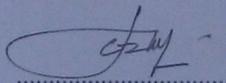
Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si
NIP. 196610302000121001



16-6-2015

Penguji Ahli	Tanda Tangan	Tanggal
--------------	--------------	---------

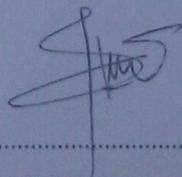
Dra. Dientje Griandini, M.Pd
NIP. 19550722198121001



23/6 '2015

Dosen Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
------------------	--------------	---------

Dr. Corry Yohana, MM
NIP. 195909181985032011



16-6-2015

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat yang telah diberikan sehingga Praktikan diberi kemudahan dan kelancaran dalam menyusun laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Laporan ini disusun sebagai bentuk atau hasil pertanggungjawaban Praktikan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT Gramedia Asri Media (Kompas Gramedia Jakarta).

Dalam penulisan laporan, Praktikan menyadari bahwa laporan ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa bantuan dari seluruh pihak yang membantu secara moril maupun materil khususnya Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta dan pihak tempat Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.

Dalam kesempatan ini Praktikan mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Dientje Griandini selaku Dosen Pembimbing Praktek Kerja Lapangan.
2. Dra. Tjutju Fatimah, M.Si selaku Ketua Program Studi Pendidikan Tata Niaga;
3. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Administrasi serta Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan banyak bantuan dalam penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan;
4. Drs. Dedi Purwana, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
5. Ibu Sonia Natasha Marunduh, selaku Recruitment & Selection Superintendent Kompas Gramedia;

6. Bapak Wihartono selaku kordinator Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia Buku Anak;
7. Seluruh Pegawai Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia;
8. Orang tua yang memberi dukungan doa, moril dan materil;
9. Teman – teman tercinta Program Studi Pendidikan Tata Niaga Reguler Angkatan 2012.

Semoga laporan Praktik Kerja Lapangan dapat berguna bagi Praktikan khususnya dan pembaca pada umumnya. Dalam hal ini, Praktikan sadar bahwa laporan Praktik Kerja Lapangan ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, Praktikan mengharapkan saran dan kritikan yang membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Jakarta, Juni 2015

Praktikan

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	2
C. Kegunaan PKL	4
D. Tempat PKL	5
E. Jadwal Waktu PKL	6
 BAB II. TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	
A. Sejarah Perusahaan.....	9
B. . Struktur Organisasi	22

C. Kegiatan Umum Perusahaan	27
BAB III. PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	
A. Bidang Kerja	35
B. Pelaksanaan Kerja	38
C. Kendala Yang Dihadapi	42
D. Cara Mengatasi Kendala	43
BAB IV. KESIMPULAN	
A. Kesimpulan	48
B. Saran-saran	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN - LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 : Jadwal Kerja Praktik Kerja Lapangan.....	8
Tabel II.1 : Board of Director Kompas Gramedia	23

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 : Logogram pada corporate identity Kompas Gramedia	20
Gambar II.2 : Typography pada corporate identity Kompas Gramedia...	21
Gambar II.3 : Board of Director Kompas Gramedia.....	22
Gambar II.4 : Business Unit Kompas Gramedia.....	25
Gambar II.5 : Business Unit Kompas Gramedia.....	26
Gambar III.1 : Format data base penginputan data kupon undian	39
Gambar III.2 : Format Pemesanan dan Promosi Kompas Gramedia	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Permohonan Izin PKL

Lampiran 2 : Surat Pemberian Izin PKL

Lampiran 3 : Surat Keterangan Telah Melaksanakan PKL

Lampiran 4 : Identitas Nama Praktikan PKL

Lampiran 5 : Daftar Hadir PKL

Lampiran 6 : Lembar Penilaian

Lampiran 7 : Format Penilaian Seminar PKL

Lampiran 8 : Jadwal Kegiatan PKL

Lampiran 9 : Log Harian PKL

Lampiran 10 : Dokumentasi Surat Pemesanan dan Promosi

Lampiran 11 : Dokumentasi Kegiatan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Praktik Kerja Lapangan

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu syarat kelulusan program Sarjana di Universitas Negeri Jakarta. Hal ini ditujukan bagi mahasiswa dalam rangka memperluas wawasan dunia kerja yang akan dihadapi nantinya. Walaupun Praktikan merupakan mahasiswi dari program Sarjana Pendidikan, namun praktik tersebut memberikan pengalaman berarti untuk persiapan memasuki ke dunia kerja yang sesungguhnya.

Pada saat ini, perkembangan dan pertumbuhan perusahaan perlu didukung dengan sumber daya manusia yang kompeten dan memiliki kinerja yang unggul. Proses penyiapan sumber daya manusia yang kompeten dimulai melalui proses perencanaan SDM yang sistematis. Melalui perencanaan SDM inilah dilakukan penetapan strategi untuk memperoleh, memanfaatkan, mengembangkan, dan mempertahankan SDM sesuai dengan kebutuhan perusahaan sekarang dan pengembangannya di masa depan.¹

Perguruan tinggi adalah salah satu sarana yang menghubungkan antara perusahaan yang mencari sumber daya manusia yang sesuai kebutuhan dan pa

¹ Yugo Prabowo, "Prinsip dan Cara Melakukan Perencanaan SDM", JobStreet.com, diakses dari www.jobstreet.co.id/career-resources/prinsip-dan-cara-melakukan-perencanaan-sdm/, pada tanggal 28 April 2015 pukul 19.31

lulusan yang mencari pekerjaan yang sesuai dengan minat dan bakat serta latar belakang pendidikan. Untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dunia kerja bagi para mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga Jurusan Ekonomi dan Administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, serta memberi kesempatan bagi para mahasiswanya mempraktikkan pengetahuan yang telah didapat dan memberdayakan diri sendiri, mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di berbagai instansi pemerintahan maupun perusahaan yang terkait dengan bidang studi yang diambil mahasiswa tersebut.

Tempat Praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan adalah di Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia. Praktikan dilatih keterampilan dan kedisiplinan sebelum terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya serta Praktikan mendapatkan wawasan dan pengetahuan tentang bagaimana mempresentasikan suatu produk serta membuat promosi yang efektif dengan inovasi-inovasi yang terus dilakukan agar konsumen tetap tertarik dengan produk yang ditawarkan. Tentu hal ini sangat berhubungan dengan program studi Praktikan. Oleh karena itu, perusahaan ini dapat dijadikan tempat Praktik Kerja Lapangan untuk mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Niaga.

B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Universitas Negeri Jakarta, khususnya program studi S1 Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi memberikan program PKL sebagai upaya agar

mahasiswa untuk beradaptasi dengan dunia kerja serta melihat secara nyata keadaan dunia kerja yang sesungguhnya untuk mencoba mengasah kemampuan dan keterampilan kerja para mahasiswanya.

Adapun maksud Praktikan melaksanakan PKL antara lain:

1. Untuk memperoleh pengetahuan dan wawasan terkait Tata Niaga dan Pemasaran di Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai pengaplikasian ilmu yang didapat di bangku perkuliahan terhadap dunia kerja
2. Untuk meningkatkan keterampilan kerja dan kemampuan kerja yang Praktikan miliki tentang Tata Niaga dan Pemasaran di Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia

Sedangkan tujuan Praktikan melaksanakan kegiatan PKL adalah sebagai berikut: Untuk studi perbandingan antara ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan keadaan kerja di lapangan sebenarnya

1. Untuk mengukur kemampuan penalaran dalam memahami, membahas dan menyelesaikan permasalahan yang dihadapi di lapangan
2. Untuk memperoleh pengalaman dalam melakukan kegiatan Tata Niaga dan Marketing dalam dunia kerja
3. Untuk memperoleh pengetahuan tentang pengelolaan Penjualan dan Marketing di Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia

C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan

Praktik Kerja Lapangan ini memiliki segi kegunaan bagi pihak-pihak yang terkait dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan yaitu bagi Praktikan, Fakultas dan perusahaan tempat Praktikan melaksanakan Pratik Kerja Lapangan.

1. Bagi Praktikan

- a. Menambah pengetahuan tentang situasi dan kondisi di dunia kerja nyata
- b. Mengaplikasikan teori yang didapat selama perkuliahan ke dalam praktek dunia kerja
- c. Melatih dan mengembangkan potensi diri, kemandirian dan disiplin
- d. Meningkatkan kemampuan Praktikan dalam mengatasi kendala-kendala yang ada dalam dunia kerja

2. Bagi Fakultas

- a. Dapat menjalin kerjasama dengan Kompas
- b. Untuk memperkenalkan jurusan Ekonomi dan Administrasi Universitas Negeri Jakarta kepada khalayak lebih luas
- c. Mendapatkan umpan balik berupa masukan untuk menyempurnakan kurikulum Perguruan Tinggi yang sesuai dengan kebutuhan di dunia kerja sehingga menghasilkan sumber daya manusia yang kompeten dan terampil
- d. Merupakan salah satu indikator penilaian kemampuan dan kompetensi mahasiswa dalam menerapkan pengetahuan di dunia kerja.

3. Bagi Kompas Gramedia

- a. Memungkinkan terjalinnya hubungan yang teratur, sehat, dan dinamis antara instansi atau perusahaan dengan Perguruan Tinggi
- b. Membantu meringankan kegiatan operasional instansi dalam melaksanakan pekerjaan
- c. Realisasi dan adanya misi sebagai fungsi dan tanggung jawab sosial kelembagaan.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan melaksanakan PKL pada sebuah perusahaan. Berikut nama perusahaan beserta alamat lengkapnya:

Nama Instansi	:	PT Gramedia Asri Media (Kompas Gramedia) Jakarta
Alamat	:	Gedung Kompas Gramedia Jl. Palmerah Barat 29-37 Jakarta Pusat 10270
Telepon	:	021 – 53650110 ext. 3650-3656
Faksimile	:	021 – 53698045
Website	:	http://www.kompasgramedia.com/
Bagian tempat PKL	:	Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia

Alasan Praktikan memilih Kantor Kompas Gramedia PT. Gramedia Asri Media (Kompas Gramedia) Jakarta sebagai tempat PKL adalah:

1. Kompas Gramedia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang media baik berupa surat kabar, majalah, buku maupun media masa elektronik lainnya sehingga dapat menambah wawasan dan pengalaman mengenai dunia kerja bagi Praktikan.
2. Terdapat bagian dan subbagian yang sesuai dengan Prodi Pendidikan Tata Niaga pada bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia, sehingga Praktikan dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan.

E. Jadwal Waktu Praktik Kerja Lapangan

Waktu PKL dilaksanakan kurang lebih satu bulan, 160 jam efektif terhitung dari tanggal 12 Januari sampai dengan 6 Februari pada bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing Kompas.

Adapun jadwal Praktik Kerja Lapangan (PKL) dibagi dalam empat tahap sebagai berikut:

1. Tahap Observasi Tempat PKL

Pada tahap ini Praktikan melakukan observasi awal ke instansi yang akan menjadi tempat PKL. Observasi mulai dilakukan dari bulan November 2014. Praktikan memastikan apakah instansi tersebut menerima mahasiswa PKL dan menanyakan syarat-syarat administrasi yang dibutuhkan untuk melamar kerja

sebagai karyawan PKL. Pada tahap observasi ini Praktikan menghubungi melalui telepon ke HRD Kompas Gramedia.

2. Tahap Persiapan PKL

Dalam tahapan ini Praktikan mempersiapkan syarat-syarat pengantar dari Universitas Negeri Jakarta untuk ditunjukkan kepada instansi yang akan menjadi tempat Praktikan PKL.

