

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN DI PT. GARUDA
INDONESIA (PERSERO) TBK.**

**NUR SANIA
8215152947**



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
2018**

***INTERNSHIP REPORT IN PT. GARUDA INDONESIA
(PERSERO) TBK.***

***NUR SANIA
8215152947***



This Internship Report was written to comply one of the requirements to get a Bachelor of Economics Degree at Faculty of Economics in Universitas Negeri Jakarta

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2018***

ABSTRAK

Nur Sania. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk., Management Building, Garuda City, Soekarno-Hatta International Airport, Tangerang 15111, Indonesia, PO BOX 1004 TNG BUSH, 30 Juli – 28 September 2017. Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Praktik Kerja Lapangan bagi Praktikan bertujuan untuk menambah pengalaman dan wawasan baru yang tidak didapatkan dalam perkuliahan, merasakan bagaimana situasi sebenarnya dalam perusahaan, sekaligus melatih diri untuk persiapan persaingan di dunia kerja nanti. Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Departemen *Marketing* (Unit JKTCMD – *Digital Marketing Communication Unit*) pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Tugas yang diberikan kepada praktikan berkaitan dengan Menganalisis Kompetitor, *Project Monitoring and Assisting: August*, Rapat bersama Klien dan Menghadiri Undangan Acara, Membuat *Social Media Activiy Plan*, *Campaign Live Chat Web Garuda Indonesia*, Perayaan Hari Pelanggan Nasional 2018 dan Garuda Indonesia Travel Fair 2018.

Kata Kunci: Praktik Kerja Lapangan (PKL), *competitor analysis*, *project monitoring*, *social media activity*, *Digital Marketing Communication*

ABSTRACT

Nur Sania. Internship report in PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk., Management Building, Garuda City, Soekarno-Hatta International Airport, Tangerang 15111, Indonesia, PO BOX 1004 TNG BUSH, July 30th – September 28th, 2018. Bachelor Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.

The internship program for Praktikan aims to gain new experiences and insights that are not found in lectures, feel the real situation in the company, while training themselves to prepare for competition in the world of work later. Praktikan implements internship program in the Marketing Department (JKTCMD Unit - Digital Marketing Communication Unit) at PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. The tasks given to the Praktikan are related to Analyzing Competitors, Project Monitoring and Assisting: August, Meeting with Clients and Attending Event Invitations, Creating Social Media Actions Plan, Garuda Indonesia Web Chat Live Campaign, National Customer Day Celebration 2018 and Garuda Indonesia Travel Fair 2018.

Keywords: Internship, competitor analysis, project monitoring, social media activity, Digital Marketing Communication

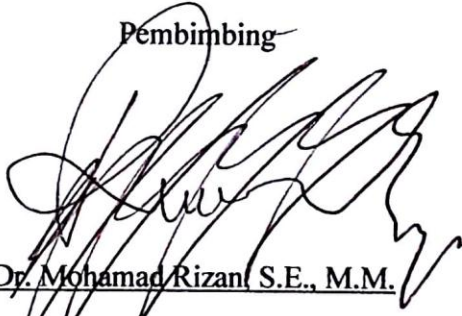
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Laporan Praktik Kerja Lapangan

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan di PT. Garuda Indonesia
(Persero) Tbk.
Nama Praktikan : Nur Sania
Nomor Registrasi : 8215152947
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.M.

NIP. 198509242014041002

Seminar pada Tanggal:.....19 Desember 2018.....




LEMBAR PENGESAHAN

**Koordinator Program Studi SI Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**



Andrian Haro, S.Si, M.M.

NIP. 198509242014041002

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Andrian Haro, S.Si, M.M.</u>		<u>16 Januari 2019</u>
NIP. 198509242014041002		
Penguji Ahli		
<u>Shandy Aditya, BIB, M.PBS</u>		<u>19 Desember 2018</u>
DPK		
Dosen Pembimbing		
<u>Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.</u>		<u>18 Januari 2019</u>
NIP. 197206272006041001		

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga serta sahabatnya, dan kepada pengikutnya hingga akhir zaman. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Laporan ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan laporan ini, Praktikan menyadari sepenuhnya bahwa selesainya laporan PKL ini tidak lepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu, pada kesempatan kali ini Praktikan ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua Praktikan yang selalu mendoakan dan memberi dukungan baik secara moril maupun materil.
2. Dr. Mohamad Rizan, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing Praktikan yang telah memberikan banyak arahan dan masukan kepada Praktikan selama penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan.
3. Prof. Dr. Dedi Purwana E. S., M.Bus. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Andrian Haro S.Si., M.M. selaku Koordinator Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Ibu Amalla Vesta Widaranti selaku Senior Manager Digital Marketing PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dan juga sebagai pembimbing Praktikan selama

melaksanakan PKL di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

6. Bapak Pajar Aripin yang telah membantu proses administrasi selama masa pengajuan permohonan PKL Praktikan.
7. Ibu Euis selaku Staf Departemen *Human Capital* yang telah menempatkan Praktikan di Unit yang sesuai dengan konsentrasi Praktikan di universitas.
8. Mba Amanda, Mba Noni, dan Mba Maya selaku staf Unit *Digital Marketing Communication* yang telah memberikan banyak pelajaran serta melibatkan Praktikan dalam setiap kegiatan.
9. Segenap pegawai JKTCM yang senantiasa memberikan semangat dan menerima Praktikan sebagai bagian dari Departemen *Marketing* (JKTCM).
10. Semua sahabat dan rekan-rekan yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan.

Praktikan menyadari bahwa dalam penulisan laporan ini masih terdapat banyak kekurangan, oleh karena itu kritik serta saran yang membangun sangat Praktikan harapkan. Semoga laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 29 November 2018

Praktikan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	3
C. Kegunaan PKL.....	4
D. Tempat PKL.....	6
E. Jadwal Waktu Pelaksanaan PKL.....	7
BAB II TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN	11
A. Sejarah Umum Perusahaan	11
B. Struktur Organisasi Perusahaan	19
C. Kegiatan Umum Perusahaan.....	23
BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	34
A. Bidang Pekerjaan	34
B. Pelaksanaan Kerja	35
C. Kendala Yang Dihadapi	50
D. Cara Mengatasi Kendala	53
BAB IV PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN - LAMPIRAN	63

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
II.1	Logo PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.	18
II.2	Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.	20
II.3	Struktur Unit JKTCMD (<i>Digital Marketing Communication</i>)	21
III.1	PowerPoint Analisis Kompetitor	37
III.2	<i>Key Visual</i> Banner Promo Asian Games di Tiongkok	38
III.3	<i>Key Visual</i> Ucapan HUT RI 73	41
III.4	Pengumuman Pemenang #SemangAtRI73	41
III.5	Pelepasan Tim Dokter IDI untuk Bantuan Medis Bencana	43
III.6	<i>Social Media Activity Plan</i>	47
III.7	Rencana <i>Live Chat Amplification</i>	47
III.8	<i>Key Visual</i> Hari Pelanggan Nasional 2018.	49

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
II.1	Tabel SINCERITY sebagai Budaya Perusahaan	17

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Daftar Tugas Harian PKL	64
Lampiran 2	Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL)	73
Lampiran 3	Surat Persetujuan Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)	74
Lampiran 4	Lembar Penilaian PKL	75
Lampiran 5	Sertifikat Penyelesaian Magang	76
Lampiran 6	Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)	77
Lampiran 7	Struktur Organisasi Perusahaan	80
Lampiran 8	<i>Working Dashboard JKTCMD</i>	81
Lampiran 9	Daftar <i>Key Opinion Leader</i> untuk <i>Eco Basic</i>	82
Lampiran 10	Hari Pelanggan Nasional	83
Lampiran 11	Rapat bersama Klien	84
Lampiran 12	Menghadiri Undangan Acara	85
Lampiran 13	Garuda Indonesia Travel Fair 2018	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Persaingan dalam dunia kerja yang kian meningkat membuat setiap perguruan tinggi dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan pendidikan yang agar secara dinamis selalu mengalami kemajuan. Semakin berkembangnya industri di dunia dan konsep pemasaran yang selalu penuh ide inovatif menambah ketatnya persaingan dalam dunia kerja tersebut, akibatnya perguruan tinggi berlomba-lomba meningkatkan kualitas mutu pendidikannya agar didikannya mampu bersaing dalam dunia kerja.

Sebagai upaya mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya, Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta telah mempersiapkan didikannya untuk mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL). Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah kegiatan pengamatan terhadap suatu kegiatan kerja yang sesungguhnya, di mana mahasiswa sebagai Praktikan dituntut aktif dalam berpartisipasi pada berbagai kegiatan perusahaan dengan mengaplikasikan teori-teori yang didapat selama masa perkuliahan. Sehingga kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini diharapkan dapat memberi bekal yang cukup bagi Praktikan dengan tujuan untuk menjadi individu yang memiliki penguasaan keahlian operasional dan profesionalisme kerja yang baik.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu mata kuliah yang ada dalam kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (FE UNJ)

yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif kepada mahasiswa secara nyata mengenai dunia kerja serta memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Setiap mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, khususnya Program Studi S1 Manajemen, diwajibkan untuk mengikuti program ini, karena PKL merupakan salah satu prasyarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi yang pelaksanaannya dilakukan selama minimal 40 hari kerja.

Dalam Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, Praktikan berkesempatan untuk mengamati secara langsung sekaligus mengembangkan keahlian kerja pada Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berbentuk penyedia jasa transportasi udara. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dimaksud adalah PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. yang merupakan maskapai nasional Indonesia dan telah bersaing dengan maskapai-maskapai internasional.

Sejalan dengan peningkatan teknologi dan pertumbuhan aktivitas perekonomian di dunia, transportasi menjadi hal yang penting untuk menunjang keberlangsungan itu semua. Transportasi udara adalah salah satu jenis transportasi yang berperan penting dalam hal menyokong kegiatan masyarakat di dunia. Kebutuhan akan hal ini menjadi salah satu penyebab berkembangnya industri maskapai penerbangan di dunia. Maskapai penerbangan adalah organisasi yang menyediakan jasa penerbangan bagi penumpang atau barang. Penyediaan jasa ini dilakukan dengan menyewa atau

memiliki pesawat terbang dan membentuk kerja sama dengan maskapai lainnya untuk mencapai keuntungan bersama.

Praktikan memilih melaksanakan PKL di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. karena Praktikan tertarik dengan pengetahuan mengenai industri maskapai penerbangan serta bagaimana cara dan sistem pemasaran di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Terlebih lagi dikarenakan tidak adanya mata kuliah mengenai Manajemen Maskapai Penerbangan di Program Studi S1 Manajemen, sedangkan Praktikan sangat tertarik pada industri tersebut dan memanfaatkan kesempatan PKL ini sebagai cara untuk mendapatkan ilmu sebanyak mungkin mengenai kegiatan pemasaran di industri maskapai penerbangan.

Dalam hal ini kemudian praktikan mengajukan permohonan Praktik Kerja Lapangan pada PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dan praktikan ditempatkan di Departemen yang relevan dengan konsentrasi Praktikan di Program Studi S1 Manajemen, yakni Departemen *Marketing* pada unit *Digital Marketing Communication*.

B. Maksud dan Tujuan PKL

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

1. Maksud Praktik Kerja Lapangan

- a. Merupakan salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

- b. Kesempatan untuk memperoleh pengalaman bekerja dan pengetahuan baru dalam mengembangkan diri Praktikan, khususnya dalam bidang *Marketing* di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
- c. Bersosialisasi dan mampu beradaptasi dengan dunia kerja.
- d. Memberikan kontribusi terhadap instansi di tempat Praktikan menjalankan praktik kerja lapangan, yaitu PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

2. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

- a. Memperoleh pengetahuan secara langsung mengenai proses pemasaran dalam perusahaan maskapai penerbangan.
- b. Memperoleh pengalaman kerja dan merasakan secara langsung segala aktivitas dalam perusahaan.
- c. Meningkatkan keterampilan, kemampuan dan wawasan mahasiswa dalam bidang kerja selama Praktik Kerja Lapangan.
- d. Menemukan kesesuaian ilmu bidang manajemen pemasaran yang telah didapatkan di perkuliahan dengan penerapannya di dunia kerja, khususnya di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

C. Kegunaan PKL

Adapun kegunaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) antara lain:

1. Bagi praktikan

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

- b. Melatih kemampuan dan keterampilan praktikan sesuai pengetahuan yang diperoleh dalam perkuliahan di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- c. Mengasah pola pikir, kreativitas, dan keberanian yang sangat diperlukan pada dunia kerja.
- d. Mengenal kondisi nyata dunia kerja saat berada pada tim unit kerja, baik di instansi pemerintahan maupun swasta.
- e. Menjalini relasi dan bersosialisasi dengan karyawan di tempat praktikan melaksanakan PKL, sehingga di masa yang akan datang diharapkan dapat terjalin kerjasama positif antara karyawan setempat dengan praktikan.

2. **Bagi Universitas Negeri Jakarta**

- a. Mengembangkan dan meningkatkan hubungan baik antara perguruan tinggi dengan perusahaan.
- b. Sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi sampai sejauh mana kurikulum yang dibuat sesuai dengan kebutuhan tenaga kerja yang terampil di bidangnya.
- c. Untuk mengetahui kemampuan mahasiswa didikan dalam mengaplikasikan ilmu yang didapat dari kegiatan perkuliahan.

3. **Bagi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.**

- a. Menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat antara pihak fakultas dengan perusahaan;

- b. Sebagai sarana untuk mengetahui kualitas pendidikan yang ada di Program Studi S1 Manajemen Universitas Negeri Jakarta dan untuk mengetahui kriteria tenaga kerja yang dibutuhkan oleh perusahaan.
- c. Realisasi dan adanya misi sebagai fungsi dan tanggung jawab sosial serta kelembagaan.

D. Tempat PKL

1. Tempat Praktik Kerja lapangan

Praktikan memperoleh kesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada:

Nama Perusahaan : PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
Tempat : Garuda Indonesia Management Building
Garuda City Center (GCC)
Soekarno-Hatta International Airport
PO Box 1004 BUSH 19120
Cengkareng – Indonesia
Nomor Telepon : 021-25601001 (*Head Office*)

2. Alasan Pemilihan PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Alasan Praktikan memilih PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. sebagai tempat praktik kerja lapangan karena PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang transportasi udara yang sudah berpengalaman dan diakui kredibilitasnya secara nasional maupun

internasional. Praktikan tertarik dengan bidang yang dijalani oleh perusahaan ini dan ingin mengetahui bagaimana cara kerja dari PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dalam memberikan pelayanan terbaiknya dan khususnya cara kerja pada unit *Digital Marketing Communication*. Praktikan juga banyak belajar dari unit *Digital Marketing Communication* di mana praktikan ditempatkan selama PKL.

E. Jadwal Waktu PKL

Jadwal waktu praktikan melaksanakan PKL di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. adalah 2 bulan (40 hari kerja) terhitung dari 30 Juli 2018 sampai dengan 28 September 2018, dan dimulai pukul 07.30 sampai dengan pukul 16.30 dari hari Senin sampai dengan Jumat.

Dalam prosesnya, Praktikan melakukan beberapa persiapan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dan dibagi menjadi tiga tahap yaitu:

1. Tahap persiapan PKL

Sebelum melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL), Praktikan menyiapkan surat permohonan PKL dibantu oleh BAAK yang ditujukan ke PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Praktikan mendapatkan informasi pelaksanaan PKL di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dari kakak kandung Praktikan, bahwa terdapat peluang untuk mengajukan lamaran PKL walau membutuhkan waktu cukup lama dan usaha cukup besar untuk mewujudkannya. Hal ini dikarenakan perekrutan PKL di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. tidak bersifat terbuka, sehingga segala informasi

harus dicari sendiri dimulai dengan menanyakan prosedur pengajuan ke kantor utama (*Head Office*) melalui telepon di nomor 021-25601001.

