

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* PADA PT LIPUTAN
ENAM DOT COM (KAPANLAGI YOUNIVERSE)**

DZURROTUL ATSNAWIYAH

1705617029



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 2020**

***INTERNSHIP REPORT AT MARKETING COMMUNICATION
DIVISION IN PT LIPUTAN ENAM DOT COM (KAPANLAGI
YOUNIVERSE)***

DZURROTUL ATSNAWIYAH

1705617029



***This Internship Report was written to comply one of the requirements to get a
Bachelor's Degree of Economics at Faculty of Economics of State University of
Jakarta***

BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2020

LEMBAR EKSEKUTIF

Dzurrotul Atsnawiyah. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Divisi *Marketing Communication* di PT. Liputan Enam Dot Com, Jl. RP. Soeroso No.18, RT.9/RW.5, Gondangdia, Kecamatan Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10350 yang berlangsung sejak 27 Januari 2020 sampai dengan 20 Maret 2020. Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) bagi praktikan adalah untuk menambah wawasan dan pengalaman kepada praktikan mengenai gambaran dunia kerja khususnya pada bidang pemasaran, serta mengasah dan mengembangkan kemampuan dan keterampilan praktikan untuk digunakan di dunia kerja nanti. Praktikan diberi tugas, antara lain: membuat *content planner*, membuat rekapitulasi data *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*, menghubungi *contact person* dari *KOL* atau *influencer* untuk menanyakan *rate card*, membuat Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) dan Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP), membuat *report* tentang kerja sama yang telah dilaksanakan, membuat *summary* dokumen- dokumen, dan membuat rekapitulasi *link* artikel.

Kata Kunci: *Key Opinion Leader (KOL)*, *influencer*, media sosial, Surat Perjanjian Kerjasama, Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan, *marketing communication*

EXECUTIVE SUMMARY

Dzurrotul Atsnawiyah. Internship Report in the Marketing Communication Division at PT. Liputan Enam Dot Com, Jl. Rp. Soeroso No.18, RT.9 / RW.5, Gondangdia, Menteng District, Central Jakarta City, Special Capital Region of Jakarta 10350, 27 January – 20 March 2020. Bachelor degree of Management, Faculty of Economy, State University of Jakarta.

The purpose of internship is to add experiences for internee about the work, especially in marketing, and to develop the ability and skills of internee for use in the world of work later. Internee was given tasks, including: making a content planner, making a summary of the Key Opinion Leader (KOL) or influencer data, contacting contact persons from KOL or influencers to ask their rate cards, making Cooperation Agreement and Completion Board Minute, make a report on the collaboration that has been implemented, make a summary of the documents, and make a recapitulation of article links.

Keywords: Key Opinion Leader (KOL), influencer, social media, Cooperation Agreement, Completion Board Minute, marketing communication

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan Divisi *Marketing Communication* pada PT Liputan Enam Dot Com
Nama Praktikan : Dzurrotul Atsnawiyah
Nomor Registrasi : 1705617029
Program Studi : S1 Manajemen

Menyetujui,

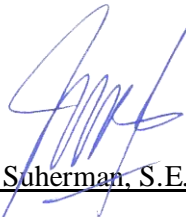
Dosen Pembimbing



Rahmi, S.E., M.S.M

NIP. 198305012018032001

Koordinator Program Studi S1
Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



Dr. Suherman, S.E., M.Si

NIP. 197311162006041001

Seminar Pada Tanggal, 7 Agustus 2020

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta,



Dr. Suherman, S.E., M.Si.
NIP. 197311162006041001

Nama Tanda Tangan Tanggal Ketua

Penguji



Dr. Suherman, S.E., M.Si.14 Agustus 2020
NIP. 197311162006041001

Penguji Ahli



Shandy Aditya, BIB, MPBS11 Agustus 2020
NIP. 198404082019031003

Dosen Pembimbing



Rahmi, S.E., M.S.M15 Agustus 2020
NIP. 198305012018032001

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur praktikan panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya praktikan dapat menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini tepat waktu. Laporan ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Laporan ini dibuat berdasarkan hasil kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang praktikan laksanakan pada divisi *marketing communication* di PT. Liputan Enam Dot Com, terhitung mulai 27 Januari 2020 sampai 20 Maret 2020.

Selama proses penyusunan laporan ini, praktikan menemui beberapa hambatan. Tetapi berkat niat, usaha, doa dan bantuan dari beberapa pihak, laporan ini dapat selesai tepat pada waktunya. Oleh karena itu, praktikan ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan laporan ini, terutama orang tua dan keluarga praktikan, yang selalu mendoakan dan bantuan serta motivasi kepada praktikan. Terima kasih praktikan ucapkan kepada:

1. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Dr. Suherman, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
3. Rahmi, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing Praktik Kerja Lapangan (PKL)
4. Bunga Budianto Putri selaku *Sr. influencer & community implementer* PT Liputan Enam Dot Com sekaligus mentor praktikan
5. Adam Saputra selaku *General Manager Marketing Communication* PT Liputan Enam Dot Com
6. Hastuti Nurrahayu selaku *Human Resource Development* PT Liputan Enam Dot Com
7. Saedi, Maspuroh, Chairul Anwar dan Siti Mamluaturrohmah selaku keluarga praktikan yang selalu memberikan dukungan dan doa

8. Cahyaningtiyas yang telah memberikan saran tempat kegiatan Prkatik Kerja Lapangan (PKL)
9. Seluruh karyawan PT Liputan Enam Dot Com yang telah membuat suasana kerja menjadi sangat menyenangkan
10. Rekan-rekan lain yang tidak dapat praktikan sebut satu persatu yang telah membantu proses penyusunan laporan ini baik secara langsung maupun tidak langsung

Praktikan menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan yang dibuat dalam penulisan laporan ini karena keterbatasan yang dimiliki. Oleh sebab itu, praktikan sangat menerima saran dan kritik yang membangun guna memperbaiki laporan ini. Semoga laporan ini bermanfaat bagi para pembaca.

Jakarta, Juli 2020

Praktikan

DAFTAR ISI

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	i
INTERNSHIP REPORT AT MARKETING COMMUNICATION DIVISION IN PT LIPUTAN ENAM DOT COM (KAPANLAGI YOUNIVERSE).....	ii
LEMBAR EKSEKUTIF.....	iii
EXECUTIVE SUMMARY	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR.....	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL	3
C. Kegunaan PKL.....	4
D. Tempat PKL.....	5
E. Jadwal Waktu PKL.....	6
BAB II.....	8
A. Sejarah Perusahaan	8
B. Struktur Organisasi	12
C. Kegiatan Umum Perusahaan	14
BAB III.....	24
A. Bidang Kerja.....	24
B. Pelaksanaan Kerja	24
C. Kendala yang Dihadapi.....	45
D. Cara Menghadapi Kendala	45
BAB IV	48
A. Kesimpulan	48
B. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	51

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II-1	Logo PT. KapanLagi Youniverse	11
Gambar II-2	Logo PT. Liputan Enam Dot Com	12
Gambar II-3	Struktur Organisasi PT. Liputan Enam Dot Com	12
Gambar II-4	Logo Liputan6.com	14
Gambar II-5	Logo KapanLagi.com	15
Gambar II-6	Logo Fimela.com	16
Gambar II-7	Logo Merdeka.com	16
Gambar II-8	Logo Dream.co.id	17
Gambar II-9	Logo Bola.net	17
Gambar II-10	Logo Bola.com	18
Gambar II-11	Logo Otosia.com	18
Gambar II-12	Ratecard produk PT. Liputan Enam Dot Com	19
Gambar II-13	Ruang tunggu yang bisa dijadikan ruang <i>meeting</i> dan <i>shooting</i>	22
Gambar II-14	Ruang <i>meeting</i>	22
Gambar II-15	Ruang <i>shooting</i>	23
Gambar II-16	Ruang kerja karyawan	23
Gambar III-1	Membuat <i>content planner</i> untuk Socia.ety	25
Gambar III-2	Alur kegiatan membuat <i>content planner</i> untuk Socia.ety	26
Gambar III-3	Membuat rekapitulasi data <i>Key Opinion Leader (KOL)</i> atau <i>influencer</i>	28
Gambar III-4	Membuat rekapitulasi data <i>Key Opinion Leader (KOL)</i> atau <i>influencer</i>	28
Gambar III-5	Alur kegiatan membuat rekapitulasi data <i>Key Opinion Leader (KOL)</i> atau <i>influencer</i>	29
Gambar III-6	Menghubungi <i>contact person Key Opinion Leader (KOL)</i> atau <i>influencer</i> melalui <i>e-mail</i>	30
Gambar III-7	Menghubungi <i>contact person Key Opinion Leader (KOL)</i> atau <i>influencer</i> melalui Whatsapp	30

Gambar III-8	Menghubungi <i>contact person Key Opinion Leader (KOL)</i> atau <i>influencer</i> melalui <i>direct message Instagram</i>	31
Gambar III-9	Memasukkan data <i>rate card Key Opinion Leader (KOL)</i> atau <i>influencer</i>	31
Gambar III-10	Memasukkan data <i>rate card Key Opinion Leader (KOL)</i> atau <i>influencer</i>	32
Gambar III-11	Alur kegiatan menghubungi <i>Key Opinion Leader (KOL)</i> atau <i>influencer</i> untuk menanyakan <i>rate card</i>	33
Gambar III-12	Tampilan Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)	34
Gambar III-13	Tampilan Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)	34
Gambar III-14	Alur kegiatan pembuatan Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)	35
Gambar III-15	Tampilan Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP)	36
Gambar III-16	Tampilan Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP)	36
Gambar III-17	Alur kegiatan pembuatan Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP)	37
Gambar III-18	Laporan <i>event</i> atau <i>campaign</i>	38
Gambar III-19	Laporan <i>event</i> atau <i>campaign</i>	38
Gambar III-20	Alur kegiatan pembuatan laporan	39
Gambar III-21	Tampilan <i>summary</i> Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)	40
Gambar III-22	Alur kegiatan pembuatan <i>summary</i> Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)	40
Gambar III-23	Tampilan hasil pencarian Film Guru-Guru Gokil di Fimela.com	41
Gambar III-24	Tampilan hasil pencarian Film Guru-Guru Gokil di KapanLagi.com	42
Gambar III-25	Tampilan hasil pencarian Film Guru-Guru Gokil di Liputan6.com	42
Gambar III-26	Tampilan hasil pencarian Film Guru-Guru Gokil di Dream.co.id	43
Gambar III-27	Tampilan hasil pencarian Film Guru-Guru Gokil di Merdeka.com	43

Gambar III-28	Rekapitulasi <i>link</i> Artikel Film Guru-Guru Gokil	44
Gambar III- 29	Alur Kegiatan Pembuatan Rekapitulasi <i>Link</i> Artikel yang Membahas Film Guru- Guru Gokil	44

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran
Lampiran 1	Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Lampiran 2	Surat Keterangan Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Lampiran 3	Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Lampiran 4	Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Lampiran 5	Daftar Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL)
Lampiran 6	Dokumentasi Praktik Kerja Lapangan (PKL)

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Seiring berjalannya waktu, sistem informasi dan teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Di zaman modern ini perkembangan informasi dan teknologi menghubungkan individu satu sama lain dan bagaimana cara mereka berinteraksi mengenai suatu informasi. Penggunaan media sosial dapat membantu individu untuk mendapatkan informasi secara cepat dan akurat. Keakuratan ini didukung dengan adanya orang-orang berkompeten dan berpengaruh yang dapat memberikan penjelasan dan nilai suatu produk atau jasa perusahaan. Orang-orang ini adalah *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*.

Key Opinion Leader (KOL) atau *influencer* merupakan individu atau kelompok yang ahli di bidangnya dan mampu menyampaikan pemikirannya sehingga dapat memengaruhi pendapat, sikap, kepercayaan, motivasi dan perilaku orang lain melalui konten yang dibuatnya (Egger, C, 2016). Perusahaan melihat *KOL* atau *influencer* sebagai potensi besar untuk memasarkan produk atau jasa mereka kepada target konsumennya. Pada akhirnya banyak perusahaan yang bekerjasama dengan *KOL* atau *influencer* yang sesuai dengan produk atau jasa mereka. Para *KOL* atau *influencer* ini memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk memasarkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan.

Media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat konten dan saling bertukar informasi dengan pengguna lainnya (Kaplan, A. M., & Haenlein, M., 2010). Penggunaan media sosial oleh para *KOL* atau *influencer* dapat menanamkan citra merek dalam benak konsumen (Valente, T. W., & Pumpuang, P., 2007). Media sosial yang dapat digunakan oleh para *KOL* atau *influencer* adalah Instagram, YouTube, Twitter, Facebook, Blog, dan sebagainya.

Perusahaan harus dapat melihat tipe dari para *KOL* atau *influencer* yang akan diajak bekerjasama untuk memasarkan produknya. *KOL* atau *influencer* dibagi menjadi lima tipe berdasarkan jumlah pengikut di media sosialnya, antara lain *Nano* (1.000 – 10.000 pengikut), *Micro* (10.000 – 50.000 pengikut), *Mid-tier* (50.000 – 500.000 pengikut), *Macro* (500.000 – 1.000.000 pengikut) dan *Mega* (di atas 1.000.000 pengikut) (Influencer MarketingHub, 2020).

Melihat tipe-tipe dari para *KOL* atau *influencer* tersebut, perusahaan dapat mengembangkan strategi dan rencana pemasaran yang akan digunakannya dalam memasarkan produknya. Strategi dan rencana pemasaran tersebut dapat membantu perusahaan untuk membangun merek yang kuat, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai produk kepada pelanggan, serta menciptakan pertumbuhan jangka panjang (Kotler dan Keller, 2016).

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan mata kuliah wajib yang harus ditempuh mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Melalui Praktik Kerja Lapangan (PKL), mahasiswa diberi kesempatan untuk dapat menerapkan dan mengimplikasikan teori yang dipelajari selama perkuliahan. Selain itu, mahasiswa juga dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam dunia kerja, serta menambah relasi. Untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi mahasiswa, salah satunya adalah telah lulus minimal 100 sks.

