

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

**ACHMAD TEGAR PRIBADI
8215153186**



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
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

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

**ACHMAD TEGAR PRIBADI
8215153186**



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

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019***

LEMBAR EKSEKUTIF

Achmad Tegar Pribadi. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Departemen Media Sosial PT Kompas Media Nusantara, Jl. Palmerah Selatan nomor 21, Jakarta Barat, 16 Juli – 28 September 2018, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) bagi Praktikan bertujuan untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan dan mengasah kompetensi sesuai dengan bidang studi yang Praktikan jalani. Dengan adanya Praktik Kerja Lapangan ini, diharapkan Praktikan mampu memahami keadaan yang terjadi sebenarnya di dunia kerja. Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan Departemen Media Sosial PT Kompas Media Nusantara. Tugas yang diberikan kepada Praktikan adalah membuat konten Twitter Kompas Klasika, mengelola data Influencer media sosial Harian Kompas, Membuat UTM *link*, rekapitulasi bukti tayang iklan sponsor, menganalisis konten interaktif dan konten bersponsor dengan pendekatan komunikasi Hardselling & Softselling. Dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini, praktikan dapat meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan mahasiswa dalam bidang kerja secara langsung, khususnya manajemen pada bagian pemasaran perusahaan.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Pemasaran Media Sosial, Komunikasi Pemasaran Tidak Langsung (B2C)

EXECUTIVE SUMMARY

Achmad Tegar Pribadi. The Internship Report at the Department Social Media PT Kompas Media Nusantara, Jl. South Palmerah number 21 , West Jakarta, July 16 – September 28, 2018, Study Program Bachelor of Management, Faculty of Economics, State University of Jakarta.

Implementation of Internship aims to implement knowledge that has been gotten in studying at college and trained competencies as the subject studied by Internee. By this Internship, Internee is expected to understand the things that happened in the world of work. Internee implemented the Internship to Department Social Media PT Kompas Media Nusantara. The tasks given to Internee were made a content social media for Twitter Kompas Klasika, maintain database Influencer social media Harian Kompas, create UTM link, recapitulation proof of advertisement, analyze interactive content and sponsored content with hardselling and softselling communication approach. Of the execution of the Internship, Internee should be able to increase knowledge, abilities, and skills directly in the scope of work, especially in the marketing management system of the company.

Keywords: *Marketing Mix, Social Media Marketing, Indirect Marketing Communication Bussiness to Consumen (B2C)*

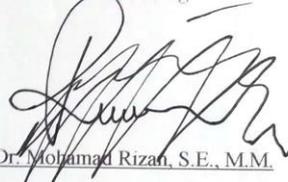
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Laporan Praktik Kerja Lapangan

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan pada PT. Kompas Media
Nusantara
Nama Praktikan : Achmad Tegar Pribadi
Nomor Registrasi : 8215153186
Program Studi : S1 Manajemen
Setuju untuk Ujian :

Menyetujui,

Pembimbing

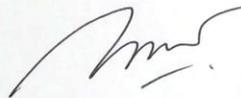


Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.

NIP. 197206272006041001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



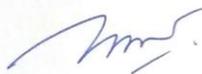
Andrian Haro, S.Si, M.Si

NIP. 198509242014041002

Seminar pada Tanggal: 7 Januari 2019

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi S1 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 2019

Penguji Ahli

Tanda Tangan

Tanggal

Agung Kresnamurti Rivai P. S.T., M.M.

NIP. 197404162006041001



31 Januari 2019

Dosen Pembimbing

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.

NIP 197206272006041001



31 Januari 2019

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 tiga 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 menerapkan ilmu yang didapat dalam perkuliahan ke dunia kerja sebenarnya. Hal-hal yang dialami Praktikan ketika PKL di Harian Kompas tentunya menjadi bekal yang sangat 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. Dr. Mohamad Rizan, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing Praktikan yang telah memberikan arahan dan masukan kepada Praktikan selama penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan
2. Prof. 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. Mba Cecilia Gandes PW selaku Mentor PKL Praktikan yang selalu memberikan arahan dan waktunya selama PKL di Harian Kompas.
5. Mas Bondan, Mba Rachael, Mas Putu, Mas Didit, Mas Pry, Mas Ilham, Mas Tra, Mba Ida, Mba Lastri, Mas Rian dan seluruh rekan Harian Kompas yang tidak bisa praktikan cantumkan satu per satu namanya, atas canda tawa dan bimbingan selama tiga bulan
6. Riri dan Haekal sebagai rekan PKL di Departemen Media Sosial Harian Kompas yang selalu membantu Praktikan selama PKL
7. Kedua Orang Tua Praktikan yang memberikan dukungan dan doa untuk Praktikan.
8. Alm. Daan Syadie Haddaqa selaku sahabat Praktikan yang selalu memberikan dukungan dan semangat hingga akhir hayatnya
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, 30 November 2018

Praktikan.

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	iii
EXECUTIVE SUMMARY	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang PKL	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	5
C. Kegunaan PKL	5
D. Tempat PKL	7
E. Jadwal Waktu Pelaksanaan PKL	8
BAB II TINJAUAN UMUM HARIAN KOMPAS	
A. Sejarah Umum Perusahaan	10
B. Struktur Organisasi	17
C. Kegiatan Umum Perusahaan	19
BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN	
A. Bidang Pekerjaan	24
B. Pelaksanaan Kerja	25
C. Kendala Yang Dihadapi	49
D. Cara Mengatasi Kendala	50
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	55
B. Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	58
LAMPIRAN	59

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Jumlah Media Cetak 8 Tahun Terakhir	3
Gambar II.1	Logo Harian Kompas	13
Gambar II.2	Logo Kompas Muda	14
Gambar II.3	Logo Kompas Klasika	14
Gambar II.4	Logo Utama Harian Kompas	16
Gambar II.5	Struktur Organisasi Departemen Media Sosial	17
Gambar III.1	<i>Flowchart</i> pengerjaan konten Twitter Kompas Klasika	26
Gambar III.2	Data Konten Twitter Kompas Klasika tanggal 3 September 2018	29
Gambar III.3	<i>Excel database</i> Harian Kompas Digital Network	33
Gambar III.4	<i>Flowchart</i> pembuatan link UTM	36
Gambar III.5	Proses pembuatan UTM <i>link</i> untuk <i>tracking</i> <i>Google Analytic</i>	38
Gambar III.6	<i>Flowchart</i> rekapitulasi bukti tayang iklan sponsor	41
Gambar III.7	<i>PowerPoint</i> Rekapitulasi bukti tayang iklan sponsor	43
Gambar III.8	Referensi konten media sosial dengan pendekatan <i>softselling</i> maupun <i>hardselling</i>	47

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Surat Permohonan PKL	59
Lampiran 2	Surat Penerimaan PKL	60
Lampiran 3	Surat Penyelesaian tugas PKL	61
Lampiran 4	Daftar Hadir	62
Lampiran 5	Penilaian PKL	66
Lampiran 6	<i>Log Harian</i>	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Institusi Pendidikan memiliki peran besar dalam membangun bangsa Indonesia, salah satunya melalui Perguruan Tinggi. Universitas Negeri Jakarta sebagai Perguruan Tinggi Negeri diharapkan dapat mencetak sarjana-sarjana penerus bangsa yang memiliki ilmu pengetahuan teoretis, praktis, dan aplikatif. Ditinjau dari lokasinya yang berada di tengah Ibukota, Universitas Negeri Jakarta memiliki andil yang besar dalam menghasilkan tenaga profesional berlandaskan akademik dengan berbagai bidang dan jenjang yang dihasilkan dan dibutuhkan oleh masyarakat guna menghadapi tantangan dan persaingan di masa yang akan datang dengan mengandalkan kemampuan dan ketrampilan yang diperoleh selama di Perguruan Tinggi.

Oleh karena itu, Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta memiliki salah satu mata kuliah wajib yang harus diikuti oleh setiap mahasiswa guna menjawab tantangan tersebut yaitu Praktik Kerja Lapangan (PKL). Praktik Kerja Lapangan adalah wadah yang disediakan guna menambah ilmu pengetahuan dan sarana memperoleh pengalaman kerja langsung sebelum nantinya lulus dan menghadapi dunia kerja sesungguhnya.

Untuk menyelesaikan mata kuliah PKL ini, praktikan melakukan PKL pada Departemen Media Sosial Redaksi Harian Kompas 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. PT Kompas Media Nusantara adalah produsen salah satu surat kabar terbesar di Indonesia yaitu Kompas dalam bentuk cetak. Portofolio Harian Kompas (2018:6)

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) lebih dari setengah penduduk Indonesia telah terhubung ke internet pada 2016. Jumlah pengguna internet pada 2016 tercatat 132,7 juta orang, naik sekitar 50 juta dari tahun 2014. Beberapa tahun belakangan ini, media-media besar yang berawal dari medium tinta dan kertas diuji. Tepatnya tahun 2011, pertumbuhan oplah harian hanya 5,85 persen. Pada 2012, pertumbuhannya semakin melambat, hanya 2,69 persen. Tahun berikutnya perlambatan menjadi 0,98 persen. Dan pada 2014, pertumbuhan yang tak sampai satu persen itu tergerus lagi, hanya 0,55 persen. Barulah pada 2015 ia sama sekali tidak tumbuh dan malah merosot. Salah satu penyebab merosotnya oplah yaitu pergeseran kebiasaan membaca di era digital ini, masyarakat menganggap tidak perlu membayar untuk sekedar membaca informasi. Internet menjadi solusi dalam mencari berita. (<https://tirto.id/pertumbuhan-oplah-koran-melambat-melambat-menurun-ciy7/>, 2017)



Gambar I.1

Jumlah Media Cetak 8 Tahun Terakhir

Sumber: tirto.id/pertumbuhan-oplah-koran-melambat-melambat-menurun-ciy7/

Menurut laporan Tetra Pak Index 2017, mencatatkan ada sekitar 132 juta pengguna internet di Indonesia. Sementara hampir setengahnya adalah penggil media sosial, atau berkisar di angka 40%. Angka ini meningkat lumayan dibanding tahun lalu, di 2016 kenaikan pengguna internet di Indonesia berkisar 51% atau sekitar 45 juta pengguna, diikuti dengan pertumbuhan sebesar 34% pengguna aktif media sosial. Sementara

pengguna yang mengakses sosial media melalui *mobile* berada di angka 39%. (<http://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos/>, 2017)

Karena berkembangnya Internet yang besar dan meningkatnya pengguna media sosial terciptalah *social media marketing*. *Social media marketing* adalah bentuk pemasaran langsung maupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, ingat, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang atau badan lain dan dilakukan dengan menggunakan web sosial dan konten. *Social media marketing* menggunakan teknik tertentu dan mencakup lebih luas membangun merek inisiatif seperti berkomunikasi dengan orang-orang dan menciptakan konten yang menarik. (<https://blog.docoblast.com/2016/08/31/social-media-marketing/>, 2016)

Perusahaan PT Kompas Media Nusantara menjadi pilihan Praktikan karena ingin mengetahui dan mempelajari strategi pemasaran, khususnya *social media marketing* yang mampu menjaga *brand image* Kompas terutama Harian Kompas selaku media cetak yang dapat bertahan di era digital dengan segala tantangan dan masalah yang dihadapi serta selalu melihat perkembangan yang ada tanpa melunturkan ciri khas Harian Kompas. Selain itu praktikan juga ingin mengaplikasikan langsung ilmu pengetahuan dari perkuliahan dan belajar bagaimana iklim dunia kerja.

B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Setelah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, mahasiswa diharapkan memiliki pengetahuan dan keterampilan berupa :

- 1) Bidang pekerjaan yang terkait dengan pemasaran yang terdapat pada perusahaan media massa PT Kompas Media Nusantara yaitu social media marketing
- 2) Prosedur pembuatan berbagai tipe konten media sosial sebagai strategi efektif pemasaran tidak langsung ke konsumen
- 3) Alur kerja pembuatan *UTM link* untuk melihat performa dari strategi pemasaran media sosial yang telah dibuat
- 4) Proses koordinasi tim media sosial dengan berbagai unit perusahaan guna pemberian *jobdesc* untuk menyiapkan strategi dan promosi pemasaran melalui media sosial.

C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan

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

1. Kegunaan bagi Praktikan

- 1) Memenuhi salah satu syarat kelulusan bagi Mahasiswa program S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
- 2) Melatih kemampuan dan keterampilan Praktikan sesuai pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;

- 3) Belajar mengenal dinamika dan kondisi nyata dunia kerja pada unit-unit kerja, baik di lingkungan pemerintah maupun perusahaan;
- 4) 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

- 1) Membuka peluang kerja sama antara Universitas dengan instansi dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan di waktu yang akan datang;
- 2) Meningkatkan citra Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebagai pencetak bibit-bibit unggul yang berkualitas;
- 3) 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

- 1) Menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat bagi PT Kompas Media Nusantara dan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta;

- 2) Perusahaan dapat memperoleh tenaga kerja yang sesuai dengan bidangnya dan berwawasan akademik dari praktik kerja perusahaan;
- 3) Menjalin hubungan yang baik antara instansi/perusahaan dengan Lembaga Perguruan Tinggi.