Pada 04 Juli 2018 praktikan meminta surat keterangan mengikuti PKL di bagian administrasi Fakultas Ekonomi gedung R, lalu praktikan meminta persetujuan kepada koordinator prodi S1 Manajemen, Bapak Andrian Haro, S. Si, MM. dan setelah disetujui dan ditandatangani, praktikan menyerahkan surat tersebut ke BAAK pada 06 Juli 2018 untuk dibuatkan surat permohonan PKL di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Pada tanggal 10 Juli 2018, praktikan mengambil surat permohonan yang telah siap dan langsung mengirimkan hasil *scan* surat melalui *e-mail* kepada Bapak Harry Herlambang selaku Senior Manager General Support untuk mengajukan permohonan izin PKL.

Pada tanggal 10 Juli 2018, *e-mail* praktikan diteruskan kepada Bapak Arkani, S.E., M.M. selaku SM Training Media Facility untuk dapat dipertimbangkan kelayakan Praktikan untuk melaksanakan PKL di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Pada tanggal 16 Juli 2018, Praktikan dihubungi oleh Bapak Pajar Aripin, menyatakan bahwa praktikan dinyatakan layak untuk melanjutkan proses perekrutan PKL di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. dan mengarahkan untuk langsung datang ke Garuda Indonesia Training Center, Duri Kosambi, Jakarta Barat dalam hal menyelesaikan proses *interview*, persiapan administrasi dan penempatan posisi.

Pada tanggal 17 Juli 2018, sesuai arahan yang diberikan, praktikan menuju GITC Duri Kosambi dan bertemu dengan Bapak Pajar Aripin. Praktikan menandatangani surat pernyataan, mengisi biodata, diberikan absensi dan tata tertib PKL. Bapak Pajar Aripin menyiapkan surat pengantar untuk kemudian ditujukan kepada Ibu Euis, salah satu *staff* dari Departemen *Human Capital Management* untuk proses penempatan posisi PKL.

Praktikan langsung menuju Garuda City Center, terletak di Garuda Indonesia Management Building, Cengkareng. Praktikan langsung menyampaikan surat pengantar kepada Ibu Euis, dan dimohon untuk menunggu kabar penempatan hingga mendapat kabar langsung dari Departemen *Marketing*.

Praktikan senantiasa mem-*follow up* proses penempatan kepada Ibu Euis, hingga pada hari Kamis, tanggal 26 Juli 2018 praktikan dinyatakan dapat memulai PKL pada hari Senin, 30 Juli 2018 di Departemen *Marketing* pada unit *Digital Marketing Communication*.

2. Tahap Pelaksanaan PKL

Setelah mendapat panggilan untuk datang pada tanggal 30 Juli 2018, praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk., Garuda Management Building, Garuda City Center, Cengkareng. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan dimulai pada tanggal 30 Juli 2018 dan berakhir pada tanggal 28 September 2018 dan dilaksanakan dari hari Senin sampai dengan Jumat.

Dengan ketentuan jam operasional:

Hari kerja : Senin s.d. Jumat

Jam kerja : 07.30 – 16.30 WIB.

Jam istirahat : 12.00 – 13.00 WIB

3. Tahap Pelaporan

Pada saat kegiatan PKL selesai, Praktikan diwajibkan untuk membuat laporan tentang kegiatan yang praktikan laksanakan selama PKL untuk dipertanggungjawabkan ke Universitas. Pembuatan laporan PKL merupakan syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa tingkat akhir seperti yang sedang Praktikan tempuh saat ini, yaitu pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Praktikan membuat laporan PKL sesuai dengan buku pedoman PKL dan petunjuk dari dosen pembimbing. Penulisan dimulai dengan mencari data-data yang dibutuhkan untuk menyusun laporan PKL, di mana data-data tersebut diolah dan diserahkan sebagai tugas akhir laporan PKL.

BAB II

TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Umum Perusahaan

PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. didirikan berdasarkan akta No. 137 tanggal 31 Maret 1950 dari notaris Raden Kadiman. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam surat keputusannya No. J.A.5/12/10 tanggal 31 Maret 1950 serta diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia Serikat No. 30 tanggal 12 Mei 1950, tambahan No. 136. Berdasarkan Akta No. 8 tanggal 4 Maret 1975 dari Notaris Soeleman Ardjasmita, S.H., PT Garuda Indonesia Tbk berubah menjadi Persero dari Perusahaan yang awalnya merupakan Perusahaan Negara. Hal tersebut merupakan realisasi Peraturan Pemerintah No. 67 tahun 1971. Perubahan ini telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 68 tanggal 26 Agustus 1975, tambahan No. 434.

Anggaran Dasar tersebut beberapa kali mengalami perubahan dan kemudian diubah seluruhnya berdasarkan Akta No. 3 tanggal 15 Mei 2015 dari Aulia Taufani, S.H., notaris di Kabupaten Tangerang, mengenai perubahan Pasal 5 ayat 2a dan Pasal 15 ayat 2.b.4 sehubungan dengan hak-hak istimewa Saham Seri A Dwiwarna dan kewajiban Dewan Komisaris. Kementerian Hukum dan Asasi Manusia Republik Indonesia menerima perubahan tersebut melalui Surat Penerimaan Pemberitahuan Perubahan Anggaran Dasar No. AHU-10385.40.21.2014 tanggal 30 Desember 2014. Pada tahun 1956, untuk pertama kalinya maskapai tanah air membawa

penumpang jamaah Haji ke Mekkah sebagai manifestasi dari perkembangan Perseroan dan memasuki kawasan Eropa pada tahun 1965 dengan tujuan akhir di Amsterdam. Dua dekade berikutnya menandai titik penting dalam sejarah Perseroan di mana terjadi revitalisasi dan restrukturisasi terhadap seluruh struktur Perseroan dan kegiatan operasional guna memasuki era persaingan terbuka industri penerbangan baik di kalangan nasional maupun internasional.

Revitalisasi yang dilakukan Perseroan antara lain diwujudkan melalui pembangunan kapasitas sumber daya manusia yang baik dan berkelanjutan. Melalui pendirian sebuah pusat pelatihan karyawan, yaitu Garuda Indonesia Training Center (GITC) yang berlokasi di Jakarta Barat, Perseroan berhasil melahirkan karyawan yang unggul dan kompeten guna memasuki era persaingan terbuka industri penerbangan secara nasional maupun internasional. Revitalisasi juga dilakukan terhadap struktur dan kegiatan operasional sebagai manifestasi dari kegigihan Perseroan. Demi mendukung perkembangan yang berkesinambungan, Garuda Indonesia juga mendirikan Pusat Perawatan Pesawat, Garuda Maintenance Facility Aero Asia (GMFAA) di Bandara Internasional Soekarno-Hatta pada rentang waktu yang sama.

Pertumbuhan bisnis Perseroan meningkat secara signifikan di era 90-an dan awal milenium, di mana masa tersebut merupakan momentum kolektif yang digunakan dengan baik oleh Garuda Indonesia dalam menyusun strategi jangka panjang sebagai tolok ukur prestasi Perseroan beberapa tahun ke depannya. Manajemen baru tersebut membawa Perseroan mengkritisi faktor

internal secara konsisten melalui pembaharuan, standardisasi evaluasi, langkah strategis serta peningkatan efisiensi.

Pada tahun 2008, Garuda Indonesia menorehkan sejarah baru di industri penerbangan dengan berhasil menjadi satu-satunya maskapai Indonesia yang memperoleh sertifikasi IATA Operational Safety Audit (IOSA) Operator. Prestasi yang diraih merupakan refleksi dari Perseroan dalam bersungguh-sungguh menerapkan Nilai-Nilai Perusahaan yang telah menjadi landasan penyusunan pola strategi terhadap penyempurnaan diri.

Pada tanggal 11 Februari 2011, kredibilitas Garuda Indonesia berhasil membawa Perseroan menuju ke langkah baru dengan menjadi perusahaan publik setelah melakukan penawaran umum perdana (Initial Public Offering) atas 6.335.738.000 saham Garuda Indonesia kepada masyarakat. Saham tersebut telah dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia pada 11 Februari 2011 dengan kode GIAA.

Beragam apresiasi nasional dan internasional berhasil diraih oleh Garuda Indonesia melalui performa yang menunjukkan kegigihan, kedisiplinan, serta integritas tinggi semua pihak yang telah memberikan kontribusi nyata.

Tahun 2013 merupakan momen bersejarah bagi kemajuan Perseroan; Garuda Indonesia memperoleh penghargaan “The World’s Best Economy Class” dan “Best Economy Class Airline Seat”, serta berada pada peringkat ke-7 dalam jajaran “The World’s Top 10 Airlines” dan “Airline Terbaik di Kawasan Asia dan Australasia” (“Best in Region: Asia and Australasia”) pada

“Passenger Choice Award 2013”. Selain itu, pada tahun 2014 Garuda Indonesia adalah salah satu dari tujuh maskapai bintang lima di dunia. Selanjutnya, penghargaan “The World’s Best Cabin Crew” juga diperoleh Garuda Indonesia selama empat tahun berturut-turut hingga tahun 2017.

Untuk menopang kemantapan langkah di atmosfer penerbangan internasional, Garuda Indonesia bergabung bersama aliansi penerbangan sebagai bagian dari program eskalasi jaringan internasional. Bersama aliansi SkyTeam, Garuda Indonesia melakukan ekspansi terhadap kuantitas wilayah baik di dalam dan luar negeri. Pengembangan jaringan tersebut memberikan kemudahan kepada para pengguna jasa Garuda Indonesia untuk terhubung ke 1.074 destinasi di 177 negara dengan total penerbangan lebih dari 17.000 penerbangan per hari yang dilayani oleh seluruh maskapai penerbangan anggota SkyTeam. Selain itu, SkyTeam menyediakan 672 lounge terbaik di seluruh dunia yang dapat diakses bagi para pengguna jasa. Dengan melakukan perjanjian codeshare dengan 27 maskapai internasional di Asia Timur, Asia Tenggara, Timur Tengah, Eropa dan bahkan Amerika, Garuda Indonesia memperkuat eksistensi dengan daya saingnya.

Terdapat 7 (tujuh) entitas anak yang dimiliki oleh Garuda Indonesia hingga tahun 2017. Fokus dari ketujuh entitas anak merupakan produk/jasa pendukung bisnis perusahaan induk yang mana tanggung jawab tersebut dioperasikan oleh PT Aero Wisata, PT Sabre Travel Network Indonesia, PT Garuda Maintenance Facility Aero Asia Tbk, PT Aero Systems Indonesia, PT Citilink Indonesia, PT Gapura Angkasa, dan Garuda Indonesia (GIH) France.

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, Garuda Indonesia didukung oleh SDM unggul sebanyak 7.645 orang karyawan, termasuk 130 orang siswa yang tersebar di kantor pusat dan kantor cabang.

Sebagai maskapai milik pemerintah, Garuda Indonesia terus berevolusi dari sebuah maskapai nasional pertama menjadi salah satu maskapai kelas dunia kebanggaan Indonesia yang melayani berbagai destinasi. Keuntungan ekspansi destinasi yang diperoleh dari transformasi ini bukan hanya akses yang lebih besar, tetapi juga frekuensi penerbangan dan konektivitas rute secara global.

1. Visi Misi Perusahaan

Visi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. adalah menjadi Kelompok Penerbangan Berbasis Nilai, Membawa Keramahan Indonesia ke Dunia (US \$ 3,5 Miliar).

Sedangkan Misi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. adalah sebagai berikut:

1. Pemegang Saham: Maksimalkan nilai grup untuk pengembalian pemegang saham yang lebih baik di antara maskapai regional,
2. Pelanggan: dengan memberikan keramahan Indonesia yang sangat baik dan pengalaman terbaik dunia kepada pelanggan,
3. Proses: saat menerapkan kepemimpinan & sinergi biaya dalam grup,
4. Karyawan: dan dengan melibatkan karyawan yang bersemangat & bangga di salah satu perusahaan yang paling dikagumi untuk bekerja di Indonesia.

2. Budaya Perusahaan

Visi, Misi, serta strategi perusahaan yang baru perlu mendapatkan dorongan dari nilai-nilai yang mampu mengakselerasi pencapaian target perusahaan. Strategi perseroan saat ini yaitu Sky Beyond 3.5 perlu mendapatkan landasan kuat berupa nilai-nilai yang harus dimiliki oleh setiap insan Garuda Indonesia. Fokus corporate culture management tahun 2017 adalah melakukan tahapan sosialisasi dan internalisasi budaya perusahaan baru yaitu “SINCERITY” agar menjadi landasan berperilaku setiap pegawai Garuda Indonesia dalam melakukan aktivitas kerja. Setelah melakukan proses *redefine new values* pada tahun 2016, budaya perusahaan SINCERITY secara resmi diluncurkan pada tanggal 20 Januari 2017. Selain sosialisasi dan internalisasi, program corporate culture management saat ini juga berfokus pada penyesuaian program-program budaya perusahaan agar selaras dengan strategi Sky Beyond 3.5.

Setelah melalui proses diskusi selama 3 tahap, akhirnya disepakati bahwa “SINCERITY” menjadi budaya perusahaan yang baru menggantikan “FLY-HI”. SINCERITY ini merupakan kependekan dari Synergy (Kami berkomitmen menyokong pertumbuhan perseroan dengan keterkaitan antar entitas perseroan dan dengan mitra potensial), Integrity (Kami menjunjung tinggi etika bisnis, akuntabilitas, dan tanggung jawab sosial dalam menciptakan budaya terpercaya.), *Customer Focus* (Kami terus mendorong terciptanya pengalaman *customer* yang lebih baik untuk menghasilkan kesuksesan usaha berjangka panjang), Agility (Kami membangun perilaku

strategis melalui kemampuan beradaptasi dan tindakan kreatif untuk memperkuat daya tahan perseroan), Safety (Kami menyediakan produk dan layanan berkualitas dengan mengutamakan keamanan dan keselamatan). Kelima nilai tersebut yang akan menjadi pedoman dari insan Garuda Indonesia dalam bekerja, bersikap, dan berperilaku dalam aktivitas kerja sehari-hari untuk mendukung tercapainya target perseroan.