Berdasarkan kewajiban tersebut, maka praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada divisi *marketing communication* di PT Liputan Enam Dot Com. PT Liputan Enam Dot Com merupakan perusahaan yang berfokus pada media *online* yang membantu perusahaan-perusahaan suatu merek untuk bekerjasama dengan *KOL* atau *influencer* dalam melakukan pemasaran produk atau jasa mereka melalui media sosial.

Dengan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, praktikan

berharap dapat memperdalam dan mengembangkan kemampuan melalui teori- teori yang sudah diberikan tenaga pengajar di universitas. Praktikan juga ingin mengetahui bagaimana caranya menjalin kerja sama antara perusahaan-perusahaan suatu merek dengan para *KOL* atau *influencer* tersebut.

B. Maksud dan Tujuan PKL

Adapun maksud dan tujuan dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, yaitu:

1. Maksud Praktik Kerja Lapangan (PKL)

- a. Memberikan kesempatan kepada praktikan untuk menerapkan teori yang didapat di dunia perkuliahan untuk diimplikasikan di dunia kerja.
- b. Menambah wawasan dan pengalaman kepada praktikan mengenai gambaran dunia kerja khususnya pada bidang pemasaran.
- c. Mengasah dan mengembangkan kemampuan serta keterampilan praktikan dalam menyelesaikan pekerjaan.
- d. Melatih mental dan kedisiplinan praktikan untuk memasuki dunia kerja nantinya.

2. Tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

- a. Memberi gambaran dan mempelajari kegiatan yang dilakukan pada divisi *marketing communication* di PT Liputan Enam Dot Com.
- b. Turut andil berkomunikasi dengan para *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*.
- c. Mendapatkan informasi mengenai *rate card*, syarat dan ketentuan para *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*

dalam menjalin kerja sama.

C. Kegunaan PKL

Adapun kegunaan dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang praktikan lakukan pada divisi *marketing communication* di PT Liputan Enam Dot Com, antara lain:

1. Bagi Praktikan

- a. Memenuhi salah satu syarat kelulusan dan mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) bagi mahasiswa program studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- b. Menjadi kesempatan bagi praktikan untuk mengetahui dunia kerja yang sesungguhnya dengan berbagai dinamikanya.
- c. Menjadi tempat bagi praktikan untuk memperdalam pengetahuan dan kemampuan khususnya pada bidang pemasaran.
- d. Melatih praktikan untuk menjadi tenaga kerja yang profesional, disiplin dan tangguh.
- e. Menambah pengalaman dan relasi praktikan.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

- a. Terjalannya kerja sama jangka panjang antara Universitas Negeri Jakarta dengan PT Liputan Enam Dot Com.
- b. Mempersiapkan mahasiswa untuk menjadi tenaga kerja yang berpengalaman dan profesional.
- c. Mengetahui sejauh mana pengetahuan dan kemampuan mahasiswa dalam mengimplikasikan ilmu yang didapat selama perkuliahan melalui Praktik Kerja Lapangan (PKL).
- d. Sebagai bahan evaluasi sejauh mana ilmu yang diberikan selama perkuliahan relevan dengan yang digunakan di dunia kerja.

3. Bagi PT Liputan Enam Dot Com

- a. Terjalannya kerja sama yang saling menguntungkan antara PT Liputan Enam Dot Com dengan Universitas Negeri Jakarta
- b. Dapat mengevaluasi kinerja mahasiswa sehingga bisa dijadikan pembelajaran ke depannya saat akan membuka lowongan magang.
- c. Terbantunya beberapa pekerjaan pada divisi *marketing communication* di PT Liputan Enam Dot Com.

D. Tempat PKL

1. Tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Praktikan berkesempatan untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada:

Nama Perusahaan : PT Liputan Enam Dot Com (KapanLagi Youniverse)

Alamat : Jl. RP. Soeroso No.18, RT.9/RW.5, Gondangdia, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10350

Nomor Telepon : (021) 31904555

E-mail : corporate.communication@kly.id

2. Alasan memilih PT Liputan Enam Dot Com

Pemilihan PT Liputan Enam Dot Com sebagai perusahaan tempat praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL), selain disarankan salah satu teman praktikan tetapi juga praktikan tertarik untuk mengetahui bagaimana kegiatan serta strategi pemasaran yang dilakukan di divisi *marketing communication* perusahaan ini.

E. Jadwal Waktu PKL

Jadwal pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) praktikan terbagi menjadi beberapa tahapan, antara lain:

1. Tahap Persiapan

Pada pertengahan bulan Desember 2019 praktikan mulai mencari- cari perusahaan sebagai tempat untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL), sampai salah satu teman praktikan memberikan saran di PT Liputan Enam Dot Com. Praktikan mengirim *curriculum vitae (cv)* sebagai penghantar *e-mail* lamaran Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada tanggal 27 Desember 2020. Lalu praktikan mendapat kabar oleh bagian *human resource* untuk melakukan wawancara pada 20 Januari 2020.

Setelah melakukan wawancara, praktikan menunggu untuk dihubungi lebih lanjut mengenai hasil wawancara. Pada tanggal 22 Januari 2020 praktikan ditelepon oleh bagian *human resource* dan dinyatakan diterima untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) mulai 27 Januari 2020. Selanjutnya praktikan segera mengurus semua dokumen- dokumen yang diperlukan, seperti surat permohonan izin Praktik Kerja Lapangan melalui *website* sipermawa dan mengambil surat tersebut di BAKHUM.

2. Tahap Pelaksanaan

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Liputan Enam Dot Com pada divisi *marketing communication* membantu *SR. Influencer & Community Implementer* terhitung mulai 27 Januari 2020 sampai dengan 20 Maret 2020. Praktikan bekerja selama 40 hari kerja, mulai pukul 10.00 sampai dengan pukul 18.00 WIB, setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat.

3. Tahap Pelaporan

Sebagai bukti telah menyelesaikan Praktik Kerja Lapangan (PKL), praktikan diharuskan untuk membuat laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Laporan ini berisi tentang kegiatan-kegiatan apa yang dilakukan praktikan selama menjalankan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Liputan Enam Dot Com. Pembuatan laporan ini juga menjadi salah satu syarat untuk lulus dalam mata kuliah Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) bagi mahasiswa S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

1. Sejarah PT KapanLagi Youniverse

Ketika pertama kali didirikan oleh Steve Christian dan Eka Wiharto pada tahun 2003, tujuan PT KapanLagi Youniverse adalah untuk membangun perusahaan teknologi internet yang akan mengubah lanskap konsumsi konten. Ketika pengguna ponsel mulai mencapai massa kritis di Indonesia, KapanLagi.com mengambil kesempatan untuk memberikan hiburan bagi orang-orang ini. Dari awal yang sederhana sebagai tim beranggotakan lima orang yang sebagian besar terdiri dari insinyur, KapanLagi Group kini telah tumbuh menjadi salah satu perusahaan Internet terbesar di Indonesia dengan 500 karyawan saat ini. Sepanjang jalan, tujuan baru dalam berbagai vertikal diciptakan termasuk Bola.net (dikhususkan untuk penggemar olahraga), Vemale.com (dikhususkan untuk topik yang menarik bagi wanita), Otosia.com (dikhususkan untuk berita media online otomotif), dan Merdeka.com (situs berita utama KapanLagi Group).

Pada 2014, KapanLagi Group yang resmi berganti nama baru menjadi KapanLagi Network memulai awal yang baru melalui *merger* dengan Fimela Network, yang didirikan oleh Ben Subiakto dan Dian Mulyadi. Fimela Network adalah jaringan kecantikan gaya hidup yang mengoperasikan Fimela.com (dikhususkan untuk kecantikan dan *online fashion* yang *glamor*), Sooperboy.com (dikhususkan untuk semua aspek gaya hidup pria), dan Muvila.com (dikhususkan untuk penggemar film).

Gabungan, jaringan tujuan *online* populer ini sekarang dikenal sebagai KapanLagi Network (KLN) dan berdiri sebagai simbol untuk kreativitas, inovasi, dan ketekunan. Dengan kantor saat ini di Jakarta,

Malang dan Jogja, dan jumlah pembaca lebih dari 40 juta per bulan, KLN baru memulai. KLN percaya bahwa ide-ide hebat membutuhkan orang-orang hebat. Dengan demikian, KLN akan terus mendidik para talenta muda untuk memberi mereka peluang awal untuk menciptakan sesuatu yang signifikan dan bermakna. Tenaga kerja berbakat ini bersama dengan keyakinan kuat bahwa "Gagasan Anda dapat mengubah hidup orang" akan memastikan bahwa perusahaan akan terus tumbuh dan membuat dampak baik secara lokal maupun global (KapanLagi, 2020).

KapanLagi Youniverse (KLY) adalah perusahaan media *online* hasil *merger* PT Kreatif Media Karya (KMK) dan PT KapanLagi Networks (KLN). KLY merupakan jaringan media terbesar di Indonesia yang menghadirkan solusi tak terbatas dan *multi platforms*. KLY untuk Indonesia, juga bertujuan untuk menjalin & menjaga hubungan dengan *internet users*, membangun sentimen positif, menangkal berita hoax, menjaga kredibilitas informasi melalui saluran pemberitaan independen. Didukung oleh hampir 1.000 personel termasuk para profesional di bidang jurnalisme dan kreasi konten, KLY membangun ekosistem konten yang aman untuk *advertiser*, yang mengutamakan *brand safety* (KapanLagi Youniverse, 2020).

2. Sejarah PT Liputan Enam Dot Com

Liputan6.com merupakan portal berita yang terdaftar dan sudah diverifikasi oleh Dewan Pers Indonesia. Informasi terbaru dan akurat yang disajikan Liputan6.com menitikberatkan pada akurasi dan ketajaman berita dengan sumber informasi yang terpercaya. Liputan6.com tidak bekerja untuk kepentingan politik mana pun dan berdiri di atas dan untuk semua golongan, serta non-partisan. Redaksi Liputan6.com harus taat pada kode etik jurnalistik yang ditetapkan Dewan Pers. Jurnalis Liputan6.com tidak boleh terlibat dalam politik praktis, menjadi pengurus atau tim sukses partai politik.

Liputan6.com berdiri sejak Agustus 2000. Awalnya hanya menyajikan berita yang sudah tayang di stasiun televisi pada program Liputan6 SCTV (Surya Citra Televisi), anak usaha PT Surya Citra Media Tbk (SCM), perusahaan publik yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. SCM merupakan anak perusahaan dari PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (Emtek). Sejak 24 Mei 2012, induk perusahaan Emtek, yang merupakan perusahaan terbuka dan tercatat di Bursa Efek Indonesia, memutuskan untuk memisahkan Liputan6.com dari SCTV dengan menjadi perusahaan sendiri, PT Kreatif Media Karya (KMK). Perusahaan KMK ini merupakan anak perusahaan Emtek. Saham KMK sebanyak 99,99% dimiliki oleh PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (Emtek). Namun seiring dengan adanya peraturan baru yang dikeluarkan oleh Dewan Pers, maka sejak 14 Maret 2016 portal Liputan6.com dimiliki dan dioperasikan oleh PT Liputan Enam Dot Com, yang merupakan anak perusahaan KMK dengan kepemilikan saham 99,99%.

Sejak itu, Liputan6.com mengubah penayangan berita menjadi sebuah *online news portal* dengan berita yang jauh lebih beragam dibandingkan dengan ketika didirikan. Jumlah berita Liputan6.com makin bertambah dan beragam dengan kanal-kanal yang disesuaikan untuk kebutuhan pembaca seperti Politik, Olahraga, Bisnis, Tekno, *Showbiz*, *Health*, *Lifestyle*, Global, Otomotif, Regional hingga Citizen6 yang mengakomodir jurnalisme warga. Liputan6.com juga memiliki Kanal Cek Fakta, untuk mengklarifikasi sejumlah klaim yang beredar dan ikut berpartisipasi dalam perang melawan hoaks maupun kabar dusta. Liputan6.com terus mengalami kenaikan peringkat baik di Alexa maupun Comscore. Kini liputan6.com menjadi situs berita yang diperhitungkan dan masuk dalam jajaran lima portal terbesar di Indonesia.

PT Liputan6.com secara bisnis membiayai kegiatan operasional dari pendapatan (*revenue*) yang berasal dari iklan berupa *banner*, *native ads*, dan *video ads*. Perusahaan induk tidak memiliki afiliasi apapun

dengan partai politik atau kelompok kepentingan tertentu sehingga menjamin netralitas Liputan6.com.

Per Maret 2018, operasional PT Liputan Enam Dot Com ada di bawah PT KapanLagi Networks yang menguasai 99,99% saham saat ini (Liputan6, 2020).

3. Visi dan Misi PT Liputan Enam Dot Com

a. Visi

Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui teknologi, inovasi, dan layanan *online* di era digital serta bertujuan menjadikan masyarakat yang lebih pintar.

b. Misi

Menjadi perusahaan media *online* nomor 1 di Indonesia yang menyajikan solusi 360 melalui konsep digital dengan pendekatan yang terintegrasi dan komprehensif.

4. Logo PT KapanLagi Youniverse



Gambar II-1 Logo PT KapanLagi Youniverse

Sumber: www.kly.id

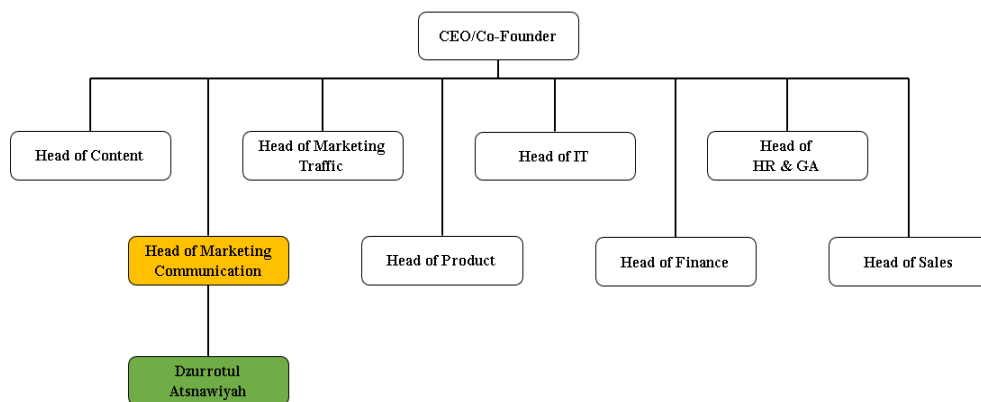
5. Logo PT Liputan Enam Dot Com



Gambar II-2 Logo PT Liputan Enam Dot Com

Sumber: www.liputan6.com

B. Struktur Organisasi



Gambar II-3 Struktur Organisasi PT Liputan Enam Dot Com

Sumber: Arsip data PT Liputan Enam Dot Com diolah oleh praktikan

Selama menjalani Praktik Kerja Lapangan (PKL), praktikan ditempatkan di divisi *marketing communication*. Struktur organisasi dari PT liputan Enam Dot Com sendiri terdiri dari *CEO/Co-Founder* dan membawahi langsung 8 divisi, yaitu *Content*, *Marketing Communication*, *Marketing Traffic*, *Product*, *IT*, *Finance*, *HR & GA*, dan *Sales*. Masing-masing divisi tersebut memiliki tanggung jawab sebagai berikut.