Praktikan membuat surat pengantar permohonan izin PKL dari fakultas untuk selanjutnya di serahkan ke BAAK. Awal bulan November 2014 Praktikan mulai mengurus syarat administrasi yang menjadi persyaratan. Diantaranya yaitu Surat Permohonan Izin PKL dari Universitas Negeri Jakarta.

Praktikan membuat surat izin PKL berkelompok. Pada tanggal 18 November 2014 surat tersebut sudah selesai dibuat. Kemudian Praktikan memberikan Surat kepada HRD Kompas Gramedia Jakarta. Pada hari yang sama Praktikan mendapatkan persetujuan untuk melakukan PKL dengan adanya surat persetujuan.

3. Tahap Pelaksanaan PKL

Jadwal waktu Praktikan melaksanakan PKL terhitung sejak tanggal 12 Januari 2015 sampai dengan 6 Februari 2015. Kegiatan PKL rutin Praktikan lakukan dari hari Senin sampai hari Jumat dengan jadwal kerja sebagai berikut:

Tabel I.1 Jadwal Kerja Praktik Kerja Lapangan

Hari	Jam Kerja	Keterangan
Senin s.d Jumat	08.00 – 12.00 WIB	
	12.00 – 13.00 WIB	Istirahat
	13.00 – 17.00 WIB	

Sumber: Data diolah oleh Praktikan

4. Tahap Penulisan Laporan PKL

Penulisan laporan PKL dilakukan setelah Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Data-data untuk penyusunan laporan PKL Praktikan kumpulkan dari komunikasi yang Praktikan lakukan dengan pembimbing di tempat PKL. Selain itu, Praktikan juga melakukan studi kepustakaan dan pencarian data dengan melakukan *browsing* di internet.

Setelah semua data dan informasi yang dibutuhkan terkumpul, Praktikan segera membuat laporan PKL. Laporan PKL dibutuhkan Praktikan sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa program studi Pendidikan Tata Niaga.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

Kompas Gramedia sebagai salah satu perusahaan yang terkemuka di Indonesia memiliki peristiwa-peristiwa penting yang menjadi tonggak perjalanan perusahaan dari sejak berdiri sampai perkembangannya saat ini:

Terbitnya majalah bulanan Intisari pada tanggal 17 Agustus 1963 oleh Petrus Kanisius (PK) Ojong dan Jakob Oetama (JO), bersama J. Adisubrata dan Irawati SH. Majalah bulanan Intisari bertujuan memberikan bacaan untuk membuka cakrawala bagi masyarakat Indonesia. Pada saat itu, Intisari terbit dengan tampilan hitam putih, tanpa sampul, berukuran 14 x 17,5 cm. Dengan tebal 128 halaman, majalah ini mendapat sambutan baik dari pembaca dan mencapai oplah 11.000 eksemplar.

Hampir 3 tahun kemudian, tepatnya pada tanggal 28 Juni 1965, diterbitkan Surat Kabar KOMPAS, yang berawal dari ide menerbitkan koran untuk melawan pers komunis. Pada mulanya KOMPAS terbit sebagai surat kabar mingguan dengan 8 halaman, lalu terbit 4 kali seminggu, dan hanya dalam kurun waktu 2 tahun telah berkembang menjadi surat kabar harian nasional dengan oplah mencapai 30.650 eksemplar.

Melihat perkembangan usaha yang sangat baik dan dengan semangat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembukaan lapangan kerja baru, PK Ojong mulai melakukan diversifikasi usaha. Pada tanggal 2 Februari 1970 didirikan Toko Buku Gramedia untuk memperkuat penyebaran produk dan menjual buku-buku yang berasal dari luar negeri. Sebagai langkah awal, dibuka sebuah toko kecil berukuran 25 m², di Jalan Gajah Mada, Jakarta Pusat.

Pada awalnya harian KOMPAS dicetak di percetakan PT Keng Po. Seiring perkembangan oplah yang semakin meningkat, dan agar dapat menjamin KOMPAS dapat terbit pagi hari, dipandang perlu memiliki usaha percetakan sendiri. Pada tahun 1971 perusahaan mendirikan Percetakan Gramedia di Jalan

Palmerah Selatan, yang mulai beroperasi pada bulan Agustus 1972, dan diresmikan pada tanggal 25 November 1972 oleh Ali Sadikin, selaku Gubernur DKI Jakarta saat itu. Dalam perkembangannya, pada tahun 1997 dibangunlah sistem cetak jarak jauh (*remote printing*) sebagai terobosan baru teknologi percetakan untuk mempercepat distribusi koran harian KOMPAS di daerah.

Sistem cetak jarak jauh yang pertama kali didirikan pada tahun 1997 di Bawen, dan dilanjutkan dengan kota-kota lainnya seperti Makasar (Oktober 1998), Surabaya (November 1999), Palembang (Juni 2001), Medan (Juni 2003), Banjarmasin (Agustus 2002), Bandung I (Februari 2006), Bandung II (Januari 2007), Bali (Maret 2009).

Hampir bersamaan dengan mulai beroperasinya Percetakan Gramedia, pada tahun yang sama didirikan unit bisnis Radio Sonora, berkedudukan di Jalan Gajah Mada, Jakarta Pusat. Radio Sonora didirikan oleh para pendiri Kompas Gramedia untuk memberikan layanan informasi bagi masyarakat melalui media elektronik, selain melalui media tertulis.

Untuk mengisi kekosongan bacaan khusus anak-anak, diterbitkanlah majalah anak-anak Bobo pada tanggal 14 April 1973. Sebelum majalah Bobo terbit, harian KOMPAS menerbitkan sisipan halaman khusus untuk anak-anak. Seiring dengan respon yang positif dari pembaca terhadap sisipan halaman khusus anak-anak di harian KOMPAS tersebut, perusahaan bekerja sama dengan penerbit majalah Bobo di Belanda, untuk menerbitkan majalah Bobo di Indonesia. Pada awalnya, majalah Bobo terdiri dari 16 halaman kertas koran, dengan oplah mencapai 50.000 eksemplar, dan menjadi majalah anak-anak pertama yang berwarna di Indonesia.

Usaha di bidang majalah ini kemudian semakin berkembang dan merambah ke segmen remaja, wanita, pria, otomotif, pengetahuan, teknologi dan umum, yang semuanya tergabung dalam unit bisnis Kelompok Majalah.

Pada tahun 1974 didirikan unit bisnis PT Gramedia Pustaka Utama (GPU) sebagai penerbit buku umum. Buku pertama yang diterbitkan adalah novel Karmila karya Marga T, yang sebelumnya merupakan cerita bersambung di Harian KOMPAS. Produk penerbitan buku GPU mendapatkan respon yang positif di masyarakat, maka usaha penerbitan buku merambah ke berbagai segmen, seperti buku anak-anak, novel, buku resep makanan, buku nonfiksi seperti buku

seri manajemen, budaya, filsafat, sains, buku perguruan tinggi, dan lain sebagainya.

Untuk menjawab kebutuhan masyarakat yang terus semakin berkembang berkaitan dengan beragamnya jenis buku, pada 15 Januari 1985 didirikan unit usaha khusus untuk menerbitkan buku-buku elektronik, buku komputer, yang kemudian juga merambah ke buku-buku komik, yaitu PT Elexmedia Komputindo. Khusus untuk buku-buku ajar, khususnya untuk pendidikan dasar dan menengah, pada 20 September 1990 didirikan penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo), dan kemudian pada 1 Juni 1996 juga didirikan Kepustakaan Populer Gramedia (KPG), kemudian Penerbit Buku Kompas, yang antara lain mendaur ulang tulisan-tulisan yang pernah dimuat di harian KOMPAS.

Pada tahun 1976, Kompas Gramedia mendirikan unit bisnis PT Gramedia Film. Saat itu, selain menggarap film-film dokumenter, Gramedia Film juga membuat film cerita. Salah satu film cerita yang berprestasi adalah Suci Sang Primadona yang mendapat Piala Citra, penghargaan tertinggi perfilman Indonesia. Hanya saja Gramedia Film tidak berumur panjang, karena kalah bersaing dengan produksi film lainnya yang lebih mengutamakan konten hiburan.

Perusahaan juga melakukan diversifikasi usaha di luar core business dengan membangun unit bisnis perhotelan, yang dimulai dengan didirikannya PT Grahawita Santika (PT GWS) pada tanggal 22 Agustus 1981. PT GWS pertama kali membeli Hotel Soeti di Jl. Sumatera, Bandung, yang kemudian di renovasi dan diganti menjadi Hotel Santika Bandung hingga saat ini. Usaha di bidang

perhotelan berkembang sangat pesat dan Hotel Santika telah hadir di berbagai kota besar di Indonesia.

Kompas Gramedia kembali mengembangkan produk yang dimilikinya dengan menerbitkan rubrik BOLA pada tanggal 3 Maret 1984 sebagai sisipan harian KOMPAS setiap hari Jumat. Rubrik BOLA dicetak pertama kali sebanyak 412.000 eksemplar sesuai dengan oplah KOMPAS pada waktu itu, dan mendapat respon yang sangat baik dari para pembaca dan pemasang iklan.

Atas gagasan Jakob Oetama, selaku Pemimpin Redaksi KOMPAS pada waktu itu, bahwa setiap rubrik KOMPAS yang digemari pembaca dapat dikembangkan menjadi terbitan tersendiri, maka 4 tahun kemudian tepatnya pada bulan April 1988, BOLA dilepas oleh KOMPAS untuk berdiri sendiri menjadi Tabloid BOLA.

Keputusan tersebut diambil dengan mempertimbangkan pula kemampuan desk olahraga di KOMPAS yang dipandang sebagai salah satu desk yang kuat karena dukungan wartawannya, sehingga rubrik olahraga menjadi salah satu rubrik yang digemari pembacanya. Dalam perkembangannya, BOLA menambah bauran produk dalam bentuk buku dan majalah. Tidak hanya terpaku pada dunia olahraga, BOLA merambah juga ke bidang kesehatan, dengan diterbitkannya Tabloid SENIOR, dan kemudian berubah menjadi Tabloid Gaya Hidup Sehat.

Pada tahun 1987, Kompas Gramedia mengambil-alih kepemilikan perusahaan penerbitan harian Sriwijaya Post di Palembang. Pada masa itu ada himbauan dari Menteri Penerangan RI agar koran-koran besar membantu koran-koran daerah

yang terhambat permasalahan SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers). Maka pada akhir 1987 didirikan unit usaha Kelompok Pers Daerah (Persda) yang tugas awalnya adalah membantu koran-koran daerah yang membutuhkan pertolongan.

Pada tahun 1988, Kompas Gramedia mengambil-alih perusahaan penerbitan koran Swadesi yang namanya diubah menjadi Serambi Indonesia di Banda Aceh. Tahun 1992, Kompas Gramedia mengambil-alih perusahaan penerbitan koran Pos Kupang, dan pada tahun 1994 mengambil-alih perusahaan penerbitan koran Banjarmasin Post. Pada perkembangan selanjutnya, Persda memperkuat bisnisnya dengan mendirikan sendiri koran daerah di hampir seluruh propinsi dengan brand Tribun.