Tabel II.1: Tabel SINCERITY sebagai Budaya Perusahaan

Nilai	Perilaku Utama	Definisi
SYNERGY	Collaborate	Berkolaborasi untuk menghasilkan nilai
	Empower Diversity	Bekerja sama menyatukan kekuatan keberagaman yang berlandaskan saling keberagaman yang berlandaskan saling menghormati dan saling percaya
INTEGRITY	Honesty	Berpikir, berkata dan bertindak dengan dasar kejujuran, etika dan profesionalisme kerja
	Commitment	Bertanggung jawab menjaga reputasi baik perusahaan di mata semua pemangku kepentingan

CUSTOMER FOCUS	Care and Polite	Peduli untuk melayani lebih dari harapan <i>customer</i> dengan interaksi personal yang saling menghormati
	Fast and Easy	Memberikan layanan yang menghadirkan kenyamanan
AGILITY	Adaptive and Creative	Melihat dan menangkap peluang untuk menghasilkan ide-ide yang memberikan kontribusi positif
	Persistent	Ulet dan tidak mudah menyerah
SAFETY	Compliance	Memastikan setiap produk, proses dan layanan memiliki kepatuhan atas standar keamanan dan keselamatan
	Risk Management	Melakukan analisis dan mitigasi risiko dalam setiap pengambilan keputusan

Sumber: Database PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

3. Logo Perusahaan



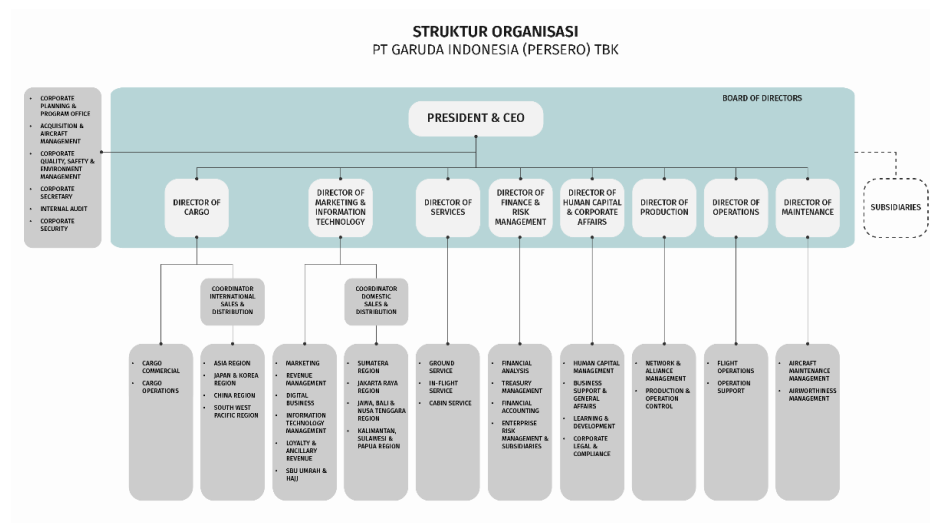
Gambar II.1: Logo PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
Sumber: www.garuda-indonesia.com

Logo yang digunakan merupakan logo yang dinamakan *Modern Bird Symbol*, digunakan sejak tahun 1985 hingga saat ini. Penambahan logo SkyTeam dilakukan setelah Garuda Indonesia bergabung dengan aliansi SkyTeam pada tahun 2014.

B. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur Organisasi adalah suatu susunan dan hubungan antara tiap bagian serta posisi yang ada pada suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional untuk mencapai tujuan yang diharapkan dan diinginkan. Struktur organisasi menggambarkan dengan jelas pemisahan kegiatan pekerjaan antara yang satu dengan yang lain dan bagaimana hubungan aktivitas dan fungsi dibatasi.

Berikut adalah struktur organisasi induk Garuda Indonesia per 31 Desember 2017 berdasarkan dengan Surat Keputusan No. JKTDZ/SKEP/50034/17 tentang Perubahan Organisasi Induk PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk tanggal 23 Agustus 2017.



Gambar II.2: Struktur Organisasi PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
Sumber: *Database perusahaan.*

Pada awal Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL), berikut adalah struktur jajaran Dewan Direksi sebelum Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) yang dilaksanakan pada 12 September 2018:

Jajaran Dewan Direksi (*Board of Directors*):

Direktur Utama: Pahala N. Mansury

Direktur Niaga Domestik: Nina Sulistyowati

Direktur Niaga Internasional & Kargo: Sigit Muhartono

Direktur Keuangan & Manajemen Resiko: Helmy Satriyono

Direktur SDM & Umum: Linggarsari Suharso

Direktur Operasi: Capt. Triyanto Moeharsono

Direktur Teknik: I Wayan Susena

Direktur Layanan: Nicodemus Panarung Lampe

Berikut adalah struktur jajaran Dewan Direksi setelah Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) pada 12 September 2018 dilaksanakan:

Jajaran Dewan Direksi (*Board of Directors*):

Direktur Utama: I Gusti Ngurah Askhara Danadiputra

Direktur Niaga: Pikri Ilham Kurniansyah

Direktur Kargo dan Pengembangan Usaha: Mohammad Iqbal

Direktur Operasi: Bambang Adisurya Angkasa

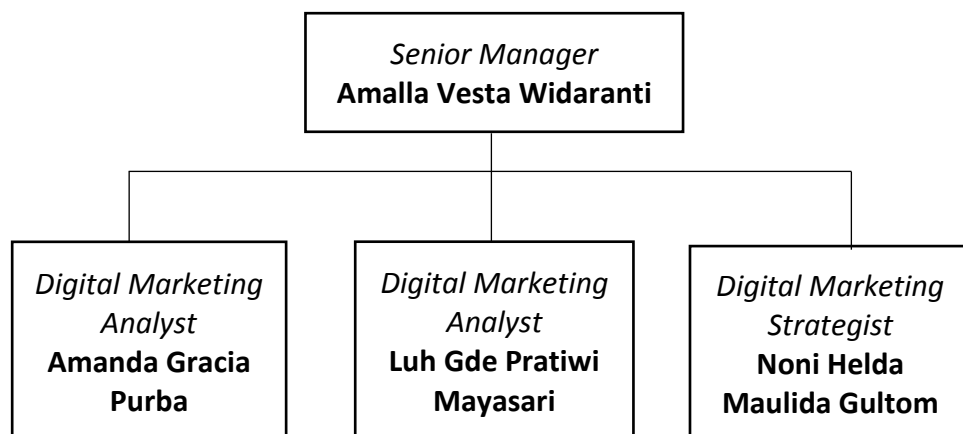
Direktur Keuangan & Manajemen Risiko: Fuad Rizal

Direktur Human Capital: Heri Akhyar

Direktur Teknik: I Wayan Susena

Direktur Layanan: Nicodemus Panarung Lampe

Adapun stuktur unit *Digital Marketing Communication* hingga tanggal 28 September 2018 yakni tanggal Praktikan menyelesaikan masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah sebagai berikut:



Gambar II.3: Struktur Unit JKTCMD (*Digital Marketing Communication*)

Sumber: Data diolah oleh Penulis.

I. Senior Manager

- a. Berkoordinasi langsung dengan *Vice President Marketing Department* terkait rencana pemasaran Garuda Indonesia secara *digital*.
- b. Berkoordinasi dengan Staf *Digital Marketing Communication Unit* terkait perencanaan strategis pemasaran *digital*.
- c. Berwenang melakukan *approval* kepada Staf *Digital Marketing Communication Unit* pada setiap kegiatan unit.
- d. Berkoordinasi dengan *Digital Agency* dalam *approval* materi publikasi *digital*.
- e. Berkoordinasi dengan pihak eksternal terkait kerjasama dengan Garuda Indonesia dalam lingkup pemasaran.
- f. Melakukan perencanaan strategis kegiatan unit tiap semester.
- g. Mengawasi dan mengevaluasi kegiatan unit tiap bulannya.
- h. Analisis perkembangan media sosial Garuda Indonesia.

II. Digital Marketing Analyst

- a. Berkoordinasi dengan *Senior Manager*.
- b. Bekerja sama dengan *Digital Marketing Strategist* terkait perencanaan anggaran kegiatan unit tiap semester.
- c. Membuat rencana aktivitas media sosial tiap semester.
- d. Melakukan kerjasama strategis dengan pihak eksternal untuk mendukung *project* yang sifatnya *digital*.
- e. Berkoordinasi dengan *Digital Agency* untuk membuat materi publikasi *digital*.

- f. Analisis perkembangan media sosial Garuda Indonesia.

III. *Digital Marketing Strategist*

- a. Berkoordinasi dengan *Senior Manager*.
- b. Bekerja sama dengan *Digital Marketing Analyst* terkait perencanaan anggaran kegiatan unit tiap semester.
- c. Membuat rencana aktivitas media sosial tiap semester.
- d. Berkoordinasi dengan *Digital Agency* untuk membuat materi publikasi *digital*.
- e. Melakukan kerjasama strategis dengan pihak eksternal untuk mendukung *project* yang sifatnya *digital*.
- f. Mengatur dan mengawasi pengeluaran finansial unit dalam setiap kegiatan.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

Merujuk pada pasal 3 Anggaran Dasar Perseroan sebagaimana termuat dalam Akta tanggal 28 April 2014 No. 4, ruang lingkup kegiatan usaha Perseroan mencakup kegiatan usaha utama sesuai ketentuan dan peraturan perundang-undangan yang berlaku seperti dijabarkan berikut ini:

KEGIATAN USAHA UTAMA

1. Angkutan udara niaga berjadwal untuk penumpang, barang dan pos dalam negeri dan luar negeri;
2. Jasa angkutan udara niaga tidak berjadwal untuk penumpang, barang dan pos dalam negeri dan luar negeri;
3. Reparasi dan pemeliharaan pesawat udara, baik untuk keperluan sendiri maupun untuk pihak ketiga;
4. Jasa penunjang operasional angkutan udara niaga, meliputi catering dan *ground handling* baik untuk keperluan sendiri maupun untuk pihak ketiga;
5. Jasa layanan sistem informasi yang berkaitan dengan industri penerbangan, baik untuk keperluan sendiri maupun untuk pihak ketiga;
6. Jasa layanan konsultasi yang berkaitan dengan industri penerbangan;
7. Jasa layanan pendidikan dan pelatihan yang berkaitan dengan industri penerbangan, baik untuk keperluan sendiri maupun untuk pihak ketiga;
8. Jasa layanan kesehatan personil penerbangan, baik untuk keperluan sendiri maupun untuk pihak ketiga.

Selain itu, sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan, maka dalam rangka optimalisasi pemanfaatan sumber daya yang dimiliki, Perseroan dapat melakukan kegiatan usaha penunjang yakni pergudangan, perkantoran, fasilitas pariwisata, serta penyewaan dan pengusahaan sarana dan prasarana yang terkait industri penerbangan.

Saat ini, Perseroan telah menjalankan seluruh ruang lingkup kegiatannya kecuali jasa layanan konsultasi yang berkaitan dengan industri penerbangan.

1. Product

Untuk menyajikan produk dan jasa berstandar internasional, Perseroan berkomitmen untuk menghadirkan Garuda Indonesia Experience yang meliputi pelayanan *preflight*, *in-flight* dan *post-flight* melalui 5 (lima) panca indera, yaitu:

1. Sight

Pengalaman *visual* yang memanjakan mata penumpang.

2. Sound

Menghadirkan Garuda Indonesia *Experience* melalui perangkat mutakhir *Audio & Video on Demand (AVOD)*.

3. Scent

Membawa aroma yang menyegarkan sekaligus menenangkan di kantor penjualan dan *lounge*.

4. Taste

Menyuguhkan cita rasa makanan dan minuman khas nusantara.

5. Touch

Menghadirkan konsep *touch* yang tercermin dalam layanan tulus dan bersahabat.

2. *Price*

Salah satu hal penting yang harus menjadi pertimbangan dalam sebuah maskapai penerbangan adalah penetapan harga. Penetapan harga dapat mempengaruhi pendapatan total dan biaya dari perusahaan. Garuda Indonesia merupakan satu-satunya maskapai Indonesia yang telah dinobatkan sebagai *5-STAR AIRLINE* oleh Skytrax, sebuah perusahaan konsultan yang melakukan riset terhadap maskapai penerbangan. Tarif penerbangan bersama Garuda Indonesia relatif lebih tinggi dibandingkan maskapai Indonesia lainnya, karena Garuda Indonesia merupakan maskapai berbentuk *full-service airline* yang bersaing dengan maskapai internasional. Penetapan harga yang relatif mahal tersebut juga diiringi dengan kualitas layanan yang diberikan, sehingga sesuai dengan statusnya sebagai *5-STAR AIRLINE*. Garuda Indonesia menyediakan tiga sub kelas utama dalam layanannya, antara lain:

1. *Economy Class*
 - a. *Eco-Special Promo*
 - b. *Eco-Promo*
 - c. *Eco-Affordable*
 - d. *Eco-Flexible*
2. *Business Class*
3. *First Class*

Hal paling mendasar yang menjadi pedoman utama penetapan tarif atau harga adalah Peraturan Menteri Perhubungan Nomor PM 14 Tahun 2016 tentang Mekanisme Formulasi Perhitungan dan Penetapan Tarif Batas Atas

dan Batas Bawah Penumpang Pelayanan Kelas Ekonomi Angkutan Udara Niaga Berjadwal Dalam Negeri (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2016 Nomor 106). Peraturan tersebut ditujukan kepada Kelas Ekonomi seluruh maskapai Indonesia. Sedangkan, untuk Kelas Bisnis atau *First Class* diberikan keleluasaan bagi maskapai untuk menetapkan tarif pada penumpang.

Tidak menutup kemungkinan bahwa tarif tiket penerbangan Garuda Indonesia akan mengalami potongan harga. Hal ini biasanya dilakukan ketika mendekati momentum tertentu, seperti Hari Raya Idul Fitri. Namun, harga tiket justru dapat meningkat pada *peak season* yakni momen di mana jumlah calon penumpang Garuda Indonesia meningkat pesat.

3. Place

Maskapai Garuda Indonesia memiliki kantor pusat yang terletak di Garuda Indonesia Management Building, Garuda City Center, Cengkareng. Lokasi ini berdekatan dengan Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Hal ini sesuai dengan jasa yang ditawarkan, yakni jasa transportasi udara. Tidak hanya kantor pusat, Garuda Indonesia pun memiliki 56 kantor cabang domestik dan 81 *Sales Office* serta 10 kantor cabang internasional dan 15 *Sales Office*. Armada Garuda Indonesia sendiri dikelola di Pusat Perawatan Pesawat, Garuda Maintenance Facility Aero Asia (GMFAA) di Bandara Internasional Soekarno-Hatta, dan operasional transportasi Garuda Indonesia sudah sepenuhnya berada di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta.

4. *Promotion*

Promosi yang dilakukan Garuda Indonesia secara garis besar dapat dibedakan menjadi dua bentuk, yakni *offline* maupun *online*. Sebagai perusahaan penerbangan terbesar di Indonesia, iklan sebagai media promosi masih perlu dilakukan guna menyadarkan serta memberikan informasi baru tentang Garuda Indonesia kepada masyarakat.

Promosi yang dilakukan secara *offline* antara lain secara langsung di kantor-kantor cabang Garuda Indonesia di seluruh Indonesia, juga di luar negeri. Iklan juga ditampilkan melalui *banner*, baliho, papan reklame, dan lainnya yang dapat dipasang di beberapa titik strategis di pusat kota yang menjadi sasaran promosi. Tidak hanya itu, promosi *offline* juga dilakukan dengan bantuan media cetak seperti koran ataupun majalah. Bahkan, saat ini bentuk promosi yang berupa Hubungan Masyarakat atau *Public Relations* juga menjadi cara untuk melakukan promosi. Hal ini tidak hanya untuk menginformasikan potongan harga atau penjualan, namun juga berguna untuk meraih loyalitas pelanggan. Cara yang paling sering digunakan adalah melalui kotak saran dan *customer service*.

Bentuk promosi lain yang sudah secara rutin dilakukan oleh Garuda Indonesia adalah pameran perjalanan yang dinamai Garuda Indonesia Travel Fair (GATF), kegiatan ini dilaksanakan selama dua kali dalam satu tahun. Kegiatan ini dilakukan selama jangka waktu tertentu dan diselenggarakan di banyak kota besar di Indonesia.

Promosi secara *online* juga sangatlah dibutuhkan, ditambah lagi mengetahui bahwa kompetitor Garuda Indonesia adalah maskapai internasional yang menasar pelanggan di luar negara asalnya. Iklan secara aktif ditampilkan di situs Garuda Indonesia (www.garuda-indonesia.com) dan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan Youtube. Jika secara *offline* ada Garuda Indonesia Travel Fair, pada bentuk *online* pun Garuda Indonesia juga mengadakan pameran perjalanan yang dinamakan Garuda Indonesia Online Travel Fair (GOTF). Hal ini semakin menarik perhatian pelanggan untuk dapat selalu bertransaksi dan menggunakan layanan Garuda Indonesia.

Dukungan dari pihak ketiga adalah hal yang tidak dapat dilupakan. Garuda Indonesia bekerja sama dengan banyak pihak baik skala korporasi maupun perseorangan. Hal ini juga menjadi kunci pemerataan penyampaian informasi kepada masyarakat luas.