1. *Head of Content*

Divisi yang membawahi para reporter & editor, multimedia mereka memproduksi berita baik tertulis, *infographics*, video, *streaming* dsb, juga termasuk di dalamnya konten untuk iklan.

2. *Head of Marketing Communication*

Divisi yang membuat konsep dan *execute* strategi pemasaran, termasuk *event*. Divisi ini juga yang sering berinteraksi dengan pihak luar perusahaan.

3. *Head of Marketing Traffic*

Divisi yang bertanggung jawab akan *traffic page view*, *Search Engine Optimization (SEO)*, dan *social media*.

4. *Head of Product*

Divisi yang bertanggung jawab atas produk-produk perusahaan yang meliputi *product development*, *testing*, *Quality Control (QC)*, aplikasi dan *publishing*.

5. *Head of Information Technology (IT)*

Divisi yang bertanggung jawab atas sistem teknologi dan informasi perusahaan yang meliputi *web developer*, *mobile developer*, *security engineer*, *system analyst* dan *UI/UX designer*.

6. *Head of Finance*

Divisi yang bertanggung jawab atas keuangan perusahaan yang meliputi *finance*, *tax* dan *accounting*.

7. *Head of Human Resource (HR) & General Affair (GA)*

Divisi yang bertanggung jawab atas semua proses di bagian sumber daya manusia dan untuk urusan umum.

8. *Head of Sales*

Divisi yang bertanggung jawab atas kegiatan *sales* perusahaan yang meliputi *direct sales*, *sales support*, *sales admin* dan *strategic sales*.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

Kegiatan umum PT Liputan Enam Dot Com dapat dijelaskan melalui *marketing mix*. *Marketing mix* mencakup setiap dan semua elemen yang berpotensi memuaskan konsumen dan di mana perusahaan memiliki tingkat kendali tertentu. Elemen-elemen tersebut terdiri dari *7P*, yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process* dan *physical evidence*.

1. *Product*

PT Liputan Enam Dot Com memiliki beberapa *product* berupa media-media yang dikelola di dalamnya, antara lain.

a. **Liputan6.com**



Gambar II-4 Logo Liputan6.com

Sumber: www.liputan6.com

Liputan6.com merupakan portal berita yang terdaftar dan sudah diverifikasi di Dewan Pers Indonesia. Informasi terbaru dan akurat yang disajikan Liputan6.com menitikberatkan pada akurasi dan ketajaman berita dengan sumber informasi yang terpercaya.

Liputan6.com awalnya hanya menyajikan berita yang sudah tayang di stasiun televisi pada program Liputan6 SCTV, tetapi sekarang Liputan6.com mengubah penayangan berita menjadi portal berita *online* dengan berita yang jauh lebih beragam dibandingkan dengan ketika didirikan.

b. KapanLagi.com



Gambar II-5 Logo KapanLagi.com

Sumber: www.kapanlagi.com

KapanLagi.com menyediakan berbagai konten yang terus diupdate selama 24 jam sehari. Konten KapanLagi.com hadir dalam bentuk produk dan layanan unggulan yang akan terus dikembangkan setiap harinya. Konten-konten tersebut membahas tentang *entertainment*, bola, musik, *game*, *travel*, *fashion* dan kecantikan.

c. **Fimela.com**



Gambar II-6 Logo Fimela.com

Sumber: www.fimela.com

Fimela.com adalah portal media *online* khusus para wanita Indonesia yang modern dan memiliki mobilitas tinggi. Karena survey menunjukkan bahwa kini telah terdaftar 8 juta perempuan Indonesia pengguna internet namun belum ada media *online* yang memberitakan topik yang dekat dengan wanita seperti *fashion & beauty, news & entertainment, family & relationship*, dan *work & lifestyle* seperti layaknya sebuah majalah cetak.

d. **Merdeka.com**



Gambar II-7 Logo Merdeka.com

Sumber: www.merdeka.com

Merdeka.com adalah hasil dari kolaborasi antara media dan teknologi. Merdeka.com dibangun oleh perusahaan teknologi yang terdiri dari orang-orang yang mengerti PHP & Apache/FreeBSD

lebih dulu daripada ilmu jurnalistik (dulunya). Merdeka.com memiliki tujuan yaitu menjadi sebuah media yang bisa diakses jutaan orang melalui teknologi, tanpa batasan atau dibatasi, karena: tidak ada yang lebih berharga daripada menjadi merdeka (tanpa dot com).

e. **Dream.co.id**



Gambar II-8 Logo Dream.co.id

Sumber: www.dream.co.id

Dream.co.id merupakan situs muslim *lifestyle* pertama di Indonesia yang fokus pada selebritis, kuliner, gaya hidup, kecantikan, kesehatan, parenting, travel, ekonomi syariah, dan komunitas para hijaber. Dream.co.id juga menyajikan kisah-kisah inspiratif yang menggugah hati, sahabat bagi hijaber dan muslimah.

Dream.co.id menyajikan berita-berita terbaru yang juga mengupas sisi positif para artis, peristiwa-peristiwa menarik baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

f. **Bola.net**



Gambar II-9 Logo Bola.net

Sumber: www.bola.net

Bola.net merupakan portal media *online* yang menyajikan berita olahraga khususnya sepak bola yang menarik dan informatif baik dari luar negeri maupun dalam negeri. Mulai dari kejadian di lapangan, jadwal pertandingan, update skor terbaru beserta ulasan detailnya, hingga kehidupan para pemain di luar lapangan semua disajikan secara lengkap.

g. Bola.com



Gambar II-10 Logo Bola.com

Sumber: www.bola.com

Sama halnya dengan Bola.net, Bola.com juga merupakan portal media *online* yang memberikan berita tentang sepak bola baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Perbedaan dari Bola.com dan Bola.net hanya *website*-nya saja.

h. Otosia.com



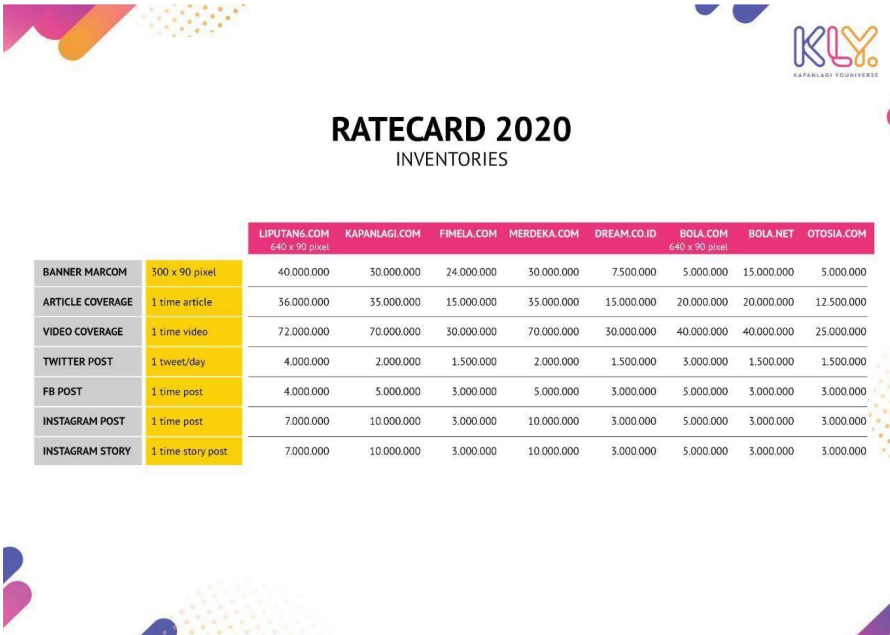
Gambar II-11 Logo Otosia.com

Sumber: www.otosia.com

Otosia.com merupakan portal media *online* yang dikhususkan bagi penggemar dunia otomotif. Otosia.com menyajikan berita perkembangan otomotif dan artikel modifikasi yang berpadu cantik dengan foto *high resolution/high definiton*. Selain itu, media ini juga dilengkapi dengan saran jual-beli mobil terpercaya yang disajikan dengan foto dan harga.

2. Price

PT Liputan Enam Dot Com memiliki harga yang bervariasi untuk setiap medianya dengan produk yang sama. Harga-harga tersebut dimuat dalam sebuah *ratecard*. Berikut *ratecard* dari masing-masing media di PT Liputan Enam Dot Com.



RATECARD 2020
INVENTORIES

		LIPUTAN6.COM 640 x 90 pixel	KAPANLAGI.COM	FIMELA.COM	MERDEKA.COM	DREAM.CO.ID	BOLA.COM 640 x 90 pixel	BOLA.NET	OTOSIA.COM
BANNER MARCOM	300 x 90 pixel	40.000.000	30.000.000	24.000.000	30.000.000	7.500.000	5.000.000	15.000.000	5.000.000
ARTICLE COVERAGE	1 time article	36.000.000	35.000.000	15.000.000	35.000.000	15.000.000	20.000.000	20.000.000	12.500.000
VIDEO COVERAGE	1 time video	72.000.000	70.000.000	30.000.000	70.000.000	30.000.000	40.000.000	40.000.000	25.000.000
TWITTER POST	1 tweet/day	4.000.000	2.000.000	1.500.000	2.000.000	1.500.000	3.000.000	1.500.000	1.500.000
FB POST	1 time post	4.000.000	5.000.000	3.000.000	5.000.000	3.000.000	5.000.000	3.000.000	3.000.000
INSTAGRAM POST	1 time post	7.000.000	10.000.000	3.000.000	10.000.000	3.000.000	5.000.000	3.000.000	3.000.000
INSTAGRAM STORY	1 time story post	7.000.000	10.000.000	3.000.000	10.000.000	3.000.000	5.000.000	3.000.000	3.000.000

Gambar II-12 Ratecard produk PT Liputan Enam Dot Com

Sumber: Arsip data PT Liputan Enam Dot Com

3. *Place*

PT Liputan Enam Dot Com berkantor pusat di Menteng, lebih tepatnya di Jl. RP. Soeroso No.18, RT.9/RW.5, Gondangdia, Kecamatan Menteng, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10350. Lokasi ini cukup strategis mengingat terdapat beberapa karyawan yang terkadang bekerja di SCTV Tower, Senayan City, sehingga mobilitas karyawan pun dapat berjalan lancar.

Kantor pusat PT Liputan Enam Dot Com dapat diakses menggunakan kendaraan pribadi ataupun kendaraan umum. Sebagian besar karyawan menggunakan *commuter line* untuk pergi bekerja dan dilanjutkan dengan menggunakan jasa ojek *online*. Bagi karyawan yang akan melanjutkan pekerjaan di SCTV Tower, mereka dapat menggunakan mobil milik kantor sebagai alat transportasi mereka. Tetapi banyak juga karyawan yang lebih memilih untuk menggunakan jasa ojek *online* untuk mengaksesnya.

4. *Promotions*

Dalam meningkatkan penjualan, divisi *marketing communication* dan divisi *sales* pada PT Liputan Enam Dot Com saling bekerjasama dalam mempromosikan media-media yang ada di perusahaan.

Promosi yang dilakukan PT Liputan Enam Dot Com adalah dengan menyelenggarakan *event off-air* di mana media-media PT Liputan Enam Dot Com bekerjasama dengan suatu *brand* dan terjadinya kesepakatan antara perusahaan dan *brand* tersebut mengenai pembagian insentif yang akan didapatkan perusahaan jika terjadi transaksi dalam jumlah yang telah disepakati. PT Liputan Enam Dot Com juga bekerjasama dengan artis atau *influencer* sebagai *Key Opinion Leader (KOL)* yang sesuai dengan permintaan perusahaan dengan cara *KOL/influencer* terpilih membuat *challenge* melalui media sosialnya mengenai *campaign* yang diselenggarakan sehingga menarik minat audiensnya untuk mengikuti

campaign tersebut dalam kurun waktu yang telah disepakati.

5. *People*

Tenaga kerja yang ada di PT Liputan Enam Dot Com merupakan orang-orang yang berkompeten dan memiliki keahlian di bidangnya masing-masing serta saling bekerjasama dalam mengembangkan dan mempertahankan eksistensi perusahaan.

6. *Process*

Dalam menjalankan pekerjaannya, proses yang dilakukan PT Liputan Enam Dot Com adalah sebagai berikut.

- a. Tim divisi *marketing communication* dan divisi *sales* mempromosikan dan menjual produk kepada konsumennya (*client*)
- b. Tim bertemu (*meeting*) dengan *client* untuk membahas lebih lanjut terkait produk pada media mana yang akan dibeli untuk mengiklankan merek yang dimilikinya
- c. *Client* membahas tentang ketersediaan *KOL/influencer* untuk mempromosikan merek-nya serta *scope of work (sow)* yang harus dilakukan oleh *KOL/influencer* terpilih
- d. Tim dan *client* akan berdiskusi tentang paket harga yang akan digunakan untuk membuat kerja sama ini. Paket harga yang telah disepakati selanjutnya akan dibuatkan *quotation/media order*
- e. Setelah disepakatinya *sow* dan paket harga, tim dan *client* membuat surat kerja sama yang akan ditandatangani dari masing-masing pihak yang bersangkutan dan sebagai bukti dimulainya pekerjaan

7. *Physical Evidence*

Fasilitas fisik yang dimiliki PT Liputan Enam Dot Com meliputi ruang kerja masing-masing media, ruang studio dan ruang meeting. Fasilitas fisik tersebut merupakan fasilitas yang dapat menunjang kegiatan karyawan di PT Liputan Enam Dot Com.