Diversifikasi usaha kembali dilakukan oleh Kompas Gramedia dengan pendirian PT Graha Kerindo Utama (GKU) pada tahun 1988, sebagai perusahaan converting tissue berkualitas dengan brand Tessa dan Multi. Seiring persaingan yang semakin ketat, GKU menginginkan jaminan kesediaan pasokan bahan baku kertas agar produksi bisa stabil, maka didirikanlah pabrik pembuatan kertas tissue (paper mill). Pada tahun yang bersamaan dengan berdirinya GKU, Kompas Gramedia mengambil-alih surat kabar mingguan Surya, yang didirikan oleh perusahaan penerbitan koran Pos Kota pada tahun 1986, dan kemudian diubah menjadi Harian Pagi Surya.

Dengan perkembangan perekonomian dan dunia bisnis di Indonesia, pada tahun 1996 Kompas Gramedia mendirikan PT. Grahanusa Mediatama yang

menerbitkan Tabloid KONTAN, yang terbit pertama kali pada tanggal 27 September 1996. Untuk menjawab kebutuhan pembaca, diterbitkan pula pada Januari 2006 edisi khusus bulanan KONTAN dan pada tanggal 27 September 2007 diterbitkan harian bisnis dan investasi KONTAN.

Perjalanan bisnis Kompas Gramedia tiba pada perkembangan tren di masyarakat yang menunjukkan fenomena meningkatnya penggunaan jaringan internet untuk mendapatkan informasi, maka Harian KOMPAS membuat versi online dari harian KOMPAS cetak yang disebut Kompas Online dengan alamat <http://www.kompas.com>. Pada tahun 1998, Kompas Online berkembang menjadi unit bisnis tersendiri dibawah naungan PT Kompas Cyber Media (KCM). Saat ini Kompas Online diubah menjadi Kompas.com.

Pada tahun 1999, dengan tujuan memberikan informasi yang lebih khas bagi warga Jakarta dan sekitarnya (Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), diterbitkanlah Harian Warta Kota, tepatnya pada tanggal 3 Mei 1999. Diawali dari koran 12 halaman, Warta Kota terbit setiap hari Senin sampai Sabtu. Dengan mempertimbangkan respon yang baik dari para pembaca, pada tahun 2001 diterbitkan pula Warta Kota edisi hari Minggu.

Pengembangan bisnis Kompas Gramedia kembali dilakukan pada tahun 2000, dengan didirikannya PT Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh, tepatnya pada tanggal 22 Maret 2000, yang pada waktu itu dikenal dengan sebutan TV7. Pada perkembangannya TV7 resmi berubah nama menjadi Trans7 pada tanggal 15

Desember 2006 dengan masuknya PT Trans Corporation dalam kepemilikan saham.

Upaya diversifikasi kembali dilakukan pada tanggal 25 November 2005, dengan mendirikan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang dikelola oleh Yayasan Media Informasi Kompas Gramedia. UMN merupakan sebuah lembaga perguruan tinggi dengan teknologi informasi dan komunikasi sebagai dasar dalam setiap proses belajar mengajar. Pada awalnya, sebagai tempat belajar mengajar, UMN menyewa gedung BNI46 Jl. Jend. Sudirman, Jakarta. Pada tahun 2009 UMN membangun gedung sendiri dan diresmikan pada tanggal 2 Desember 2009, bertempat di Gading Serpong, Summarecon, Tangerang.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan situasi lingkungan bisnis di media, bisnis media cetak diarahkan untuk melakukan transformasi menuju era digital. Dengan demikian sosok media selanjutnya ditampilkan melalui multi media, multi channel, dan multiplatform (MMM). Maka pada awal tahun 2009 media televisi mulai dijajagi kembali. Kompas Gramedia Television (KOMPAS GRAMEDIA TV) menjadi kendaraan perusahaan untuk menjalankan bisnis di televisi yang dimulai dengan pembentukan proyek KOMPAS GRAMEDIATV pada awal Oktober 2009.

Proyek ini memulai kegiatannya dengan membentuk KOMPAS GRAMEDIA Production yang diberi tugas untuk memproduksi program acara yang memberikan value added kepada pemirsa, sehingga program-program yang akan ditayangkan mengandung nilai-nilai kemanusiaan, nilai sosial dan pendidikan.

Proyek KOMPAS GRAMEDIA TV sekaligus juga mempersiapkan terbentuknya KOMPAS GRAMEDIA TV Network, Kompas Channel, KOMPAS GRAMEDIA Vision, dan Kompas TV.

Visi dan Misi:

"Menjadi Perusahaan yang terbesar, terbaik, terpadu dan tersebar di Asia Tenggara melalui usaha berbasis pengetahuan yang menciptakan masyarakat terdidik, tercerahkan, menghargai kebhinekaan dan adil sejahtera."

KG Values:

Untuk mewujudkan Visi dan Misi Kompas Gramedia, dibutuhkan manusia KG yang memahami dan menghayati nilai-nilai luhur sebagaimana telah diwariskan oleh para pendiri, yakni :

1. *Caring*

- a. Humanisme/ kemanusiaan (menghargai manusia sesuai harkat & martabatnya), yang transendental (berdasarkan keyakinan akan yang tertinggi, yang mengatasi segala sesuatu).
- b. Peduli pada sesama; compassion; membantu dengan tulus.
- c. Tanggungjawab sosial (CSR); cepat tanggap terhadap problem lingkungan kemasyarakatan.
- d. Memberikan kesempatan yang sama pada setiap orang tanpa membedakan golongan, ras, suku, gender, agama.

- e. Menghargai perbedaan budaya; adaptif; inkulturatif; cross-cultural.
- f. Management by walking around; saling menyapa; mengenal satu sama lain.
- g. Saling menghargai, saling memahami (toleransi).
- h. Peduli pada kesejahteraan karyawan; membina bawahan; delegasi, kaderisasi.
- i. Simbol: Dua buah tangan saling terulur, saling membantu

2. *Credible*

- a. Integritas tinggi; jujur; satu kata dengan perbuatan (konsisten)
- b. Dapat dipercaya (reliabel); dapat diandalkan (capabel)
- c. Bertanggungjawab; menepati janji (komitmen); disiplin
- d. Berwatak baik; berniat baik; berpikir positif.
- e. Ber-etika bisnis bersih; transparan (keterbukaan)
- f. Berjalan sesuai regulasi (pemerintah, stakeholders, shareholders)
- g. Loyal; setia pada lembaga & profesi; dedikatif
- h. Fair (tidak curang)
- i. Simbol: Satu pasang tangan bersatu dengan sikap menyembah, padmasana.

3. *Competent*

- a. Profesional, menguasai bidang profesinya
- b. Berorientasi pada kinerja dan hasil terbaik; get things done; bekerja tuntas
- c. Menggunakan sumber daya secara optimal (efisien dan efektif: work smart)
- d. Berwawasan luas

- e. Senantiasa mengembangkan diri; continuous learning
- f. Proaktif
- g. Mengambil keputusan dengan arif; pertimbangan matang
- h. Bekerjasama demi hasil terbaik bersama tim (sinergi; aliansi strategik; involving; teamwork)
- i. Trampil teknologi
- j. Simbol: Sebelah tangan kanan menunjukkan ibu jarinya, setuju, hebat.

4. *Competitive*

- a. Bersemangat kompetisi / bersaing secara smart; mencapai yang terbaik
- b. Kreatif, inovatif
- c. Percaya diri, berani memimpin/merintis/memulai
- d. Berani ambil risiko, speed, akseleratif
- e. Open minded, terbuka terhadap kritik, perbaikan dan perubahan
- f. Tidak puas dengan kondisi saat ini, ingin berubah menjadi lebih baik
- g. Mengelola jejaring /networking yang semakin world wide
- h. Simbol: Sebelah tangan kanan mengepal, siap bertanding.

5. *Customer Delight*

- a. Berorientasi pada penyediaan layanan & produk berkualitas sesuai kebutuhan pelanggan.
- b. Mempelajari kecenderungan dinamika kebutuhan pelanggan; fleksibilitas demi pelanggan

- c. Menangani keluhan dan problem pelanggan secara profesional
- d. Memahami/ mengantisipasi kebutuhan pelanggan (customer care) sebelum meminta
- e. Mengupayakan pelanggan semakin terdidik dan tercerahkan
- f. Menyenangkan pelanggan berdasarkan mentalitas berkelimpahan (aspek dua arah)
- g. Simbol: Dua buah tangan bersalaman erat, win-win, sama sama senang.

Secara keseluruhan, KG Values terdiri dari dua komponen, yang bisa digambarkan dengan sebuah pohon kehidupan:

Character: Watak baik, yang peduli dan dapat dipercaya/diandalkan; adalah bagian pohon sebelah bawah (akar, pondasi yang menentukan berdirinya sebuah pohon).

Competency: Profesionalisme, kompetitif dan menyenangkan pelanggan; adalah bagian pohon sebelah atas (batang, daun dan bunga/buah, hasil baik yang tampak dipermukaan, disebabkan oleh keberadaan karakter yang positif).

Logogram



Gambar II.1 Logogram pada *corporate identity* Kompas Gramedia.

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

Logogram pada *corporate identity* Kompas Gramedia mempergunakan simbol lingkaran yang melambangkan bola dunia dengan huruf KG sebagai inisial dari ‘Kompas Gramedia’.

Desain initial KG yang menyelimuti lingkaran tersebut merepresentasikan jalur informasi yang mencapai berbagai belahan dunia melalui berbagai media (multimedia).

Initial KG sendiri didesain secara khusus untuk memberikan unsur dinamisme dari perusahaan, dan menggambarkan pergerakan arus informasi yang cepat.

Typography**Gambar II.2 Typography pada *corporate identity* Kompas Gramedia.**

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

Font pada logo Kompas Gramedia menggunakan ‘*PoynterOSdisplay – semibold*’ yang juga memiliki karakter yang dinamis, namun tetap ‘*strong/solid*’, dan mampu menampilkan unsur profesionalisme yang modern.

Huruf awal pada kata “Kompas” dan “Gramedia” yang sedikit diperbesar juga didesain untuk membantu mempersiapkan pengenalan identitas korporat ke depannya sebagai “KG

B. Struktur Organisasi



Gambar II.3 Board of Director Kompas Gramedia.