5. *Process*

Proses (*Process*), adalah semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri.

Proses penyediaan layanan yang baik adalah komponen penting bagi maskapai penerbangan agar dapat diterima sesuai dengan ekspektasi penumpangnya. Proses awal yang secara umum dapat dijabarkan adalah

proses pengadaan armada. Pembelian armada Garuda Indonesia bekerja sama dengan The Boeing Company, Airbus, dan *Avions de Transport Regional* (ATR). Utilisasi dan perawatan armada dilakukan di Garuda Maintenance Facility AeroAsia (GMF AeroAsia), pelatihan bagi pilot dan awak kabin dilaksanakan di Garuda Indonesia Training Center (GITC).

Penyediaan layanan tidak hanya sebatas itu saja, makanan yang disajikan ketika perjalanan juga sangat diperhatikan. Perusahaan yang bertugas menyediakan *In-Flight Meal* adalah Aerofood ACS.

Garuda Indonesia telah dinobatkan sebagai *The Best Cabin Crew for 5 Consecutive Year* oleh Skytrax, hal ini didukung oleh Garuda Indonesia *Experience* yang ditunjukkan dengan layanan yang akan dirasakan penumpang dari *preflight*, *in-flight*, hingga *post-flight experience*. Semua proses itu telah dikemas sedemikian rupa hingga kualitas layanan dapat disampaikan secara maksimal kepada pelanggan.

6. People

Dalam upaya mendukung kebutuhan Perseroan untuk terus berkembang dan memenangi pasar pada tahun 2017, proses rekrutmen telah dilakukan terhadap awak pesawat, yaitu pilot dan awak kabin, serta pegawai darat, terutama di posisi yang terkait dengan teknik dan komersial. Dalam hal awak kabin, pemenuhan kebutuhan awak kabin yang dilakukan yaitu melalui tiga program rekrutmen, yaitu *Walk in Interview*, rekrutmen bulanan di Pusdiklat, dan melalui lulusan siswa *Flight Attendant Training* GITC. Sedangkan dari sisi pegawai darat, Perseroan telah melakukan proses rekrutmen pegawai

darat sebanyak 32 kali dengan hasil 38 Management Trainee, 7 Analyst, dan 1 Officer. Selain itu, untuk pemenuhan posisi *critical* di level atas yang belum dapat dipenuhi dari internal, telah dilakukan rekrutmen *professional hire* sebanyak 1 (satu) orang. Perseroan berkomitmen untuk melakukan perekrutan secara transparan. Oleh karena itu, Perseroan memberikan kesempatan yang sama bagi pelamar terlepas dari jenis kelamin dan SARA. Proses rekrutmen dilakukan secara transparan dan independen melalui *website* karir perusahaan <http://career.garuda-indonesia.com>. Perseroan juga menggunakan media sosial Twitter (*@recruitmentGA*).

Untuk memastikan kemampuan sumber daya manusia dalam menjaga keselarasan perubahan lingkungan, pertumbuhan usaha dan pengembangan organisasi, Perseroan memiliki komitmen kuat untuk meningkatkan kompetensi dan kualitas sumber daya manusia melalui program pengembangan dan program pelatihan berkesinambungan. Pengembangan pegawai dilakukan berdasarkan identifikasi dari kekuatan dan bidang yang perlu ditingkatkan dari masing-masing individu. Perseroan melalui divisi *Learning & Development* menerapkan pendekatan model *Corporate University* sebagai dasar pengembangan SDM yang telah diimplementasikan mulai tahun 2012. Dengan mengusung konsep *Corporate University*, Perseroan menyelenggarakan kegiatan pembelajaran terpadu yang dilandasi oleh inisiatif bisnis. Pembelajaran diciptakan sebagai suatu kegiatan proaktif, dengan tujuan yang sudah jelas dan rencana strategis jangka panjang.

Dengan pemahaman tersebut, proses pembelajaran dikelompokkan ke dalam 10 program *training* yang terdiri dari:

1. *Pilot Training*;
2. *Flight Attendant Training*;
3. *Flight Operation Officer Training*;
4. *Operation Support Training*;
5. *Maintenance and Engineering Training*;
6. *Cargo Training*;
7. *Finance Training*;
8. *Leadership Training*;
9. *Ground Service Training*; dan
10. *Marketing and Sales Training*.

7. *Physical Evidence*

Beberapa bukti fisik perusahaan maskapai penerbangan di antaranya dapat berupa kantor perwakilan yang bersih dan nyaman, agen penjualan yang ramah, pesawat yang bersih dan indah, dan logo perusahaan yang menarik.

Garuda Indonesia memiliki 56 kantor cabang domestik dan 81 *Sales Office* serta 10 kantor cabang internasional dan 15 *Sales Office*. Kantor cabang Garuda Indonesia memiliki klasifikasi kelas yang terdiri dari Kelas A, B, C, dan D. Untuk Kantor Cabang Kelas A dan B, dipimpin oleh *General Manager (DM)* yang membawahi *Supervisor Sales & Services (SS)*, *Supervisor Station & Services (KK)*, dan *Finance Manager (AA)*. Sedangkan untuk Kantor Cabang Kelas C dan D, hanya dipimpin oleh *Supervisor Sales & Services* dan

Supervisor Station & Services.

Jumlah armada yang dimiliki Garuda Indonesia per tahun 2017 adalah sebanyak 144 pesawat. Pesawat tersebut terdiri dari jenis *Boeing, Airbus, CRJ, ATR* yang dioperasikan sesuai spesialisasinya.

Logo Garuda Indonesia terdiri dari simbol Burung Garuda, tulisan “Garuda Indonesia”, slogan *The Airline of Indonesia*, serta tambahan logo SkyTeam di sisi kanan.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Pekerjaan

Dalam kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk., praktikan ditempatkan pada Departemen *Marketing* (CM) di Unit *Digital Marketing Communication* (JKTCMD). Kerja pada bagian tersebut terfokus kepada penyampaian komunikasi secara *digital* untuk keperluan pemasaran (secara umum dalam hal *branding, awareness, promotion*) serta menjadi garda terdepan penyebaran informasi secara cepat dan tepat terkait perusahaan. Unit *Digital Marketing Communication* juga bertanggungjawab pada kegiatan kerja sama strategis yang berguna membangun *branding* serta pelaksanaan *marketing campaign* jika diperlukan oleh perusahaan.

Praktikan selama PKL berlangsung berada dibawah bimbingan Ibu Amalla Vesta Widaranti, selaku *Senior Manager Digital Marketing Communication*.

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Praktikan memiliki tugas antara lain:

1. Menganalisis Kompetitor
2. *Project Monitoring and Assisting: August*
3. Rapat bersama Klien dan Menghadiri Undangan Acara
4. Membuat *Social Media Activiy Plan*
5. *Campaign Live Chat Web Garuda Indonesia*

6. Perayaan Hari Pelanggan Nasional 2018
7. Garuda Indonesia Travel Fair 2018

B. Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan PKL di Unit *Digital Marketing Communication* (JKTCMD) Departemen *Marketing* (CM) PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. yang berada di Garuda Indonesia Management Building, Garuda City Center (GCC), Soekarno-Hatta International Airport, Cengkareng. Di dalam Departemen *Marketing* (CM) terdapat 5 unit, yaitu: *Media and Event* (CMM), *Partnership and Sponsorship* (CMS), *Brand & Marketing Communication* (CMB), *Marketing Research* (CMR), dan *Digital Marketing Communication* (CMD).

Praktikan ditempatkan di Unit *Digital Marketing Communication* dan dibimbing oleh Ibu Amalla Vesta Widaranti, selaku *Senior Manager Digital Marketing Communication*. Secara umum seorang yang berada di Unit *Digital Marketing Communication* merupakan posisi yang memegang peran penting karena tanpa adanya Unit *Digital Marketing Communication*, perusahaan tidak akan dapat bersaing dalam hal komunikasi di dunia maya baik dari segi promosi maupun kerjasama. Unit *Digital Marketing Communication* adalah unit yang bertugas mengelola segala bentuk komunikasi visual PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. serta bentuk kerjasama yang berbentuk *digital* demi memenuhi persaingan pasar yang semakin menuntut perkembangan perusahaan yang juga dibutuhkan secara *digital*. Ditambah lagi, PT. Garuda

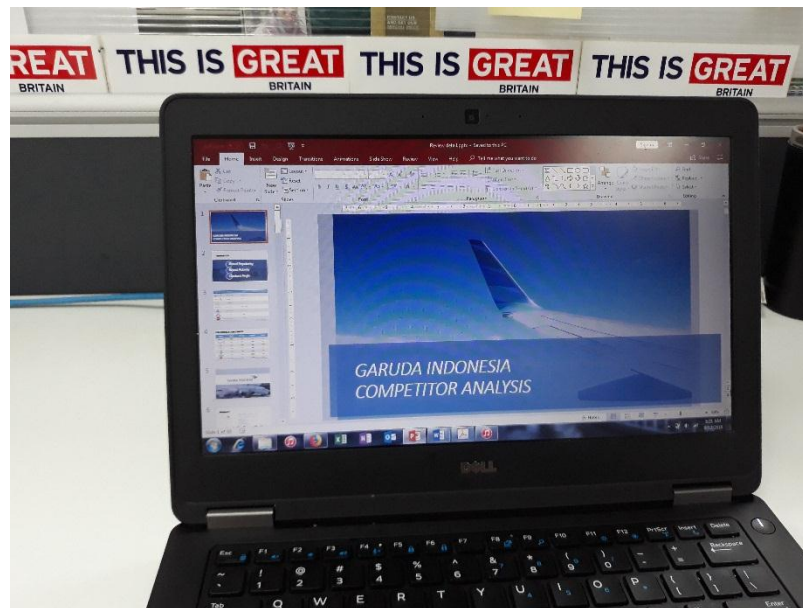
Indonesia (Persero) Tbk. merupakan maskapai penerbangan nasional yang bersaing dengan maskapai internasional, sehingga pasar maskapai ini pun semakin luas dan dibutuhkan komunikasi yang lebih efektif kepada seluruh lapisan konsumen dan masyarakat.

Tidak hanya dari segi komunikasi secara *digital*, Unit *Digital Marketing Communication* juga mengelola bentuk kerjasama dengan *Key Opinion Leader, Tourism Agency, Media*, baik di dalam maupun luar negeri. Unit *Digital Marketing Communication* juga bertanggung jawab dalam pengelolaan konten-konten media sosial serta materi yang harus dipersiapkan pada setiap publikasinya.

Tugas-tugas yang dikerjakan praktikan selama PKL di Unit *Digital Marketing Communication* di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis Kompetitor

Mengawali pekerjaan Praktikan di Unit *Digital Marketing Communication*, praktikan perlu memahami bentuk pekerjaan yang dilakukan agar dapat mengikuti proses kerja selanjutnya pada unit ini. Praktikan diberi tugas untuk melakukan analisis terhadap kompetitor Garuda Indonesia, di antaranya Singapore Airlines, KLM Royal Dutch Airlines, Emirates, Etihad Airways, Turkish Airlines dan AirAsia. Analisis yang dilakukan berupa analisis dari sudut pandang *digital marketing*. Parameter yang digunakan praktikan pada analisis ini adalah *Brand Popularity and Activity*, dan *Brand Benchmark (social media performance and brand positioning)*.



**Gambar III.1 : PowerPoint Analisis Kompetitor
Data diolah oleh Penulis.**

2. Project Monitoring and Assisting: August

Selama bulan Agustus 2018, Unit *Digital Marketing Communication* memiliki 13 proyek yang terdiri dari 10 proyek pokok ditambah dengan 3 proyek baru yang muncul seiring dengan kebutuhan dan tawaran kerjasama selama bulan berjalan. Namun, proyek yang benar-benar dipantau Praktikan hanya sebanyak 7 proyek. Berikut ini adalah garis besar proyek yang Praktikan bantu prosesnya selama bulan Agustus dan rincian kontribusi yang diberikan Praktikan:

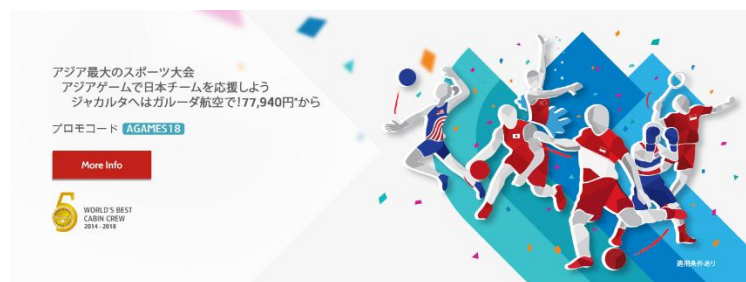
a. Asian Games Campaign

Asian Games merupakan kompetisi olahraga terbesar di Asia dan pada tahun 2018 Indonesia menjadi tuan rumah pesta olahraga ini. Garuda Indonesia bukan merupakan *Official Airline* untuk Asian Games 2018. Namun, untuk menyambut dan turut serta memanfaatkan momen *euphoria* Asian Games 2018, Garuda Indonesia turut memberikan diskon

penerbangan dari dan ke Jakarta - Palembang sebagai kota diselenggarakannya Asian Games 2018. Bentuk pekerjaan yang dilakukan Unit *Digital Marketing Communication* adalah pembuatan materi *Key Visual* yang akan ditampilkan di *Branch Offices* Garuda Indonesia di negara China, Thailand, Hong Kong, India dan Jepang, serta untuk *website* Garuda Indonesia dan disampaikan kepada *Digital Agency* Havas Media.

Pembuatan *Key Visual* ini tidak hanya melibatkan Unit *Digital Marketing Communication* dan *Digital Agency* Havas Media, tetapi juga kantor cabang Garuda Indonesia di negara-negara bersangkutan. Hal ini dikarenakan penulisan yang tercantum pada *Key Visual* harus disesuaikan dengan penulisan bahasa negara setempat.

Koordinasi dilakukan melalui *e-mail*, dalam hal ini Praktikan turut terlibat secara aktif menjadi penghubung antara *Digital Agency* dengan *Branch Offices* agar pembuatan *Key Visual* dapat diselesaikan dengan cepat dan tepat.



Gambar III.2 : Key Visual Banner Promo Asian Games di Tiongkok
Sumber: Data diolah oleh Penulis.

b. *Teaser Garuda Indonesia Travel Fair (GATF)*

Garuda Indonesia selalu mengadakan Travel Fair yang diadakan selama dua kali dalam satu tahun. GATF fase ke-2 akan diselenggarakan di Jakarta Convention Center (JCC), pada tanggal 5 – 7 Oktober 2018. Persiapan yang dilakukan tidak hanya dalam bentuk fisik dan teknis, namun juga perlu dukungan secara *digital* sehingga Unit *Digital Marketing Communication* bertanggungjawab untuk membuat *video teaser* GATF dibantu oleh Havas sebagai *Digital Agency* yang bekerja sama dengan Garuda Indonesia.

Teaser yang dibuat memiliki durasi selama satu menit, hal ini dikarenakan publikasi *teaser* akan dilakukan melalui Instagram. Adapun maksimal durasi video di Instagram adalah selama satu menit.

c. *RAN Social Media Activities*

RAN merupakan sebuah grup vokal dari Indonesia yang terdiri dari tiga personil, yakni Rayi, Asta, dan Nino. Pada tahun 2018, RAN merilis *single* terbarunya yang mengadaptasi lagu asli mereka “Dekat di Hati” menjadi berbahasa Jepang. Hal ini membuat RAN mengadakan Japan Tour 2018 dan dalam hal ini Garuda Indonesia bekerja sama sebagai Official Airline RAN Japan Tour 2018. Tak hanya itu, RAN juga menjadi *Key Opinion Leader* dalam kampanye Asian Games 2018 yang diadakan Garuda Indonesia pada media sosial. Dikarenakan kerja sama tersebut berupa publikasi pada media sosial, hal ini berkaitan langsung dengan Unit *Digital Marketing Communication*.