Gambar II-13 Ruang tunggu yang bisa dijadikan ruang *meeting* dan *shooting*

Sumber: Dokumentasi oleh praktikan



Gambar II-14 Ruang *meeting*
Sumber: Dokumentasi oleh praktikan



Gambar II-15 Ruang *shooting*
Sumber: Dokumentasi oleh praktikan



Gambar II-16 Ruang kerja karyawan
Sumber: Dokumentasi oleh praktikan

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

Pada pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Liputan Enam Dot Com, praktikan ditempatkan di divisi *marketing communication*, lebih tepatnya di bagian *influencer & community implementer*. Praktikan mendapat bimbingan langsung oleh Kak Bunga Budianto Putri selaku *SR influencer & community implementer*. Adapun cakupan pekerjaan yang praktikan lakukan selama Praktik Kerja Lapangan (PKL), antara lain:

1. Membuat *content planner* (konsep dan *caption*) untuk media sosial *Socia.ety*
2. Membuat rekap data *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* yang akan diajak bekerjasama
3. Menghubungi *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* yang telah didata untuk meminta *rate card* dalam melakukan kerja sama
4. Membuat Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) untuk *KOL* atau *influencer* yang menyepakati untuk bekerjasama
5. Membuat Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP) untuk *KOL* atau *influencer* yang menyepakati untuk bekerjasama
6. Membuat *report* tentang kerja sama yang telah dilaksanakan
7. Membuat *summary* Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)
8. Merekap *link* artikel dari setiap media

B. Pelaksanaan Kerja

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Liputan Enam Dot Com selama 40 hari kerja, terhitung mulai tanggal 27 Januari 2020 sampai dengan tanggal 20 Maret 2020. Pada hari pertama

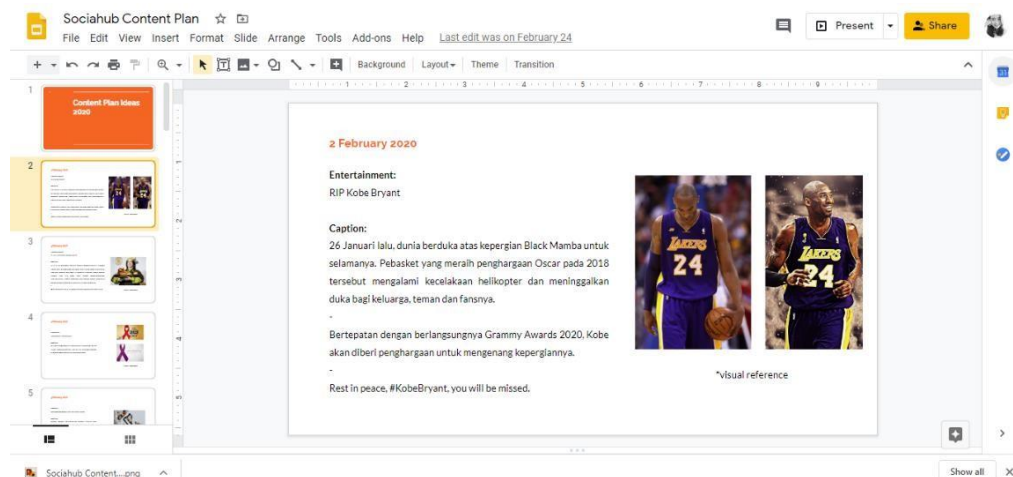
praktikan diajak oleh Mba Tuti (bagian *human resource*) menuju tempat divisi *marketing communication* dan diperkenalkan dengan mentor sementara, Kak Adam Saputra (*general manager of marketing communication*), dikarenakan mentor yang akan memberikan arahan kepada praktikan sedang mengambil cuti, yaitu Kak Bunga Budiarto Putri selaku *SR. influencer & community implementer*.

Berikut penjelasan terperinci mengenai pekerjaan yang praktikan kerjakan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Liputan Enam Dot Com.

1. Membuat *content planner* (konsep dan *caption*) untuk media sosial **Socia.ety**

Socia.ety (dulu SociaHub) merupakan *social media account* yang dikembangkan oleh divisi *marketing communication* di Instagram. Socia.ety sendiri merupakan akun yang membahas tentang *lifestyle, beauty, travel, entertainment*, dan masih banyak lagi.

Praktikan diberi arahan oleh Kak Adam untuk mempelajari terlebih dahulu mengenai konsep dari akun Socia.ety, untuk selanjutnya diberi tugas untuk membuat *content planner*.



Gambar III-1 Membuat *content planner* untuk Socia.ety

Sumber: data diolah oleh praktikan

Content planner adalah strategi atau acuan untuk membuat konten agar kualitas konten yang akan diunggah sesuai dengan standar dan target. Setelah mempelajari konsep dari akun *Socia.ety*, praktikan mulai mencari ide dan referensi untuk membuat konten. Konten-konten tersebut merupakan informasi mengenai suatu topik yang sedang ramai dibicarakan oleh orang-orang. Praktikan mencari ide dan referensi melalui beberapa *platform* media sosial, seperti Instagram, Twitter, Pinterest, Youtube, dll.

Setelah mendapat beberapa ide untuk konten yang akan dibuat, praktikan mulai membuat konsep untuk konten tersebut. Praktikan juga membuat *interractive caption* untuk menarik perhatian para pengikut *Socia.ety* dan fokus pada pembahasan konten. Sebelum konten yang telah dibuat diunggah di akun *Socia.ety*, praktikan memberikan hasil dari *content planner* kepada Kak Adam untuk dievaluasi.

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat membuat *content planner* untuk akun *Socia.ety*



Gambar III-2 Alur Kegiatan Membuat *content planner* untuk akun *Socia.ety*

Sumber: data diolah oleh praktikan

Manfaat dari pembuatan *content planner* ini adalah praktikan dapat menyusun beberapa strategi agar mampu menarik perhatian bagi para pengikut akun Socia.ety sebagai sarana komunikasi melalui konten-konten yang telah dibuat.

2. Membuat rekapitulasi data *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* yang akan diajak bekerjasama

Dalam menjalankan operasionalnya, divisi *marketing communication* membantu tim *sales* dalam mencari *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* sesuai dengan permintaan *client* atau perusahaan suatu merek. Setelah mendapat arahan dari Kak Bunga mengenai kriteria *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* yang diminta oleh *client*, praktikan mulai mencari *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* yang sesuai melalui beberapa media sosial, seperti Instagram, Twitter, Youtube, dll.

Setelah itu praktikan mulai membuat rekapitulasi data pada Google Sheet mengenai nama lengkap, alamat Instagram, jumlah *followers* Instagram, dan *contact person* dari *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* yang sesuai.

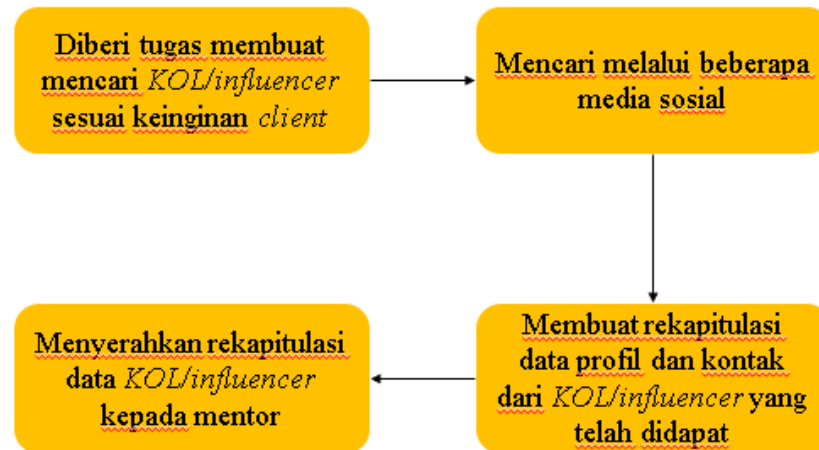
No.	Nama Beauty Influencer	Instagram Beauty Influencer	Jumlah Followers	Keterangan	Rate IG Photo	Rate IG Photo (Hardsell)	Rate
1	Stephanie Rose Pandangan	https://www.instagram.com/stephaniewose/	323.152	ok			
2	Nadya Aqilla	https://www.instagram.com/nadyaqailla/	112.738	ok			
3	Cut Rizki	https://www.instagram.com/crvhons/	156.167	take out			
4	Amanda Shafira	https://www.instagram.com/mandce/	173.947	ok			
5	Veronica Ong	https://www.instagram.com/veroonicaong/	65.328	ok			
6	Astari Budi	https://www.instagram.com/astaririv/	519.847	ok			
7	Nicole's Makeup	https://www.instagram.com/nicolesmakeup/	122.908	ok			
8	Angelicca Marthin	https://www.instagram.com/gelangelicca/	169.674	ok			
9	Almiranti Fira	https://www.instagram.com/almirantifira/	103.851	ok			
10	Aveline Agnes Wijaya	https://www.instagram.com/avelineagnes/	35.189	ok			
11	Tasya Farasya	https://www.instagram.com/tasyafarasya/	3.030.654				
12	Suhaylah Salim	https://www.instagram.com/suhaysalim/	627.469				
13	Tyna Kanna Mirdad	https://www.instagram.com/tynakannamirdad/	488.300				
14	Elizabeth Christina	https://www.instagram.com/bylizzieparra/	172.934				
15	Vinna Gracia	https://www.instagram.com/vinnagracia/	489.656				
16	Paola Serena Novelli	https://www.instagram.com/paolatambunann/	237.811				
17	Nanda Arsyinta	https://www.instagram.com/nandaarsynt/	1.555.198				
18	Ahal Cratika	https://www.instagram.com/ahalcratika/	806.874				

Gambar III-3 Membuat rekapitulasi data *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*
 Sumber: data diolah oleh praktikan

No.	Nama Influencer	Instagram Influencer	Jumlah Followers	Contact Person
1	Tasya Kamila	https://www.instagram.com/tasyakamila/	4.049.254	contact.tasyakamila@gmail.com
2	Olla Ramlan Aufar	https://www.instagram.com/ollaramlanaufar/	14.667.274	brother.alle@gmail.com
3	Ussy Sulistawaty	https://www.instagram.com/ussypratama/	12.996.110	0821-2267-4777
4	Anindia Yandirest Ayunda	https://www.instagram.com/nindyaparasadyharsono/	1.369.166	0878-2417-1924
5	Gisella Anastasia	https://www.instagram.com/gisel_la/	26.306.620	official.gisel@gmail.com
6	Ayudia C	https://www.instagram.com/ayudiad/c/	1.979.628	0812-8222-1351
7	Sabai Dieter Morscheck	https://www.instagram.com/sabadieter/	1.092.958	sabai.dm@gmail.com
8	Titi Kamal	https://www.instagram.com/titi_kamal/	10.045.954	titikamal.management@gmail.com
9	Shireen Sungkar	https://www.instagram.com/shireensungkar/	18.674.674	0812-1089-2767
10	Celine Evangelista	https://www.instagram.com/celine_evangelista/	3.407.955	0811-9347-788
11	Chelsea Olivia Wijaya	https://www.instagram.com/chelsealiviana/	21.900.315	Ralph Glenn Alinskie@gmail.com
12	Sophia Lajuba	https://www.instagram.com/sophia_lajuba88/	2.678.455	yoqaeveryday88@gmail.com
13	Sri Wulandari Guritno	https://www.instagram.com/wulanguritno/	3.675.066	wulanguritno.lee@gmail.com

Gambar III-4 Membuat rekapitulasi data *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*
 Sumber: data diolah oleh praktikan

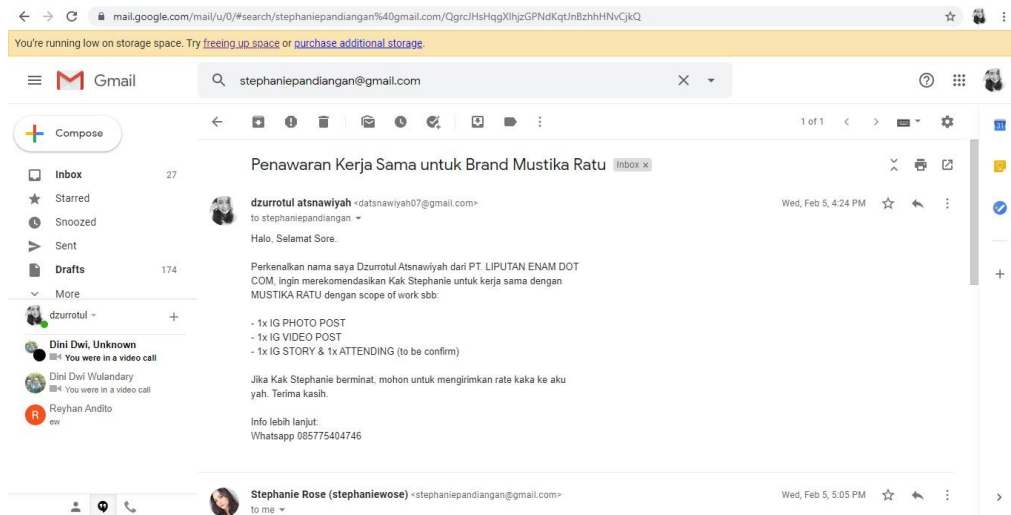
Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat membuat rekapitulasi data *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*



Gambar III-5 Alur Kegiatan Membuat Rekapitulasi Data Key Opinion Leader (KOL) atau influencer
 Sumber: data diolah oleh praktikan

3. Menghubungi Key Opinion Leader (KOL) atau influencer yang telah didata untuk meminta *rate card* dalam melakukan kerja sama

Setelah melakukan pendataan mengenai nama lengkap, alamat Instagram, jumlah *followers* Instagram, dan *contact person* dari Key Opinion Leader (KOL) atau *influencer*, praktikan diberi arahan untuk menghubungi *contact person* yang tertera. Tujuan praktikan menghubungi *contact person* dari para Key Opinion Leader (KOL) atau *influencer* adalah untuk menanyakan *rate card* dalam menjalin suatu kerja sama dengan *scope of work* tertentu. *Contact person* tersebut merupakan manajer dari Key Opinion Leader (KOL) atau *influencer* atau bahkan Key Opinion Leader (KOL) atau *influencer* itu sendiri dan dapat dihubungi melalui *e-mail*, Whatsapp, dan *direct message* Instagram.