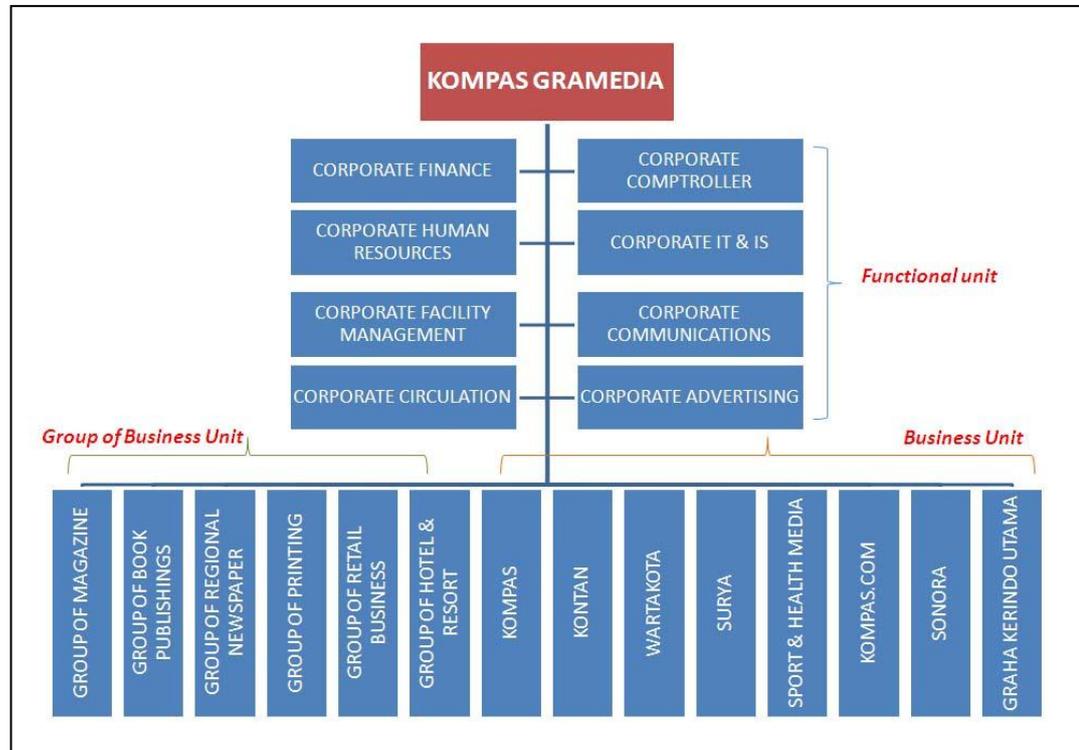
Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

Tabel II.1 Board of Director Kompas Gramedia.Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

NAME	TITLE
St. Sularto	Deputy Publisher II Kompas
Rikard Bagun	Editor in Chief Kompas
Lukas Widjaja	Director of Jasatama/ Director of Kontan
Ign Hardanto Subagyo	Business Director Kompas/ Corporate Advertising Director
Herman Darmo	Regional Newspaper Group Director
Lilik Oetama	Hotel & Resort Group Director / Vice CEO
Paiyan Situmorang	Director of Sport & Health Media
Y. Priyo Utomo	Book Publishing Group Director
Hari Wardjono	Printing Group Director
Taufik H. Mihardja	Director of Kompas.com
Elwin Siregar	Magazine Group Director

Y. Priyo Utomo	Retail Business Group Director
Harris Sitorus	Director of Graha Kerindo Utama
Yohanes Yudistira	Director of Sonora
Dedy Pristiwanto	Director of Warta Kota/ Corporate Circulation Director
Bimo Setiawan	Director of KG TV
Stella D. Ayu Widianingsih	Director of Transito Adimanjati
Ninok Leksono	Rector UMN
Johanes Prajitno	Executive Rector of UMN

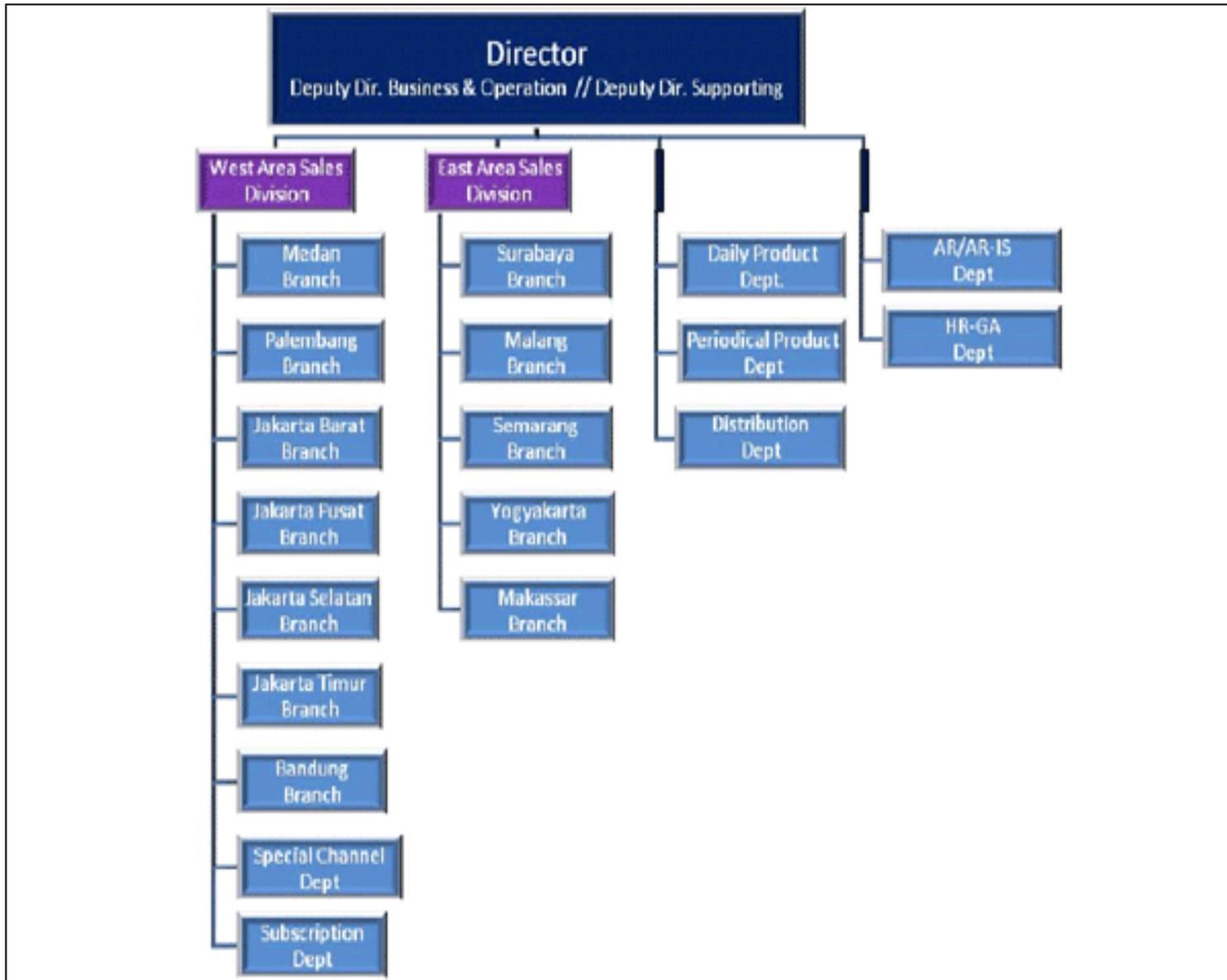
Business Unit



Gambar II.4 Business Unit Kompas Gramedia

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

Struktur Organisasi



Gambar II.5 Business Unit Kompas Gramedia

Sumber: <http://www.kompasgramedia.com/>

C. Kegiatan Umum Perusahaan

Business Unit dalam kegiatan umum perusahaan yang ada di Kompas Gramedia diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Corporate Advertising*

Corporate Advertising adalah unit yang bertanggung jawab untuk pengembangan pasar iklan, pengembangan produk/paket iklan, dengan membuat paket dari proposal iklan terpadu (*Integrated Marketing Communication*) untuk mengoptimalkan semua saluran yang dimiliki grup Kompas Gramedia.

Termasuk memberikan layanan purna jual yang terbaik khususnya bagi top 12 agensi yang memiliki billing iklan terbesar di group Kompas Gramedia. Dan itu semua dilakukan melalui sinergi dengan semua jaringan yang dimiliki group Kompas Gramedia. Tentu saja tujuan akhirnya jelas, meningkatkan revenue bagi group Kompas Gramedia.

Bisnis media bergerak ke arah sinergi. Diantara group media yang ada Indonesia, group Kompas Gramedia memiliki keragaman dan jaringan yang bisa disamakan dengan *News Corporation* di luar negeri. Tentu saja suatu kekuatan luar biasa bagi grup Kompas Gramedia.

Saat ini group Kompas Gramedia memiliki media yang terdiri dari surat kabar nasional (2), surat kabar jaringan pers daerah (16), majalah dan tabloid (46), radio (Jaringan Sonora di 9 kota dan Motion Radio), *online* (Kompas.com & versi online dari beberapa media cetak), toko buku (96 toko buku Gramedia di 25 kota), percetakan (10 percetakan di seluruh Indonesia), hotel (17 jaringan hotel Santika

& Amaris), pabrik tissue Tessa (GKU) dan event organizer (Dyandra & Radyatama) (sumber: CA Corporate Kit 2009) Corporate advertising, cikal bakal sinergi di unit iklan bukanlah hal yang mustahil, dengan kekuatan jaringan media yang dimiliki KG, tentu saja masih terbuka lebar peluang untuk mengangkat pendapatan iklan media lain di bawah bendera group Kompas Gramedia.

Peran *Corporate advertising* lah untuk melakukan integrasi semua kekuatan yang dimiliki oleh group Kompas Gramedia baik itu unit bisnis media atau unit bisnis lain dengan melakukan cross selling dan program komunikasi pemasaran yang terpadu (*Integrated Marketing Communication*).

Kondisi eksternal saat ini selalu bergerak atas nama korporasi tentu saja menyadarkan group Kompas Gramedia untuk merapatkan barisan khususnya di unit iklan. Diperlukan strategi yang cukup cerdas untuk mengantisipasi kondisi persaingan saat ini. Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan dalam jangka panjang adalah tuntutan bagi unit iklan bukan hanya menciptakan paket iklan yang kreatif tetapi juga mengoptimalkan penggunaan bauran media (*media mix*).

Jadi bukan hal mustahil jika nantinya paket-paket iklan ada yang melibatkan toko buku Gramedia, Hotel Santika atau bahkan Graha Kerindo Utama dengan Tissue Tessanya. Corporate advertising juga bertanggung jawab untuk menciptakan pasar yang baru bukan hanya menempel pada pasar yang sudah ada sebelumnya. Selain itu, Corporate advertising harus mampu menerjemahkan kebutuhan pengiklanan untuk melakukan aktivitas promosi bukan hanya di media

konvensional seperti di print, tetapi juga melakukan aktivasi merek (brand activation) bagi pengiklan. Sekali lagi, group Kompas Gramedia memiliki unit bisnis yang beragam dan jaringan yang kuat memungkinkan ini semua terwujud.

2. Corporate Circulation

PT. Sirkulasi Kompas Gramedia (SKG) adalah salah satu dari sekian banyak anak perusahaan di bawah naungan kelompok usaha media terbesar di Indonesia, Kompas Gramedia. SKG yang mulai beroperasi tanggal 1 Januari 2009 merupakan hasil penggabungan seluruh Departemen Sirkulasi/Distribusi media di Kompas Gramedia. Unit usaha ini dibentuk sejalan dengan visi jangka panjang KG dalam memenangkan persaingan yang semakin ketat dan keras di masa mendatang.

Persaingan di era sekarang mengarah ke persaingan antar group perusahaan dimana yang bertanding di pasar adalah kekuatan bersama-sama dari produk-produk yang tergabung dalam masing-masing group perusahaan induknya. KG yang mempunyai kekuatan range produk yang sangat luas serta berpengalaman mengelola jaringan distribusi media cetak tentu harus bisa memanfaatkan modal ini dengan optimal.

SKG menangani operasional penjualan melalui kegiatan sirkulasi dan distribusi seluruh media yang berjumlah lebih dari 70 merek surat kabar harian, tabloid maupun majalah baik mingguan maupun bulanan. Sebagian besar media yang ditangani adalah market leader di segmen masing-masing, diantaranya

Harian Kompas, Warta Kota, tabloid Bola, Nova, Otomotif, majalah Bobo, Intisari, Autobild, National Geographic Indonesia dan masih banyak lagi.