RAN dan tim manajemennya juga mempersiapkan sebuah *video blog* yang bercerita tentang pengalaman RAN dalam RAN Japan Tour 2018 menggunakan Garuda Indonesia. Dalam hal ini, Praktikan turut serta memberikan *feedback* dari hasil *video blog* tersebut agar dapat direvisi dan menciptakan hasil yang sesuai.

d. Hari Kemerdekaan Republik Indonesia

Menyambut Hari Kemerdekaan Republik Indonesia ke-73, Unit *Digital Marketing Communication* melakukan dua buah aktivitas: 1) *Social Media Photo Competition*, dan 2) Pembuatan *Key Visual* untuk ucapan Hari Kemerdekaan.

Kegiatan *Social Media Photo Competition* dilakukan pada dua *platform* media sosial, Twitter dan Instagram. Waktu pelaksanaannya adalah seperti berikut:

- 3 Agustus 2018: *Start Activity*
- 9 Agustus 2018: *Last Day of Activity*
- 10 Agustus 2018: *Submit Winners Recommendation*
- 13-16 Agustus 2018: *Winners Selection*
- 17 Agustus 2018: *Winners Announcement*



Gambar III.3 : Key Visual Ucapan HUT RI 73
Sumber: Data diolah oleh Penulis.



Gambar III.4 : Pengumuman Pemenang #SemangAtRI73
Sumber: Data diolah oleh Penulis.

e. Eco-Basic

Eco-Basic adalah sub kelas tiket pesawat Garuda Indonesia yang nilainya berada di bawah kelas Ekonomi. Tujuan awal pengadaan sub kelas ini adalah untuk mengajak orang-orang yang belum pernah terbang

bersama Garuda Indonesia sebelumnya. Eco-Basic ini juga memiliki beberapa perbedaan dengan sub kelas *Economy Class*, promosinya pun harus dilakukan sesuai dengan cara dan target pasar yang dituju. Unit *Digital Marketing Communication* dalam hal ini berperan menjalankan promosi baik melalui *Key Visual*, atau bekerja sama dengan *Key Opinion Leader* dari berbagai daerah di Indonesia. Praktikan pun mendapat tugas menghubungi sejumlah KOL dari 5 wilayah Indonesia, yaitu Palembang, Balikpapan, Makassar, Medan dan Surabaya.

f. CSR Lombok

Proyek ini merupakan proyek yang muncul dalam bulan berjalan karena terjadi musibah gempa bumi di Lombok. Bekerjasama dengan Bank BRI untuk memberangkatkan Ikatan Dokter Indonesia ke Lombok, kegiatan ini berbentuk *Corporate Social Responsibility* dan bantuan bagi para korban gempa bumi. Seremonial keberangkatan dilaksanakan pada tanggal 13 Agustus 2018, di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta.



Gambar III.5 : Pelepasan Tim Dokter anggota Ikatan Dokter Indonesia.
Sumber: Data diolah oleh Penulis.

g. Materi-materi Kegiatan CMD

Merupakan rencana kegiatan Unit *Digital Marketing Communication* pada semester dua di tahun 2018 (bulan September – Desember). Praktikan ikut serta membantu pembuatan materi presentasi yang akan disampaikan kepada *Vice President* Departemen *Marketing*.

Proyek-proyek di atas memerlukan *monitoring* yang baik agar dapat terlaksana dan diselesaikan sesuai waktu yang ditentukan. Proses *monitoring* dilakukan dengan praktikan membuat format *project tracking* pada Microsoft Excel dan senantiasa melakukan *update* setiap harinya jika ada perkembangan *progress*.

3. Rapat bersama Klien dan Menghadiri Undangan Acara

Sebagai seorang Praktikan di Unit *Digital Marketing Communication*, kegiatan Praktikan di unit ini tidak hanya sebatas melakukan pekerjaan yang dibatasi untuk unit, namun juga berhubungan dengan klien. PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

Adapun kegiatan di luar kantor yang Praktikan lakukan adalah sebagai berikut:

a. Rapat bersama Hong Kong Tourism Board (HKTB)

Pada tanggal 31 Juli 2018, Praktikan ikut serta dalam rapat bersama unit *E-Commerce* untuk membahas kelanjutan kerjasama dengan Hong Kong Tourism Board (HKTB), yaitu badan pemerintah Hong Kong yang ditugasi untuk memasarkan dan mempromosikan Hong Kong sebagai tujuan perjalanan di seluruh dunia dan untuk meningkatkan pengalaman pengunjung begitu mereka tiba. Tujuan kerjasama ini adalah untuk mengajak Garuda Indonesia menjadi maskapai yang mendukung perjalanan wisata ke Hong Kong melalui *campaign* yang diajukan Hong Kong Tourism Board (HKTB).

b. Rapat Program CSR Lombok

Pada 8 Agustus 2018, praktikan kembali mengikuti rapat bersama *Vice President of Marketing Department* beserta unit yang ada di bawahnya untuk membahas program *Corporate Social Responsibility* yang ditangguhkan kepada departemen *marketing* agar dapat membantu keberangkatan Ikatan Dokter Indonesia yang kerjasamanya diajukan oleh

Bank Rakyat Indonesia (BRI). Hasil dari kegiatan ini adalah diselenggarakannya seremonial pelepasan Ikatan Dokter Indonesia sekaligus keberangkatannya pada tanggal 13 Agustus 2018 di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta, Cengkareng.

c. Garuda Indonesia Social Media Remapping

Pada 30 Agustus 2018, praktikan dilibatkan dalam *Meeting* membahas *Garuda Indonesia Social Media Remapping* bersama Havas (*Digital Agency* yang bekerja sama dengan Garuda Indonesia). Rapat tersebut membahas analisis perkembangan media sosial Garuda Indonesia yang dibandingkan dengan kompetitor serta diskusi mengenai pemetaan optimalisasi penggunaan media sosial.

d. Rapat bersama RAN Management Team

Pada 17 September 2018, praktikan dilibatkan dalam *Meeting* bersama tim manajemen dari RAN, yang berlangsung di kantor Havas Jakarta, Menara Sentraya. *Meeting* berlangsung dari pukul 13.00 sampai pukul 15.00 dan membahas lanjutan kerjasama Garuda Indonesia dengan RAN.

e. Sharing Session with Kemenkeu RI

Pada 18 September 2018, praktikan ikut serta menghadiri undangan *sharing session* mengenai pengelolaan media sosial Garuda Indonesia oleh Kementerian Keuangan RI. Kegiatan ini dilaksanakan di Kementerian Keuangan RI.

f. *Disney 2019 Kick Off Meeting*

Pada 19 September 2018, praktikan menghadiri undangan *Disney 2019 Kick-Off Meeting* di Hotel Grand Hyatt, M.H. Thamrin, Jakarta. Disney merupakan perusahaan yang bergerak di bidang hiburan dan sudah memiliki reputasi yang baik di mata dunia. Acara ini juga menghadirkan sejumlah perusahaan ternama di Indonesia seperti Google Indonesia, Go-Jek, JD.id, Matahari dan lain-lain. Acara ini bertujuan untuk meraih *partner* kerja sebanyak-banyaknya bagi Disney terkait produk-produk yang akan dihasilkan oleh Disney di tahun 2019. Tidak hanya Disney, ternyata Marvel, Pixar, dan Star Wars juga turut dihadirkan dalam *Kick Off Meeting* ini.

4. *Membuat Social Media Activiy Plan*

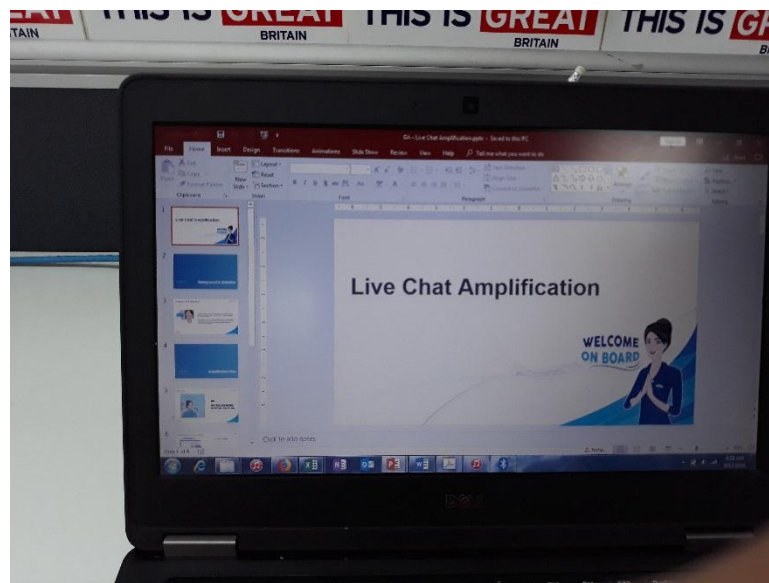
Dalam menyambut semester kedua, Unit *Digital Marketing Communication* perlu melakukan perencanaan kegiatan yang akan dilakukan. Salah satu kegiatan yang rutin diadakan pada semester kedua di tiap tahunnya adalah memberikan ucapan Natal dan Tahun Baru melalui media sosial yang dimiliki Garuda Indonesia.

Dalam hal ini, praktikan mendapat tugas membuat *Social Media Activity Plan* dalam rangka menyambut Natal serta Tahun Baru 2019, kegiatan harus dilaksanakan melalui media sosial dan melibatkan masyarakat secara aktif. Hal ini juga bertujuan untuk menambah *engagement* Garuda Indonesia di mata masyarakat.



Gambar III.6 : Social Media Activity Plan.
Sumber: Data diolah oleh Penulis.

5. Campaign Live Chat Web Garuda Indonesia



Gambar III.7 : Rencana Live Chat Amplification
Sumber: Data diolah oleh Penulis.

Live Chat di situs web adalah salah satu metode yang digunakan Garuda Indonesia untuk layanan pelanggan. Baru-baru ini, fitur telah diperbaiki dan diubah untuk memecahkan masalah keamanan.

Untuk mengoptimalkan penggunaan fitur Obrolan Langsung di situs web Garuda Indonesia, kami ingin memperkenalkan kembali dan memperkuat pengguna yang lebih luas tentang penggunaan Obrolan Langsung, selain media sosial dan pusat panggilan, untuk pertanyaan pelanggan, keluhan, dan layanan lainnya.

Unit *Digital Marketing Communication* akan mempersiapkan konten berupa video penggunaan fitur *Live Chat* ini yang akan dipublikasikan melalui media sosial yang dimiliki Garuda Indonesia.

6. Perayaan Hari Pelanggan Nasional 2018

Pada tanggal 4 September 2018, Garuda Indonesia memperingati Hari Pelanggan Nasional dengan membuat sebuah aktivitas yang melibatkan jajaran dewan direksi untuk terjun langsung membantu pelanggan Garuda Indonesia. Bapak Pahala N. Mansury, yang saat itu masih menjabat sebagai Direktur Utama Garuda Indonesia melayani pelanggan secara langsung di *check-in counter* Garuda Indonesia. Tidak hanya itu, Bapak Pahala N. Mansury juga memberikan *merchandise* Garuda Indonesia kepada para pelanggan. Dalam hal ini Praktikan memiliki tugas untuk merekam kegiatan tersebut dan diunggah ke Instagram Garuda Indonesia, serta pada beberapa waktu sebelumnya Praktikan juga menyiapkan *Key Visual* untuk ucapan Hari Pelanggan Nasional. Adapun *Key Visual* yang disiapkan adalah untuk di Instagram, Twitter, dan Facebook.



Gambar III.8 : Key Visual Hari Pelanggan Nasional 2018.
Sumber: Data diolah oleh Penulis.

7. Garuda Indonesia Travel Fair 2018

a. Membuat *Wording* untuk *Landing Page* GATF 2018

Sebagai unit yang bertanggungjawab pada komunikasi secara *digital*, salah satu kegiatan paling umum adalah menyiapkan penulisan informasi mengenai hal yang berkaitan dengan promosi maupun *event* agar dapat dipublikasikan di media sosial maupun situs Garuda Indonesia. Seperti yang Praktikan lakukan pada persiapan Garuda Indonesia Travel Fair 2018, Praktikan diminta untuk menyiapkan *wording* agar dapat ditampilkan pada *landing page* di situs Garuda Indonesia mengenai informasi promo GATF 2018 yang diadakan di seluruh Indonesia. Praktikan mendapat tugas untuk membuat *wording* promo kantor cabang yang ada di Region 1 dan Region 4.

b. Rangkaian GATF 2018 (Jakarta)

Rangkaian GATF 2018 dimulai dengan dilaksanakannya *Press Conference* pada tanggal 27 September 2018, di Bluegrass Bar & Grill, Jakarta. Walaupun sudah melewati masa PKL Praktikan, namun

Praktikan tetap dilibatkan pada GATF 2018 yang dilaksanakan pada 5 – 7 Oktober 2018 di Jakarta Convention Center. Hal ini merupakan kesempatan besar bagi Praktikan karena dapat terjun langsung pada *event* tahunan terbesar dari Garuda Indonesia. Praktikan melaksanakan GATF 2018 sesuai *shift* waktu jaga seperti berikut:

- 5 Oktober 2018: *Shift* 1 (Pukul 08.00 – 15.00 WIB)
- 6 Oktober 2018: *Shift* 1 (Pukul 08.00 – 15.00 WIB)
- 7 Oktober 2018: *Shift* 2 (Pukul 14.00 – 21.00 WIB)

Secara umum, tugas yang diberikan pada Praktikan adalah memastikan publikasi mengenai keberlangsungan acara GATF 2018 berjalan baik sesuai jadwal. Praktikan dibantu pula oleh 1 (satu) staf Unit *Digital Marketing Communication* di setiap *shift* nya dan 4 (empat) orang dari *digital agency Havas* untuk pengambilan konten yang akan dipublikasikan.

C. Kendala yang Dihadapi

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Garuda Indonesia, ada beberapa kendala yang dihadapi oleh praktikan. Adapun kendala-kendala yang dihadapi tersebut antara lain:

1. Pada awal memulai PKL di Garuda Indonesia, Praktikan merasa bingung karena kurang memahami kode unit di kantor Garuda Indonesia. Hal ini adalah hal wajar karena merupakan hal baru yang Praktikan temui di perusahaan seperti Garuda Indonesia. Banyaknya unit di Garuda Indonesia

menyebabkan penyebutan unit tersebut digantikan dengan kode-kode khusus yang bertujuan agar penyebutannya menjadi lebih efektif. Akan tetapi, Praktikan tidak familiar pada kode-kode tersebut dan menyebabkan penyerapan informasi mengenai kode unit saat awal pengenalan Praktikan dengan unit yang ada di Departemen *Marketing* menjadi terhambat. Hal ini juga menyebabkan kekurangtahuan Praktikan dalam meminta bantuan Unit lain karena belum mengetahui fungsi masing-masing Unit karena kode tersebut penting untuk dipahami Praktikan.

2. Tidak dapat dipungkiri bahwa industri maskapai penerbangan adalah industri yang memiliki banyak istilah khusus dalam praktik kerjanya. Istilah-istilah ini tidak ditemui Praktikan di dunia perkuliahan, terlebih lagi karena Praktikan tidak mendapatkan pembelajaran mengenai jasa maskapai penerbangan di perkuliahan. Ketidaktahuan ini membuat Praktikan kesulitan dalam menangkap informasi dari atasan dan karyawan lain untuk melaksanakan pekerjaan. Terbukti bahwa Praktikan banyak menemui istilah-istilah baru saat menjalain masa PKL di Garuda Indonesia. Hal ini lah yang dapat mengambat pekerjaan apabila Praktikan tidak dapat mengatasi kendala dasar ini.
3. Praktikan menyadari bahwa dalam pembelajaran di konsentrasi Manajemen Pemasaran selama di universitas, materi mengenai *digital marketing* sangatlah minim. Sehingga terdapat beberapa istilah *digital marketing* yang belum dipahami pada awal Praktikan melaksanakan PKL. Ditambah lagi Unit tempat Praktikan melaksanakan Praktik Kerja

Lapangan (PKL) adalah Unit *Digital Marketing Communication*, yang menggabungkan ilmu *digital marketing* dengan komunikasi.