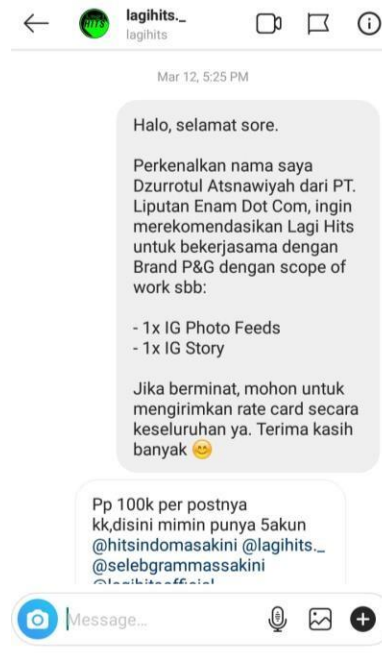
Gambar III-6 Menghubungi *contact person Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* melalui *e-mail*

Sumber: *e-mail* praktikan



Gambar III-7 Menghubungi *contact person Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* melalui *Whatsapp*

Sumber: *Whatsapp* praktikan



Gambar III-8 Menghubungi *contact person Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* melalui *direct message Instagram*

Sumber: *direct message Instagram* praktikan

Setelah menghubungi *contact person* dari para *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*, praktikan menunggu balasan untuk mendapatkan *rate card*-nya. Terkadang praktikan menerima balasan pada hari itu juga, tapi terkadang praktikan menerimanya berhari-hari kemudian.

Jika praktikan sudah menerima *rate card* dari para *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*, data tersebut langsung praktikan masukkan pada Google Sheet yang sebelumnya hanya terdiri dari informasi umum mengenai *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* yang sesuai kriteria *client*.

No.	Nama Influencer Fitness	Instagram Influencer Fitness	Jumlah Followers	Keterangan	Rate IG Photo	Rate IG Video	Rate IG Story
1	Melanie Putra	https://www.instagram.com/melanieputria/	126k		10.000.000	15.000.000	8.000.000
2	Puspa Dewi	https://www.instagram.com/puspadewihc/	419k		5.000.000	10.000.000	2.500.000
3	Siltha Marino	https://www.instagram.com/silthamarino/	70k		5.000.000	7.000.000	3.000.000
4	Ufa Sofura	https://www.instagram.com/ufoasofura/	48.8k				
5	Eliprian Light	https://www.instagram.com/eliprianlight/	17.4k		650.000	2.000.000	400.000 (swipe up)
6	Dennis Hadi	https://www.instagram.com/dennishadi/	163k				
7	Daniel Hadi	https://www.instagram.com/alexandanielhadi/	91.6k				
8	Renny Sutiyoso	https://www.instagram.com/rennysutiyoso/	182k				
9	Hendri Take	https://www.instagram.com/hendritake/	108k		5.000.000	10.000.000	3.500.000
10	Nadya Maudy	https://www.instagram.com/nadyamaudy/	112k		3.000.000	5.000.000	1.500.000

Gambar III-9 Memasukkan data *rate card* Key Opinion Leader (KOL) atau influencer

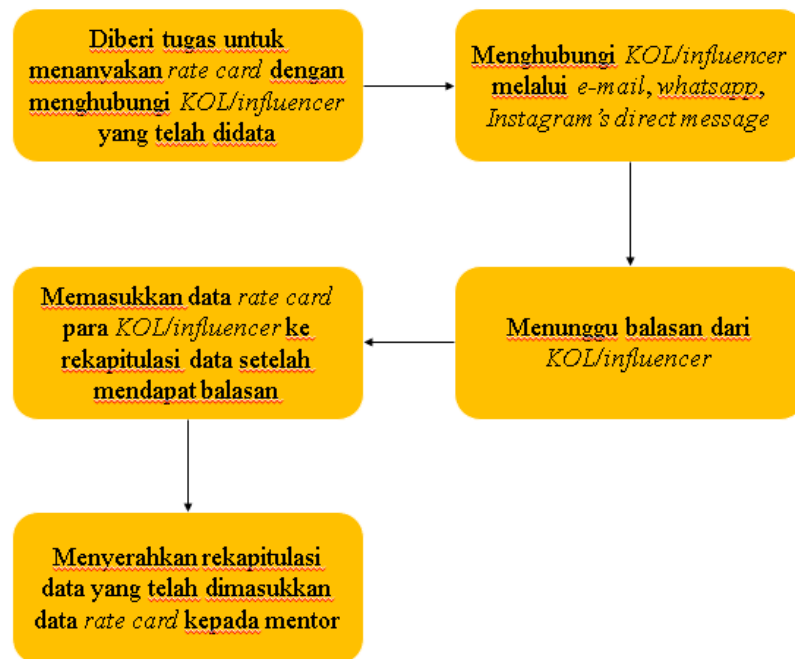
Sumber: data diolah oleh praktikan

Instagram Beauty Influencer	Jumlah Followers	Keterangan	Rate IG Photo	Rate IG Photo (Hardsell)	Rate IG Photo (Carousel)	Rate IG Video
https://www.instagram.com/stephaniewose/	323.152	ok	14.000.000/photo	20.000.000/photo	+7.000.000/post	25.000.000 (exclusive)
https://www.instagram.com/nadyaagilal/	112.738	ok		7.000.000/photo	+2.000.000/photo	9.000.000
https://www.instagram.com/cvthops/	196.167	take out				
https://www.instagram.com/mandee/	173.947	ok	5.000.000/post	5.000.000/post	+1.000.000/slide	6.000.000
https://www.instagram.com/veronicacong/	65.328	ok	3.000.000	5.000.000		5.000.000
https://www.instagram.com/astarid/	519.847	ok	13.000.000/photo	16.000.000/photo	+5.000.000/photo	20.000.000
https://www.instagram.com/nicolesmakeup/	122.908	ok	9.000.000		+1.000.000/photo	14.000.000
https://www.instagram.com/gelangelicca/	169.674	ok	9.000.000/photo	11.000.000/photo	+1.500.000/photo	15.000.000 (1 minute)
https://www.instagram.com/almiranfirra/	103.851	ok	4.000.000/photo	6.000.000/photo	+1.500.000/photo	10.000.000
https://www.instagram.com/avelineagnes/	35.189	ok	2.500.000/photo	5.000.000	+500.000/photo	4.500.000
https://www.instagram.com/tasyafarasya/	3.030.654					
https://www.instagram.com/suhaysalm/	627.469					
https://www.instagram.com/tynakannamindad/	488.300					
https://www.instagram.com/bylizeparra/	172.934					
https://www.instagram.com/vinnarajia/	489.656					
https://www.in.../nandaarsynt/	237.811					
https://www.instagram.com/nandaarsynt/	1.555.198					
https://www.instagram.com/ahabul/	666.874					

Gambar III-10 Memasukkan data *rate card* Key Opinion Leader (KOL) atau influencer

Sumber: data diolah oleh praktikan

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat menghubungi Key Opinion Leader (KOL) atau influencer untuk menanyakan *rate card*



Gambar III-11 Alur Kegiatan Menghubungi Key Opinion Leader (KOL) atau influencer Untuk Menanyakan Rate Card

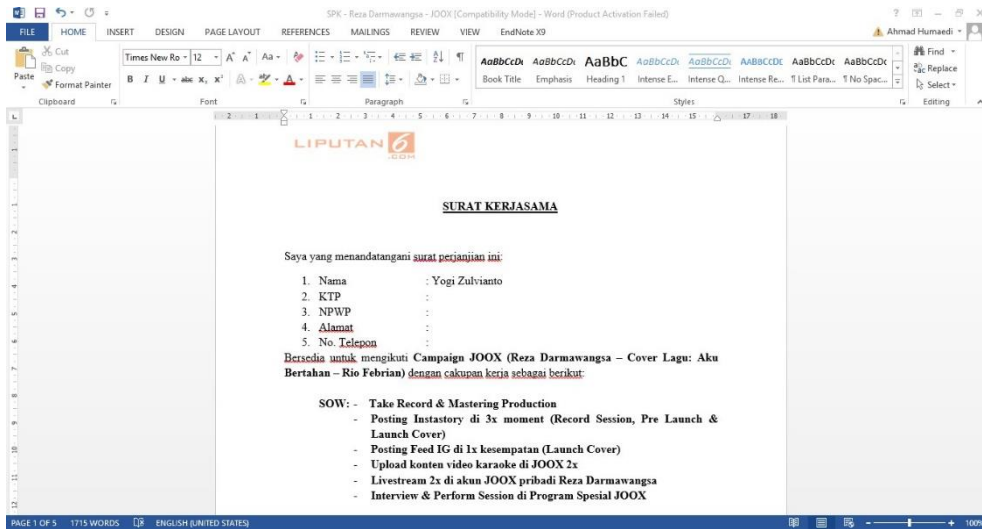
Sumber: data diolah oleh praktikan

4. Membuat Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) untuk KOL atau influencer yang menyepakati untuk bekerjasama

Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) adalah surat yang dibuat untuk para KOL atau influencer yang bersedia menjalin kerja sama yang sudah ditawarkan oleh PT Liputan Enam Dot Com. SPK tersebut berisikan tentang data diri KOL atau influencer, cakupan pekerjaan yang harus dilakukan, informasi *budget* yang akan dibayarkan, serta syarat dan ketentuan dari kerja sama yang dijalin.

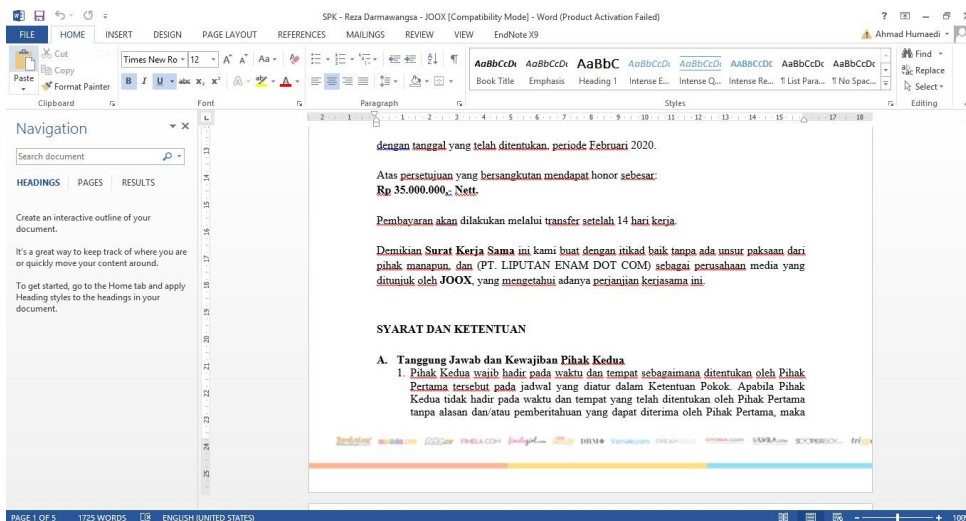
Sebelumnya praktikan bernegosiasi dengan *contact person* dari para KOL atau influencer mengenai *budget* untuk *scope of work* yang diminta *client* dengan acuan dari *rate card* yang telah diberikan. Jika para KOL atau influencer sepakat dengan *budget* yang telah dinegosiasikan, maka praktikan meminta *scan* KTP, NPWP dan Buku Tabungan para

KOL atau *influencer* lalu membuat Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) tersebut.



Gambar III-12 Tampilan Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)

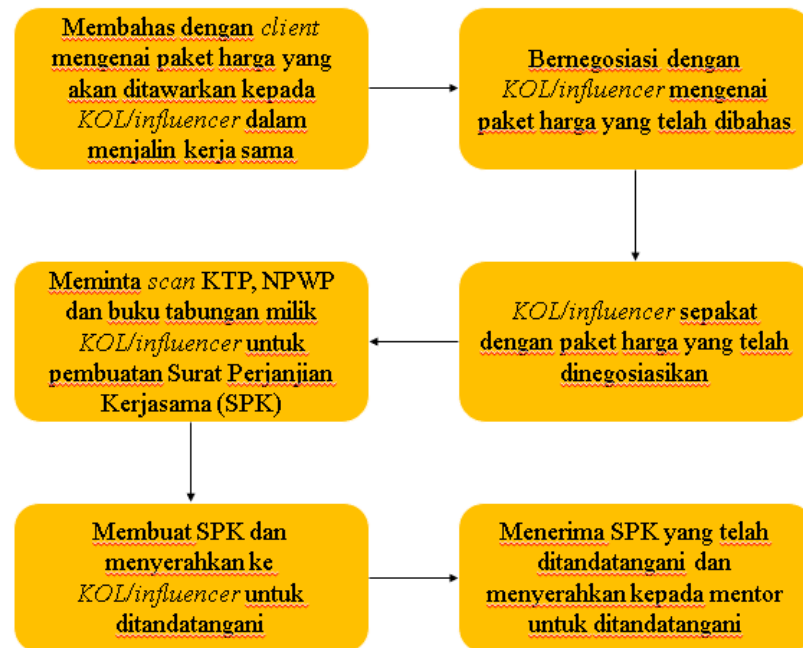
Sumber: data PT Liputan Enam Dot Com, diolah oleh praktikan



Gambar III-13 Tampilan Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)

Sumber: data PT Liputan Enam Dot Com, diolah oleh praktikan

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat membuat Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)