Sebagai salah satu tulang punggung dari usaha media cetak di Kompas Gramedia, kunci sukses SKG adalah terwujudnya operation excellence dengan memanfaatkan sinergi antar fungsi untuk mewujudkan efektifitas operasional sekaligus menciptakan efisiensi dalam penggunaan sumberdaya. Dengan visi menjadi distributor media cetak dengan jaringan terbesar di Indonesia untuk mewujudkan kepuasan pelanggan, prinsipal dan karyawan secara efisien dan efektif, SKG mengandalkan pada sistem informasi dan sistem operasi yang terintegrasi setara dengan perusahaan media kelas dunia.

Wilayah operasi SKG meliputi seluruh wilayah Indonesia, dengan 14 Kantor Cabang (Branch Office), 5 Kantor Penjualan (Sales Office) dan jumlah karyawan organik 300 orang dan dibantu tenaga non organik lebih dari 500 orang. SKG menangani penjualan melalui jaringan distribusi keagenan konvensional maupun modern channel yang berjumlah lebih dari 4000 agen, serta melayani penanganan pelanggan langsung (direct subscription).

3. Corporate Communication

Direktorat ini dibentuk dengan misi membangun, memelihara dan mengembangkan citra positif perusahaan berbasis pengetahuan terkemuka di Asia Tenggara, baik internal maupun eskternal melalui kegiatan komunikasi, tanggung

jawab sosial perusahaan dan pengembangan komunitas masyarakat di lingkungan perusahaan, serta kegiatan seni dan budaya.

Berbagai aktivitas seni budaya berada di bawah pengelolaan Bentara Budaya (Jakarta, Jogja, Solo, dan Bali), dan ditampilkan secara rutin dalam bentuk pengelolaan dan pameran koleksi benda-benda seni, serta kegiatan-kegiatan yang bertujuan memperkaya apresiasi masyarakat terhadap seni budaya bangsa.

4. *Corporate Facility Management*

Corporate Facility Management berperan menjadi unit fungsional yang mampu mendukung daya saing Kompas Gramedia di pasar global melalui penyelenggaraan facility management yang berkualitas dan efisien.

Di dalam *Corporate Facility Management* terbagi dalam :

1. *General Affair Division*
2. *Land & Building Division*
3. *Logistic Division*

5. *Corporate Finance*

Corporate Finance berperan menjadi pengendali cash budget dan pengelola keuangan yang handal dan terpercaya bagi korporat & unit bisnis agar mampu bersaing di pasar global dan memberikan nilai tambah bagi *stakeholders* melalui

sistem pengelolaan keuangan yang terintegrasi, pendayagunaan asset secara optimum dan kepastian keabsahan hukum.

6. *Corporate Human Resources*

Corporate Human Resources (CHR) adalah *functional* unit yang menjadi *strategic business partner* bagi *Corporate* dan *Business Unit* Kompas Gramedia dalam mewujudkan organisasi yang efektif dan sumber daya manusia (SDM) handal yang mampu bersaing di pasar global. CHR memiliki sistem pengelolaan SDM yang mendorong peningkatan produktivitas dan menciptakan iklim / budaya kerja kondusif, dalam rangka merespon dinamika perkembangan usaha *Corporate* dan *Business Unit* Kompas Gramedia.

Fungsi CHR adalah membuat perencanaan SDM, membakukan dan mengembangkan sistem SDM, dan memfasilitasi serta memberikan konsultasi masalah SDM kepada bagian HR di seluruh *Business Unit* Kompas Gramedia. Dalam menjalankan fungsi tersebut, *Corporate Human Resources* dibagi menjadi 6 departemen, dengan fungsi masing-masing sebagai berikut :

1. *Learning & Development Department* Mengembangkan, mengelola dan mengarahkan seluruh kegiatan di bidang pelatihan dan pengembangan agar sasaran pelatihan dan pengembangan karyawan Kompas Gramedia terpenuhi.
2. *Organizational Development & Talent Management* Mengembangkan, mengelola, mengarahkan dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan

3. sehubungan dengan pengembangan organisasi dan karyawan agar sesuai dengan rencana strategis Kompas Gramedia.
4. *Legal & Industrial Relations Department* Mengembangkan, mengelola, mengarahkan dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan sehubungan dengan hubungan industrial untuk mencapai kondisi perusahaan yang kondusif dan benar secara hukum.
5. *Compensation & Benefit Department* Mengembangkan dan mengelola seluruh kegiatan sehubungan dengan *compensation & benefit* untuk karyawan Kompas Gramedia, seperti kesehatan, pinjaman perumahan, pinjaman kendaraan bermotor, jamsostek, dan beasiswa.
6. *Human Resources Information System Department* Membangun dan mengembangkan sistem informasi HR, serta memelihara, mengawasi dan bertanggung jawab atas penggunaan dan efektivitas sistem informasi Kompas Gramedia.
7. *Functional Unit Human Resources* Merencanakan dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan sehubungan dengan pengembangan organisasi, rekrutmen, pengembangan, pemeliharaan sumber daya manusia dalam lingkup functional unit Kompas Gramedia (*Corporate HR, Corporate Finance, Corporate Comptroller, Corporate Facility Management, Corporate IT, Corporate Communications, Corporate Advertisement, Business Process Management*) sesuai dengan falsafah, rencana strategis perusahaan dan perundang-undangan yang berlaku.

8. *Corporate IT & IS*

- a. Menjadi penyedia dan pengelola sumber daya Teknologi Informasi yang bersifat Korporat dan lintas unit usaha
- b. Menjadi *technology partner* bagi unit usaha , sebagai konsultan Teknologi Informasi maupun counterpart dalam hubungan unit usaha dengan pihak eksternal
- c. Menjadi mitra dan bagian TI dari unit usaha yang membutuhkan dengan memperhatikan batasan-batasan yang disepakati
- d. Mendorong berdirinya MIS dept di unit usaha sebagai mitra dalam pengembangan dan pemanfaatan Sistem Informasi unit yang bersangkutan.
- e. Melakukan pengembangan Hardware dan *Software* berbasis *project management untuk* mengantisipasi dinamika perkembangan bisnis perusahaan
- f. Melakukan riset dan pengembangan Teknologi Informasi yang berorientasi kebutuhan perusahaan
- g. Memastikan semua data bisnis dan keuangan yang dikelola Divisi TI dipergunakan oleh yang berkepentingan sesuai dengan hak dan trustee yang sudah ditetapkan

Bagian yang ada di dalam *Corporate IT & IS*

1. Pengembangan dan Pemeliharaan Perangkat Lunak
2. QA & Bisnis Analis
3. Infrastruktur

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Praktik Kerja Lapangan dilaksanakan di PT GramediaAsri Media, Kompas Gramedia Jakarta yang berlokasi di Gedung Kompas Gramedia Jl. Palmerah Barat 29-37 Jakarta Pusat, Selama kurang lebih satu bulan terhitung pada tanggal 12 Januari 2015 sampaidengan 6 Februari 2015. Praktikan memiliki jadwal kerja dari hari Senin s.d Jumat, masuk pukul 08.00 WIB dan pulang pukul 17.00 WIB. Praktikan ditempatkan pada bagian *Marketing Product Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia*.

Marketing Product Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia mempunyai peranan yang penting dalam aktivitas perusahaan, yang merupakan proses kegiatan yang menghubungkan antara produsen dengan konsumen sebagai pemakai produk atau pemesan produk. Dengan memberikan perhatian yang maksimal terhadap tugas marketing dan kepuasan kepada perusahaan dan konsumen maka akan bias tercapai dengan optimal dan maksimal.

Hampir semua orang, termasuk beberapa manajer bisnis menyatakan bahwa *marketing* atau pemasaran berarti menjual atau mengiklankan. Memang benar bahwa hal itu adalah bagian dari pemasaran, tetapi pemasaran lebih dari sekedar menjual dan mengiklankan.

Sama seperti pada Kompas Gramedia, peran *marketing* mempunyai cakupan yang lebih luas dari penjualan yaitu juga mengadakan atau membuat *event*, inovasi dengan strategi promosi serta kegiatanresmilainnya.

Namun secara spesifik, fungsi *Marketing* pada Kompas Gramedia yaitu sebagai berikut :

1. Peran sebagai promosi : sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang dibuat oleh perusahaan.
2. Peran sebagai sales : pemasaran yang bertugas menghasilkan pendapatan bagi perusahaan dengan cara menjual produk perusahaan namun pada Kompas Gramedia kita lebih melatih sales toko yang kita briefing setiap minggunya di kantor Kompas Gramedia pusat..
3. Peran dalam konsep komunikasi pemasaran : organisasi pemasaran berperan dalam menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjembatani antara perusahaan dan lingkungan eksternal.
4. Peran dalam bidang pengembangan dan riset : pemasar memiliki tugas untuk menyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas dan penjualan produk.
5. Membuat strategi pemasaran di Kompas Gramedia menyeleksi beberapa target pasar, mengembangkan dan memelihara bauran pemasaran yang akan menghasilkan kepuasan bersama dengan pasar yang dituju. Strategi pemasaran yang dituju adalah mengelompokkan segmen-segmen pasar yang akan

6. dilayani, dimana perusahaan dapat menentukan satu atau lebih segmen sebagai sasaran pemasaran. Sedangkan bauran pemasaran mencakup pada strategi produk, distribusi promosi, penentuan harga dan tempat di mana yang akan dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling memuaskan dengan pasar yang ditujukan.

Praktikan melakukan pekerjaan yang sifatnya membantu kegiatan operasional *SubMarketing Product Specialist Group of Retail Publishing Kompas Gramedia*. Jadi pada bagian *Marketing Product Specialist* terdapat beberapa bagian diantaranya, Spesialis Produk Anak, Spesialis Produk Novel dan Spesialis Produk Islami.

Jenis pekerjaan yang dilakukan diantaranya berkaitan dengan penginputan data dan Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang dibuat oleh perusahaan Kompas Gramedia serta melakukan persiapan produk-produk terbaru serta inovasi terbaru untuk event baru dan memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin.

Adapun bidang pekerjaan yang Praktikan lakukan meliputi:

1. Menginput data undian Gramedia Fantastic Comic. Gramedia Fantastic Comic adalah Program Komik berskala nasional yang diselenggarakan oleh Gramedia Publishers dengan total hadiah mencapai ratusan juta rupiah. Mulai dari Paket Komik hingga Paket Tur ke Jepang Periode: September - 31 Desember 2014. Lokasi Seluruh TB Gramedia, Showroom, Seluruh ECC,

Rumah Buku, Bookmart, Modern Outlet Pilihan, Paperclip Pilihan, dan Agen Toko Buku Pilihan.

2. Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang dibuat oleh Kompas Gramedia.
3. Membantu mempersiapkan bahan pengarahannya kepada setiap sales toko terkait event baru.
4. Memberikan pengarahannya kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari Kamis.
5. Pengecekan minat konsumen di media sosial mengenai produk baru yang akan diluncurkan.
6. Pengecekan daya beli konsumen pada seluruh Toko Gramedia di Indonesia.
7. Melakukan rapat evaluasi setiap minggunya.

B. Pelaksanaan Pekerjaan

Selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan berusaha menyelesaikan semua tugas yang diberikan dengan maksimal dan tepat waktu. Untuk dapat menyelesaikan tugas yang diberikan, Praktikan dibimbing oleh para *Staff Marketing Product Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia khususnya Spesialis Produk Anak sehingga Praktikan dapat lebih mudah memahami dan menjalankan bidang pekerjaan yang dilakukan.