4. Kantor Pusat (*Head Office*) Garuda Indonesia memiliki sistem keamanan yang cukup ketat sehingga diperlukan kartu akses khusus untuk bisa berpindah dari satu ruangan ke ruangan yang lain. Bahkan untuk menggunakan fasilitas kantor seperti mesin *fotocopy*, *printer*, *scanner* dan lainnya. Praktikan tidak mendapatkan kartu akses di dalam kantor dikarenakan kartu akses hanya dimiliki oleh pegawai tetap. Akses tersebut berupa kartu identitas yang terintegrasi dengan sistem untuk mengakses fasilitas yang ada di kantor. Hal ini cukup menjadi kendala karena mobilitas Praktikan menjadi cukup sulit ketika pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL).
5. Pada pekan awal pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), Praktikan belum mendapat banyak pekerjaan yang rinci dan konsisten. Hal ini dikarenakan Praktikan perlu memahami beberapa hal umum mengenai industri maskapai penerbangan, kompetitor, dan mengenai Garuda Indonesia itu sendiri. Hal ini cukup menjadi kekhawatiran di awal pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) karena Praktikan berharap pembimbing segera memberi tugas yang cukup sesuai untuk dikerjakan Praktikan.

D. Cara Mengatasi Kendala

Di dalam suatu kendala pasti terdapat solusi. Praktikan menemukan cara untuk mengatasi kendala yang Praktikan alami selama melaksanakan PKL. Adapun cara praktikan dalam mengatasi kendala saat PKL adalah sebagai berikut:

1. Cara Praktikan mengatasi ketidaktahuan mengenai kode khusus untuk unit-unit yang ada di Garuda Indonesia adalah dengan bertanya pada pembimbing serta pegawai lain agar mendapat penjelasan lebih rinci mengenai kode-kode tersebut. Melalui cara ini pula Praktikan dapat melakukan pendekatan dengan staf-staf yang ada di Departemen *Marketing* untuk memperkuat relasi dan menjadi poin penting bagi penilaian hubungan Praktikan dengan karyawan di perusahaan. Tidak hanya sebatas bertanya, Praktikan juga mencatat kode unit yang disebutkan yang nantinya akan berhubungan langsung dengan unit JKTCMD, yakni unit *Digital Marketing Communication* tempat Praktikan melaksanakan PKL. Beberapa Unit yang Praktikan perlu ketahui kodenya antara lain Unit *Media and Event* (JKTCMM), Unit *Partnership and Sponsorship* (JKTCMS), Unit *Marketing Research* (JKTCMR), dan Unit *Brand Communication* (JKTCMB). Seiring berjalannya waktu, Praktikan menjadi lebih paham dan telah menghafal beberapa kode unit yang sering berhubungan langsung dengan JKTCMD sehingga kendala yang awalnya dialami oleh Praktikan pun dapat teratasi berkat rasa ingin tahu dan keinginan bertanya yang dimiliki Praktikan.

2. Industri penerbangan adalah sesuatu hal yang baru untuk Praktikan terjun di dalamnya dan langsung menjalankan peran sebagai mahasiswa magang. Praktikan pun dituntut untuk dapat memahami istilah yang ada jika ingin melanjutkan proses PKL agar tidak menghambat pekerjaan yang diberikan. Istilah industri maskapai penerbangan sangatlah beragam, akan menjadi hambatan yang besar jika Praktikan tidak memahami istilah dasarnya. Untuk mengatasi hal ini, Praktikan kembali berusaha memperbanyak komunikasi dengan staf yang ada di Unit *Digital Marketing Communication* (JKTCMD) bahkan yang ada di Departemen *Marketing* (JKTCM). Tidak hanya itu, Praktikan juga perlu mencari tahu dengan inisiatif sendiri mengenai istilah-istilah industri maskapai penerbangan baik melalui internet maupun membaca melalui Laporan Tahunan Garuda Indonesia. Istilah maskapai penerbangan di internet dapat ditemukan di berbagai berita, situs Garuda Indonesia, bahkan di media sosial bertajuk aviasi yang ada. Selain internet, Praktikan juga rajin membaca Laporan Tahunan Garuda Indonesia, karena di dalamnya terdapat sejarah dan hal-hal terkait maskapai penerbangan. Bahkan, di dalamnya terdapat jenis-jenis armada yang dimiliki Garuda Indonesia, hal ini membantu Praktikan untuk melanjutkan fungsi *Digital Marketing Communication* yakni melakukan promosi dengan cara *digital*. Berkat hal ini, Praktikan dapat lebih menguasai dan memahami istilah penerbangan untuk kemudian bisa melanjutkan pekerjaan dengan baik dan sesuai.

3. Ketika bekerja dalam sebuah perusahaan, tentu seorang karyawan perlu memperlihatkan kinerja terbaiknya. Salah satu ciri karyawan yang dipertahankan oleh perusahaan yaitu berinisiatif. Sedangkan definisi inisiatif adalah suatu kemampuan dalam menemukan peluang, menemukan ide, mengembangkan ide serta cara-cara baru dalam memecahkan suatu problema (Suryana: 2006). Pada kegiatan PKL ini Praktikan dituntut untuk dapat cepat tanggap dalam memenuhi pekerjaan yang diberikan. Praktikan sendiri tidak menjadikan hal tersebut sebagai masalah, karena sudah merupakan kewajiban bagi Praktikan untuk memberikan kontribusi terbaik. Akan tetapi, terdapat kendala yang cukup mendasar karena terdapat istilah dalam dunia *digital marketing* yang tidak pernah Praktikan dengar sebelumnya. Ketidaktahuan Praktikan mengenai *digital marketing communication* menjadi kendala awal dan mendasar pada kegiatan PKL Praktikan. Sedangkan, Praktikan harus dapat tanggap pada pekerjaan yang diberikan. Cara paling tepat dalam mengatasi hal ini adalah Praktikan senantiasa mengonsultasikan dahulu dan memastikan bahwa apa yang Praktikan tangkap adalah benar atau justru salah mengenai pekerjaan yang diberikan. Praktikan juga aktif melakukan pencarian mengenai arti istilah tersebut di internet dan Praktikan dapat lebih terbiasa dengan istilah yang ada di *digital marketing* berkat tugas yang diberikan secara rinci di tiap harinya. Berkat inisiatif Praktikan yang rajin mencari tahu informasi dari berbagai sumber menyebabkan kendala ini dapat teratasi dan dapat melanjutkan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sebaik mungkin.

4. Kendala berikutnya yang dialami oleh Praktikan adalah tidak mendapatkan akses berbentuk kartu selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan. Sistem keamanan yang cukup ketat di Kantor Garuda Indonesia menyebabkan diperlukannya kartu akses khusus untuk bisa berpindah dari satu ruangan ke ruangan yang lain. Selain berguna untuk akses masuk dan keluar ruangan, kartu ini juga berfungsi untuk mengakses mesin *printer*, dan mesin *fotocopy*. Hal ini jelas menjadi kendala bagi Praktikan. Namun, Praktikan tidak sendiri, karena ternyata banyak mahasiswa magang lainnya yang juga mengalami kendala seperti Praktikan. Salah satu contoh yang menyebabkan hal ini dapat disebut sebagai kendala adalah ketika Praktikan tidak bisa menggunakan mesin *fotocopy* sendiri. Praktikan mau tidak mau harus meminta tolong kepada pegawai tetap yang sudah memiliki akses untuk melakukan hal ini. Praktikan merasa hal ini mengganggu pegawai tetap tersebut karena pekerjaannya menjadi tertunda karena aksesnya harus dipinjamkan kepada Praktikan. Contoh lainnya adalah ketika Praktikan ingin keluar dari ruangan, Praktikan harus menunggu pegawai lain yang ingin keluar dari ruangan juga atau memberanikan diri untuk meminjam kartu akses pegawai. Namun, beberapa minggu setelah Praktikan menjalankan Praktik Kerja Lapangan (PKL), Praktikan dipinjamkan kartu akses oleh salah satu pegawai tetap yang akan menjalankan perjalanan bisnis di luar kota. Hal ini sangat membantu Praktikan dan rekan Praktikan lainnya dalam melanjutkan pekerjaan.

5. Kendala ini adalah kendala umum yang dialami oleh Praktikan yang baru saja memulai masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) nya. Sehingga menjadi wajar bahwa muncul kekhawatiran jika tidak diberikan pekerjaan yang sesuai. Akan tetapi, Praktikan mencoba aktif menunjukkan ketertarikan Praktikan pada *digital marketing*, dan senantiasa menyelesaikan tugas semaksimal mungkin agar kembali dipercaya untuk diberikan pekerjaan yang konsisten. Ternyata benar, bahwa pada pekan awal Praktik Kerja Lapangan (PKL) memang merupakan waktu untuk Praktikan beradaptasi dan membaca situasi, serta penilaian awal Pembimbing PKL terhadap inisiatif Praktikan. Berkat kesabaran dan inisiatif yang dimiliki Praktikan, Pembimbing dapat melihat potensi dalam diri Praktikan. Sehingga dalam pekan kedua Praktik Kerja Lapangan (PKL), Praktikan mulai memperoleh tugas yang cukup sesuai. Kesesuaian ini dilihat juga dari apa yang telah dipelajari selama di bangku perkuliahan. Praktikan juga mempelajari kebiasaan pegawai di Unit *Digital Marketing Communication* dan mengamati pekerjaan yang mereka lakukan. Alhasil, Praktikan mendapatkan pekerjaan yang cukup banyak dan konsisten di pekan berikutnya dan semua pekerjaan tersebut relevan dengan konsentrasi Praktikan di universitas, yaitu manajemen pemasaran. Bahkan, tidak hanya mendapatkan pekerjaan, ilmu-ilmu baru juga diperoleh Praktikan dan belum dipelajari sebelumnya semasa perkuliahan.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Praktik Kerja Lapangan yang dilakukan Praktikan kurang lebih selama 2 (dua) bulan di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk., Praktikan memperoleh banyak pengalaman dan pengetahuan baru meliputi dunia kerja dan pengetahuan umum lainnya. Setelah melaksanakan PKL di perusahaan terkait selama 2 bulan, Praktikan memiliki gambaran mengenai dunia kerja yang sesungguhnya, bukan hanya sekadar teori melainkan praktik kerja secara langsung. Kesimpulan ini Praktikan buat berdasarkan tujuan Praktikan dalam melaksanakan PKL. Kesimpulan yang diperoleh setelah melaksanakan PKL yaitu:

1. Praktikan telah memperoleh pengetahuan secara langsung mengenai proses pemasaran dalam perusahaan maskapai penerbangan, yakni PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
2. Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan memperoleh banyak pengalaman serta merasakan secara langsung segala aktivitas di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
3. Praktikan berhasil meningkatkan keterampilan, kemampuan dan wawasan Praktikan dalam bidang kerja selama Praktik Kerja Lapangan.
4. Praktikan akhirnya dapat menemukan bahwa terdapat kesesuaian ilmu antara ilmu bidang manajemen pemasaran yang Praktikan pelajari selama

perkuliahan dengan penerapan nyatanya dalam dunia kerja, khususnya di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.

B. Saran

Setelah melaksanakan kegiatan PKL ini, Praktikan ingin memberikan saran dan masukan bagi perusahaan, universitas, dan para mahasiswa yang akan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, yaitu:

1. Saran untuk Mahasiswa

- a. Mempersiapkan secara matang hal-hal yang diperlukan untuk PKL dari jauh-jauh hari.
- b. Melatih kemampuan berkomunikasi yang baik dan benar, karena komunikasi merupakan aspek penting dalam melakukan PKL.
- c. Menumbuhkan sikap inisiatif di dalam diri agar siap menghadapi situasi di dunia kerja.
- d. Mencari koneksi untuk mempermudah dalam mendapatkan tempat PKL.

2. Saran untuk Universitas Negeri Jakarta

- a. Senantiasa menjalin hubungan baik dengan berbagai institusi, lembaga, maupun perusahaan yang berpotensi mengembangkan pengetahuan dan wawasan mahasiswa yang akan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan akademik secara menyeluruh, khususnya pada tahap persiapan Praktik Kerja Lapangan.

- c. Lebih memberikan arahan kepada mahasiswa mengenai syarat-syarat yang harus dipenuhi selama Praktik Kerja Lapangan berlangsung.

3. **Saran untuk PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk.**

- a. Praktikan mengharapkan agar terdapat penjadwalan yang lebih jelas pada proses penerimaan mahasiswa magang di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk., agar tidak terjadi kemunduran waktu magang dari yang telah diajukan calon mahasiswa magang. Hal ini juga penting mengingat waktu libur Universitas yang terbatas sehingga jika terjadi kemunduran pada jadwal Praktik Kerja Lapangan, akan berdampak pada pemenuhan kehadiran Praktikan baik di perusahaan maupun di Universitas.
- b. Diharapkan agar Praktikan yang sedang melaksanakan magang di PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. juga mendapatkan kartu akses untuk mobilitas selama di kantor. Dikarenakan hampir semua ruangan di dalam gedung mengharuskan setiap orang menggunakan kartu aksesnya agar dapat masuk dalam ruangan tertentu. Karena hingga saat ini, semua Praktikan yang ada di perusahaan masih harus meminta tolong kepada para pegawai untuk dibantu menggunakan akses, pastinya hal ini akan merepotkan pegawai dan menyebabkan rasa bersalah bagi Praktikan.
- c. Praktikan mengharapkan adanya buku pedoman khusus bagi mahasiswa magang yang berisi istilah-istilah dalam maskapai

penerbangan. Hal ini akan membantu Praktikan dalam memahami kegiatan perusahaan sejak awal memulai Praktik Kerja Lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

Annual Report. Garuda Indonesia. 2017.

<https://www.garuda-indonesia.com/th/en/investor-relations/annual-report-dan-sustainability-report/annual-report.page?> (Diakses Tanggal 11 Oktober 2018)

Board of Directors

<https://www.garuda-indonesia.com/th/en/partner/corporate-partners/organization/board-of-directors.page?> (Diakses Tanggal 11 Oktober 2018)

FE UNJ. (2012). *Pedoman Praktik Kerja Lapangan*, Jakarta: FE UNJ.
(Diakses tanggal 27 Oktober 2018)

Suryana. (2006). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Edisi Ketiga. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
<http://www.pengertianmenurutparaahli.net/pengertian-inisiatif/> (Diakses tanggal 11 November 2018)

Tips Serba Serbi - Bauran Pemasaran Jasa. 2016.