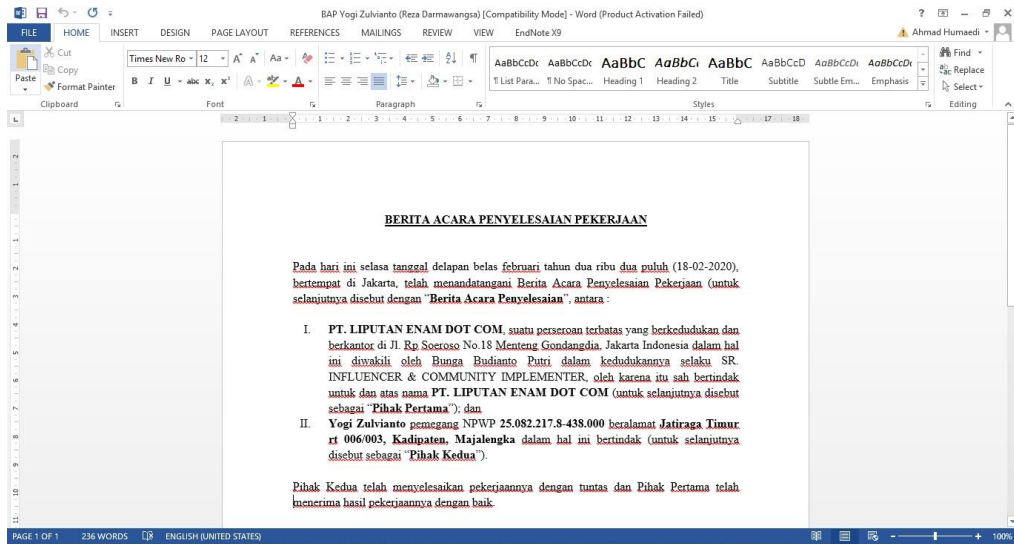


Gambar III-14 Alur Kegiatan Pembuatan Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)

Sumber: data diolah oleh praktikan

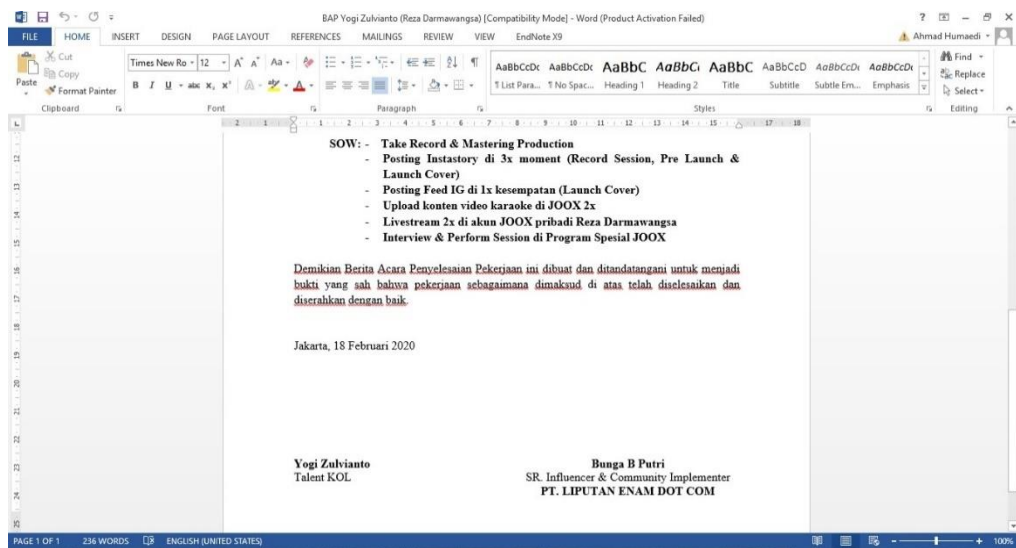
5. Membuat Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP) untuk *KOL* atau *influencer* yang menyepakati untuk bekerjasama

Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP) merupakan suatu dokumen yang menjadi bukti sah bahwa cakupan pekerjaan yang dilakukan oleh *KOL* atau *influencer* (pihak kedua) telah diselesaikan dan diserahkan kepada PT Liputan Enam Dot Com (pihak pertama). Dokumen tersebut menjelaskan siapa yang bertindak sebagai pihak pertama dan pihak kedua, serta merincikan kembali cakupan pekerjaan yang harus dilakukan oleh *KOL* atau *influencer* sebagai pihak kedua.



Gambar III-15 Tampilan Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP)

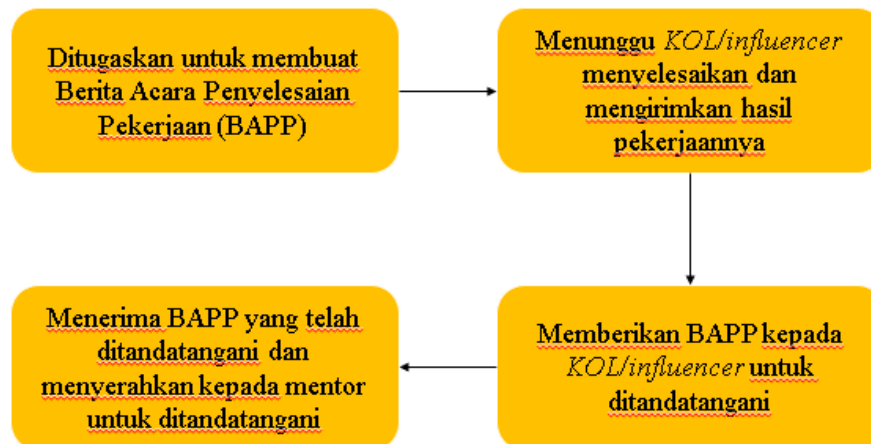
Sumber: data PT Liputan Enam Dot Com, diolah oleh praktikan



Gambar III-16 Tampilan Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP)

Sumber: data PT Liputan Enam Dot Com, diolah oleh praktikan

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat membuat Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP)



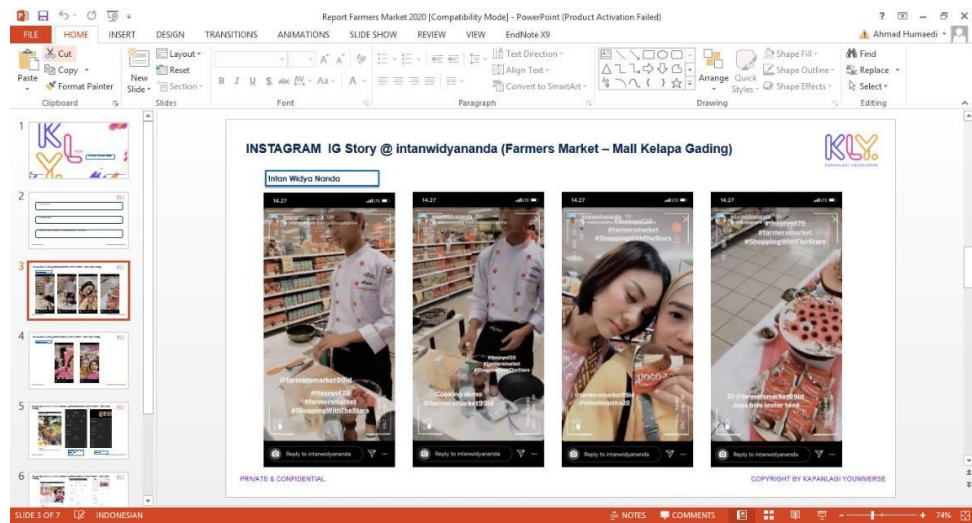
Gambar III-17 Alur Kegiatan Pembuatan Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP)

Sumber: data diolah oleh praktikan

6. Membuat *laporan* tentang kerja sama yang telah dilaksanakan

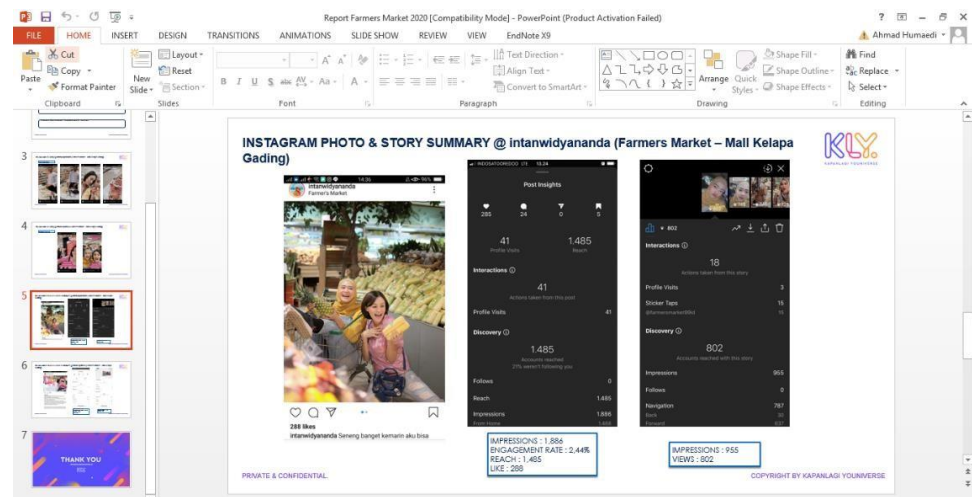
Setelah para *KOL* atau *influencer* menjalankan pekerjaannya dan menyerahkan kepada PT Liputan Enam Dot Com, selanjutnya praktikan diarahkan untuk membuat *report* atau laporan dalam bentuk *powerpoint* yang berisikan dokumentasi cakupan pekerjaan terkait. Praktikan mendapat dokumentasi tersebut dari media sosial para *KOL* atau *influencer* yang menjalin kerja sama ini.

Pada *report* tersebut tidak hanya berisikan dokumentasi dari kerja sama yang terjalin saja, tetapi juga hasil dari cakupan pekerjaan yang dilakukan para *KOL* atau *influencer* di media sosialnya, yaitu *Instagram Photo & Story Summary (Impressions, Reach, Views dan Likes)*.



Gambar III-18 Laporan event atau campaign

Sumber: data PT Liputan Enam Dot Com, diolah oleh praktikan



Gambar III-19 Laporan event atau campaign

Sumber: data PT Liputan Enam Dot Com, diolah oleh praktikan

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat membuat laporan tentang kerja sama yang telah diselesaikan oleh *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer*



Gambar III-20 Alur Kegiatan Pembuatan Laporan

Sumber: data diolah oleh praktikan

7. Membuat *summary* Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)

Selain menjalin kerja sama dengan para *KOL* atau *influencer*, PT Liputan Enam Dot Com juga menjalin kerja sama dengan beberapa penyelenggara *event* dan bertindak sebagai *media partner*. Sebagai pihak *media partner*, PT Liputan Enam Dot Com berkewajiban untuk memberikan informasi mengenai *event* atau kerja sama dalam bentuk lainnya di berbagai *platform* media digital naungan PT Liputan Enam Dot Com yang sudah disepakati.

Dalam menjalin kerja sama tersebut saat kedua pihak setuju dengan kesepakatan yang ditawarkan, maka selanjutnya ialah pembuatan Surat Perjanjian Kerjasama (SPK). Praktikan tidak ditugaskan untuk membuat dokumen tersebut, tetapi diarahkan untuk membuat *summary* dari Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) atas kerja sama yang dijalin. *Summary* tersebut berisikan apa saja kerja sama yang dijalin, media naungan PT Liputan Enam Dot Com mana yang digunakan, kewajiban apa saja yang harus dilakukan PT Liputan Enam Dot Com, serta hak apa saja yang didapat PT Liputan Enam Dot Com.

NO.	NAMA PERJANJIAN	JENIS DOKUMEN	REVENUE SHARE/FEE	KEWAJIBAN KLY
1	Ienius Co Creation Week	Surat Perjanjian Kerjasama	FULL BARTER	Liputan6.com, Merdeka.com, Twitter 2x, Facebook 1x, IG Story 1x
2	Jakarta Indonesia Pet Show	Surat Perjanjian Kerjasama	FULL BARTER	Liputan6.com, Fimela.com, Web Banner 5 hari, Web Banner 5 hari
3	Puteri Indonesia	Surat Perjanjian Kerjasama	FULL BARTER	Liputan6.com, KapanLagi.com, Fimela.com, IG Story 2x, Facebook 2x, Twitter 2x, Web Banner 6 Hari, Artikel 3x, Media Visit
4	Film Melankolia	Surat Perjanjian Kerjasama	FULL BARTER	Liputan6.com, Fimela.com, Web Banner 7 hari, Artikel 2x, Media Visit 1x, Twitter 2x, Facebook 2x, IG Story 2x
5	Long Term Partnership Seven Event X Kapanlagi.com	Surat Perjanjian Kerjasama	FULL BARTER	KapanLagi.com, GIICOMVEC: Web Banner 7 Hari, GIAS JAKARTA: Branding Logo Placem (20), GIAS THE SERIES: Web Banner 3 Hari, IMOS: Web Banner 7 Hari
6	Long Term Partnership Seven Event X Merdeka.com	Surat Perjanjian Kerjasama	FULL BARTER	Merdeka.com, GIICOMVEC: Web Banner 5 Hari, Twitter 2x, GIAS JAKARTA: Branding Logo Placem untuk kuis (20), GIAS THE SERIES: Branding Logo Plac

Gambar III-21 Tampilan *summary* Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)

Sumber: data diolah oleh praktikan

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat membuat *summary* Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)



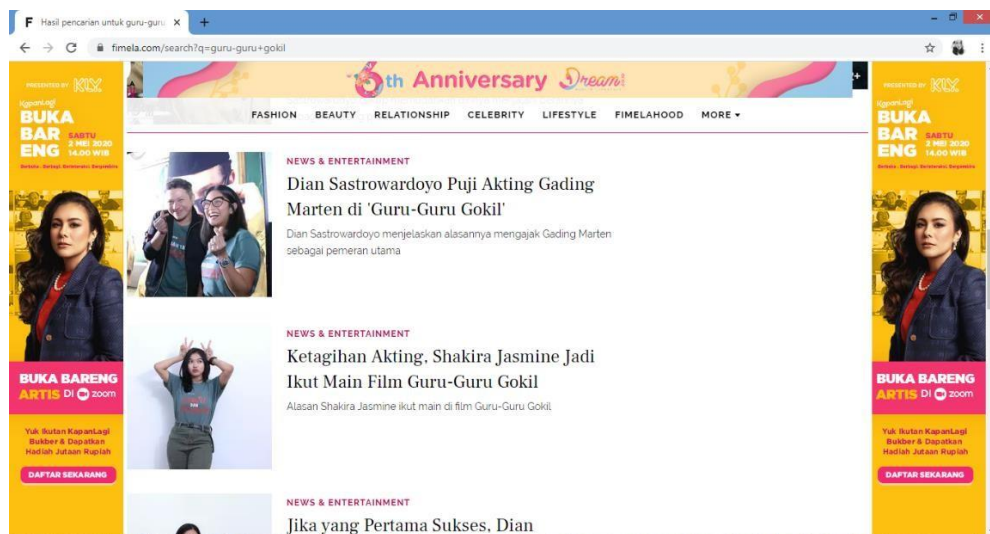
Gambar III-22 Alur Kegiatan Pembuatan *Summary* Surat Perjanjian Kerjasama (SPK)