Adapun langkah-langkah pelaksanaan kerja yang Praktikan lakukan diantaranya sebagai berikut:

1. Menginput data event undian Gramedia *Funtastic Comic*

Setiap kupon undian yang telah dikirim dari tiap toko di seluruh Indonesia harus dicatat ke dalam data base penginputan data yang berisi biodata pelanggan yang nantinya akan diundi pada tanggal yang sudah ditentukan.

Format data base penginputan data kupon undian adalah sebagai berikut:

FORM INPUT KUPON							
TB. CARREFOUR ARMADA MAGELANG							
ALAMAT : MAGELANG							
KODE TOKO	NAMA	NO KTP	TGL LAHIR	NO HP	EMAIL	KGVC	SARAN
TB. CARREFC	GIOVANNI CHRISTIAN	3309055908930000	28/12/1997	081328848396	gerrydje	N	Saran...
TB. CARREFC	GIOVANNI CHRISTIAN	3309055908930000	28/12/1997	081328848396	gerrydje	N	Saran...
TB. CARREFC	WULAN DEWI FS	10029	28/12/1997	081328848396		N	Saran...
TB. CARREFC	WULAN DEWI FS	10030	29/12/1997	081328848396		N	Saran...

NO KUPON	NO TELP	ALAMAT	KOTA	KODE POS	TGL INPUT
0327101	0	TRUNTUM 1 NO.49 TLOGOSARI	SEMARANG	57311	15/01/2015
0327102	0	TRUNTUM 1 NO.49 TLOGOSARI	SEMARANG	57311	15/01/2015
0327001		KAMAL RT.4/5 PAGERSARI MUNGKID	MAGELANG	56551	15/01/2015
0327002		KAMAL RT.4/5 PAGERSARI MUNGKID	MAGELANG	56551	15/01/2015

Gambar III.1 Format data base penginputan data kupon undian.

Sumber: Data diolah oleh Praktikan

Adapun langkah-langkah dalam melakukan penginputan data kupon undian dan biodata pelanggan adalah sebagai berikut:

- a. Praktikan menerima kupon undian yang diberikan.

- b. Sebelum memulai penginputan hal pertama yang dilakukan adalah melihat memo asal kota dan kode toko yang terlampir pada surat tersebut karena semua informasi terdapat pada lembar disposisi tersebut.
- c. Selanjutnya Praktikan menginput data yang ada dari kupon sesuai dengan toko dan kode wilayah.
- d. Setelah itu, Praktikan menuliskan tanggal kupon diterima dan tanggal yang tertera sesuai kupon yang diinput.
- e. Selanjutnya, Praktikan menginput data yang sesuai dengan kupon.

2. Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko

Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari Kamis. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam mendistribusikan surat adalah sebagai berikut:

- a. Praktikan menerima dan mempelajari bahan terkait event yang akan didistribusikan nantinya.
- b. Praktikan membahasnya dengan pembimbing terkait event yang akan dijalankan.
- c. Selanjutnya, Praktikan dan staff marketing mempersiapkan bahan presentasi.
- d. Kemudian Praktikan dan staff marketing lainnya memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari Kamis.

PEMESAN
 Divisi - Departemen: Product Specialist – Marketing
 Bagian: Modern Store / B2B Channel / School Channel / Luar Kota
 Nama: Dika

JUDUL: BELI 2 GRATIS 1

1	JENIS MATERI PROMO Wobbler	ISI/MATERI DESAIN Desain yang berkaitan dengan komik elex, m&c, atau LC Tagline: BELI 2 , GRATIS 1 *Selama persediaan masih ada (tidak ada logo Gramedia)		
	UKURAN	KUANTITAS 100	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE Segera
2	JENIS MATERI PROMO	ISI/MATERI DESAIN		
	UKURAN	KUANTITAS	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Digital - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE
3	JENIS MATERI PROMO	ISI/MATERI DESAIN		
	UKURAN	KUANTITAS	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Digital - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE
KETERANGAN TAMBAHAN Hasil cetakan kirim ke Palbar Lantai 3 (Prolist)				
Beban Biaya:			UNTUK MENGURANGI KESALAHAN MOHON MELAMPIRKAN DETAIL YANG DIBUTUHKAN (mis. foto, gambar, detail ukuran, dll.)	

Mengetahui

(Wihartono)

Gambar III.2 Format Pemesanan dan Promosi Kompas Gramedia.

Sumber : Data diolah oleh Praktikan.

- Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang dibuat oleh Kompas Gramedia. Misalkan event ulang tahun Kompas Gramedia dan promosi

terkait buku ataupun launching buku ataupun produk baru dari Kompas Gramedia.

4. Pengecekan minat konsumen di media sosial mengenai produk baru yang akan diluncurkan.

Pada zaman sekarang para konsumen tentunya sudah pintar untuk mencari informasi yang lebih mudah dan praktis di dapat. Maka untuk memudahkan hal tersebut pihak marketing mengeluarkan produk terbaru maka pihak marketing melakukan salah satu cara peminatan konsumen dengan menginformasikannya ke media sosial.

Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengecekan minat konsumen di media sosial :

1. Membuat akun media sosial berupa facebook ataupun twitter.
2. Pada dua akun media sosial ini sudah sangat terbukti banyak penggunanya dan mudah untuk diakses.
3. Menginformasikan beberapa produk terbaru yang akan diluncurkan.
4. Mengunduh Cover Produk yang akan diluncurkan
5. Membuat Angket untuk pemilihan produk yang diminati konsumen

C. Kendala yang Dihadapi

Dalam melaksanakan pekerjaan atau tugas, Praktikan selalu berusaha untuk melakukan yang terbaik untuk setiap pekerjaan, namun tentu saja tidak semua rencana pekerjaan dapat terlaksana dengan lancar. Terdapat beberapa kendala

yang dihadapi Praktikan dalam melaksanakan pekerjaan atau tugas Praktik, di antaranya:

1. Praktikan membutuhkan waktu untuk bisa menyesuaikan diri dengan baik karena sulitnya masa adaptasi pada awal Praktik Kerja Lapangan;
2. Praktikan diberikan pekerjaan yang cukup membutuhkan ketelitian. Sedangkan Praktikan belum berpengalaman dalam menyelesaikan pekerjaan. Sehingga terkadang terdapat kesalahan dalam penyelesaian pekerjaan;
3. Tenggang waktu yang diberikan dalam menyelesaikan pekerjaan terkadang membuat Praktikan panik dan akhirnya menimbulkan stres kerja.
4. Sarana dan prasarana yang terbatas untuk mahasiswa praktik kerja lapangan seperti komputer dan meja serta ruangan yang terbatas untuk mahasiswa PKL.

D. Cara Mengatasi Kendala

Adapun cara untuk mengatasi kendala yang Praktikan hadapi adalah sebagai berikut:

1. Praktikan membutuhkan waktu untuk bisa menyesuaikan diri dengan baik karena sulitnya masa adaptasi pada awal Praktik Kerja Lapangan

Bagi sebagian besar orang dewasa muda, terutama mereka yang kurang mempunyai pengalaman kerja atau bahkan bagi yang belum pernah bekerja

selama masih sekolah sering mengalami banyak kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan pekerjaan yang diembannya.²

Praktikan harus mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja secara cepat untuk mendapatkan rasa nyaman dan percaya diri dalam melaksanakan setiap pekerjaan atau tugas yang diberikan. Walaupun jarak tempat PKL dengan Pratikn cukup jauh dan melalui jalur yang cukup tersendat setiap harinya maka Praktikan harus lebih disiplin dan lebih pintar mengatur waktu agar tetap bias menyesuaikan.

Dengan teori yang dikemukakan oleh Schneiders (1964) mengungkapkan :

“Penyesuaian diri adalah kemampuan atau kapasitas individu untuk bereaksi secara efektif terhadap kenyataan, situasi dan hubungan sosial untuk mencapai kehidupan sosial yang memuaskan.”³

2. Praktikan diberikan pekerjaan yang cukup membutuhkan ketelitian.

Sedangkan Praktikan belum berpengalaman dalam menyelesaikan pekerjaan.

Sehingga terkadang terdapat kesalahan dalam penyelesaian pekerjaan;

Pekerjaan yang diberikan kepada Praktikan cukup membutuhkan ketelitian namun Praktikan masih belum memiliki pengalaman. Dalam mengantisipasi hal tersebut, Praktikan dapat bekerja sama dengan para pegawai yang lain. Bekerja sama menurut Tim Pengembang Ilmu Pendidikan FIP-UPI menyatakan bahwa

² Elizabeth B. Hurlock, Psikologi Perkembangan, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1980, hlm. 92.

³ Ida Mustafa, digilib.ump.ac.id, diakses dari <http://digilib.ump.ac.id/files/disk1/2/jhptump-a-idamustafa-78-2-babii.pdf>, pada tanggal 28 April 2015 pukul 20.12

kerjasama adalah kemampuan untuk menyelesaikan tugas secara bersama-sama Dengan cara seperti itu diharapkan pekerjaan yang bisa menjadi lebih ringan dan jauh dari kesalahan.

Selain itu juga dengan motivasi dari karyawan yang lain memicu Praktikan untuk bersikap lebih teliti dalam pekerjaan. Menurut Hamalik (2003:161) fungsi motivasi adalah :

- a. Mendorong timbulnya suatu kelakuan atau perbuatan. Tanpa adanya motivasi maka tidak akan timbul perbuatan seperti belajar
 - b. Motivasi berfungsi sebagai pengarah. Artinya mengarahkan perbuatan ke pencapaian tujuan yang diinginkan.
 - c. Motivasi berfungsi sebagai penggerak. Motivasi berfungsi sebagai mesin dalam mobil. Besar kecilnya motivasi akan menentukan cepat lambatnya suatu pekerjaan.⁴
3. Tenggang waktu yang diberikan dalam menyelesaikan pekerjaan terkadang membuat Praktikan panik dan akhirnya menimbulkan stres kerja.

Selain itu, *deadline* dapat menimbulkan stres kerja. Stres kerja bisa terjadi karena ketidak mampuan diri kita dalam menghadapi pekerjaan yang diberikan dan ditambah dengan *deadline* yang ditentukan. Untuk itu sangat diperlukan adanya manajemen waktu dan disiplin Praktikan agar tidak menimbulkan stress.

⁴Anggie Prasetyo, "Pengertian Motivasi, Kepemimpinan, Komunikasi dan Pengawasan", [anggieprasetyo.blogspot.com](http://anggieprasetyo.blogspot.com/2014/01/pengertian-motivasikepemimpinankomunika.html), diakses dari <http://anggieprasetyo.blogspot.com/2014/01/pengertian-motivasikepemimpinankomunika.html>, pada tanggal 28 April 2015 pukul 21.02

Seperti menurut Singodimedjo (2002), mengatakan disiplin adalah sikap kesediaan dan kerelaan seseorang untuk mematuhi dan nentaati norma-norma peraturan yang berlaku disekitarnya. Disiplin karyawan yang baik akan mempercepat tujuan perusahaan, sedangkan disiplin yang merosot akan menjadi penghalang dan memperlambat pencapaian tujuan perusahaan.⁵

4. Sarana dan prasarana yang terbatas untuk mahasiswa Praktik Kerja Lapangan seperti komputer dan meja serta ruangan yang terbatas untuk mahasiswa PKL.

Praktikan menyadari sepenuhnya bahwa semua jenis pekerjaan, terlebih pekerjaan memerlukan sarana untuk melaksanakan tugasnya dengan lancar dan nyaman. The Liang Gie mengatakan bahwa: “Setiap meja di kantor perlu dilengkapi dengan macam-macam perlengkapan untuk pelaksanaan tata usaha dengan sebaik-baiknya”.