<http://tipsserbaserbi.blogspot.co.id/2016/02/pengertian-marketing-mix-4p-dan-7p.html> (Diakses Tanggal 12 November 2018)

Visi dan Misi Perusahaan

<https://www.garuda-indonesia.com/th/en/partner/corporate-partners/company-profile/corporate-vision-mission/index.page?> (Diakses Tanggal 28 Oktober 2018)

LAMPIRAN – LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Daftar Tugas Harian PKL

No	Hari	Tanggal	Waktu		Uraian Tugas
			MASUK	KELUAR	
1	Senin	30 Juli 2018	07.20	16.15	<i>Briefing</i> dengan staf Human Capital (Ibu Euis)
					Perkenalan dengan pegawai Departemen <i>Marketing</i> dan unit <i>Digital Marketing Communication</i>
					Penjelasan singkat mengenai unit <i>Digital Marketing Communication</i> (JKTCMD)
					Membuat <i>short review</i> mengenai <i>competitor analysis</i> dari segi <i>digital marketing</i> Garuda Indonesia dengan maskapai <i>competitor</i>
2	Selasa	31 Juli 2018	07.11	16.20	<i>Meeting</i> bersama unit JKTEC (E-Commerce) dan JKTCMS (<i>Partnership & Sponsorship</i>) mengenai kerjasama yang diajukan Hong Kong Tourism Board dalam hal peningkatan <i>awareness</i> masyarakat Indonesia untuk <i>travel</i> ke Hong Kong
					Memantau <i>progress</i> materi untuk event Asian Games yang dibantu proses desainnya oleh Havas (Agensi Media Periklanan)
					Memastikan <i>branch office</i> Thailand, Korea,

					China, dan Jepang dapat segera mengirim terjemahan penulisan lokal untuk materi publikasi
3	Rabu	1 Agustus 2018	07.10	16.16	Memantau media sosial kompetitor Membantu perencanaan kompetisi di media sosial untuk menyambut kemerdekaan RI Membuat <i>working dashboard</i> untuk memastikan <i>progress</i> setiap <i>project</i> di bulan Agustus berjalan baik
4	Kamis	2 Agustus 2018	07.16	16.15	<i>Meeting</i> bersama unit JKTCMS (<i>Partnership & Sponsorship</i>) untuk membahas paket Asian games yang diajukan GIH - Garuda Indonesia Holiday (<i>subsidiary of Garuda Indonesia</i>) Meng- <i>update working dashboard</i> unit JKTCMD
5	Jumat	3 Agustus 2018	07.12	16.48	Mengirim KOL ke RAN
6	Senin	6 Agustus 2018	07.10	16.20	Membuat laporan bukti publikasi Poco Poco GWR 2018 dalam bentuk PowerPoint
7	Selasa	7 Agustus 2018	07.10	16.20	Meng- <i>update working dashboard</i> Menambahkan program bulan Agustus: Sales on Board August Promo

8	Rabu	8 Agustus 2018	07.06	16.20	Meeting membahas <i>project</i> CSR Lombok bekerja sama dengan Bank BRI
9	Kamis	9 Agustus 2018	07.10	12.00	Last day competition
					Update Working dashboard
					Memantau perkembangan pembuatan KV CSR Lombok oleh Havas
10	Jumat	10 Agustus 2018	07.10	16.44	Mempersiapkan <i>Social Media Activity Plan</i> untuk Hari Kemerdekaan
11	Senin	13 Agustus 2018	07.11	16.21	Ikut serta dalam pembuatan video kompetisi unit Garuda Indonesia dalam rangka HUT RI Ke-73
					Update Working Dashboard
12	Selasa	14 Agustus 2018	07.04	16.15	Mendekorasi ruangan unit <i>Marketing</i> bernuansa Kemerdekaan
					Mempelajari sub kelas <i>Eco Basic</i>
13	Rabu	15 Agustus 2018	07.06	16.20	Membuat <i>review</i> masing-masing KOL tiap kota (Medan, Makassar, Surabaya, Balikpapan, Palembang)
14	Kamis	16 Agustus 2018	07.10	16.12	Melanjutkan <i>review</i> masing-masing KOL tiap kota (Medan, Makassar, Surabaya, Balikpapan, Palembang)
					Membantu pembuatan video unit JKTCM dalam rangka

					memperingati HUT RI ke-73
15	Jumat	17 Agustus 2018			HUT RI KE-73: HARI LIBUR NASIONAL
16	Senin	20 Agustus 2018	07.11	16.16	Review KOL yang telah disortir
17	Selasa	21 Agustus 2018	07.06	16.20	Menambahkan list KOL setelah mengevaluasi KOL yang diberikan <i>branch offices</i>
18	Rabu	22 Agustus 2018			IDUL ADHA: HARI LIBUR NASIONAL
19	Kamis	23 Agustus 2018	07.07	16.22	Menghubungi beberapa <i>influencer</i> dari Medan, Makassar, Balikpapan, dan Palembang untuk menanyakan <i>rate card</i>
20	Jumat	24 Agustus 2018	07.10	16.48	<i>Follow up</i> beberapa <i>influencer</i>
					Menghubungi <i>Branch Offices</i> terkait data <i>influencer</i> yang akan diajukan
					Mendapat tugas membuat <i>Social Media Activity Plan</i> untuk perayaan Natal dan Tahun Baru
21	Senin	27 Agustus 2018	07.05	16.10	Melanjutkan pembuatan <i>Social Media Activity Plan</i> untuk perayaan Natal dan Tahun Baru
					Mendapat <i>project</i> baru yaitu Tourism Australia Travel Fair yang akan dilaksanakan 3 September 2018
22	Selasa	28 Agustus 2018	07.04	16.18	Review video RAN Japan Tour yang berisi konten Garuda Indonesia Experience
					<i>Meeting</i> membahas Australia Travel Fair

23	Rabu	29 Agustus 2018	07.02	16.16	Mempelajari <i>event</i> yang diadakan di Australia selama bulan September-Desember
24	Kamis	30 Agustus 2018	07.04	16.11	<i>Meeting</i> GA Social Media Remapping Strategy with Havas
25	Jumat	31 Agustus 2018	07.10	16.45	Melanjutkan pembuatan presentasi <i>Competitor Analysis</i> berdasarkan hasil GA <i>Socmed Remapping</i>
26	Senin	3 September 2018	07.11	16.12	Membuat konten materi publikasi Hari Pelanggan Nasional dan diberikan kepada <i>digital agency</i>
27	Selasa	4 September 2018	07.05	16.18	Acara menyambut Hari Pelanggan Nasional di Terminal 3 Bandara Internasional Soekarno-Hatta bersama Direktur Utama Garuda Indonesia
					Memantau pembuatan Key Visual untuk Greeting Hari Pelanggan Nasional di Media Sosial Garuda Indonesia
28	Rabu	5 September 2018	07.06	16.10	Melakukan <i>update</i> pada <i>working dashboard</i> JKTCMD
					Menunggu <i>preview</i> dari Havas terkait <i>Campaign Live Chat Website</i> Garuda Indonesia

29	Kamis	6 September 2018	07.05	16.22	Mempersiapkan konten #GATripToYogya untuk dipublikasikan di Instagram
30	Jumat	7 September 2018	07.12	16.43	Mengarahkan Havas untuk mengunggah konten video #GATripToYogya
31	Senin	10 September 2018	07.06	16.22	Mempersiapkan <i>Key Visual</i> ucapan Tahun Baru Islam
32	Selasa	11 September 2018			TAHUN BARU MUHARRAM: HARI LIBUR NASIONAL
33	Rabu	12 September 2018	07.05	16.22	<i>Update Working Dashboard</i>
					Membuat rekapitulasi kegiatan Garuda Indonesia di bulan Agustus
34	Kamis	13 September 2018	07.07	16.18	Perkenalan dengan Direktur Niaga baru yang ditetapkan pada Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa 2018
					<i>Update Working Dashboard</i>

					Mengecek visual yang dikirimkan Havas Media untuk konten <i>Live Chat Campaign</i>
35	Jumat	14 September 2018			Izin Kuliah
36	Senin	17 September 2018	07.04	15.00	<i>Meeting</i> bersama tim manajemen RAN di kantor Havas, Lt. 11 Menara Sentraya.
37	Selasa	18 September 2018	10.00	13.00	Menghadiri undangan <i>sharing session</i> mengenai pengelolaan media sosial Garuda Indonesia oleh Kementerian Keuangan RI
			13.00	16.19	Mendata pemenang kompetisi pada Hari Pelanggan Nasional
38	Rabu	19 September 2018	07.02	10.00	Mengirim hadiah kompetisi Hari Pelanggan Nasional
			13.00	17.00	Menghadiri undangan Disney 2019 Kick-Off di Hotel Grand Hyatt, M.H. Thamrin, Jakarta

39	Kamis	20 September 2018	07.05	16.26	<i>Rework caption GAMiles Branch Offices</i>
40	Jumat	21 September 2018	-	-	Izin Kuliah
41	Senin	24 September 2018	07.01	16.21	Membantu pembuatan <i>report</i> kegiatan yang telah dilakukan di bulan September dan disampaikan ke <i>Vice President Marketing</i>
42	Selasa	25 September 2018	07.13	16.22	Membantu persiapan GATF 2018 dengan mengisi Jadwal Jaga
					Menyiapkan Key Visual untuk jadwal GATF 2018 Phase 2
43	Rabu	26 September 2018	07.10	14.00	<i>Meeting</i> di Havas membahas GATF, Socmed Plan, dan IG Corporate
S	Kamis	27 September 2018	10.00	16.15	Menghadiri <i>Press Conference Garuda Indonesia Travel Fair (GATF) 2018</i> di Bluegrass Bar & Grill

					Mengerjakan <i>wording</i> untuk <i>landing page</i> informasi penawaran dan diskon kantor cabang region 4 yang akan diletakkan di situs Garuda Indonesia
45	Jumat	28 September 2018	07.04	16.05	Mengerjakan <i>wording</i> untuk <i>landing page</i> informasi penawaran dan diskon kantor cabang region 1 yang akan diletakkan di situs Garuda Indonesia

LAMPIRAN 2

Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL)



Building
Future
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon/Faksimile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 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 : 4896536, Bagian Humas : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 1597/UN39.12/KM/2018 6 Juli 2018
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

Yth. Bapak Harry Herlambang
Senior Manager General Support / JKTVZUGA
PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk
Jl. Raya Duri Kosambi Cengkareng
Jakarta Barat 11750

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

Nama : Nur Sania
Nomor Registrasi : 8215152947
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 087888545511

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada bulan 16 Juli s.d. 7 September 2018.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
dan Hubungan Masyarakat



Ward Sasmoyo, SH
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Manajemen

LAMPIRAN 3

Surat Persetujuan Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)



Jakarta
 Nomor Kami/Our Number
 Perihal/Subject

10 September 2018
 GARUDA/JKTIDH/23610/2018
Surat Keterangan

PT. Garuda Indonesia
 (Persero) Tbk.
 Kantor Pusat/Head Office
 Garuda Indonesia
 Garuda City Center,
 Ground Floor
 Soekarno – Hatta Airport
 15111 Cengkareng,
 Indonesia
 Tel. 62-21.25601061
 Fax. 62-21.25601031
 Tlx. 43579 GIA CGK IA
 Alamat kawat/Cable
 GARUDAIR

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini, menerangkan bahwa

Nama	: Nur Sania
Nim	: 8215152947
Program/Jurusan	: S-1/Manajemen
Perguruan Tinggi	: Universitas Negeri Jakarta

Adalah benar telah diterima untuk melaksanakan Program Magang pada PT Garuda Indonesia (Persero)Tbk, terhitung mulai tanggal 30 Juli 2018 sampai dengan tanggal 28 September 2018 di unit Digital Marketing (Marketing).

Demikian kami sampaikan, agar surat keterangan ini dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,
 PT GARUDA INDONESIA (Persero) Tbk
 a.n. SM Employee Service & Information Management
 Employee Service Manager

Karnadhy
 10/9
 Garuda Indonesia
 Human Capital
 Management

Deddy Karnadhy

LAMPIRAN 4

Lembar Penilaian PKL



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

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



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

Nama : NUR SANIA
No.Registrasi : 8215151947
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat Praktik : PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
Alamat Praktik/Telp : Garuda City Center
Tangerang, Banten

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN																																			
1	Kehadiran	A 100	1. Keterangan Penilaian : <table border="1"> <tr> <td>Skor</td> <td>Nilai</td> <td>Bobot</td> </tr> <tr> <td>86-100</td> <td>A</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>81-85</td> <td>A-</td> <td>3,7</td> </tr> <tr> <td>76-80</td> <td>B+</td> <td>3,3</td> </tr> <tr> <td>71-75</td> <td>B</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>66-70</td> <td>B-</td> <td>2,7</td> </tr> <tr> <td>61-65</td> <td>C+</td> <td>2,3</td> </tr> <tr> <td>56-60</td> <td>C</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>51-55</td> <td>C-</td> <td>1,7</td> </tr> <tr> <td>46-50</td> <td>D</td> <td>1</td> </tr> </table> 2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif Nilai Rata-rata : <table border="1"> <tr> <td>$\frac{930}{10 \text{ (sepuluh)}} = 93$</td> </tr> </table> Nilai Akhir : <table border="1"> <tr> <td>93</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>	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	$\frac{930}{10 \text{ (sepuluh)}} = 93$	93	A	Angka bulat	huruf
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																																				
$\frac{930}{10 \text{ (sepuluh)}} = 93$																																						
93	A																																					
Angka bulat	huruf																																					
2	Kedisiplinan	A 100																																				
3	Sikap dan Kepribadian	A 95																																				
4	Kemampuan Dasar	A 88																																				
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	A 88																																				
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	A - 85																																				
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	A 95																																				
8	Aktivitas dan Kreativitas	A 89																																				
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	A 85																																				
10	Hasil Pekerjaan	A 85																																				
Jumlah		930																																				

Jakarta, 28/02/2016
Penilai,

[Signature]
Nestor

Catatan :
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

LAMPIRAN 5

Sertifikat Penyelesaian Magang



LAMPIRAN 6

Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Pawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721237/4706285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.lc.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
2 SKS

Nama : NUR SAMIA
No. Registrasi : 6215152947
Program Studi : SI Manajemen
Tempat Praktik : PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk.
Alamat Praktik/Telp : Garuda City Center
Tangerang, Banten

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 30 Juli 2018	1. <i>Slia</i>	
2.	Selasa / 31 Juli 2018	2. <i>Slia</i>	
3.	Rabu / 1 Ags 2018	3. <i>Slia</i>	
4.	Kamis / 2 Ags 2018	4. <i>Slia</i>	
5.	Jumat / 3 Ags 2018	5. <i>Slia</i>	
6.	Senin / 6 Ags 2018	6. <i>Slia</i>	
7.	Selasa / 7 Ags 2018	7. <i>Slia</i>	
8.	Rabu / 8 Ags 2018	8. <i>Slia</i>	
9.	Kamis / 9 Ags 2018	9. <i>Slia</i>	
10.	Jumat / 10 Ags 2018	10. <i>Slia</i>	
11.	Senin / 13 Ags 2018	11. <i>Slia</i>	
12.	Selasa / 14 Ags 2018	12. <i>Slia</i>	
13.	Rabu / 15 Ags 2018	13. <i>Slia</i>	
14.	Kamis / 16 Ags 2018	14. <i>Slia</i>	
15.	Senin / 20 Ags 2018	15. <i>Slia</i>	

Jakarta, 26/07/2018
Penilai,

[Signature]
-vesta-

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



Building
Future
Leaders

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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Pasawangan Muka, Jakarta 13220
Telepon: (021) 4721221; 4706785, Fax: (021) 4706285
Laman: www.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
... SKS

Nama : NUR SANIA
No Registrasi : B215152947
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat Praktik : Garuda Indonesia
Alamat Praktik/Telp : Garuda City Center
Tangerang, Banten

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1	Selasa / 21 Ags 2018	1. <i>[Signature]</i>	
2	Rabu / 22 Ags 2018	2. <i>[Signature]</i>	
3	Kamis / 23 Ags 2018	3. <i>[Signature]</i>	
4	Jumat / 24 Ags 2018	4. <i>[Signature]</i>	
5	Senin / 27 Ags 2018	5. <i>[Signature]</i>	
6	Selasa / 28 Ags 2018	6. <i>[Signature]</i>	
7	Rabu / 29 Ags 2018	7. <i>[Signature]</i>	
8	Kamis / 30 Ags 2018	8. <i>[Signature]</i>	
9	Jumat / 31 Ags 2018	9. <i>[Signature]</i>	
10	Senin / 3 Sept 2018	10. <i>[Signature]</i>	
11	Selasa / 4 Sept 2018	11. <i>[Signature]</i>	
12	Rabu / 5 Sept 2018	12. <i>[Signature]</i>	
13	Kamis / 6 Sept 2018	13. <i>[Signature]</i>	
14	Jumat / 7 Sept 2018	14. <i>[Signature]</i>	
15	Senin / 10 Sept 2018	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, 28/09/2018
Penilai,