D. Tempat Praktik Kerja Lapangan (<http://korporasi.kompas.id/profil/>)

Nama Instansi : PT Kompas Media Nusantara
Alamat : Menara Kompas, Jalan Palmerah Selatan no 21
Bidang Usaha : Surat Kabar
Telepon : 021-5302200

Alasan Praktikan sangat tertarik dan memutuskan menyelesaikan PKL di PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas) karena ingin mengetahui bagaimana cara Harian Kompas tetap bertahan di era digital sekarang ini dan mempertahankan nama Kompas di industri media cetak. Selain itu Kompas merupakan perusahaan terbesar surat kabar nasional di Indonesia dan merupakan bagian dari sejarah Indonesia.

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

Dalam tahap ini, praktikan mengurus seluruh kebutuhan dan administrasi yang diperlukan untuk mencari tempat PKL yang sesuai. Hal pertama adalah dengan membuat surat permohonan PKL kepada pihak BAAK Universitas Negeri Jakarta yang ditujukan kepada PT Kompas Media Nusantara. Setelah menunggu 4 hari kerja, surat permohonan selesai diproses. Selanjutnya praktikan mendatangi kantor pusat PT Kompas Media Nusantara untuk menyerahkan surat permohonan PKL. Setibanya di kantor pusat PT Kompas Media Nusantara yang berlokasi di Palmerah, praktikan datang menemui Bapak Onto Digmono selaku *staff* divisi Diklat PT Kompas Media Nusantara yang sudah terlebih dahulu janji via *email*, kemudian praktikan diminta untuk menunggu konfirmasi dari pihak PT Kompas Media Nusantara. Satu minggu kemudian praktikan dihubungi oleh pihak Diklat PT Kompas Media Nusantara dan diperbolehkan melaksanakan PKL pada tanggal 16 Juli 2018.

2. Tahap Pelaksanaan

Praktikan melaksanakan kegiatan PKL di PT Kompas Media Nusantara dan ditempatkan di Departemen Media Sosial yang berada

langsung dibawah pimpinan Redaksi Harian Kompas. Praktikan melaksanakan PKL selama 3 bulan terhitung dari tanggal 16 Juli 2018 hingga tanggal 28 September 2018. Praktikan melakukan kegiatan PKL dari hari Senin sampai Jumat, mulai pukul 10.00 – 19.00 WIB dengan waktu istirahat selama satu jam yaitu pukul 13.00 – 14.00 WIB.

3. Tahap Pelaporan

Pada tahap pelaporan, praktikan wajib untuk membuat laporan PKL sebagai bukti telah melaksanakan PKL. Laporan PKL dibuat sebagai salah satu syarat untuk lulus dalam mata kuliah PKL dan salah satu syarat kelulusan agar mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Laporan ini dibuat berdasarkan pengalaman dan hasil pengamatan praktikan selama PKL di PT Kompas Media Nusantara. Data-data diambil oleh praktikan langsung dari Departemen Media Sosial dan Redaksi Harian Kompas PT Kompas Media Nusantara.

BAB II

TINJAUAN UMUM HARIAN KOMPAS

A. Sejarah PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas)

1. Perkembangan Perusahaan

Harian Kompas adalah surat kabar nasional Indonesia yang pusat kantornya berada di Jakarta. PT Kompas Media Nusantara merupakan penerbit surat kabar Harian Kompas dan bagian dari Kompas Gramedia (KG) yang didirikan sejak 28 Juni 1965 oleh PK. Ojong dan Jakob Oetama. Pada awalnya, penerbit Kompas adalah Yayasan Bentara Rakyat, namun sekarang berganti nama menjadi PT Kompas Media Nusantara. Kompas dikenal dengan informasinya yang akurat, terpercaya dan selalu *update* oleh masyarakat dengan “Amanat Hati Nurani Rakyat” sebagai semboyan yang dipakainya. Ide awal pencetus penerbitan surat kabar Kompas berasal dari Panglima TNI AD Letjen Ahmad Yani lalu diutarakan keinginannya kepada Drs. Frans Seda untuk menerbitkan surat kabar yang berimbang, kredibel, dan independen. kemudian Drs. Frans Seda menggandeng dua orang teman baiknya yang memiliki pengalaman dalam menerbitkan media cetak, yaitu Drs. Jakob Oetama dan Mr. Auwjong Peng Koen atau lebih dikenal dengan nama Petrus Kanisius Ojong. Nama Kompas dipilih oleh Presiden Republik Indonesia Ir. Soekarno, yang artinya

“Penunjuk arah dan jalan dalam mengarungi lautan dan rimba” menggantikan nama Yayasan Bentara Rakyat. Portofolio Harian Kompas (2018:9)

Harian Kompas terbit pertama kali pada tanggal 28 Juni 1965. Terbit empat halaman dengan cetakan perdana sebanyak 4.828 eksemplar, harian Kompas hadir dengan wajah hitam putih. Harga ecerannya Rp 25 dan Rp 500 untuk langganan per bulan. Ada enam iklan yang menemani kehadiran pertama Kompas. Tarif iklan waktu itu adalah Rp 15 per mm/kolom. Empat halaman di edisi perdana itu menampilkan 20 berita dengan berita utama “Konferensi Asia-Afrika II Ditunda Empat Bulan.” Di sudut kanan bawah ada "Pojok Mang Usil" dengan tulisan “ “Mari ikat hati. Mulai hari ini, dengan Mang Usil”. Selama perjalanannya memasuki tahun ke 53, Harian Kompas banyak menghadapi tantangan berbagai masalah , seperti pelarangan terbit oleh pemerintah sebanyak pada tanggal 2 Oktober 1965 dan 21 Januari 1978, gugatan perdata oleh Raymond Teddy pada 2006, dan gugatan oleh Aburizal Bakrie pada 2009. Namun, Harian Kompas berhasil menunjukkan kinerja positif dan transparannya sebagai media yang tetap bertahan dalam industri media cetak saat ini. Portofolio Harian Kompas (2018:15)

Seiring perkembangan teknologi yang berpindah ke platform digital, maka pada bulan Juni 2017 Departemen Media Sosial dibentuk resmi dan secara efektif memberikan konten ke sosial media

mereka yaitu akun Instagram, Facebook, Twitter dan juga Youtube dengan nama Kompas Klasika, Harian Kompas, Kompas Muda, dan Kompas Data secara efektif pada bulan juli 2017. Departemen Media Sosial Harian Kompas berada di bawah pemimpin redaksi Harian Kompas yang bersifat lintas unit yang dimaksud merangkum berbagai kepentingan redaksi, bisnis, iklan, markom, dan litbang. Tujuan dari Departemen Media Sosial adalah untuk memperkuat pengaruh Harian Kompas termasuk Kompas.id selaku *website* milik Kompas sebagai *opinion maker* dan *advertising platform* melalui *postingannya* ke media sosial yang telah dibuat. Tujuan utama dibentuknya Departemen Media Sosial yaitu untuk meningkatkan *brand image* Harian Kompas, meningkatkan jumlah interaksi penonton (*engagement*), dan menciptakan model iklan terbaru melalui media sosial. Portofolio Departemen Media Sosial (2018:1).

Agenda rutin Departemen Media Sosial yaitu dalam menyiapkan bahan pembuatan konten *postingan* yang akan *diposting* yaitu *Tracking* isu-isu di media sosial, menyajikan hasil *Tracking/riset* secara rutin tentang isu tren pada media sosial, dan promosi konten Harian Kompas dan Kompas.id lewat akun media sosialnya. Portofolio Departemen Media Sosial (2018:2)

Redaksi Harian Kompas memiliki beberapa akun yang dikelolanya yang masing-masing memiliki visi misi sendiri dalam konten yang diberikannya melalui media sosialnya tersebut yaitu:

1) Akun Harian Kompas

Harian Kompas, yaitu akun milik Kompas yang memberikan informasi terkait konten berita harian yang ada di koran Kompas untuk memperkuat pengaruh Harian Kompas termasuk *website* milik Kompas yaitu www.kompas.id sebagai *opinion maker* dan sebagai sarana iklan melalui media sosial tersebut. Portofolio Departemen Media Sosial (2018:6)



Gambar II.1

Logo Harian Kompas

Sumber: <https://korporasi.kompas.id/logo/>

2) Akun Kompas Muda

Kompas Muda, yaitu akun milik Kompas yang memberikan informasi terkait konten berita harian yang ada di koran Kompas pada halaman Kompas Muda, dan blog muda.kompas.id yang berisi isu-isu kaum muda. Konten yang disajikan ditargetkan untuk usia direntang 18-24 tahun. Tipe konten yang disediakan adalah membuat koneksi antara audiens di media sosial dengan konten promo produk/program yang interaktif seperti kuis,

permainan, dan program penawaran dari pengiklan. Portofolio Departemen Media Sosial (2018:8)



Gambar II.2

Logo Kompas Muda

Sumber: (Portofolio Departemen Media Sosial, 2018:22)

3) Akun Kompas Klasika

Menyajikan konten yang terkait pada harian Kompas dan lembar Kompas Klasika. Yang ditujukan untuk membuat interaksi pembaca dengan promo yang satu arah berupa kuis interaktif, permainan, dan program penawaran yang pengiklan berikan. Portofolio Departemen Media Sosial (2018:6)



Gambar II.3

Logo Kompas Klasika

Sumber: <https://images-akamai-klasika-kompas-id.azureedge.net/wp-content/uploads/sites/34/2013/11/logo-klasika.png>

2. Visi dan Misi Harian Kompas

1) 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) menghormati individu dan masyarakat adil dan makmur. Portofolio Harian Kompas (2018:4)

2) 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”. Portofolio Harian Kompas (2018:4)

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 kemanusiaan harkat dan martabat
- b. Mengutamakan watak baik
- c. Profesionalisme
- d. Semangat kerja tim
- e. Berorientasi kepada kepuasan konsumen
- f. Tanggung jawab sosial

4. Logo Harian Kompas

Kompas memiliki 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 dan menghilangkan permusuhan antara suku, ras, agama, kebangsaan. Portofolio Harian Kompas (2018:5)



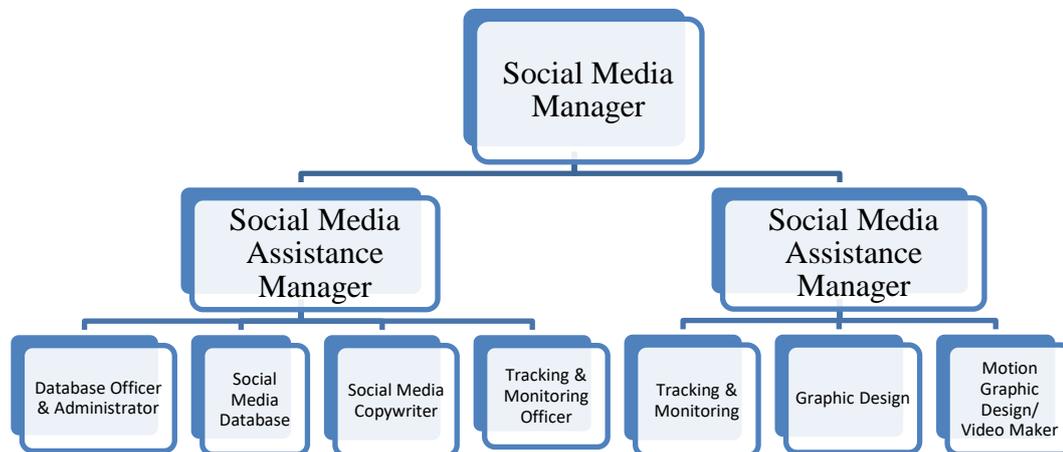
Gambar II.4

Logo Utama Harian Kompas

Sumber: <https://kompas.id/wp->

[content/themes/mumed_kompas_dot_id_2016/assets/img/logos/kompas-main-blue.svg](https://kompas.id/wp-content/themes/mumed_kompas_dot_id_2016/assets/img/logos/kompas-main-blue.svg)

B. Struktur Organisasi Harian Kompas



Gambar II.5

Struktur Organisasi Departemen Media Sosial

Sumber : (Portofolio Departemen Media Sosial, 2018:4)

Tugas dan Karyawan didalam Departemen Media Sosial, Portofolio Departemen Sosial Media (2018:5-6)

1) *Social Media Manager* : Ilham Khoiri

Ada beberapa tugas yang dilaksanakan *social media manager* yaitu Mengumpulkan data (*research / curating*) yaitu melakukan riset dan mengumpulkan data dan menentukan topik menarik untuk *postingan* perusahaan, membuat materi dengan tujuan bagaimana saat menyampaikan data yang sudah dimiliki dan apa bentuknya apakah tulisan atau gambar, *Posting – Scheduling* dengan memposting konten yang dibuat, Analisa hasil *postingan* yang ada dengan mempelajari

yang mana paling banyak direspon (*like, share, retweet, favorit, komen*), *Conversation – Responding – Listening – Engaging – Helping*, Merencanakan kedepan untuk memaksimalkan *social media marketing*, Percobaan / *Experimenting* dengan melakukan hal baru seperti pencarian topik yang sedang tren.

2) *Social Media Assisten Manager* : Didit Putra Erlangga & Tarrance K

Membantu tugas *Social Media Manager* dan membantu *Social Media Manager* dalam mengambil keputusan tugas Departemen Media Sosial.