Sumber: data diolah oleh praktikan

8. Merekap *link* artikel dari setiap media

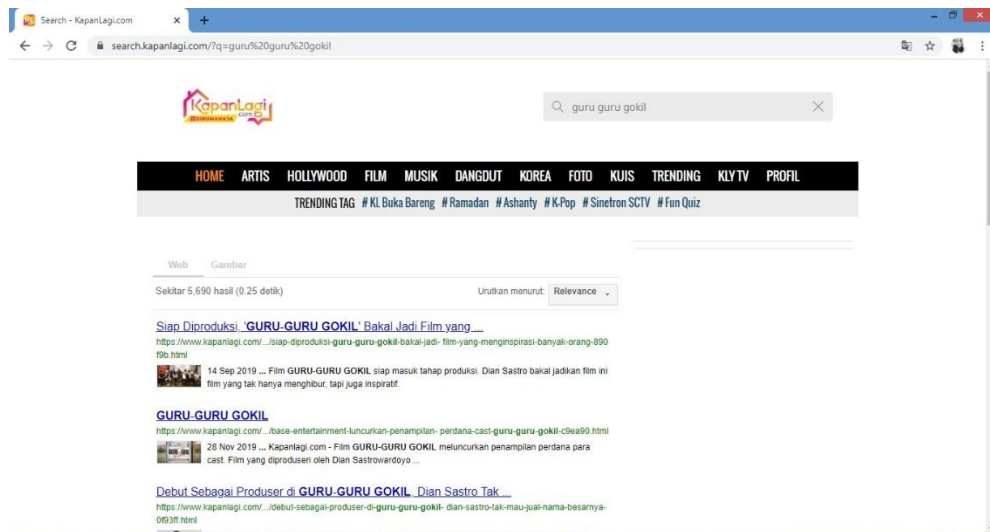
Saat menjalin kerja sama dengan penyelenggara *event*, PT Liputan Enam Dot Com memiliki kewajiban yang harus dijalankan serta hak yang harus diterima sebagai *media partner*. Kewajiban PT Liputan Enam Dot Com ialah memberikan informasi mengenai *event* atau kerja sama yang dijalin. Sebagai salah satu contoh adalah kerja sama dengan penyelenggara Film Guru-Guru Gokil.

Kewajiban dari kerja sama tersebut adalah pembuatan artikel di beberapa *platform* media digital naungan PT Liputan Enam Dot Com yang sudah disepakati. Praktikan diberi arahan untuk merekap seluruh *link* artikel yang membahas tentang Film Guru-Guru Gokil di lima *platform* media digital naungan PT Liputan Enam Dot Com, yaitu Fimela.com, KapanLagi.com, Liputan6.com, Dream.co.id, Merdeka.com.



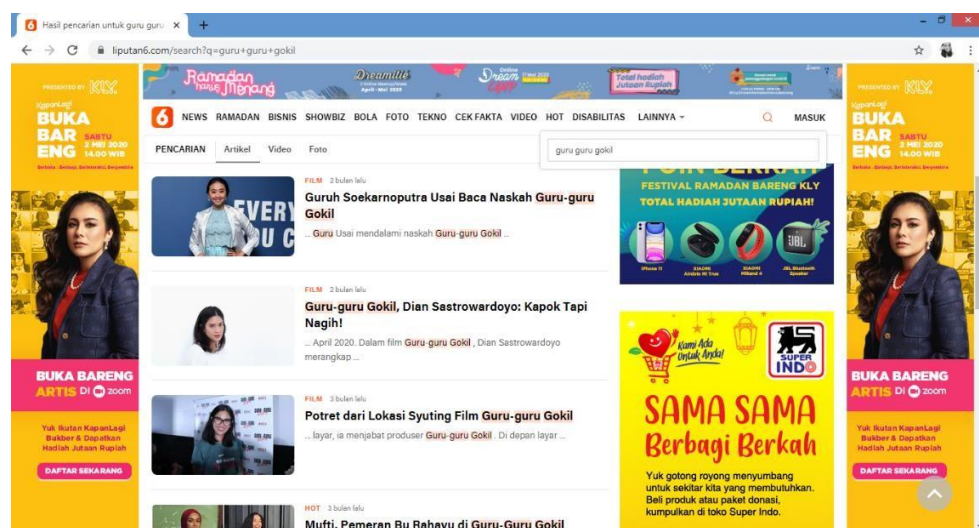
Gambar III-23 Tampilan hasil pencarian Film Guru-Guru Gokil di Fimela.com

Sumber: <https://www.fimela.com/>



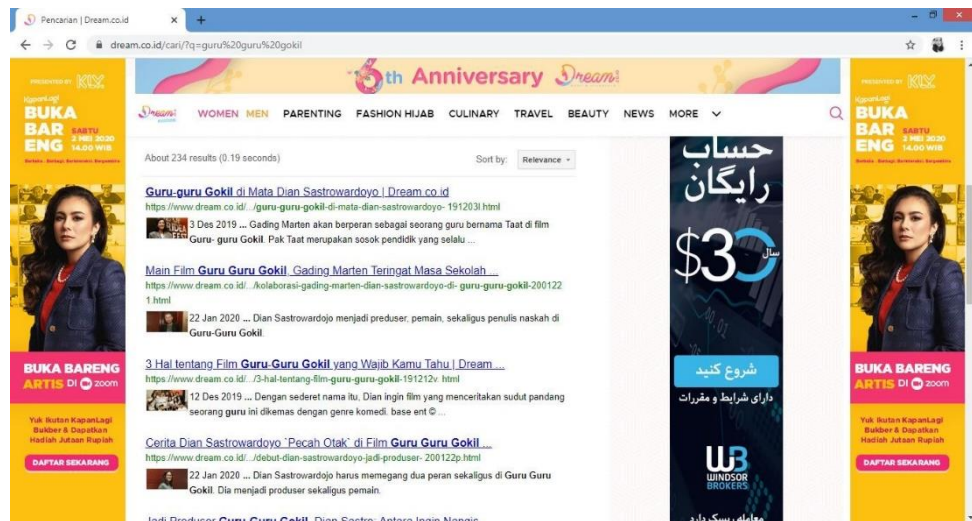
Gambar III-24 Tampilan hasil pencarian Film Guru-Guru Gokil di KapanLagi.com

Sumber: <https://kapanlagi.com/>



Gambar III-25 Tampilan hasil pencarian Film Guru-Guru Gokil di Liputan6.com

Sumber: <https://www.liputan6.com/>



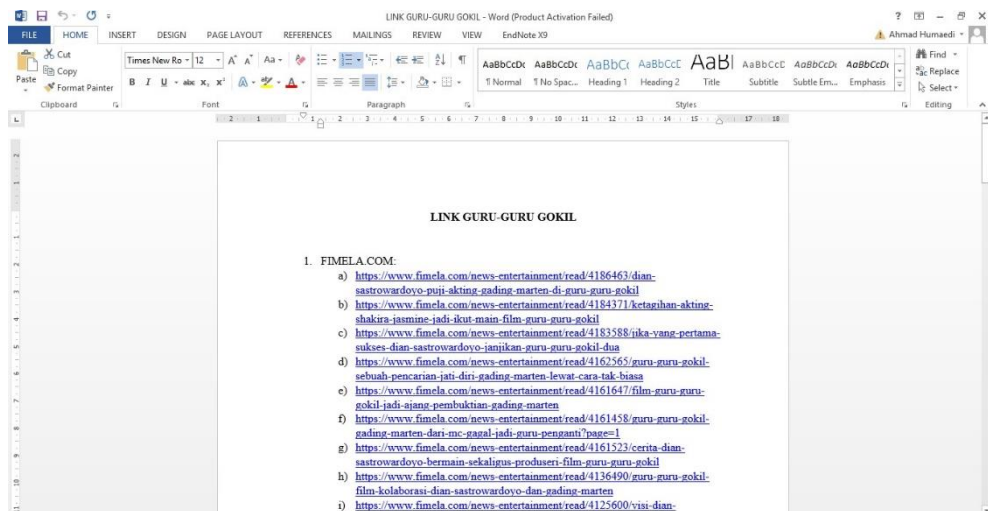
Gambar III-26 Tampilan hasil pencarian Film Guru-Guru Gokil di Dream.co.id

Sumber: <https://www.dream.co.id/>



Gambar III-27 Tampilan hasil pencarian Film Guru-Guru Gokil di Merdeka.com

Sumber: <https://www.merdeka.com/>



Gambar III-28 Rekapitulasi *link* Artikel Film Guru-Guru Gokil

Sumber: data diolah oleh praktikan

Berikut adalah alur kegiatan praktikan saat rekapitulasi *link* artikel yang membahas tentang film Guru-Guru Gokil



Gambar III-28 Alur Kegiatan Pembuatan Rekapitulasi *Link* Artikel yang Membahas Film Guru-Guru Gokil

Sumber: data diolah oleh praktikan

C. Kendala yang Dihadapi

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Liputan Enam Dot Com pada divisi *marketing communication*, praktikan mengalami beberapa kendala yang membuat beberapa pekerjaan sedikit terhambat, antara lain:

1. Pada hari pertama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) praktikan tidak dibimbing secara langsung oleh Kak Bunga, selaku mentor praktikan, dikarenakan sedang mengambil cuti sehingga sedikit mengalami kebingungan tugas apa yang harus dilakukan oleh praktikan.
2. Praktikan diharuskan membawa laptop sendiri karena pihak PT Liputan Enam Dot Com tidak menyediakan perangkat yang akan digunakan oleh siswa atau mahasiswa yang melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL).
3. Praktikan sempat mengalami kesulitan untuk mencari *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* yang diminta *client* karena ketentuan yang diberikan sangat spesifik.
4. Tidak adanya arahan dari mentor dan pengalaman praktikan dalam menganalisa fitur *insight* yang ada di Instagram, sehingga praktikan mengalami kesulitan dalam mencari KOL atau *influencer* yang sesuai dengan minat konsumen.
5. Pengrekan data *rate card* para KOL atau *influencer* sempat mengalami keterlambatan karena praktikan menerima balasan dari *contact person* bisa sampai sehari-hari, bahkan terdapat beberapa *contact person* yang tidak membalas.

D. Cara Menghadapi Kendala

Meskipun praktikan mengalami beberapa kendala saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Liputan Enam Dot Com

pada divisi *marketing communication*, praktikan tetap mau berusaha untuk menangani kendala-kendala tersebut. Adapun cara-cara yang dilakukan praktikan untuk menanganinya yaitu:

1. Pada hari pertama praktikan diinformasikan bahwa Kak Bunga, selaku mentor praktikan, mengambil cuti selama satu minggu. Sehingga pihak HRD, Bu Tuti, mempertemukan praktikan dengan Kak Adam, *General Manager Marketing Communication*, sebagai mentor sementara. Untuk mengisi kekosongan tersebut, Kak Adam memberi arahan agar praktikan belajar untuk membuat *content planner*. Awalnya praktikan merasa kebingungan seperti apa bentuk dari *content planner* itu dan harus diisi dengan apa, tapi praktikan diberi bimbingan dan contoh oleh Kak Adam dengan memberikan *content planner* yang sudah pernah dibuat. Selain mencari referensi-referensi untuk *content planner* dari berbagai macam media sosial, praktikan juga mendapat ide dari Kak Adam dan rekan praktikan lainnya.
2. Kendala ini tidak terlalu memberatkan untuk praktikan dikarenakan praktikan memiliki laptop sendiri untuk menunjang pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Yang menjadi kendala adalah beberapa keyboard dari laptop praktikan tidak berfungsi, sehingga praktikan harus menggunakan *on-screen keyboard*. Hal tersebut terkadang memperlambat pekerjaan karena praktikan tidak dapat mengetik sesuatu secara langsung.
3. Pencarian *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* merupakan hal yang menyenangkan, karena praktikan tidak hanya mengetahui KOL atau *influencer* yang hanya ahli di satu bidang saja, tetapi di berbagai macam bidang. Kendala yang dihadapi praktikan dalam proses pencarian ini adalah saat praktikan tidak menemukan atau hanya menemukan beberapa KOL atau *influencer* yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang diberikan *client*. Cara praktikan mengatasi hal ini ialah dengan bertanya kepada Kak Bunga atau teman-teman rekan praktikan di tempat PKL. Tak jarang juga praktikan mencari

melalui *website* yang memiliki data KOL atau *influencer* yang sesuai dengan keahliannya.

4. Kendala ini sedikit memengaruhi pekerjaan praktikan karena dengan adanya fitur *insight* di Instagram, seharusnya praktikan dapat lebih mengetahui kebutuhan apa yang sesuai dengan konsumen dan dapat mencari KOL atau *influencer* yang tepat seperti yang dijelaskan dalam *one-to-one marketing* sehingga dapat menghemat biaya juga waktu. Cara praktikan menghadapinya tidak berbeda dengan yang dijelaskan sebelumnya, praktikan mencari KOL atau *influencer* yang sesuai dengan bertanya kepada Kak Bunga atau teman-teman rekan praktikan dan mencari melalui *website* yang menyediakan data KOL atau *influencer*.
5. Data *rate card* merupakan data yang sangat dibutuhkan untuk menjalin kerja sama dengan para KOL atau *influencer*. *Rate card* ini didapatkan melalui *contact person* KOL atau *influencer* yang praktikan hubungi. Hal ini menjadi kendala saat praktikan mendapat balasan yang cukup lama dari waktu dimana praktikan menghubungi *contact person* tersebut. Kendala itu praktikan atasi dengan cara menghubungi kembali *contact person* tersebut setelah dua sampai tiga hari praktikan tidak mendapat balasan apapun. Cara lain yang praktikan lakukan adalah menghubungi *contact person* tersebut melalui media lain jika tercantum dalam profil KOL atau *influencer*. Kendala lainnya adalah ketika *contact person* tersebut tidak membalas pesan praktikan sama sekali. Jika sudah melebihi jangka waktu yang diarahkan mentor, praktikan mencoba mencari lagi KOL atau *influencer* yang sesuai dan bisa menggantikan KOL atau *influencer* yang tidak memberikan *feedback* mengenai *rate card*-nya.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Liputan Enam Dot Com pada divisi *marketing communication*. Selama pelaksanaan PKL praktikan dapat menerapkan dan mengimplikasikan teori yang dipelajari selama perkuliahan. Selain itu praktikan mendapat banyak sekali ilmu, keterampilan dan pengalaman yang dapat menunjang praktikan untuk digunakan dalam dunia kerja nanti.