Sebuah instansi yang menyediakan perlengkapan atau sarana penyimpanan dengan baik pasti akan memudahkan karyawan untuk melakukan manajemen pekerjaan dengan baik dan efektif dan lancar.

Berdasarkan teori di atas, dapat diketahui bahwa kegiatan dalam didunia kerja, dan pasti membutuhkan peralatan dan perlengkapan yang lengkap. Terlebih dalam tahap penyimpanan berkas/arsip dan database. Pada tahap ini peralatan dan

⁵ Sabar Munanto, “Pengertian Disiplin Kerja Makalah Menurut Para Ahli”, [www.academia.edu](http://www.academia.edu/5535704/Pengertian_Disiplin_Kerja_Makalah_Menurut_Para_Ahli), diakses dari http://www.academia.edu/5535704/Pengertian_Disiplin_Kerja_Makalah_Menurut_Para_Ahli, pada tanggal 28 April 2015 pukul 21.29

perlengkapan sangat dibutuhkan untuk menunjang pekerjaan agar hasil yang didapatkan baik.

Dari pemaparan teori tersebut maka dapat diketahui bahwa perlengkapan atau sarana prasarana terkait penyimpanan database sangat penting untuk pelaksanaan kegiatan pekerjaan dengan sebaik-baiknya.

Namun pada tempat Praktikan melaksanakan Praktek Kerja Lapangan hal tersebut belum terpenuhi dengan baik, namun dalam permasalahan kali ini Praktikan mengatasinya dengan membawa media sendiri, yaitu menggunakan laptop milik Praktikan sendiri untuk melaksanakan kegiatan operasional sehari hari.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Gramedia Asri Media (Kompas Gramedia Jakarta) dapat diperoleh kesimpulan di antaranya:

1. Praktik yang dilaksanakan di PT Gramedia Asri Media (Kompas Gramedia), Jalan Palmerah Barat 29-37 Jakarta Pusat 10270. Selama kurang lebih satu bulan terhitung pada tanggal 12 Januari 2015 sampai dengan 6 Februari 2015 sangatlah bermanfaat bagi Praktikan karena dapat memperoleh pengalaman kerja, keterampilan dan pengetahuan yang belum pernah Praktikan dapatkan sebelumnya.
2. Praktikan ditempatkan di PT Gramedia Asri Media (Kompas Gramedia), pada bagian *Marketing Product Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia. Praktikan berusaha menyelesaikan semua tugas yang diberikan dengan maksimal dan tepat waktu. Untuk dapat menyelesaikan tugas yang diberikan, Praktikan dibimbing oleh para *Staff Marketing Product Specialist Group of Retail Publishing* Kompas Gramedia khususnya Spesialis Produk Anak sehingga Praktikan dapat lebih mudah memahami dan menjalankan bidang pekerjaan yang dilakukan.

3. Tugas yang diberikan kepada Praktikan sifatnya hanya membantu kelancaran pelaksanaan operasional seperti Menginput data undian Gramedia *Funtastic Comic*. Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang dibuat oleh Kompas Gramedia dan memberikan pengarahannya kepada setiap sales toko terkait *event* baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari Kamis.
4. Pada pelaksanaannya, Praktikan menemukan beberapa kendala. Kendala tersebut adalah:
 - a. Praktikan membutuhkan waktu untuk bisa menyesuaikan diri dengan baik karena sulitnya masa adaptasi pada awal Praktik Kerja Lapangan;
 - b. Praktikan diberikan pekerjaan yang cukup membutuhkan ketelitian. Sedangkan Praktikan belum berpengalaman dalam menyelesaikan pekerjaan. Sehingga terkadang terdapat kesalahan dalam penyelesaian pekerjaan;
 - c. Tenggang waktu yang diberikan dalam menyelesaikan pekerjaan terkadang membuat Praktikan panik dan akhirnya menimbulkan stres kerja;
 - d. Sarana dan prasarana yang terbatas untuk mahasiswa Praktik Kerja Lapangan seperti komputer dan meja serta ruangan yang terbatas untuk mahasiswa PKL.

Cara mengatasi kendala-kendala tersebut yaitu:

- a. Praktikan harus mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja secara cepat untuk mendapatkan rasa nyaman dan percaya diri dalam melaksanakan setiap pekerjaan atau tugas yang diberikan. Walaupun jarak tempat PKL dengan Pratikannya cukup jauh dan melalui jalur yang cukup tersendat setiap harinya maka Praktikan harus lebih disiplin dan lebih pintar mengatur waktu agar tetap bisa menyesuaikan.
- b. Dalam mengantisipasi ketidak telitian Praktikan dapat bekerja sama dengan para pegawai yang lain. Selain itu juga dengan motivasi dari karyawan yang lain memicu Praktikan untuk bersikap lebih teliti dalam pekerjaan
- c. Dengan tenggang waktu yang diberikan maka untuk Praktikan sangat diperlukan adanya manajemen waktu dan disiplin agar tidak menimbulkan stress dan mengerjakan tugas dengan baik dan sesuai dengan tenggang waktu.
- d. Dalam permasalahan kali ini Praktikan mengatasinya dengan membawa media sendiri, yaitu menggunakan laptop milik Praktikan sendiri untuk melaksanakan kegiatan operasional sehari hari.

B. Saran

Selama melakukan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan menemukan beberapa kekurangan dari PT. Gramedia Asri Media (Kompas Gramedia Jakarta), untuk itu Praktikan ingin menyampaikan saran yang diharapkan dapat berguna bagi perusahaan, diantaranya:

1. Bagi mahasiswa yang akan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, diharapkan untuk dapat menambah dan mendalami ilmu yang dipelajari di perkuliahan agar dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan tidak banyak mendapatkan kesulitan.
2. Bagi Tempat Praktikan Diharapkan kepada Kepala Sub Product Specialist bagian Marketing Specialist Group of Retail Publishing PT. Gramedia Asri Media (Kompas Gramedia Jakarta) untuk memberikan informasi terkait marketing dan pengarsipan data pelanggan yang baik dan benar. Sehingga masing-masing sub bagian dapat mengarsip data masing-masing pelanggan mereka dengan efektif dan mempermudah pendataan. Lalu lebih diperhatikan kembali sarana prasarana penunjang kerja karyawan dan menyediakan peralatan dan perlengkapan yang memadai untuk mahasiswa PKL.
3. Bagi Universitas Negeri Jakarta khususnya Fakultas Ekonomi alangkah baiknya menjalin kerjasama dengan instansi agar memudahkan mahasiswa untuk mencari tempat PKL dan melaksanakan kegiatan PKL.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Elizabeth B. Hurlock. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 1980.

Tim Pengembang Ilmu Pendidikan FIP-UPI. *Ilmu dan Aplikasi Pendidikan*.

Bandung: PT Imperial Bhakti Utama, 2007.

Internet

<http://www.kompasgramedia.com/> (diakses pada tanggal 28 April 2015
pukul 18.30)

www.jobstreet.co.id (diakses pada tanggal 28 April 2015 pukul 19.31)

digilib.ump.ac.id (diakses pada tanggal 28 April 2015 pukul 20.12)

www.academia.edu (diakses pada tanggal 28 April 2015 pukul 21.29)

Lampiran 1 : Surat Permohonan Izin PKL



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telp/Fax.: Rektor (021) 4893854, PR I: 4895130, PR II: 4893918, PR III: 4892926, PR IV: 4893982,
BAUK: 4750930, BAAK: 4759081, BAPSI: 4752180
Bag. UHTP: Telp. 4893726, Bag. Keuangan: 4892414, Bag. Kepegawaian: 4890536, HUMAS: 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 5472/UN39.12/KM/2014
Lamp. : 1 lembar
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

18 November 2014

Yth. Pimpinan Kompas Gramedia

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

Jurusan : Ekonomi dan Administrasi
Fakultas : Ekonomi
Sebanyak : 5 Orang (Siti Masitoh, dkk) Daftar Nama Terlampir.
Untuk Mengadakan : Praktek Kerja Lapangan
Dalam Rangka : Memenuhi Tugas Mata Kuliah Praktek Kerja Lapangan
Pada tanggal 1 Januari s.d. 31 Januari 2015
No. Telp/HP : 085659582812

Di : Kompas Gramedia,
Jl. Palmerah Barat 29-37, Jakarta 10270

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan,



Syaiful
Drs. Syaifulah
NIP 195702161984031001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Kaprog / Jurusan Ekonomi dan Administrasi

Lampiran 2 : Surat Pemberian Izin PKL

Jakarta, 7 Januari 2014

No. : HR Division/090/070115/RSD-PSG
Lamp. : -

Kepada Yth.
Bpk. Drs. Syaifullah
Kepala Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan
Universitas Negeri Jakarta
Di tempat

Dengan hormat,

Menjawab surat No. 5472/UN39.12/KM/2014 tentang permohonan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, maka kami menginformasikan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Negeri Jakarta yang tersebut di bawah ini, telah diijinkan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Gramedia Asri Media. Mahasiswa dan mahasiswi tersebut akan ditempatkan di bagian Product Specialist Group of Retail Publishing. Adapun nama - nama tersebut adalah sebagai berikut :

NAMA : Andika Alfaquri & Dwi Septiningsih

PERIODE : 12 Januari 2015 – 12 Februari 2015

Demikian surat dari kami. Atas kerjasama yang terjalin kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,


PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA
Recruitment and Selection Department

Sonia Natasha Marunduh
Recruitment & Selection Superintendent

Lampiran 3 : Surat Keterangan Telah Melaksanakan PKL

GRAMEDIA



No. : HR.Dev.Dept/RecSe/Ext/201/180215
Lamp. : -
Hal : Surat Keterangan Praktik Kerja Industri

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang bersangkutan di bawah ini:

Nama	: Dwi Septingsih
Jurusan	: Ekonomi dan Administrasi (Pend. Tata Niaga)
Fakultas	: Ekonomi
Universitas	: Universitas Negeri Jakarta

telah melakukan Praktik Kerja Industri di Bagian *Marketing Specialist* Kompas Gramedia Group of Retail & Publishing dari tanggal 12 Januari 2015 – 06 Februari 2015.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 Februari 2015


PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA
Recruitment & Selection Department

Sonia Natasha
Recruitment & Selection Superintendent



Group of Retail and Publishing
Recruitment and Selection Dept.
Gedung Perintis Lt. 3 Jl. Kebahagiaan No. 4 -14 Jakarta Barat
Tel. 021-2601234, 2601555 Ext. 4302 Fax. 021-6344629
recruitment@gramediabooks.com

Lampiran 4 : Identitas Nama Praktikan PKL

Daftar Nama dan Biodata

Nama : Andika Alfaquri
Jurusan : Ekonomi dan Administrasi
No. Registrasi : 8135123367
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga
No. HP : 085717637763
Alamat : Griya Pratama Mas B2/24 RT.03/007
Ds. Cikarageman Setu-Bekasi

Nama : Dwi Septiningsih
Jurusan : Ekonomi dan Administrasi
No. Registrasi : 8135123387
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga
No. HP : 085287914302
Alamat : Kp. Kramat Rt. 07/03 No. 56 Kel. Setu Kec.
Cipayung-Jaktim

Lampiran 5 : Daftar Hadir PKL



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285
www.unj.ac.id/fe

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..2... SKS

Nama : DWI SEPTININGSIH
No. Registrasi : 8135123387
Program Studi : PEND. TATA NIAGA
Tempat Praktik : KOMPAS GRAMEDIA
Alamat Praktik/Telp :