3) *Database Office & Administrator* : Supriyanto

Bagian ini yang bertanggung jawab untuk mendesain, implementasi, pemeliharaan dan perbaikan *database*.

4) *Social Media Database* : Putu Agus Adi Suara

Bertanggung jawab dalam setiap data yang ada dengan mengkurasi berita dari *website* kompas.id untuk *diposting* dalam sosial media Harian Kompas.

5) *Social Media Copywriter* : Cecilia Gandes P Wiharsi

Bertanggung jawab dalam penulisan konten yang akan di *posting* dan berinteraksi secara langsung pada *audience* dalam menjawab *feedback* yang masuk melalui akun media sosial Harian Kompas.

6) *Tracking & Monitoring* : Didit Putra E (merangkap) & Bondan W

Mengumpulkan dan melihat seberapa besar produktifitas suatu *postingan* dan media sosial Harian Kompas dengan melihat berapa besar *traffic* yang ada seperti *impression* dan *engagement*.

7) *Graphic Designer* : Rachael Defandi

Mendesain gambar konten yang akan *diposting* dan membuat *card* kerangka sebelum suatu konten di *posting*.

8) *Motion Graphic Designer/Video* : - (masih dirangkap *desk* visual)

Membuat teaser dan video serta animasi rumit untuk mendukung konten yang akan di *posting* dan memiliki nilai tambah dibanding pesaingnya.

C. Kegiatan Umum Harian Kompas

Berikut ini merupakan kegiatan umum dari Harian Kompas :

1. *Product*, Portofolio Harian Kompas (2018:7-9)

1) Koran cetak

Produk utama dari Harian Kompas ini memiliki 2 bagian yaitu berita dan iklan. Terdiri dari tujuh kolom dan beberapa rubrik dalam beritanya yaitu Ekonomi, IPTEK, Internasional, Sosok, Olahraga, Fokus, Politik dan Hukum, Pendidikan dan Kebudayaan, Nama dan Peristiwa, Metropolitan, Fokus, Multimedia, Gaya Hidup, dan Opini. Berita dalam rubrik Opini merupakan edisi

husus yang diterbitkan hanya didalam Kompas dan menjadi yang paling diminati berita didalamnya. Kompas juga menyediakan rubrik khusus dalam menysasar golongan muda yang terbit setiap hari Jum'at yaitu Kompas Muda dan Kompas Kampus. Untuk lembar khusus iklan Harian Kompas, diberi nama Klasika. Didalam lembar khusus ini terdapat iklan baris sebagai menu utamanya lalu ada info lowongan kerja, jadwal tayang stasiun TV hari ini, tips-tips sehari-hari, jadwal bioskop, dan lain-lain.

2) Kompas.id

. Kompas.id adalah produk digital Harian Kompas yang menyajikan berita terbaru dengan bentuk portal digital yang menawarkan kemudahan akses di era digital ini melalui web ataupun aplikasi *smartphone*. Kompas.id dapat diakses secara gratis namun akses yang dimiliki terbatas, oleh karena itu pembaca diharuskan berlangganan dengan memilih beragam pilihan paket.

3) *E-paper*

Koran cetak yang dimasukkan dalam bentuk digital dan bentuk tampilannya sama seperti koran fisik sehingga pembaca dapat merasakan membaca koran fisik langsung melalui *gadget* dengan mudah. Pembaca harus berlangganan Kompas.id terlebih dahulu selanjutnya dapat langsung mengakses *e-paper*.

2. *Price*, Portofolio Harian Kompas (2018:10-11)

Harian Kompas menawarkan 2 pilihan untuk harga koran cetak yaitu eceran dengan harga Rp. 3.500 dan berlangganan dengan harga yang lebih murah sebesar Rp. 78.000 per bulan. Untuk produk Kompas.id, Harian Kompas menawarkan 3 paket yang bervariasi harganya. Harga yang paling rendah yaitu Rp. 19.900/bulan mendapatkan paket “Kompas Digital 3 Rubrik Pilihan”, Paket selanjutnya bernama “Kompas Digital Dasar” yang dikenai tarif berlangganan sebesar Rp. 40.000/bulan, “Kompas Digital Premium” merupakan paket terlengkap (*full access*) dikenai biaya berlangganan Rp. 50.000/bulan.

Kompas juga menawarkan paket *bundling* cetak dan digital dengan tarif berlangganan Rp. 98.000/bulan mendapatkan paket Kompas Digital Premium + Koran Kompas, Ada penawaran menarik lainnya jika berlangganan selama 6 bulan paket *bundling*, tarif berlangganan sebesar Rp 780.000/6 bulan dan mendapatkan bonus Tabloid Kontan Kompas.

3. *Place*

Kantor pusat Harian Kompas beralamat di Gedung Kompas Gramedia Jalan Palmerah Selatan 26-28, Jakarta 10270. Pada tahun 2018, Kompas Grup memiliki Gedung baru yaitu Menara Kompas yang beralamat di Jalan Palmerah Selatan nomor 21. Menara Kompas merupakan realisasi bukti nyata Kompas Grup dalam menyatukan usaha-usaha yang masih dalam naungan Kompas Grup seperti PT Kompas Media Nusantara dengan produk berupa Harian Kompas (Kompas Cetak), PT Kompas Cyber Media dengan produknya berupa Kompas.com, dan Kompas TV. 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. Selain itu untuk edisi Minggu dapat mencapai 600 ribu eksemplar, Kompas juga merupakan salah satu koran terbesar di Asia Tenggara. Portofolio Harian Kompas (2018:6)

4. *Promotion*

Dalam meningkatkan *brand awareness* Harian Kompas di masyarakat, Harian Kompas menyelenggarakan *event-event* Kompas seperti Kompas Travel Fair (KTF). Walaupun *event* yang baru dibentuk beberapa tahun terakhir sekitar 3 tahun, *event* ini merupakan yang terbesar dimiliki Kompas. Kompas Travel Fair merupakan sebuah *event* yang menawarkan berbagai macam pilihan penerbangan domestik maupun internasional dengan berbagai maskapai yang terlibat. Terdapat juga banyak promo menarik dari agen-agen *travel* menawarkan *traveling* ke seluruh dunia serta produk-produk terkait *traveling*. Dengan mengadakan *Event*, Harian Kompas membangun hubungan yang positif kepada konsumen dan meningkatkan *awareness* perusahaan secara efektif. Event ini merupakan salah satu dari bauran komunikasi pemasaran. Portofolio Harian Kompas (2018:14)

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 Departemen Media Sosial. Adapun bidang kerja yang Praktikan lakukan di Departemen Media Sosial adalah :

1. Membuat konten Twitter Kompas Klasika
2. Mengelola *Database Influencer* Media Sosial Harian Kompas
3. Membuat UTM *link* untuk menganalisis *Traffic Postingan* di Media Sosial Harian Kompas
4. Membuat PPT rekapitulasi bukti tayang iklan sponsor di Instagram dan Twitter Harian Kompas berbagai *event* dan iklan berbayar
5. Menganalisis konten bersponsor dengan pendekatan *Hardselling & Softselling* dan mencari contoh konten interaktif di Instagram dan Twitter

B. Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dimulai pada hari Senin, 16 Juli 2018. Praktikan ditempatkan di Departemen Media Sosial Harian Kompas.

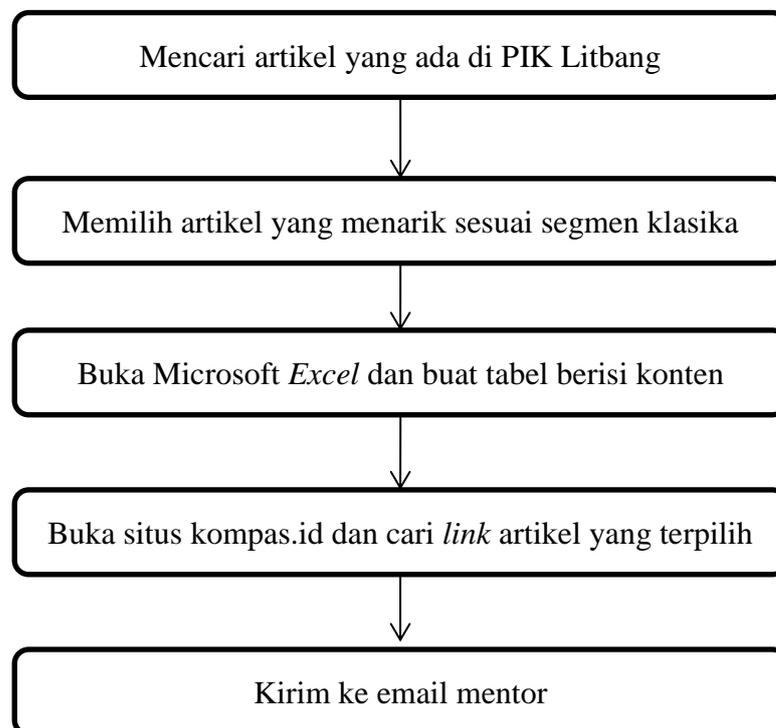
Pada saat PKL, Praktikan dibimbing dan diarahkan oleh Mba Cecilia Gandes sebagai mentor PKL dan beberapa Mentor lain seperti Mas Putu, Mas Pri, dan Mas Bondan. Berikut ini adalah tugas serta penjelasan selama melakukan kegiatan PKL dari bulan Juli hingga September di Harian Kompas :

1. Membuat konten Twitter Kompas Klasika

Selama melakukan PKL di Harian Kompas, Praktikan fokus kepada *social media marketing*. Tugas praktikan pertama ini adalah yang paling sering praktikan kerjakan. Pemasaran yang dilakukan dengan media sosial salah satunya dengan membuat konten yang menarik . Membuat konten merupakan salah satu strategi dan promosi yang dilakukan Harian Kompas, terutama pada *platform* Twitter. Twitter merupakan salah satu *platform* 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 Puntodi (2011:5), media sosial dapat membangun *personal branding* dengan tidak mengenal trik dan popularitas semu, karena audiensi yang menentukan, selain itu media sosial memberikan

kesempatan berinteraksi lebih dekat ke konsumen. Oleh karena itu, membuat konten menarik dalam media sosial Twitter sangat penting dalam membangun *brand awareness* dan memperluas hubungan antara perusahaan dengan konsumennya secara daring.



Gambar III.1

***Flowchart* pengerjaan konten Twitter Kompas Klasika**

Sumber : Data Diolah Sendiri (2018)

Praktikan diberikan tugas oleh Mba Gandes untuk membuat konten Twitter Kompas Klasika dengan menggunakan program Ms. Word. Berikut tahapan pengerjaan tugas:

- a. Membuka PIK Litbang pada Google Chrome dengan *link* <http://home.kompas.co.id>. Lalu praktikan diharuskan *login* menggunakan *username* dan *password* yang diberikan untuk mahasiswa magang. Setelah berhasil *login*, pilih menu PIK Litbang lalu pilih *database* klipng dan pilih akses ke halaman, selanjutnya praktikan menentukan tanggal dan pilih hari ini, maka artikel akan tampak untuk tanggal tersebut.
- b. Setelah itu praktikan diharuskan memilih dan membaca artikel yang menjadi *highlite* atau berdasarkan ciri khas yang cocok dengan segmen Kompas Klasika. Lalu untuk menemukan artikel tersebut di Kompas.id, praktikan harus *mengcopy-paste* judul artikel yang dipilih pada kolom pencarian Kompas.id. Praktikan dapat juga memilih artikel dari web Kompas Klasika langsung dengan cara seperti Kompas.id
- c. Selanjutnya praktikan membuat tabel pada Ms. Word yang berisikan nomer, isi konten, dan *link* artikel. Kolom-kolom tersebut praktikan isi sesuai konten yang sudah terpilih.
- d. Dalam membuat konten, kalimat yang digunakan harus menarik pembaca namun ringkas dan akhirnya pembaca masuk ke *link* yang terhubung dengan konten tersebut.

- e. Setelah membuat minimal lima konten, tugas tersebut dikirimkan ke Mentor yaitu Mba Gandes melalui email

Ini merupakan tugas rutin yang diberikan kepada Praktikan setiap harinya dimulai per tanggal 23 Agustus 2018 hingga tanggal 28 September 2018. Praktikan mengirimkan konten Twitter Kompas Klasika lima konten setiap hari. Konten tersebut harus dikirimkan melalui email sebelum jam 1 siang. Tugas ini harus dikerjakan walaupun berhalangan hadir seperti izin maupun libur sehingga saat besok tidak masuk kantor praktikan membuat tugas untuk hari berikutnya dan dikirimkan rangkap melalui email dengan tugas di hari saat masuk kantor.

Praktikan mendapati kesulitan pada minggu pertama mengerjakan konten Twitter Kompas Klasika, Praktikan kesulitan dalam membuat konten yang menarik serta memilih topik yang menjual, sehingga Mentor Praktikan merevisi beberapa konten pada minggu pertama, Praktikan mulai terbiasa membuat konten Twitter yang menarik di minggu kedua dan selanjutnya.