[Signature]
- Vesta

Catatan :

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



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

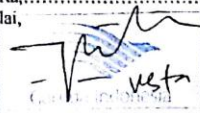


Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung P, Jalan Paasangersari Muka, Jakarta 13220
 Telepon: (021) 4721237/4706285, Fax: (021) 4706285
 E-mail: www.f. unj.ac.id

DAFTAR HADIR
 PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 ... SKS

Nama : NUR SANIA
 No. Registrasi : 8215152947
 Program Studi : SI Manajemen
 Tempat Praktik : Garuda Indonesia
 Alamat Praktik/Telp : Garuda City Centre
 Tangerang, Banten

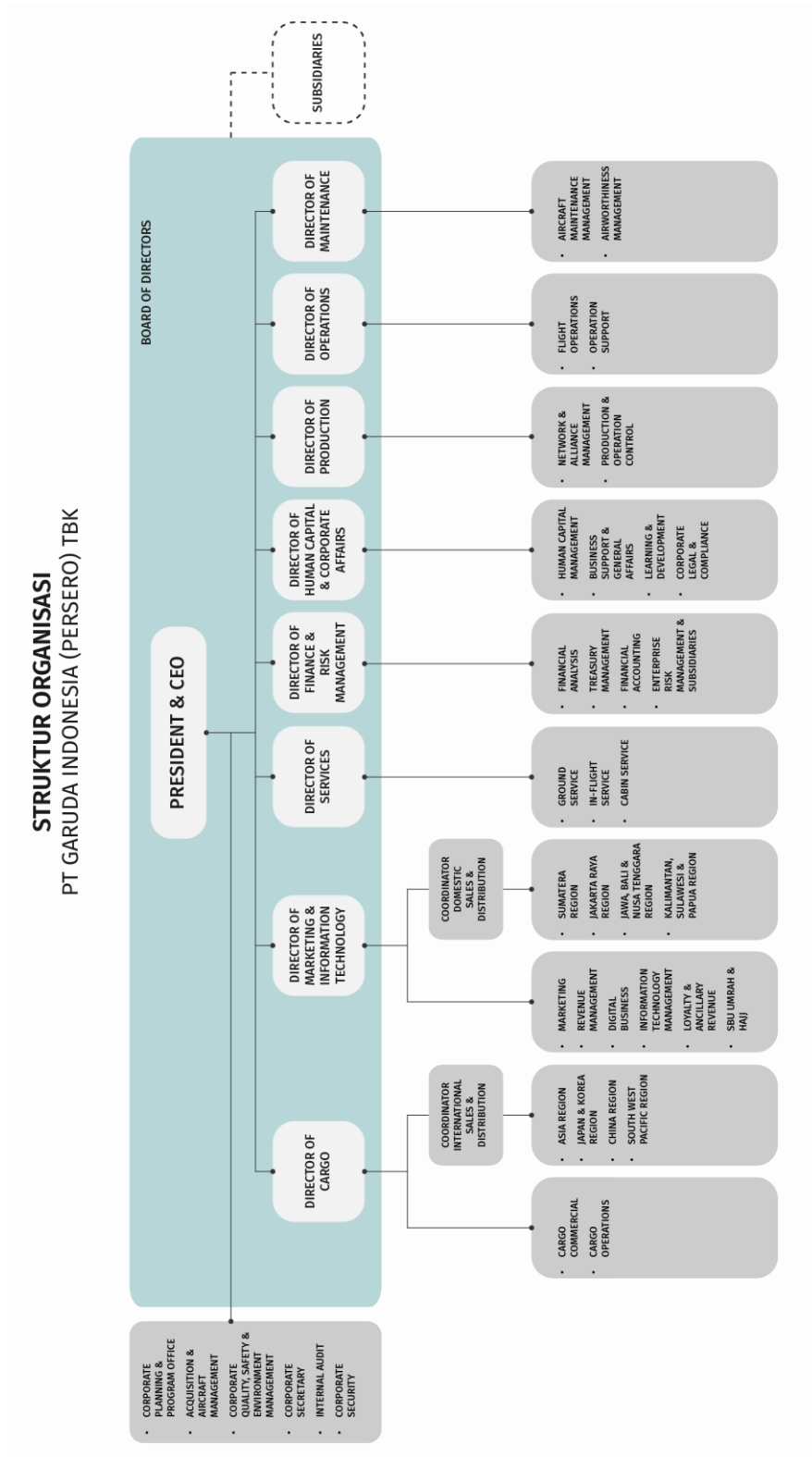
NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Rabu / 12 Sept 2018	1. <i>Slis</i>	
2.	Kamis / 13 Sept 2018	2. <i>Slis</i>	
3.	Senin / 17 Sept 2018	3. <i>Slis</i>	
4.	Selasa / 18 Sept 2018	4. <i>Slis</i>	
5.	Rabu / 19 Sept 2018	5. <i>Slis</i>	
6.	Kamis / 20 Sept 2018	6. <i>Slis</i>	
7.	Senin / 24 Sept 2018	7. <i>Slis</i>	
8.	Selasa / 25 Sept 2018	8. <i>Slis</i>	
9.	Rabu / 26 Sept 2018	9. <i>Slis</i>	
10.	Kamis / 27 Sept 2018	10. <i>Slis</i>	
11.	Jumat / 28 Sept 2018	11. <i>Slis</i>	
12.	12.....	
13.	13.....	
14.	14.....	
15.	15.....	

Jakarta, 29/09/2018
 Penilai,

 (.....)

Catatan:
 Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
 Momen legalitas dengan menububuti cap Instansi/Perusahaan

LAMPIRAN 7

Struktur Organisasi Perusahaan



LAMPIRAN 8

Working Dashboard JKTCMD

This screenshot shows an Excel spreadsheet titled "JKTCMD - Working Dashboard (updated).xlsx". The active sheet is "CSR Lombok". The spreadsheet contains project information with columns for dates and project names. Key entries include:

- CSR Lombok** (highlighted in yellow): A large project entry.
- Pengadaan Digital Creative Agency 2019-2020**: Controlled by Mba Vesta.
- lateri2 Kegiatan CM**: Controlled by Mba Vesta.
- Travel Fair (Tourism Australia)**: Controlled by Mba Vesta.
- Info ke mba Maya & Noni**: A note in column R.
- 15 Agustus harus sudah radomk "post ending vs EPR"**: A note in column S.
- TOR sudah harus submitted ke IB**: A note in column T.
- Melengkapi persyaratan CPD Semester 1: Noni dan Maya Semester 2: Nanda**: A note in column U.
- Sudah di complete oleh Mba Noni**: A note in column V.
- Submit ke Dea**: A note in column W.
- Starting point**: A note in column X.

This screenshot shows an Excel spreadsheet titled "JKTCMD - Working Dashboard (updated).xlsx". The active sheet is "Agustus" (September). The spreadsheet displays a project activity timeline with columns for dates from 18-Sep to 28-Sep. The data is as follows:

No	Project	PIC	18-Sep	19-Sep	20-Sep	21-Sep	24-Sep	25-Sep	26-Sep	27-Sep	28-Sep	Notes	Deadline Date
1	GATF (Teaser) RAN socmed activities	Maya											
2	Activities for HARPELNAS 4 Sept	Maya			Done: kirim hadiah								
3	Campaign for "LIVE CHAT" feature in GA Web	Amanda			Ask Havas untuk memproses turunan		done	uploaded to Snappgram					
4	Digitalized Journey Ads (Web) GOTF	Amanda											
5	Eco-Basic	Amanda			Diganti dengan Intra Kalimantan								
6	Destination Video	Amanda											
							Ask Havas untuk						

LAMPIRAN 9

Daftar Key Opinion Leader untuk Eco Basic

Excel screenshot showing a spreadsheet titled "List KOL Eco Basic Aug - Dec 2018.xlsx". The spreadsheet lists Key Opinion Leaders (KOLs) with columns for No, City Origin, Name, User ID, Followers, Account Type, Rate card, Remark, Feed, Traffic, Followers, Propose, Aug, and Sep.

No	City Origin	Name	User ID	Followers	Account Type	Rate card	Remark	Feed	Traffic	Followers	Propose	Aug	Sep
1	Balkpapan	BITRAV	baikpapantraveler	14.8K	Traveler	Rp. 100.000/3post	Featured images from followers about Balikpapan	1. Likers post kisaran 200-500 2. Video viewers (Travel video 400- around 1000), video promo bank bjb -200	Real followers 83.30%	100rb / 3posts	1x	2x	
2	Makassar	@jls_makassar	Instagram	48.4k	Komunitas	Rp 300rb/4 posts atau Rp 500rb/8 posts di feed IG (paid promote) Rp 300rb/8 posts atau Rp 500rb/16 posts di IG story	Feed berisi featured images from followers	1. pernah upload campaign Asian Games GA, likes around 400 2. likes around 1000 3. setiap hari ada yang tag pengalamannya travellingnya	Real Follower Percentage: 78.40%	500rb (4 feed, 4 story)	1x	2x	
3	Medan	medanwisata	medanwisata	37.2K	Travel	IDR 300.000 /post photo IDR 350.000 /post video IDR 150.000 /post story	1. Feed terstruktur, punya layout. 2. punya konten khas yang engage audience	likes around 200-400 (1000 ada beberapa)	Real followers 84.30%	450rb (1 post, 1 story)	1x	2x	

Excel screenshot showing a spreadsheet titled "List KOL Eco Basic Aug - Dec 2018.xlsx". The spreadsheet lists Key Opinion Leaders (KOLs) with columns for No, City Origin, Name, User ID, Followers, Email, Account Type, Rate card, Remark, Feed, Traffic, and Followers.

No	City Origin	Name	User ID	Followers	Email	Account Type	Rate card	Remark	Feed	Traffic	Followers
1	Balkpapan	Mc. Ucha	mcucha	116K		Food Blogger/Traveler/ Lifestyle, and etc	Rp. 250.000/post	Video dubbing, funny video, tampilan feed not well managed			Followersnya cenderung bukan market geruda
2	Balkpapan	BITRAV	baikpapantraveler	14.8K	borneovisit@gmail.com	Traveler	Rp. 100.000/3post	Featured images from followers about Balikpapan	1. Likers post kisaran 200-500 2. Video viewers (Travel video 400- around 1000), video promo		Real followers 83.30%
3	Balkpapan	Kota Balikpapan (Cyber City)	baikpapanku	202K	Cermisbaikpapanku@gmail.com	Food Blogger/Traveler/ Lifestyle, and etc	Rp. 3.000.000 / 5post	Feed punya layout sendiri (walau masih kaku design nya)	Likes original post (>5000), likes promote (around 1000)		Followers sangat aktif, karena akun general, followers sangat aktif di comment section
4	Balkpapan	d.a.p.y	dapurbaikpapan	64K	dapurbaikpapan@gmail.com	Food Blogger and Lifestyle	Rp. 1.000.000 / post	1. feed well managed, look bagus (single fotonya teratur) 2. Caption menarik dan informatif	Likes 500-1000		Tidak sesuai market Geruda
6								1. feed well managed.	Likes around 700-500		

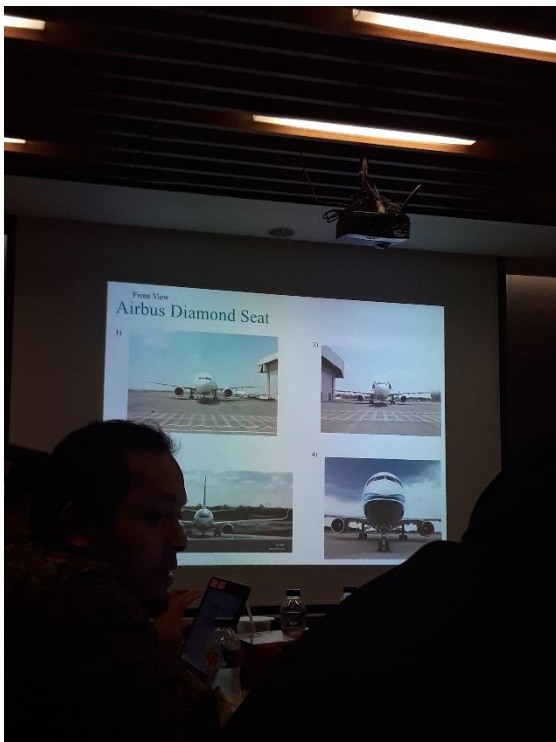
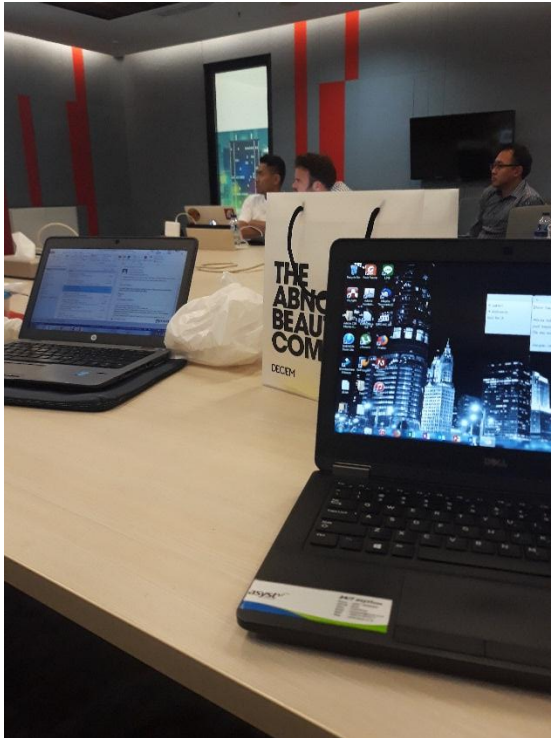
LAMPIRAN 10

Hari Pelanggan Nasional



LAMPIRAN 11

Rapat bersama Klien



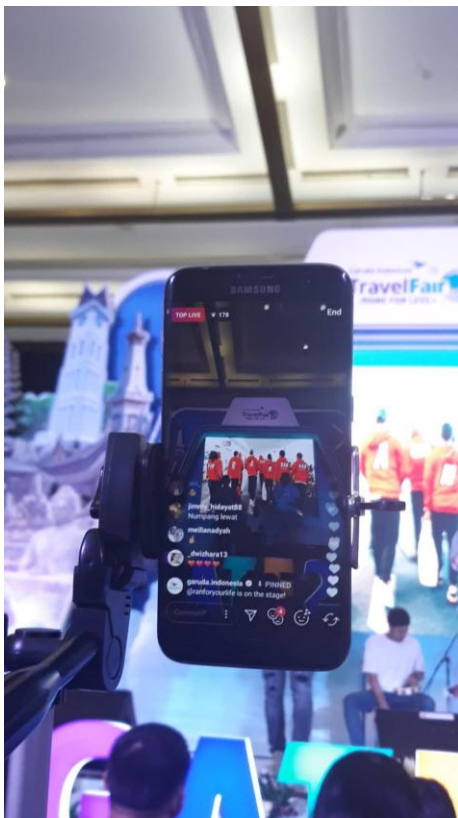
LAMPIRAN 12

Menghadiri Undangan Acara



LAMPIRAN 13

Garuda Indonesia Travel Fair 2018



You can't send messages to this group because you're no longer a participant.