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 12 Januari 2015	1. Dwi	
2.	Selasa / 13 Januari 2015	2. Dwi	
3.	Rabu / 14 Januari 2015	3. Dwi	
4.	Kamis / 15 Januari 2015	4. Dwi	
5.	Jumat / 16 Januari 2015	5. Dwi	
6.	Senin / 19 Januari 2015	6. Dwi	
7.	Selasa / 20 Januari 2015	7. Dwi	
8.	Rabu / 21 Januari 2015	8. Dwi	
9.	Kamis / 22 Januari 2015	9. Dwi	
10.	Jumat / 23 Januari 2015	10. Dwi	
11.	Senin / 26 Januari 2015	11. Dwi	
12.	Selasa / 27 Januari 2015	12. Dwi	
13.	Rabu / 28 Januari 2015	13. Dwi	
14.	Kamis / 29 Januari 2015	14. Dwi	
15.	Jumat / 30 Januari 2015	15. Dwi	

Jakarta, 6 - 2 - 2015

Penilai,

PT GRAMEDIA ASRI MEDIA

(wihartono.....)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285
www.unj.ac.id/fe

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
...2... SKS

Nama : DWI SEPTININGSIH
No. Registrasi : 8135123387
Program Studi : PEND. TATA NIAGA
Tempat Praktik : KOMPAS GRAMEDIA
Alamat Praktik/Telp :

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 2 Februari 2015	1. <i>Dwi Septiningsih</i>	
2.	Selasa / 3 Februari 2015	2. <i>Dwi Septiningsih</i>	
3.	Rabu / 4 Februari 2015	3. <i>Dwi Septiningsih</i>	
4.	Kamis / 5 Februari 2015	4. <i>Dwi Septiningsih</i>	
5.	Jumat / 6 Februari 2015	5. <i>Dwi Septiningsih</i>	
6.	6.	
7.	7.	
8.	8.	
9.	9.	
10.	10.	
11.	11.	
12.	12.	
13.	13.	
14.	14.	
15.	15.	

Jakarta, 6 - 2 - 2015

Penilai,

PT GRAMEDIA ASRI MATHA

(*Wihartono*)

Catatan :

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 6 : Lembar Penilaian



*Building
Future
Leaders*

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Gedung R Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220

Telp : (021) 4721227, Fax : (021) 4706285

www.unj.ac.id/fe

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

Nama : DWI SEPTININGSIH
No.Registrasi : 8135123387
Program Studi : PEND. TATA NIAGA
Tempat Praktik : KOMPAS GRAMEDIA
Alamat Praktik/Telp :

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 50-100	KETERANGAN
1	Kehadiran	90	1.Keterangan Penilaian :
2	Kedisiplinan	95	Skor Nilai Predikat
3	Sikap dan Kepribadian	90	80-100 A Sangat baik
4	Kemampuan Dasar	95	70-79 B Baik
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	95	60-69 C Cukup
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	80	55-59 D Kurang
7	Keputusan	80	2.Alokasi Waktu Praktik :
8	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	85	2 sks : 90-120 jam kerja efektif
9	Aktivitas dan Kreativitas	90	3 sks : 135-175 jam kerja efektif
10	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	95	Nilai Rata-rata :
	Hasil Pekerjaan	95	$\frac{910}{10 \text{ (sepuluh)}} = 91$
			Nilai Akhir :
			91 A
			Angka bulat huruf
	Jumlah	910	

Jakarta, 6-2-2015

Penilai,

PT GRAMEDIA ASRI MEDIA

(wihastono)

Catatan :
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 7 : Format Penilaian Seminar PKL

FORMAT PENILAIAN
SEMINAR PRAKTEK KERJA LAPANGAN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Nama :

No. Reg :

Program Studi :

NO.	Kriteria Penilaian	Interval Skor	Skor
A. Penilaian Laporan PKL			
1.	Format Makalah : a. Sistematika penulisan b. Penggunaan bahasa yang baku, baik dan benar	0 - 15	
2.	Penyajian Laporan a. Relevansi topic dengan keahlian bidang studi b. Kejelasan uraian	0 - 25	
3.	Informasi a. Keakuratan informasi b. Relevansi informasi dengan uraian tulisan	0 - 15	
B. Penilaian Presentasi Laporan			
1.	Penyajian : a. Sistematika Penyajian b. Penggunaan alat Bantu c. Penggunaan bahasa lisan yang baik, benar dan efektif	0 - 20	
2.	Tanya jawab a. Ketepatan jawaban b. Kemampuan mempertahankan argument	0 - 20	
Jumlah		100	

Jakarta,

Penilai,

.....

.....

Lampiran 9 : Log Harian PKL

LOG HARIAN

PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL)

PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA

Nama Praktikan : Dwi Septiningsih

Nomor Registrasi : 8135123387

Program Studi : Pendidikan Tata Niaga A 2012

Tanggal Praktik : Tanggal 12 Januari 2015 – 06 Februari 2015

No	Tanggal	Uraian Tugas	Ket
1	12 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none">✓ Berkenalan dengan para karyawan✓ Pengarahan Job Desk✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic.	
2	13 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none">✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic.✓ Diberikan arahan oleh Kepala Spesialis Produk Buku Anak mengenai sistem kerja Pemasaran	
3	14 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none">✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic.✓ Mendata data undian undian Gramedia Funtastic Comic yang baru masuk.	

4	15 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari kamis. ✓ Rapat evaluasi Tim Marketin 	
5	16 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Rapat evaluasi Tim Marketin 	
6	19 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Mendata data undian undian Gramedia Funtastic Comic yang baru masuk. 	
7	20 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. 	
8	21 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari kamis. ✓ Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang di buat oleh Kompas Gramedia. 	
9	22 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Acara syukuran Kompas Gramedia (Pasar 	

		<p>Rakyat).</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pengecekan Media Sosial ✓ Rapat evaluasi Tim Marketin 	
10	23 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Mendata data undian undian Gramedia Funtastic Comic yang baru masuk. 	
11	26 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. 	
12	27 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari kamis. ✓ Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang di buat oleh Kompas Gramedia. 	
13	28 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. 	
14	29 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. ✓ Pengecekan Media Sosial ✓ Rapat evaluasi Tim Marketing 	
15	30 Januari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gramedia Funtastic Comic. 	

16	02 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gamedia Funtastic Comic. ✓ Memberikan pengarahan kepada setiap sales toko terkait event baru yang akan dijalankan setiap minggunya secara rutin yang diadakan tiap hari kamis. ✓ Peran sebagai promosi sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat, melalui produk dan event terkait produk yang di buat oleh Kompas Gramedia. 	
17	03 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gamedia Funtastic Comic. 	
18	04 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Menginput data undian Gamedia Funtastic Comic. ✓ Pengecekan Media Sosial 	
19	05 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pengecekan kembali berkas undian Gamedia Funtastic Comic. ✓ Rapat evaluasi Tim Marketing 	
20	06 Februari 2015	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pengecekan akhir berkas undian Gamedia Funtastic Comic. ✓ Perapihan dokumen PKL 	

Lampiran 10 : Dokumentasi Surat Pemesanan dan Promosi

PEMESAN

Divisi - Departemen: Product Specialist – Marketing

Bagian: Modern Store / B2B Channel / School Channel / Luar Kota

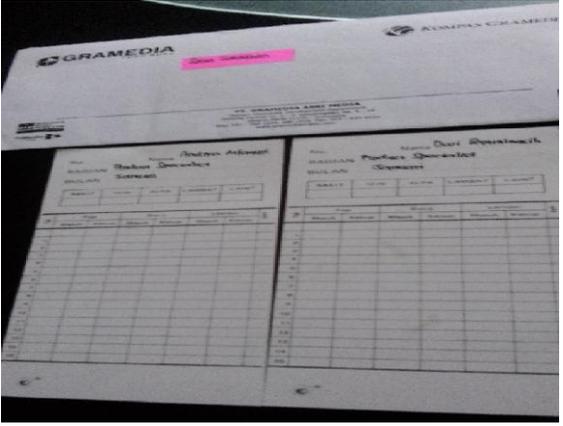
Nama: Dika

JUDUL: BELI 2 GRATIS 1				
1	JENIS MATERI PROMO Wobbler	ISI/MATERI DESAIN Desain yang berkaitan dengan komik elex, m&c, atau LC Tagline: BELI 2 , GRATIS 1 *Selama persediaan masih ada (tidak ada logo Gramedia)		
	UKURAN	KUANTITAS 100	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE Sekera
2	JENIS MATERI PROMO	ISI/MATERI DESAIN		
	UKURAN	KUANTITAS	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Digital - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE
3	JENIS MATERI PROMO	ISI/MATERI DESAIN		
	UKURAN	KUANTITAS	BENTUK OUTPUT (hapus salah satu) - Digital - Fisik (Cetak/Print/dll.)	DEADLINE
KETERANGAN TAMBAHAN Hasil cetakan kirim ke Palbar Lantai 3 (Prolist)				
Beban Biaya:			UNTUK MENGURANGI KESALAHAN MOHON MELAMPIRKAN DETAIL YANG DIBUTUHKAN (mis. foto, gambar, detail ukuran, dll.)	

Mengetahui

(Wihartono)

Lampiran 11 : Dokumentasi Kegiatan

NO	KEGIATAN	DOKUMENTASI
1	Absensi harian PKL	
2	Suasana ruang kerja	
3	Toko Gramedia	

<p>4</p>	<p>Presentasi produk terbaru pada pertemuan dengan perwakilan karyawan toko gamedia sejabodetabek.</p>	 <p>The image shows a man in a dark patterned shirt standing in a meeting room, gesturing towards a large projection screen. The screen displays a 'Top Ten Komik' chart with columns for 'Rank', 'Title', and 'Sales'. The chart lists the top 10 comic titles and their sales figures. In the foreground, there is a table with several colorful comic books and some papers.</p>
<p>5</p>	<p>Saat mengisi data event dan laporan lainnya.</p>	 <p>The image shows a person's hands typing on a laptop keyboard. The laptop screen displays a spreadsheet with multiple columns of data, likely related to event management or sales reports. To the right of the laptop, there are several stacks of colorful comic books, some with 'GAMMA' branding.</p>
<p>6</p>	<p>Acara syukuran Kompas Gramedia (Pasar Rakyat).</p>	 <p>The image shows a woman wearing a traditional batik-patterned shirt standing outdoors at an event. She is smiling and making a peace sign with her right hand. In the background, there is a large, colorful archway structure, and other people can be seen walking around. The ground appears to be wet, suggesting it might have rained recently.</p>

7	Desain kantor saat ulang tahun toko buku gamedia.	
8	Para karyawan merayakan ulang tahun toko buku gamedia.	
9	Rapat divisi marketing	

10	Pembagian materi personal selling.	 A photograph showing a woman standing at a podium on the right, presenting to a group of about six people seated in a classroom or meeting room on the left. The room has a clock on the wall and a poster.
11	Bersama divisi marketing-product specialist	 A group of seven people, four men and three women, are posing for a group photo in an office setting. One woman in the center is holding a blue balloon. They are all smiling and wearing lanyards.
12	Bersama pembimbing PKL	 A photograph of two people, a man and a woman, posing together. The man on the left is wearing a red and black long-sleeved shirt and a lanyard with an ID card. The woman on the right is wearing a light green button-down shirt. They are both smiling.