Dalam mengerjakan tugas ini, Praktikan mendapatkan masukan oleh Mba Gandes selaku Mentor, seperti, Praktikan harus mengetahui susunan kata Bahasa Indonesia yang baik seperti EYD maupun tanda berhenti yaitu penggunaan titik dan koma, teliti dan cermat dalam memilih topik yang tepat, sering membaca surat kabar Harian

Kompas, dan harus menganalisis gaya bahasa yang tepat pada Twitter Kompas Klasika serta berpacu dalam waktu terkait waktu penerbitan kiriman setiap hari tidak boleh terlambat.

Lima Konten Terpilih

No	Judul	Caption	Link
1	Manfaat Kelas Tari bagi Penyandang Down Syndrome	Menari memiliki banyak manfaat untuk kesehatan terlebih untuk penyandang Down Syndrome. Apakah benar?	https://klasika.kompas.id/manfaat-kelas-tari-bagi-penyandang-down-syndrome/
2	Menilik Sejarah Unik dari Asal-usul Wig	Benda substitusi rambut asli Anda yang dapat menunjang penampilan ini memiliki kisah menarik pada awal terbentuknya. Simak sejarah pembuatannya	https://klasika.kompas.id/menilik-sejarah-unik-dari-asal-usul-wig/
3	Trik Rawat Pakaian Berdasarkan Bahan Dasarnya	Merawat pakaian sangatlah mudah jika mengerti bahan dasarnya. Simak beberapa trik ini agar pakaian Anda tahan lama	https://klasika.kompas.id/trik-rawat-pakaian-berdasarkan-bahan-dasarnya/
4	Cara Ibu Menanamkan Nilai Kasih Sayang kepada Anak	Memberikan kasih sayang sangatlah penting untuk anak tetapi harus mengerti bagaimana situasinya ini dia cara yang benar memberikan kasih sayang kepada anak	https://klasika.kompas.id/cara-ibu-menanamkan-nilai-kasih-sayang-kepada-anak/
5	Inspirasi Menu Bergizi yang Tepat untuk Anak	Gizi seorang anak sangat dipengaruhi oleh makanan yang Anda berikan. Simak beberapa inspirasi yang membuat ide kreatif Anda	https://klasika.kompas.id/inspirasi-menu-bergizi-yang-tepat-untuk-anak/

Gambar III.2

Word Data Konten Twitter Kompas Klasika tanggal 3 September 2018

Sumber : Data Diolah Sendiri (2018)

Selama mengerjakan tugas ini, praktikan mendapatkan manfaat dalam diri praktikan seperti mengetahui informasi-informasi terkini dengan membaca surat kabar setiap harinya dan untuk menghasilkan konten yang menarik bagi konsumen, diperlukan konsep yang matang dan terstruktur. Dalam membuat konsep perlu adanya pengembangan tidak hanya berisi berita yang telah dimuat di surat kabar melainkan perlu adanya penambahan konten informatif yang dikemas secara menarik.

2. Mengelola *Database Influencer Media Sosial Harian Kompas* dan *Aset-Aset Digital Harian Kompas*

Tugas kedua yang praktikan kerjakan adalah membuat Database berisi influencer yang akan atau sudah menjalin kerjasama dengan Harian Kompas, Tugas ini bernama “Harian Kompas Digital Network” (HKDN) dan melengkapi Aset-Aset Digital Harian Kompas (AAD).

Influencer marketing secara sederhana adalah tindakan mempromosikan dan menjual produk atau layanan melalui orang-orang (*influencer*) yang memiliki kemampuan untuk menciptakan efek pada karakter sebuah merek. *Social media influencer* adalah orang-orang seperti *bloggers, youtuber, vloggers*, selebritis hingga ahli yang memiliki pengaruh atau dampak yang besar di dunia *online*. Orang-orang inilah yang kemudian disebut *social media influencer*. Besarnya pengaruh sosial dari para *influencer* ini sangat bernilai bagi *brand* serta strategi marketing yang dimiliki. Karena mereka memiliki habitat atau ruang lingkup yang luas di dunia sosial media dengan puluhan ribu hingga jutaan *followers* yang sangat aktif mengikuti aktivitas mereka, menghormati opini mereka hingga mengikuti saran atau rekomendasi dari para *influencer* ini. Beberapa alasan *Influencer* sangat dibutuhkan untuk pemasaran perusahaan terlebih di dunia pemasaran digital ini yaitu melalui *Influencer* orang-orang akan lebih percaya suatu *brand* tanpa melebih-lebihkan produk mereka lebih

manusiawi dalam menilai dan jujur, calon pelanggan akan tertarget sesuai segmentasi produk yang kita tawarkan dan biaya pemasaran menjadi rendah. (<https://shiq4.wordpress.com/2017/07/28/apa-itu-influencer-marketing/>, 2018)

Praktikan diberikan tugas oleh Mas Putu untuk membuat *Database* Harian Kompas Digital Network dan Aset-Aset Digital Harian Kompas dengan *list Influencer* yang sudah ada dan memperbarui data *Influencer* dengan menambahkan atau mengoreksi kesalahan data didalam *database* yang ada pada tanggal 23 Juli 2018 sampai 20 Agustus 2018 dalam bentuk *Excel*. Berikut tahapan pengerjaan tugas :

- a. Praktikan diberikan daftar nama *Influencer* yang pernah bekerja sama dengan Harian Kompas dan contoh file pengerjaan HKDN dan AAD sebelumnya oleh Mas Putu
- b. Praktikan membuka *Excel* dan membuat serta mengisi *Form Database* Harian Kompas Digital Network dengan beberapa kolom berisi : Kategori, Kategori *Followers* Instagram, Kategori *Followers* Twitter, Bidang, Nama Divisi/Rubrik/Kegiatan, Twitter yang berisi *Id* dan Jumlah *Followers*, Facebook yang berisi *Fanpage or Group* dan *Likers/Member*, Instagram yang berisi *Id* dan *Followers*, Youtube yang berisi *Channel* dan *Subscribers*, *Website*, dan Kontak.

- c. Masukkan data para *Influencer* kedalam kolom Nama/Rubrik/Kegiatan yang dikategorikan berdasarkan kolom kategori yang sesuai, setelah itu dilengkapi bidang dari *Influencer* tersebut.
- d. Setelah itu, praktikan melengkapi data-data yang ada dikolom seperti mencari akun media sosial, *website*, dan kontak *Influencer* tersebut.
- e. Langkah selanjutnya yaitu praktikan mengkategorikan *Influencer* kedalam 5 kategori berdasarkan para pengikutnya di Instagram dan Twitter. Dengan ketentuan yaitu : kategori A jika <5000 pengikut yang dimiliki, kategori B jika pengikut antara 5000-10000 yang dimiliki, kategori C jika pengikut yang dimiliki sebanyak 10.000-50.000, kategori D jika pengikut yang dimiliki sebanyak 50.000-100.000, dan kategori E jika influencer memiliki >100.000 pengikut.
- f. Selanjutnya praktikan menambahkan *Influencer* diluar data yang diberikan Mentor, *Influencer* tersebut haruslah satu tujuan dan pandangan dengan Harian Kompas. Praktikan berhasil menambahkan sebanyak 30 *Influencer* atas referensi sendiri yang kiranya sesuai dengan Harian Kompas.
- g. Setelah *database* terselesaikan, praktikan simpan berbentuk *excel* dan dikirimkan ke email Mas Putu selaku Mentor yang memberi tugas tersebut.

Form Data Base Harian Kompas Digital Network																
Category	Kategori Follower IG	Kategori Follower Twitter	Bidang	Nama Divisi/ Rubrik/ Kegiatan	Twitter		Facebook page or C/ or Mem	Instagram		YouTube		Website	Contact			
					ID	Followers		ID	Followers	Channel	Subscri					
komunitas, partner, atau figur publik yang bertemu atau berkolaborasi dengan Jurnalis, Penulis, Team Internal Harian Kompas	D	O	Model	Puput Carolina (Solalita)	0	0		puputcarolina	69.491	puput carol	6.7k		Anton			
				Sella Septiani (Solalita)	0	0							Anton			
	C	D	Dress Maker	Angel Aprisa (Solalita)	0	0		angelaprisa	36.435				Anton			
	E	E	Actress	Laura Basuki	LauraBas	386.793		laurabas	314k				Anton			
	E	C	Adinet (Badminton)	Lilyana Nadin	LN_909	13.7k		nadinliyana	194.132				Bayu			
	E	A	ADIVET (Badminton)	Tontowi Ahmad	tontowi18	1.523		tontowiahmad_	139k				Bayu			
	D	C	Actress	Joanna Alexandra	joannaalexandra	26.3k		joannaalexandra	70.701				Vito			
	B	C	Handwriting, Culinary	Santhi Serad	santhiserad	16.9k		santhiserad_food	6.525			http://santhiserad.com	Anton/Sumi			
	E	C	ADIVET (Badminton)	Jonathan Christie	jonatan979	49.268		jonatanchristieofficial	131.022				Bayu			
	B	B	Photographer	Sam Bars	sambars35	9.899		sambars35	7.660				Anton			
	B	A	Video recorder	Rias Prasetyo	prasprasetyo	924		prasprasetyo	7.482				Anton			
	B	A	Model	Cindy Valery (model)	chdyvalery	73		chdy	5.140				Anton			
	C	A	Fashion Designer	Lenny Agutini	lennyagutini_id	2.048		lennyagutini18	27.3k				Anton			
	E	E	Singer	Tulus	tulusm	166.828		tulusm	524.816				Vito/Ageng			
	E	E	Band Music	The Sigit	thesigit	493k		thesigit	3.49k				Anton			
	A	C	Aktor	Andi Bachar Yusuf	andibachtar	44.572		andibachtar	3.501			andibachtar.com	Mahatma			
	C	A	Bookbinder	Tante Handayani	vitalenology	1.753		vitalenology	12.5k				Helman			
				Syaifulah (Daeng Gasing)								daenggasing.com	Helman			
	B	C	Musician (Singer)	Candra Herawan Johan (Che Cupumanik)	checUPUMANIK	12.000		checupumanik	9.512				Helman			
	A	A	Songwriter	Austin Usammy	AustinUsammy	1.125		austinusammy	1.103			manakmakam.com	Helman			
A	A	Founder Yayasan Komfiden	Alex Sihar	alex.sihar	716		alex.sihar	319				Egi				
A	A	Filmmaker	Witnu Kucing	witnukucing	3.129		witnukucing	1.416				Egi				
A	D	Film Director	Edwin Bindig	edwin_bindig	0		edwin_bindig	65				Egi				

Gambar III.3

Excel tugas database Harian Kompas Digital Network

Sumber : Data Diolah Sendiri (2018)

Tugas ini adalah tugas harian praktikan, setiap hari minimal praktikan dapat menyelesaikan 10 *Influencer*. Harian Kompas walaupun media massa namun juga membutuhkan kerjasama dengan para *Influencer* untuk meningkatkan *brand awareness* Harian Kompas dimata pelanggan terutama mengenalkan produk baru Harian Kompas dan juga *event* yang diselenggarakan oleh Harian Kompas. Tugas ini merupakan tugas Departemen Media Sosial untuk kepentingan Departemen *Marketing Communication*, Jadi setelah mengirimkan *database* ini Departemen *Marketing Communication* lah yang akan memilih siapa yang layak dan dapat bekerja sama dengan Harian Kompas dengan menghubunginya. *Database* ini sangatlah penting untuk arsip Harian Kompas dalam menjalin kerjasama dan dalam

menyelenggarakan acara tentunya koordinasi dengan Departemen Media Sosial.

Selama mengerjakan tugas ini, respon dari Mentor Praktikan cukup baik, praktikan mendapat arahan yang jelas dalam mengatasi masalah. Praktikan sempat mengalami kendala seperti kurang jelasnya siapa *Influencer* yang dimaksud dengan mencari data akun media sosial nya menggunakan nama terkadang bukan *Influencer* tersebut yang dimaksud, ketika menemukan masalah ini praktikan dibantu oleh mentor dalam mencari akun dan data diri *Influencer* tersebut. Masalah yang sering muncul selanjutnya adalah tidak lengkapnya akun media sosial yang dimiliki *Influencer* bahkan ada yang hanya memiliki salah satu akun misalnya Twitter, hal inilah yang banyak membuang waktu praktikan ketika sedang mencarinya, mentor pun memberikan titik terang dengan mengosongkan saja akun media sosial maupun data *Influencer* yang tidak lengkap.

Manfaat yang praktikan peroleh dalam tugas ini adalah para *influencer* memiliki pengaruh besar bagi merek serta strategi pemasaran. Praktikan menyadari bahwa *Influencer* memiliki puluhan ribu hingga jutaan followers yang sangat aktif mengikuti aktivitas mereka, menghormati opini mereka hingga mengikuti saran atau rekomendasi dari para *influencer* ini yang dapat meningkatkan brand *awareness* suatu perusahaan. Praktikan mempelajari bahwa dalam strategi pemasaran menggunakan *Influencer* harus diperhatikan untuk

kegiatan/produk apa memilih orang tersebut dan segmentasi yang mana karena berkaitan dengan pengikut *Influencer* nantinya. Praktikan juga mempelajari bahwa bekerja sama dengan Influencer tidaklah mudah, harus melakukan riset cukup tentang siapa dan branding apa yang ingin mereka tampilkan, nilai-nilai yang dibawakan Influencer harus sejalan dengan perusahaan. Untuk manfaat didalam diri Praktikan sendiri, tugas ini melatih ketelitian dan mengelola waktu serta memberikan informasi terkini melewati *Influencer* yang sedang ditelusuri.

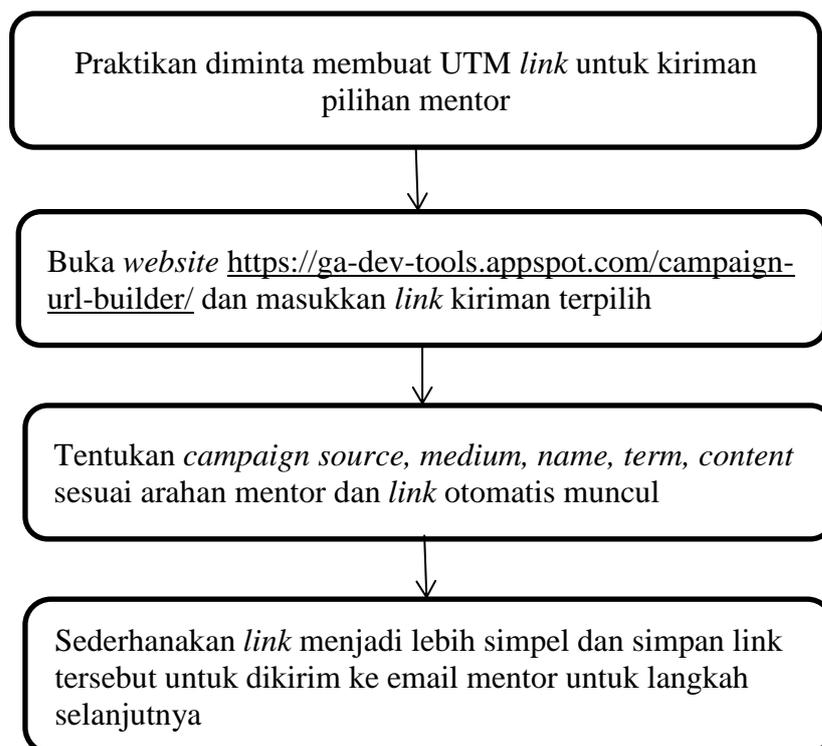
3. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Media Sosial Harian Kompas

Tugas ketiga yang praktikan kerjakan yaitu membuat *link* UTM untuk menganalisis *traffic postingan* media sosial Harian Kompas. Tugas ini diberikan oleh Mas Bondan yang bertugas dalam *Tracking & Monitoring* dalam Departemen Media Sosial Harian Kompas.

Sebuah *postingan* atau kiriman media sosial dapat dilihat produktivitasnya apakah para pembaca/pelanggan banyak menyukai kiriman tersebut atau tidak, untuk melihatnya, pelaku bisnis dapat menggunakan *Google Analytic*. Dengan menggunakan *Google Analytic* statistik pengunjung sebuah kiriman dapat dilihat. Harian Kompas fokus terhadap kepadatan *traffic website/blog* dengan mengukur *pageview*, *user visit*, *average sesssion duration*, dll. Salah

satu syarat *website/postingan* dapat di *tracking* adalah dengan membuat *link* UTM terlebih dahulu.

Dikutip dari <https://digitalmarketer.id/tools/google-utm-cara-menganalisis-traffic-postingan-di-social-media/>, UTM *link* adalah *link* khusus yang diciptakan dan memungkinkan untuk mengidentifikasi URL, sehingga dapat *tracking referral* untuk *blog post*, *opt-in*, atau *landing page* yang diarahkan langsung ke orang-orang.



Gambar III.4

Flowchart pembuatan *link* UTM

Sumber : Data Diolah Sendiri (2018)

Salah satu tujuan utama menggunakan *link* UTM, Harian Kompas dapat mengantarkan orang ke URL *landing page* yang sama dari berbagai tempat yang berbeda. Tentunya salah satunya dengan menggunakan UTM *link* pada *posting* media sosial Harian Kompas. Berikut ini tahapan praktikan mengerjakan tugas:

- a. Praktikan diberi tahu terlebih dahulu oleh mas Bondan kiriman mana saja yang akan dibuat *link* UTM untuk di *posting*
- b. Praktikan membuka <https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/> dan menyalin *link website* berita pilihan yang akan ditambah UTM dalam *link campaign url builder*.
- c. Praktikan tentukan *campaign source* yang berarti sumber *traffic* tersebut dengan mengisi “medsos_twitter” untuk twitter dan diganti dibagian twitternya jika menggunakan Facebook ataupun Instagram. Tentukan *campaign medium* nya misalkan dengan mengisi “card”, *campaign medium* ini merupakan sarana marketing yang dipakai. Tentukan *Campaign name*, dengan maksud *postingan* apa yang sedang dilakukan nantinya. Kali ini praktikan isi dengan “promo”, tentukan *campaign term* yang maksudnya *keyword* apa yang dipakai ketika menggunakan adWords, biasanya langkah ini dikosongi namun kali ini praktikan isi dengan “galeri”. Lalu isi bagian *campaign content* yang dimaksudkan untuk membedakan iklan yang satu dengan lainnya, biasanya praktikan isi dengan “ads”.

- d. Setelah semua bagian terisi otomatis muncul *link* yang sudah terkait UTM, pada bagian ini sudah selesai namun ada satu langkah lagi yaitu menyederhanakan *link* tersebut agar menarik dilihat dan tidak kepanjangan dengan menekan pilihan “*Convert URL to Short Link*”
- e. Praktikan lalu menyalin *link* tersebut dan dikumpulkan untuk diberikan kepada mas Bondan untuk masuk ke tahap selanjutnya yaitu dimasukkan kedalam *cardboard* dan *Google Analytic* untuk diolah datanya.

The image shows a web-based form for creating a UTM campaign URL. The form includes the following fields and values:

- Website URL:** `https://kompas.id/baca/ekonomi/2018/12/04/usaha-rintis-digital-sektor-perikanan-tumbuh/`
- Campaign Source:** `medsos_twitter`
- Campaign Medium:** `card`
- Campaign Name:** `promo`
- Campaign Term:** `galeri`
- Campaign Content:** `ads`

Below the form, the generated campaign URL is displayed:

```
https://kompas.id/baca/ekonomi/2018/12/04/usaha-rintis-digital-sektor-perikanan-tumbuh/?utm_source=medsos_twitter&utm_medium=card&utm_campaign=promo&utm_term=galeri&utm_content=ads
```

At the bottom, there are two buttons: "Copy URL" and "Convert URL to Short Link".

Gambar III.5

Pembuatan UTM *link* untuk *tracking* Google *Analytic*

Sumber : <https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>

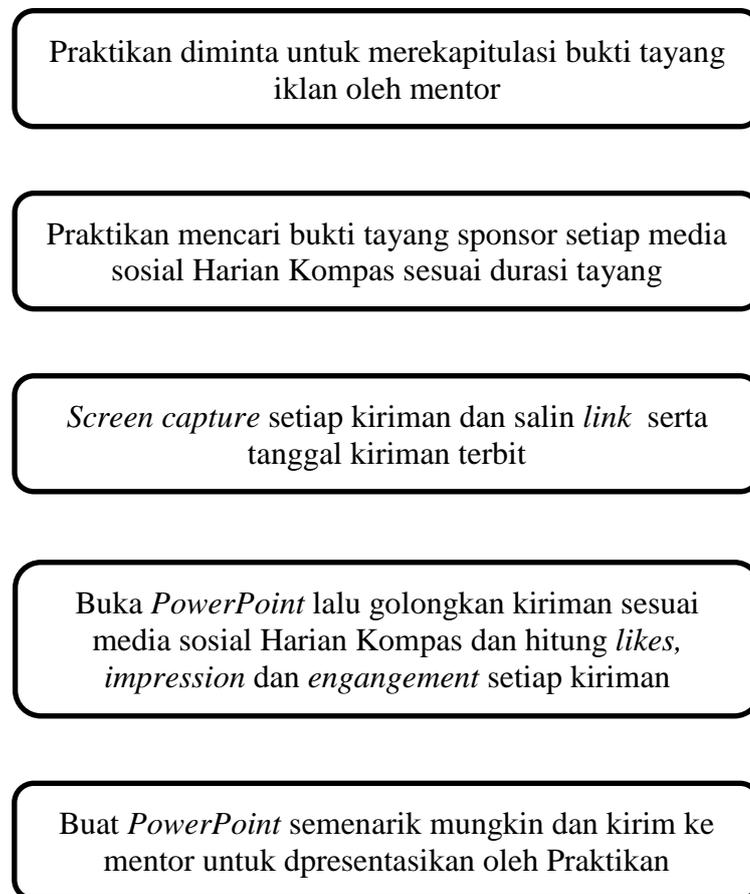
Tugas ini merupakan tugas rutin yang praktikan kerjakan pada pagi hari. Tugas ini praktikan kerjakan dimulai tanggal 27 Agustus 2018 hingga 28 September 2018. Selama mengerjakan tugas ini praktikan mengalami sedikit masalah dihari awal pengerjaan seperti baru tidak terbiasanya praktikan mengerjakan tugas ini, ketepatan waktu deadline yang singkat, saat kurang teliti maka *link* tidak dapat dipakai untuk *tracking* dalam *Google Analytic* dan masih bingungnya dalam penentuan *source, medium, campaign, term* dan *content* dalam proses pembuatan *link* menjadi UTM, namun mas Bondan dengan sabar menjelaskan dan membimbing praktikan dari awal tugas hingga selesai karena praktikan memang mengerjakan khusus tugas ini di komputer mas Bondan, praktikan pun menjadi terbiasa dan lancar dalam mengerjakan di minggu berikutnya.

Selama mengerjakan tugas ini, praktikan mendapatkan manfaat yaitu menjadi lebih mengenal strategi sosial media dan dapat menganalisis produktifitas suatu postingan apakah disukai atau tidak. Selama ini praktikan hanya mengetahui jika *likes* dan *comment* yang banyak pasti disukai namun setelah mempelajari ini ada hal terpenting lain yaitu *impression* dan *engagement* dengan pengikut yang mencerminkan produktifitas baik atau buruk. Tugas ini juga melatih profesionalitas dalam mengelola waktu yang sempit, ketelitian dan tanggung jawab tim karena saat kita salah dampaknya bisa kepada tim lainnya.

4. Membuat PPT rekapitulasi bukti tayang iklan sponsor di Instagram dan Twitter Harian Kompas berbagai *event* dan iklan berbayar

Tugas keempat yang Praktikan lakukan adalah merekapitulasi bukti tayang iklan sponsor yang ada dalam media sosial Harian Kompas. Tugas ini diberikan oleh Mba Gandes selaku Mentor Praktikan selama PKL di Harian Kompas. Tugas ini merupakan koordinasi antara Departemen Media Sosial dengan Departemen *Marketing Communication*.

Departemen Media Sosial Harian Kompas berperan dalam hal *sponsorship* didalam menyebarkan postingan *event* Harian Kompas dengan mempromosikan acara tersebut dengan *mention* para sponsor yang terlibat di *event* tersebut, *event* terbesar yang dilakukan Harian Kompas saat Praktikan sedang PKL yaitu Festival Fotografi Kontes (Sportscape), Festival Kopi, Kompas Travel Fair. Peran Praktikan dalam tugas ini yaitu merekapitulasi iklan dalam media sosial dari awal terbit hingga terbitan terakhir dan menghitung jumlah produktivitas iklan tersebut seperti *likes*, *comment*, maupun *impression* dan *engagement*. Selain *event*, ada juga pihak yang memang beriklan didalam media sosial Harian Kompas. Beberapa pihak tersebut yang praktikan kerjakan selama masa PKL adalah Mall Taman Anggrek dan Matahari Mall.



Gambar III.6

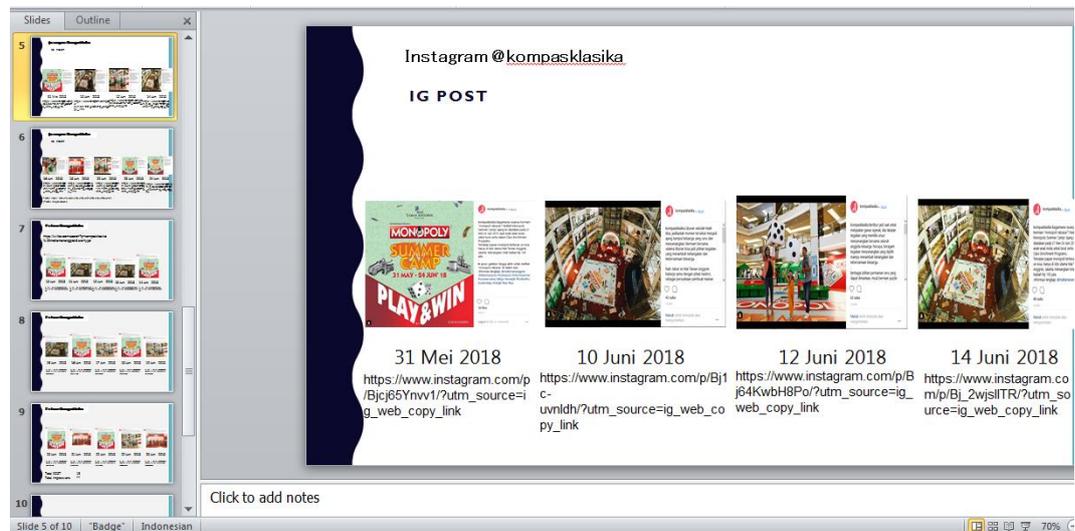
Flowchart rekapitulasi bukti tayang iklan sponsor

Sumber : Data Diolah Sendiri (2018)

Berikut ini tahapan Praktikan mengerjakan tugas :

1. Praktikan mendapatkan email dari Mba Gandes yang berisi tugas bukti tayang iklan di Media Sosial Harian Kompas, isi email berupa tanggal mulai mengerjakan dan *deadline* tugas serta waktu penayangan masing-masing iklan untuk memudahkan Praktikan merekapitulasi

2. Selanjutnya Praktikan membuka Media Sosial Harian Kompas yaitu Harian Kompas, Kompas Klasika, Kompas Muda dan Kompas Data, Praktikan fokus pada Instagram dan Twitter
3. Praktikan mencari bukti tayang sponsor mulai dari awal terbit hingga berakhirnya masa penayangan dengan *screen capture* postingan baik dari Instagram maupun Twitter, Praktikan juga menghitung berapa jumlah *likes* dan *comment* serta jumlah postingan setiap akun media sosial
4. Setelah di *screen capture*, Praktikan juga menambahkan *link* postingan tersebut agar dapat langsung di lacak kebenarannya
5. Selanjutnya Praktikan membuka *PowerPoint* dan menggolongkan postingan sesuai Akun dan *Platform* masing-masing dengan memasukkan *screen capture* dan *link* yang telah dikumpulkan, tanggal postingan juga tak lupa dimasukkan. Jumlah *Likes* dan *Comment* serta *impression* juga ditambahkan.
6. Setelah semua lengkap, Praktikan simpan dalam bentuk PPT dan dikirim ke email mba Gandes



Gambar III.7

Powerpoint rekapitulasi bukti tayang iklan Matahari Mall

Sumber : Data Diolah Sendiri (2018)

Tugas ini bertujuan untuk dilaporkan kepada pihak sponsor sebagai bukti tayang iklan dan menjelaskan berapa produktifitas beriklan di Media Sosial Harian Kompas. Departemen Media Sosial mempresentasikan hasilnya kepada Departemen *Marketing Communication*, Praktikan ikut menemani dan membantu Mentor yaitu Mba Gandes dalam mempresentasikan tugas ini kepada Departemen *Marketing Communication*, setelah itu Departemen *Marketing Communication* yang memberikan dan membahas lebih lanjut dengan pihak sponsor yang beriklan dalam Harian Kompas.

Manfaat yang Praktikan dapat selama mengerjakan tugas ini adalah Praktikan dapat mengelola waktu lebih baik lagi dan melatih ketelitian. Praktikan juga belajar membuat PPT yang menarik untuk dipresentasikan saat rapat divisi. Praktikan belajar iklan media sosial

seperti mengetahui berapa tarif iklan didalam media sosial Harian Kompas, ada ketentuan khusus saat ada pihak yang ingin beriklan dan bekerja sama dengan Harian Kompas, Pihak pengiklan harus memenuhi beberapa syarat sebelum iklan itu ditayangkan, dalam pembuatan konten iklan bisa dari Sponsor itu sendiri ataupun dari Harian Kompas. Praktikan juga belajar melatih kesabaran saat ada penambahan materi dan direvisi tugasnya dan diganti sesuai permintaan Departemen *Marketing Communication*

5. Menganalisis konten bersponsor dengan pendekatan *Hardselling* & *Softselling* dan mencari contoh konten interaktif di Instagram dan Twitter

Tugas kelima yang Praktikan kerjakan adalah menganalisis dan mencari contoh konten yang berhubungan dengan *sponsorship* dan kuis interaktif di Instagram maupun di Twitter. Tugas ini diberikan oleh Mas Putu, terbagi menjadi 2 yaitu menganalisis konten yang mengandung sponsor berbentuk *hardselling* maupun *softselling* dan mencari contoh konten kuis interaktif sebagai referensi pembuatan kuis dan iklan.

Tugas ini bertujuan memberikan inspirasi untuk membuat konten sponsor yang menarik dengan lebih baik dan diterima oleh pelanggan dengan umpan balik dan *traffic* yang besar nantinya. Untuk tugas menganalisis konten bersponsor dimaksudkan agar para Mentor

Departemen Media Sosial dan Departemen *Marketing Communication* lebih mudah menemukan *insight* dan ide serta dapat lebih tepat sasaran dalam membuat konten iklan menggunakan *hardselling* ataupun *softselling* khususnya saat beriklan dalam media sosial Harian Kompas, inilah tugas Praktikan dalam memberikan referensi yang menarik dengan mempresentasikan hasil dari tugas ini.

Pendekatan *hardselling* mengkomunikasikan konten dengan menunjukkan *brand* dengan mudah dijangkau oleh target sasaran. Pendekatan ini mengkomunikasikan secara langsung tujuan dilakukan pemasaran dari konten tersebut. *hard selling* ini dapat langsung menunjukkan harga ataupun promo yang sedang diadakan oleh *brand*. Sedangkan Pendekatan *softselling* yaitu mengkomunikasikan konten dengan memberikan nilai-nilai yang akan didapatkan dari *brand*. Dalam mengkomunikasikan konten, pendekatan ini tidak langsung mengajak calon pelanggan untuk langsung membeli, target sasaran diajak untuk memikirkan kembali nilai-nilai yang akan didapatkan dari produknya.

Konten Interaktif yaitu mengajak para audiensi secara langsung berpartisipasi didalam konten atau acara bisa berbentuk kuis, *polling* atau *survey*, *assessment*, kontes, video, maupun infografik. Dalam menegrjakan tugas konten interaktif, Praktikan diharuskan mencari sesuai tema campaign atau kuis Harian Kompas yang akan datang yaitu Liburan (untuk program KTF), dan kuis interaktif kata

bahasa indonesia (untuk program kuis kata Bahasa Indonesia bersama Ivan Lanin).

Berikut ini tahapan Praktikan menganalisis konten sponsor sebagai referensi :

- a) Praktikan mendapatkan tugas untuk memberikan referensi konten sponsor dan interaktif berbentuk kuis setelah melakukan pendekatan dengan Mas Putu selaku *Social Media Database* di Departemen Media Sosial.
- b) Praktikan melakukan pencarian di Instagram maupun Twitter tentang konten mengandung iklan *sponsorship* dan kuis interaktif dengan tema liburan dan kata bahasa indonesia. Praktikan mencari menggunakan berbagai *hashtag* yang berkaitan dengan tema yang ingin dicari dan beberapa saran akun dari Mentor
- c) Praktikan analisis konten-konten Instagram maupun Twitter yang ditemukan, untuk konten bersponsor tergolong *hardselling* atau *softselling*, sedangkan untuk interaktif apakah sesuai dengan tema liburan ataupun kuis kata.
- d) Setelah itu Praktikan *screenshot* postingan yang mengandung konten bersponsor atau konten kuis interaktif tersebut didalam *PowerPoint* dan diberikan *link* dan keterangan maksud dari konten tersebut bagaimana.

Manfaat yang Praktikan peroleh selama mengerjakan tugas ini adalah Praktikan lebih mengenal pendekatan komunikasi beriklan yaitu berbentuk *hardselling* dan *softselling*. Saat menggunakan pendekatan komunikasi *hardselling* yang ditekankan yaitu harga ataupun promo yang sedang diadakan sebagai keunggulan dan hanya butuh waktu singkat, selain itu dapat juga mengkomunikasikan keunggulan lain yang lebih ditekankan. Sedangkan pendekatan komunikasi *softselling* lebih mengkomunikasikan saat harga dari produk tersebut cukup tinggi, target sasaran akan diajak untuk melihat keseluruhan nilai dan manfaat yang akan didapatkan dari produk tersebut. Praktikan juga mengetahui tren masyarakat indonesia dalam melihat iklan lebih cenderung kepada *softselling* karena bermain dengan kreatifitas dan inovatif dalam mengkomunikasikan sebuah nilai iklan. Begitu juga dalam hal konten kuis interaktif, Praktikan belajar bahwa ide-ide dalam mengajak audiensi dalam konten kita bermacam macam caranya dengan kreatifitas dan inovatif dapat menarik pelanggan. Selain itu Praktikan juga melatih ide-ide kreatifitas melalui referensi yang ditemukan dan melatih bagaimana berbicara mengkomunikasikan hasil tugas dan sikap yang benar saat presentasi.

C. Kendala Yang Dihadapi

Selama Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) kurang lebih 50 hari kerja terhitung mulai tanggal 16 Juli 2018 sampai dengan 28 September 2018 di PT Kompas Media Nusantara, praktikan menghadapi beberapa kendala. Adapun kendala-kendala tersebut antara lain:

1. Tidak ada pembagian *job description* yang jelas dari Mentor Praktikan di Departemen Media Sosial Harian Kompas
2. Dalam mengerjakan tugas Database Influencer Harian Kompas Digital Network, konsentrasi Praktikan terpecah mengejar *deadline* karena bertanggung jawab dengan tugas lainnya seperti laporan bukti tayang iklan, revisi PPT yang akan dipresentasikan dan live Instagram Selebrasi
3. Pemilihan dan penulisan konten Twitter Kompas Klasika yang cenderung kaku dan kurang interaktif saat Praktikan mengerjakan tugas
4. Akses selama PKL terganggu yang mengakibatkan komunikasi lintas unit terganggu dan PC yang sering error saat menjalankan banyak aplikasi sehingga mengganggu kinerja Praktikan

D. Cara Mengatasi Kendala

Walaupun terdapat kendala yang dihadapi praktikan selama melaksanakan PKL, tetapi praktikan dapat menyelesaikan PKL dengan baik, adapun cara praktikan mengatasi kendala-kendala selama melaksanakan PKL di PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas), yaitu:

1. Pada awal PKL di Departemen Media Sosial Harian Kompas, Praktikan lebih banyak waktu luang dan bingung ingin mengerjakan apa karena hanya diberikan tugas menganalisa dan memahami Departemen Media Sosial Harian Kompas. Selama awal masuk Praktikan juga memanfaatkan waktu dengan bersosialisasi terhadap karyawan Harian Kompas yang lain khususnya pada Departemen Media Sosial agar tidak terjadi iklim canggung, Praktikan juga memahami lingkungan Harian Kompas yang berada di Palmerah seperti Tempat Makan, Gedung- Gedung PT Kompas Media Nusantara mana saja seperti Menara Kompas tempat Praktikan bekerja yang baru dibangun terdiri dari 28 lantai dan gedung-gedung lain seperti Kompas Gramedia, Kompas Tribunnews, Kompas.com, dan Kompas TV. Selain itu Praktikan juga memanfaatkan waktu luang yang belum jelas pembagian *job descripton* untuk berkenalan dengan mahasiswa PKL lain dan meminta beberapa tips dan informasi seputar Harian Kompas. Setelah itu Praktikan mengisi waktu dengan membaca dan

memahami setiap karakteristik masing-masing akun media sosial Harian Kompas, namun semakin lama Praktikan merasa pembagian *job description* tidak jelas arahnya . Untuk mengatasi *job description* yang tidak jelas, maka Praktikan pun berinisiatif meminta tugas kepada Mentor yaitu Mba Gandes.

Menurut Mardiyanto (2008:23) inisiatif merupakan kemampuan individu dalam menghasilkan sesuatu yang baru dalam pemecahan suatu masalah. Praktikan pun lalu diberikan tugas setelah 2 hari yaitu membantu Mba Gandes merekapitulasi bukti tayang iklan media sosial Harian Kompas dengan Mall Taman Angrek untuk dipresentasikan ke Departemen *Marketing Communication*. Selain berinisiatif meminta tugas, Praktikan lebih berfikir akan lebih efektif membuat jadwal dan komunikasi dengan Mentor. Praktikan pun membuat grup WhatsApp untuk membuat jadwal komunikasi dengan Mentor. Praktikan pun bersikap lebih aktif dan menjalin komunikasi yang baik bahkan dengan karyawan lain, sehingga dapat bertanya dengan karyawan lain tentang pekerjaan yang belum dipahami dan Praktikan sangat merasakan manfaatnya.

2. Ketika Praktikan mengerjakan tugas mengerjakan *database* Harian Kompas Digital Network, Praktikan mengalami kendala karena mengerjakan tugas lain dengan *deadline* yang berdekatan. Praktikan mengatasi kendala ini dengan meningkatkan *multitasking* dalam menyelesaikan tugas. *Multitasking* adalah istilah yang disadur dari dunia IT. *Multitasking* bermakna kemampuan komputer menjalankan dua atau lebih program dalam satu waktu yang sama. Istilah ini kemudian diterjemahkan sebagai kemampuan manusia dalam bekerja untuk mengerjakan beberapa tugas berbeda dalam waktu yang bersamaan. Praktikan mengerjakan tugas yang dapat Praktikan kerjakan terlebih dahulu atau tugas dengan *deadline* yang singkat, skala prioritas pun Praktikan gunakan dengan mengerjakan rekapitulasi terlebih dahulu pada pagi hari dan setelah itu diwaktu senggang mengerjakan *database Influencer*. Praktikan mengatasi masalah ini dengan berkoordinasi sesama teman PKL lain dalam hal penanganan tugas saling membantu, adapun koordinasi diartikan suatu usaha yang sinkron dan teratur untuk menyediakan jumlah dan waktu yang tepat, dan mengarahkan pelaksanaan untuk menghasilkan suatu tindakan yang seragam dan harmonis pada sasaran yang telah ditentukan. Hasibuan (2009:85)

3. Pada tugas harian membuat konten Twitter Kompas Klasika, Praktikan mengalami kendala di awal pengerjaan yaitu kesulitan dalam membuat konten yang menarik serta salah memilih topik yang cocok dimasukkan dalam segmen Kompas Klasika. Praktikan mengatasi kendala ini dengan melihat lagi karakteristik akun Kompas Klasika yaitu mayoritas segmen pasangan muda yang baru menikah dan pekerja serta kebutuhan rumah tangga, konten yang paling diminati yaitu tips seputar memelihara barang rumah tangga dan tentang buah hati jadi Praktikan fokus kepada kedua konten tersebut. Praktikan juga selalu membaca berita dan berlatih menulis dengan gaya penulisan yang menarik minat pembaca sesuai segmen Kompas Klasika. Praktikan meningkatkan intensitas berlatih menulis singkat 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. Praktikan juga menerima saran bagaimana menulis dan gaya bahasa yang baik seperti menggunakan sapaan “Anda” pada pembaca.

4. Praktikan juga mengalami kendala dalam hal fasilitas dan sarana selama PKL di Harian Kompas. Untuk akses masuk ke Menara Kompas Praktikan merasa terganggu karena lamanya pembuatan kartu akses selama PKL yang mengakibatkan Praktikan selalu di cek satpam sebelum masuk Menara Kompas, berbeda dengan yang sudah memiliki kartu identitas yang langsung diperbolehkan masuk, hal ini membuat Praktikan kehilangan beberapa waktu efisien apalagi ketika datang terlambat maka akan semakin memakan waktu untuk masuk Menara Kompas. Praktikan selalu menukarkan ktp dengan akses *visitor* dan bukan lewat eskalator yang langsung menuju ruangan Praktikan, biasanya Praktikan mengatasi masalah ini dengan datang bersama teman PKL yang punya akses ataupun Mentor lain. Lalu untuk Komputer mengalami kendala yaitu tidak bisa *multitasking*, oleh karena itu Praktikan menghabiskan banyak waktu dalam pengerjaan tugas, biasanya Praktikan menggunakan laptop sendiri atau tugas yang belum deadline dibawa pulang untuk dikerjakan guna meminimalisir tugas ganda karena tidak selesainya tugas Praktikan sebelumnya.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah tiga bulan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Departemen Media Sosial Harian Kompas, Praktikan mendapatkan banyak pengalaman mengenai dunia kerja, wawasan serta ketrampilan dalam bidang pemasaran. Kesimpulan ini Praktikan buat berdasarkan tujuan Praktikan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL), yaitu:

- 1) Praktikan memperoleh ketrampilan dan kemampuan terkait bidang pemasaran yang terdapat pada perusahaan media massa PT Kompas Media Nusantara yaitu mengenai *social media marketing*
- 2) Praktikan memperoleh pengetahuan dan ketrampilan mengenai prosedur pembuatan berbagai tipe konten media sosial sebagai strategi efektif pemasaran tidak langsung ke konsumen
- 3) Praktikan mengetahui prosedur dan alur dalam hal pembuatan *UTM link* yang digunakan untuk melihat performa dari strategi pemasaran media sosial yang telah dibuat melalui *Google Analytic*
- 4) Praktikan mempelajari proses koordinasi tim media sosial dengan berbagai unit perusahaan dalam pemberian *jobdesc* mempersiapkan strategi dan promosi pemasaran melalui media sosial.

B. Saran

Setelah mengetahui secara langsung kegiatan yang dilakukan oleh para karyawan Harian Kompas khususnya Departemen Media Sosial, maka Praktikan ingin memberikan saran dan masukan yang semoga bermanfaat bagi perusahaan, universitas, dan para mahasiswa yang akan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, yaitu:

1. Saran untuk Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
 - 1) Perlu diberikan pembekalan sebelum PKL seperti pelatihan *public speaking* untuk seluruh mahasiswa, karena hal itu sangat dibutuhkan ketika mahasiswa PKL dan bekerja nanti.
 - 2) Fakultas Ekonomi khususnya Program studi S1 Manajemen diharapkan lebih membiasakan mahasiswanya melakukan praktik lapangan untuk mengamati suatu permasalahan dan untuk mengetahui perubahan tren suatu industri sehingga akan sangat membuka wawasan mahasiswa, seperti pergantian tren pemasaran ke arah digital dan bagaimana adaptasinya.
 - 3) Diharapkan Fakultas atau Universitas sudah mempunyai jaringan kerjasama dengan beberapa institusi baik pemerintah maupun swasta agar pelaksanaan PKL bagi mahasiswa mudah dan hasilnya akan lebih optimal

2. Saran untuk Perusahaan PT Kompas Media Nusantara

- 1) Sebaiknya Harian Kompas lebih menyiapkan program untuk mahasiswa yang melakukan PKL sehingga mahasiswa memiliki *job description* yang jelas
- 2) Praktikan menyarankan untuk Harian Kompas melakukan *briefing* sebelum mahasiswa melakukan PKL, agar mahasiswa PKL tidak merasa kesulitan dan kebingungan dalam menjalankan pekerjaan yang akan diberikan
- 3) Praktikan menyarankan untuk Mentor Harian Kompas agar lebih memberikan amanah dalam memberikan tugas bukan hanya membantu pekerjaan Mentor dan lebih membimbing Praktikan dalam pengerjaan tugas, Praktikan sangat berharap ada rotasi tugas Departemen Media Sosial dari proses hulu ke hilir.

3. Saran untuk Mahasiswa Lainnya

- 1) Pahami terlebih dahulu bidang kerja yang sekiranya akan diberikan selama PKL.
- 2) Seringlah berkomunikasi dengan para Karyawan untuk tugas baru agar ilmuyang didapat bertambah
- 3) Tingkatkan *interpersonal skill* untuk beradaptasi dan berkomunikasi dengan orang lain, khususnya dalam dunia kerja.

DAFTAR PUSTAKA

- Apa itu UTM *link* (2018). Diambil kembali dari <https://digitalmarketer.id/tools/google-utm-cara-menganalisis-trafficpostingan-di-social-media/> (Diakses tanggal 21 Oktober 2018)
- Hasibuan, Malayu S.P. (2009). *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara. Diambil kembali dari <https://isnatunnisa.wordpress.com/2012/11/02/04-a-pengertian-koordinasi/> (Diakses tanggal 16 Januari 2019)
- Mardiyanto. Hardono. (2008). *Intisari Manajemen Keuangan*. Jakarta: Grasindo <http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-inisiatif/> (Diakses tanggal 25 Oktober 2018)
- Pentingnya dan Definisi Influencer Marketing. Diambil kembali dari <https://shiq4.wordpress.com/2017/07/28/apa-itu-influencer-marketing/> (Diakses tanggal 20 Oktober 2018)
- Portofolio Harian Kompas*. (2018). Jakarta: PT Kompas Media Nusantara
- Portofolio Social Media Department*. (2018). Jakarta: PT Kompas Media Nusantara
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT.alex Komputindo. Diambil kembali dari <http://wlipurn.blogspot.com/> (Diakses tanggal 12 Oktober 2018)
- Simson. (2016). *Inilah Penjelasan Social Media Marketing*. Diambil kembali dari <http://blog.docoblast.com/2016/08/31/social-media-marketing/> (Diakses tanggal 8 Oktober 2018)
- Surat Keputusan Dekan FE UNJ No. 1034/UN39.5.FE/LL/2018. (2018). Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
- Tim Penyusun Pedoman Praktik Kerja Lapangan Fakultas Ekonomi UNJ, (2012). *Pedoman Praktik Kerja Lapangan*. Diambil kembali dari http://fe.unj.ac.id/wp-content/uploads/2015/05/PEDOMAN-PRAKTIK-KERJA-LAPANGAN_0.pdf (Diakses tanggal 25 September 2018)

- Yudhiyanto. (2017). *132 Juta Pengguna Internet Indonesia, 40% Penggila Medsos*. Diambil kembali dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3659956/132-juta-pengguna-internet-indonesia-40-penggila-medsos> (Diakses tanggal 6 Oktober 2018)
- Zuhra, Wan Ulfa Nur. (2017). *Pertumbuhan Oplah Koran: Melambat, Melambat, Menurun*. Diambil kembali dari <https://tirto.id/pertumbuhan-oplah-koran-melambat-melambat-menurun-ciy7/> (Diakses tanggal 6 Oktober 2018)

LAMPIRAN 1

Surat Permohonan PKL



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

Building Future Leaders

Nomor : 0671/UN39.12/KM/2018

19 April 2018

Lamp. : -

H a l : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

Yth. Manager Diklat KOMPAS
 Gd. Kompas Gramedia Unit II Lt.V
 Jl. Palmerah Selatan 2-28
 Jakarta 10270

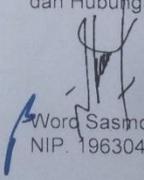
Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

N a m a : **Achmad Tegar Pribad**
 Nomor Registrasi : 8215153186
 Program Studi : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
 No. Telp/HP : 087883676898

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan pada tanggal 25 Juni s.d. 17 Agustus 2018 dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
 dan Hubungan Masyarakat



Word Sasmoyo, SH
 NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Prodi Manajemen

LAMPIRAN 2**Surat Penerimaan PKL****KOMPAS****SURAT KETERANGAN
368/Diklat-SDMU/IX/2018**

Yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa:

Nama : Achmad Tegar Pribadi

NIM : 8215153186

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

telah diterima untuk melakukan praktek magang di Desk Sosial Media Redaksi Harian Kompas terhitung tanggal 16 Juli – 28 September 2018

Hormat kami,

Jakarta, 25 September 2018



/dsy

LAMPIRAN 3**Surat penyelesaian tugas PKL****KOMPAS****SURAT KETERANGAN**
368/Diklat-SDMU/X/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini, menyatakan bahwa:

Nama : Achmad Tegar Pribadi
NIM : 8215153186
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Jakarta

telah melakukan tugas magang di Desk Sosial Media Redaksi Harian Kompas terhitung tanggal 16 Juli – 28 September 2018. Yang bersangkutan telah melaksanakan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab

Hormat kami,
Jakarta, 2 Oktober 2018



Indira Permanasari
Indira Permanasari
Manajer Diklat

/dsy

LAMPIRAN 4

Daftar Hadir



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung P, Jalan Rawamangun Sekeloa, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227-4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id



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

Nama : Achmad Tegat Pribadi
No. Registrasi : 8215 K 3186
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat Praktik : PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas)
Alamat Praktik/Telp : Menara Kompas, Jalan Palmerah Selatan No. 21 / 021- 530-2200

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 16 Juli 2018	1. <i>Tu</i>	
2.	Selasa, 17 Juli 2018	2. <i>Tu</i>	
3.	Rabu, 18 Juli 2018	3. <i>Tu</i>	
4.	Kamis, 19 Juli 2018	4. <i>Tu</i>	
5.	Jumat, 20 Juli 2018	5. <i>Tu</i>	
6.	Senin, 23 Juli 2018	6. <i>Tu</i>	
7.	Selasa, 24 Juli 2018	7. <i>Tu</i>	
8.	Rabu, 25 Juli 2018	8. <i>Tu</i>	
9.	Kamis, 26 Juli 2018	9. <i>Tu</i>	
10.	Jumat, 27 Juli 2018	10. <i>Tu</i>	
11.	Senin, 30 Juli 2018	11. <i>Tu</i>	
12.	Selasa, 31 Juli 2018	12. <i>Tu</i>	
13.	Rabu, 1 Agustus 2018	13. <i>Tu</i>	
14.	Kamis, 2 Agustus 2018	14. <i>Tu</i>	
15.	Jumat, 3 Agustus 2018	15. <i>Tu</i>	

Jakarta, 28 September 2018
PT. *KOMPAS*
Perintah

MEDIA NUSANTARA

JAKARTTA GANDES PW,

Catatan:

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



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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R. Jilid Kemuningpetak Utara, Jakarta 10220
Telepon (021) 4210274700001, Fax: (021) 42102001
Laman: www.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
...A... SKS

Nama Achmad Tegor Prihadi
No. Registrasi 0211143106
Program Studi S1 Manajemen
Tempat Praktik PT Kompas Media Nusantara (Hindon Kompas)
Alamat Praktik/Telp Menara Kompas, Jalan Pamerah
Sibetan No. 31 / (021) - 830 - 2200

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1	Senin, 6 Agustus 2018	1 In	
2	Selasa, 7 Agustus 2018	2 In	
3	Rabu, 8 Agustus 2018	3 In	
4	Kamis, 9 Agustus 2018	4 In	
5	Jumat, 10 Agustus 2018	5 In	
6	Senin, 13 Agustus 2018	6 In	
7	Selasa, 14 Agustus 2018	7 In	
8	Rabu, 15 Agustus 2018	8 In	
9	Kamis, 16 Agustus 2018	9 In	
10	Senin, 20 Agustus 2018	10 In	
11	Selasa, 21 Agustus 2018	11 In	
12	Kamis, 23 Agustus 2018	12 In	
13	Jumat, 24 Agustus 2018	13 In	
14	Senin, 27 Agustus 2018	14 In	
15	Selasa, 28 Agustus 2018	15 In	

Catatan:

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





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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4711227-4796285, Fax: (021) 4796285
Laman: www.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
... 2. SKS

Nama : Achmad Tegor Pebadi
No. Registrasi : 8215153106
Program Studi : S1 manajemen
Tempat Praktik : PT KOMPAS MEDIA NUSANTARA (HARIAN Kompas)
Alamat Praktik/Telp : Menem Kompas, Jalan Palmerah
Sleman 10-21 / Cc11 - 530-2200

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Rabu, 29 Agustus 2018	1. <i>Tu</i>	
2.	Kamis, 30 Agustus 2018	2. <i>Tu</i>	
3.	Jumat, 31 Agustus 2018	3. <i>Tu</i>	
4.	Senin, 3 September 2018	4. <i>Tu</i>	
5.	Selasa, 4 September 2018	5. <i>Tu</i>	
6.	Rabu, 5 September 2018	6. <i>Tu</i>	
7.	Kamis, 6 September 2018	7. <i>Tu</i>	
8.	Jumat, 7 September 2018	8. <i>Tu</i>	
9.	Senin, 10 September 2018	9. <i>Tu</i>	
10.	Rabu, 12 September 2018	10. <i>Tu</i>	
11.	Kamis, 13 September 2018	11. <i>Tu</i>	
12.	Jumat, 14 September 2018	12. <i>Tu</i>	
13.	Senin, 17 September 2018	13. <i>Tu</i>	
14.	Selasa, 18 September 2018	14. <i>Tu</i>	
15.	Rabu, 19 September 2018	15. <i>Tu</i>	

Jakarta, 28 September 2018
Penilai,

Judey
CENTRA-BANDER. PW

Catatan :

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



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

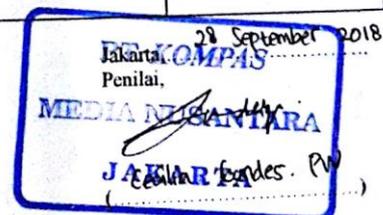
Kampus Universitas Negeri Jakarta Ciohong II, Jalan Karetasragun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227-4796283, Fax: (021) 4796285
Lectura: www.unj.ac.id



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

Nama : Achmad Tegar Priyadi
No Registrasi : 8215153106
Program Studi : SI Manajemen
Tempat Praktik : PT Kompas Media Nusantara (Harian Kompas)
Alamat Praktik/Telp : Menara Kompas, Jalan Palmerah
12 lotus no 21 / (021) 550-2200

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Kamis, 20 September 2018	1. <i>Tu</i>	
2.	Jumat, 21 September 2018	2. <i>Tu</i>	
3.	Selasa, 25 September 2018	3. <i>Tu</i>	
4.	Rabu, 26 September 2018	4. <i>Tu</i>	
5.	Kamis, 27 September 2018	5. <i>Tu</i>	
6.	Jumat, 28 September 2018	6. <i>Tu</i>	
7.	7.....	
8.	8.....	
9.	9.....	
10.	10.....	
11.	11.....	
12.	12.....	
13.	13.....	
14.	14.....	
15.	15.....	



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

LAMPIRAN 5

Penilaian PKL


 KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
 UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Purnasari, Jakarta 13220
 Telpom (021) 4711227-4796281, Fax: (021) 4796281
 Laman: www.ujn.ac.id


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

Nama : **ACHMAD TEGAR PELIBADI**
 No.Registrasi : **8215153186**
 Program Studi : **S1 MANAJEMEN**
 Tempat Praktik : **PT KOMPAS MEDIA NUSANTARA (HARIAN KOMPAS)**
 Alamat Praktik/Telp : **Menara Kompas, Jalan Pal Merah
Suketm, Nomor 21 (021 534 2200)**

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR	KETERANGAN				
		46-100					
1	Kehadiran	90	1. Keterangan Penilaian				
2	Kedisiplinan	80	Skor Nilai Bobot 86-100 A 4 81-85 A- 3,7 76-80 B+ 3,3 71-75 B 3,0 66-70 B- 2,7 61-65 C+ 2,3 56-60 C 2,0 51-55 C- 1,7 46-50 D 1				
3	Sikap dan Kepribadian	80					
4	Kemampuan Dasar	70					
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	85					
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	70	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif				
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	75	Nilai Rata-rata :				
8	Aktivitas dan Kreativitas	75	$\frac{785}{10 \text{ (sepuluh)}} = 78,5$				
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	80					
10	Hasil Pekerjaan	80	Nilai Akhir : <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"><tr><td style="text-align: center;">79</td><td style="text-align: center;">B+</td></tr><tr><td style="text-align: center;">Angka bulat</td><td style="text-align: center;">huruf</td></tr></table>	79	B+	Angka bulat	huruf
79	B+						
Angka bulat	huruf						
Jumlah		785					

Catatan :
 Mohon legditas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan


 Penilai,
 Cecilia Sandes PW

LAMPIRAN 6

Log Harian

Person In Charge (PIC): Mba Cecilia Gandes PW

No	Hari, Tanggal	Jam Kerja	Kegiatan
1	Senin, 16 Juli 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perkenalan dengan para karyawan desk Sosial Media dan pimpinan redaksi Harian Kompas 2. Pengenalan sosial media yang dimiliki Harian Kompas yaitu Kompas Klasika, Kompas Data, Harian Kompas, dan Kompas Muda dalam berbagai <i>platform</i>
2	Selasa, 17 Juli 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengenalan tarif pada product yang dihasilkan PT. Kompas media nusantara, seperti jenis iklan reguler, klasika dan digital
3	Rabu, 18 Juli 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat PPT laporan bukti penayangan iklan Mall Taman Anggrek dalam <i>platform</i> Twitter dan Instagram Kompas Klasika untuk divisi iklan
4	Kamis, 19 Juli 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat laporan bukti penayangan iklan lebaran Matahari Dept. Store dalam <i>platform</i> Twitter dan Instagram Kompas Klasika
5	Jumat, 20 Juli 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat Live Instagram acara pembukaan Festival Kopi Kompas sesuai arahan mas Putu 2. Mendokumentasikan acara Festival Kopi sebagai arsip Divisi Sosial Media
6	Senin, 23 Juli 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Mencari informasi Influencer pilihan Harian Kompas berupa akun media sosialnya 3. Mengkategorikan Influencer pilihan Kompas sesuai tipe follower
7	Selasa, 24 Juli	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melengkapi Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Rapat internal membahas performa Media

	2018		Sosial Harian Kompas 3. Rapat dengan Divisi Iklan dan menjelaskan performa iklan Mall Taman Anggrek pada <i>platform</i> Twitter dan Instagram Kompas Klasika
8	Rabu, 25 Juli 2018	09.00-20.00	1. .Mempromosikan acara Museum Macan dengan membuat live content Instagram dan Facebook Harian Kompasbeserta para Mentor 2. Melengkapi Form Database Harian Kompas Digital Network
9	Kamis, 26 Juli 2018	10.00-19.00	1. Menyelesaikan Form Database Harian Kompas Digital Network berjumlah 150 Influencer
10	Jumat, 27 Juli 2018	10.00-19.00	1. Membuat PPT laporan bukti penayangan iklan Bank BRI di berbagai media sosial Harian Kompas pada acara Festival Kopi
11	Senin, 30 Juli 2018	10.00-19.00	1. Mengerjakan Tambahan Influencer Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Mengkategorikan Tambahan Influencer pilihan Harian Kompas sesuai tipe follower 3. Monitoring tren Twitter dengan hashtag #2019gantipresiden dan #2019tetapjokowi
12	Selasa, 31Juli 2018	10.00-19.00	1. Mengerjakan Tambahan Influencer Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Mengkategorikan Tambahan Influencer pilihan Harian Kompas sesuai tipe follower 3. Rapat Internal divisi Media Sosial Harian Kompas terkait performa mingguan medsos Harian Kompas 4. Revisi PPT laporan bukti penayangan iklan Bank BRI di berbagai media sosial Harian Kompas pada acara Festival Kopi
13	Rabu, 1 Agustus 2018	10.00-19.00	1. Mengerjakan Tambahan Influencer Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Mengkategorikan Tambahan Influencer pilihan Harian Kompas sesuai tipe follower 3. Mencari referensi contoh konten medsos

			yang mengandung sponsor <i>softselling</i>
14	Kamis, 2 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengerjakan Tambahan Influencer Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Mengkategorikan Tambahan Influencer pilihan Harian Kompas sesuai tipe follower 3. Membuat Laporan Performa Media Sosial Harian Kompas
15	Jumat, 3 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyelesaikan Tambahan Influencer oleh Harian Kompas“Form Database Harian Kompas Digital Network” berjumlah 350 Influencer 2. Mencari referensi contoh konten medsos yang mengandung sponsor dengan cara <i>softselling</i>
16	Senin, 6 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyelesaikan referensi contoh konten medsos yang mengandung sponsor dengan cara <i>softselling</i> dalam bentuk PPT 2. Mencari Influencer baru yang sejalan dengan Kompas berdasarkan referensi sendiri dalam Form Database Harian Kompas Digital Network
17	Selasa, 7 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari Influencer baru yang sejalan dengan Kompas berdasarkan referensi sendiri dalam Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Live content Instagram Kompas Muda program Selebrasi Kompas TV 3. Mencari contoh content medsos interaktif dengan tema wisata sebagai referensi Kompas Travel Fair
18	Rabu, 8 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan daftar influencer Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Membuat laporan bukti tayang iklan sponsor acara FFK Sportscape di <i>platform</i> Medsos Instagram dan Twitter Harian Kompas
19	Kamis, 9 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan daftar influencer Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Mencari contoh konten Medsos interaktif bertemakan Gim Kata Bahasa Indonesia

20	Jumat, 10 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan daftar influencer Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Monitoring tren Twitter dengan hashtag #2019PrabowoSandi 3. Membuat PPT hasil monitoring sesuai arahan mas Bondan
21	Senin, 13 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deadline dan revisi final contoh content medsos interaktif dengan tema wisata 2. Melengkapi Tugas Harian Form Database Harian Kompas Digital Network
22	Selasa, 14 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari contoh konten Medsos inspirasi bersponsor bertipe <i>hardselling</i> 2. Melengkapi Tugas Harian Form Database Harian Kompas Digital Network 3. Rapat Internal divisi Media Sosial bersama divisi Marketing Communication membahas performa Media Sosial dan KTF 4. Presentasi tugas content medsos interaktif dengan tema wisata
23	Rabu, 15 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melengkapi Tugas Harian Form Database Harian Kompas Digital Network 2. Revisi PPT contoh konten Medsos interaktif bertemakan Gim Kata Bahasa Indonesia oleh Mas Putu
24	Kamis, 16 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari akun <i>haters</i> dan <i>lovers</i> Twitter Harian Kompas 2. Melengkapi Tugas Harian Form Database Harian Kompas Digital Network 3. Mencari akun Twitter para <i>Quiz Hunter</i>
25	Senin, 20 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan Influencer dan mengelompokkan sendiri pada bagian Rubrik 2. Belajar tips meningkatkan Brand Equity Instagram untuk akun Bisnis dan Media seperti Kompas oleh Instagram Indonesia
26	Selasa, 21 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rapat Internal Divisi Media Sosial membahas performa Media Sosial Harian Kompas 2. Membuat konten untuk akun Twitter

			<p>@kompasklasika</p> <p>3. Live Instagram @kompasmuda acara Selebrasi Kompas TV</p>
27	Kamis, 23 Agustus 2018	10.00-19.00	1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika
28	Jumat, 24 Agustus 2018	10.00-19.00	1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika
29	Senin, 27 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
30	Selasa, 28 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
31	Rabu, 29 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat PPT laporan bukti tayang beberapa kuis bersponsor di Instagram @kompasklasika, @kompasmuda, @hariankompas 3. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
32	Kamis, 30 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat PPT laporan bukti tayang beberapa kuis bersponsor di Instagram @kompasklasika, @kompasmuda, @hariankompas 3. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas

33	Jumat, 31 Agustus 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
34	Senin, 3 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
35	Selasa, 4 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
36	Rabu, 5 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
37	Kamis, 6September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
38	Jumat, 7 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
39	Senin, 10 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
40	Rabu, 12 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas

41	Kamis, 13 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
42	Jumat, 14 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
43	Senin, 17 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
44	Selasa, 18 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
45	Rabu, 19 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
46	Kamis, 20 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
47	Jumat, 21 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
48	Selasa, 25 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika 2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas

49	Rabu, 26 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none">1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
50	Kamis, 27 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none">1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas
51	Jumat, 28 September 2018	10.00-19.00	<ol style="list-style-type: none">1. Membuat konten untuk akun Twitter @kompasklasika2. Membuat UTM link untuk menganalisis Traffic Postingan di Social Media Harian Kompas