Setelah menyelesaikan PKL, berikut beberapa kesimpulan yang dapat praktikan ambil yaitu:

1. Praktikan memperoleh keterampilan dan kemampuan dalam bidang *marketing* di PT. Liputan Enam Dot Com pada divisi *marketing communication*.
2. Praktikan memperoleh pengetahuan dan keterampilan untuk membuat *content planner* yang dapat menjadi acuan dalam pembuatan konten media sosial. Hal ini dapat praktikan terapkan untuk membuat *planner* aktivitas atau kegiatan lain untuk menjadi acuan dalam pelaksanaan aktivitas atau kegiatan tersebut.
3. Praktikan memperoleh pengetahuan dan keterampilan bagaimana berkomunikasi dengan pihak eksternal atau *contact person* para *Key Opinion Leader (KOL)* dan mengetahui data *rate card* para *KOL* atau *influencer*.
4. Praktikan memperoleh keterampilan untuk bernegosiasi mengenai *budget* para *KOL* atau *influencer* yang akan diajak bekerjasama.
5. Praktikan memperoleh pengetahuan dan keterampilan bagaimana membuat dokumen-dokumen (Surat Perjanjian Kerjasama (SPK) dan

- Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan (BAPP)) yang dibutuhkan untuk menjalin kerja sama dengan para *KOL* atau *influencer* yang menyetujui.
6. Praktikan memperoleh keterampilan untuk membuat *report* mengenai kerja sama yang sudah terlaksanakan.
 7. Praktikan memperoleh keterampilan untuk merekapitulasi dokumen-dokumen dari kerja sama apa saja yang dijalin serta apa saja kewajiban dan hak PT. Liputan Enam Dot Com.

B. Saran

Berdasarkan pengalaman praktikan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Liputan Enam Dot Com pada divisi *marketing communication*, praktikan ingin memberi beberapa saran yang diharapkan dapat meningkatkan kinerja dan kualitas pihak-pihak terkait dikemudian hari. Adapun saran yang dapat praktikan berikan yaitu:

1. Saran untuk PT. Liputan Enam Dot Com

- a. Diharapkan kedepannya untuk mampu memberikan fasilitas bagi mahasiswa yang sedang melaksanakan PKL agar mempermudah pekerjaan yang praktikan kerjakan.
- b. Diharapkan untuk menyusun *daily planner* agar pekerjaan tidak menumpuk dalam satu hari dan dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

2. Saran untuk Universitas Negeri Jakarta

- a. Diharapkan Universitas Negeri Jakarta, khususnya Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi, memberi informasi dan arahan mengenai mata kuliah Praktik Kerja Lapangan (PKL) sehingga mahasiswa tidak kebingungan saat akan memulainya.
- b. Diharapkan pihak Fakultas Ekonomi atau Program Studi S1 Manajemen memberikan rekomendasi perusahaan-perusahaan atau

instansi-instansi bagi mahasiswa yang ingin melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL).

3. Saran bagi Mahasiswa

- a. Diharapkan sebelum memilih perusahaan tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan mengajukan permohonan PKL, sebaiknya mahasiswa mempelajari terlebih dahulu latar belakang dan bagaimana perusahaan tersebut beroperasi.
- b. Diharapkan untuk lebih mempersiapkan diri dan mencari informasi lebih dalam lagi terkait PKL.

DAFTAR PUSTAKA

Bola.com. www.bola.com (Diakses tanggal 12 Juni 2020)

Bole.net. *Kami*. 2020. www.bola.net/company.html (Diakses tanggal 12 Juni 2020)

Dream.co.id. *Pencarian*. 2020. <https://www.dream.co.id/cari/?q=guru%20guru%20gokil> (Diakses tanggal 6 Maret 2020)

Dream.co.id. *Tentang Kami*. 2020. www.dream.co.id/tentang-kami/ (Diakses tanggal 12 Juni 2020)

Egger, C. (2016). Identifying Key Opinion Leaders in Social Networks-An Approach to use Instagram Data to Rate and Identify Key Opinion Leader for a Specific Business Field.

Fimela.com. *About Us*. 2020. www.fimela.com/info/about (Diakses tanggal 12 Juni 2020)

Fimela.com. *Hasil pencarian untuk guru-guru gokil*. 2020. <https://www.fimela.com/search?q=guru-guru+gokil> (Diakses tanggal 6 Maret 2020)

Influencer MarketingHub. *KOLs / Key Opinion Leaders – What Are They And Why Should You Care?*. 2020. influencermarketinghub.com/kols-key-opinion-leader/ (Diakses tanggal 25 Juli 2020)

KapanLagi Youniverse. *Tentang KLY*. 2020. www.kly.id/#about (Diakses tanggal 12 Juni 2020)

KapanLagi.com. *Kami*. 2020. company.kapanlagi.com (Diakses tanggal 12 Juni 2020)

KapanLagi.com. *Search*. 2020. <https://search.kapanlagi.com/?q=guru%20guru%20gokil> (Diakses tanggal 6 Maret 2020)

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.

Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management 13th edition*. Pearson Education, 2016.

Liputan6.com. *Hasil pencarian untuk guru-guru gokil*. 2020. <https://www.liputan6.com/search?q=guru++guru+gokil> (Diakses tanggal 6 Maret 2020)

Liputan6.com. *Tentang Kami*. 2020. www.liputan6.com/info/tentang-kami (Diakses tanggal 12 Juni 2020)

Merdeka.com. *Cari*. 2020. <https://www.merdeka.com/cari/?q=guru%20guru%20gokil> (Diakses tanggal 6 Maret 2020)


Merdeka.com. *Tentang Kami*. 2020. www.merdeka.com/company/tentang-kami.html (Diakses tanggal 12 Juni 2020)

Otosia.com. www.otosia.com (Diakses tanggal 12 Juni 2020)

Valente, T. W., & Pumpuang, P. (2007). Identifying opinion leaders to promote behavior change. *Health education & behavior*, 34(6), 881-896.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL)

	<p>KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA BIRO AKADEMIK KEMAHASISWAAN DAN HUBUNGAN MASYARAKAT</p> <p>Kampus Universitas Negeri Jakarta Jl. Rawamangun Muka, Gedung Administrasi Lt. 1, Jakarta 13220 Telp.: (021) 4759081, (021) 4893668, email: bakhum.akademik@unj.ac.id</p>	
---	---	---

<p>Nomor : 0996/UN39.12/KM/2020 Lamp. : - Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan</p>	<p>28 Januari 2020</p>
--	------------------------

Yth. HRD PT. Liputan Enam Dot Com
 Jl. RP Soeroso No.18 Cikini, Menteng,
 Jakarta Pusat

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

N a m a	: Dzurrotul Atsnawiyah
Nomor Registrasi	: 1705617029
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP	: 083853041184

Untuk dapat mengadakan Praktek Kerja Lapangan pada tanggal 27 Januari s.d. 20 Maret 2020 guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
 dan Hubungan Masyarakat



Yoro Sasmoyo, SH
 NIP. 196304031985102001

<p>Tembusan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dekan Fakultas Ekonomi 2. Koordinator Prodi Manajemen 	
--	---

Lampiran 2: Surat Keterangan Praktik Kerja Lapangan (PKL)



JL. RP SOEROSO NO 18
MENTENG, GONDANGDIA | JAKARTA 10350
PHONE: (021) 31904555 | FAX: (021) 31904777

SURAT KETERANGAN
No. 026/HRD-E/KLY /IV/2020

Yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan bahwa :

Nama : Dzurrotul Atsnawiyah
NIM : 1705617029
Univ/Program Studi : Universitas Negeri Jakarta/ Manajemen

Telah melakukan Internship / Kerja Magang pada perusahaan kami, PT. Liputan Enam Dot Com sebagai *Inluencer* di Direktorat Marketing Communication , 27 Januari 2020 sampai dengan 20 Maret 2020.

Selama bekerja di perusahaan kami, yang bersangkutan telah menunjukkan ketekunan dan kesungguhan bekerja dengan baik.

Surat keterangan ini diberikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Demikian agar yang berkepentingan maklum.

Jakarta, 1 April 2020

Hastuti Nurrahayu
HR DEPT

Lampiran 3: Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (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



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

Nama : Dzurrotul Atsnawiyah
No. Registrasi : 1709617029
Program Studi : SI Manajemen
Tempat Praktik : PT Liputan Enam Dot Com
Alamat Praktik/Telp : Jl. RP. Soeropo No.18, RT 9/B,
Gondongdia, Menteng, Jakarta Pusat

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 27 Januari 2020	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa / 28 Januari 2020	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu / 29 Januari 2020	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kamis / 30 Januari 2020	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jumat / 31 Januari 2020	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin / 3 Februari 2020	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Selasa / 4 Februari 2020	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Rabu / 5 Februari 2020	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Kamis / 6 Februari 2020	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Jumat / 7 Februari 2020	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Senin / 10 Februari 2020	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Selasa / 11 Februari 2020	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Rabu / 12 Februari 2020	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Kamis / 13 Februari 2020	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Jumat / 14 Februari 2020	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, 31 Maret 2020
Penilai,

[Signature]

(Bunga BP.)

Catatan :

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



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

Kampus: Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227-4700285, Fax: (021) 4706285
Laman: www.fe.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
2... SKS

Nama : Dzurrotul Atmadiyah
No. Registrasi : 1705617029
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat Praktik : PT Liputan Enam Dot Com
Alamat Praktik/Telp : Jl. R.P. Soeroto No. 18, RT 9/9,
Gondangdia, Menteng, Jakarta Pusat

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 17 Februari 2020	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa / 18 Februari 2020	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu / 19 Februari 2020	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kamis / 20 Februari 2020	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jumat / 21 Februari 2020	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin / 24 Februari 2020	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Selasa / 25 Februari 2020	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Rabu / 26 Februari 2020	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Kamis / 27 Februari 2020	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Jumat / 28 Februari 2020	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Senin / 2 Maret 2020	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Selasa / 3 Maret 2020	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Rabu / 4 Maret 2020	13. <i>[Signature]</i>	
14.	Kamis / 5 Maret 2020	14. <i>[Signature]</i>	
15.	Jumat / 6 Maret 2020	15. <i>[Signature]</i>	

Jakarta, 31 Maret 2020
Penilai,
[Signature]
Bunga-SP.

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



Building
Future
Leaders

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

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227-4706285, Fax: (021) 4705245
Laman: www.feanj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Dzurrotul Atanawiyah
No. Registrasi : 1705617029
Program Studi : S1 Manajemen
Tempat Praktik : PT Uputan Enam Det Com
Alamat Praktik/Telp : Jl. RP. Cooroo No. 18, RT 9/5,
Gondangdia, Menteng, Jakarta Pusat

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 9 Maret 2020	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Selasa / 10 Maret 2020	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Rabu / 11 Maret 2020	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Kamis / 12 Maret 2020	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Jumat / 13 Maret 2020	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Senin / 16 Maret 2020	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Selasa / 17 Maret 2020	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Rabu / 18 Maret 2020	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Kamis / 19 Maret 2020	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Jumat / 20 Maret 2020	10. <i>[Signature]</i>	
11.	11.....	
12.	12.....	
13.	13.....	
14.	14.....	
15.	15.....	


Jakarta,.....
Penilai,

[Signature]

(..... Bunga BP.....)


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

Lampiran 4: Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan (PKL)



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

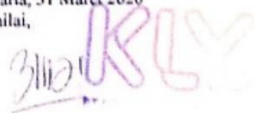
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax (021) 4706285
Laman: www.fe.unj.ac.id



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

Nama : Dzurohul Atunawiyah
 No.Registrasi : 1709617029
 Program Studi : S1 Manajemen
 Tempat Praktik : PT Liputan Enam Dot Com
 Alamat Praktik/Telp : Jl. RP. Soeroto No.18, RT 9/6, Gendangdia, Menteng, Jakarta Pusat

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN																														
1	Kehadiran	80	1. Keterangan Penilaian : <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: left;">Skor</td> <td style="text-align: left;">Nilai</td> <td style="text-align: left;">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>	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
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																															
2	Kedisiplinan	75																															
3	Sikap dan Kepribadian	86																															
4	Kemampuan Dasar	75																															
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	88																															
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	86																															
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	86																															
8	Aktivitas dan Kreativitas	75																															
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	95																															
10	Hasil Pekerjaan	90																															
Jumlah		836	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 90-120 jam kerja efektif 3 sks : 135-175 jam kerja efektif Nilai Rata-rata : <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 5px auto;"> $\frac{836}{10} = 83,6$ 10 (sepuluh) </div> Nilai Akhir : <table style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 5px;"> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">84</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">A-</td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">Angka bulat</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">huruf</td> </tr> </table>	84	A-	Angka bulat	huruf																										
84	A-																																
Angka bulat	huruf																																

Jakarta, 31 Maret 2020
 Penilai,

 (Bunga Budianto Putri)

Catatan :
 Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 5: Daftar Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

No.	Hari/ Tanggal	Kegiatan	PIC
1	Senin / 27 Januari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bertemu dengan Manajer HRD dan diantar ke lantai dimana divisi marketing communication berada. 2. Dijelaskan beberapa hal yang akan dilakukan selama PKL. 3. Diperkenalkan dengan mentor sementara (dikarenakan mentor yang seharusnya sedang cuti) dan berkenalan dengan teman PKL dari universitas lain. 4. Mengamati bagaimana rekan PKL dan karyawan bekerja. 	Mba Tuti
2	Selasa / 28 Januari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempelajari isi konten dari media sosial (instagram) Socia. 	Kak Adam
3	Rabu / 29 Januari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat content planner dalam bentuk google sheet excel terkait konten apa saja yang akan di-upload di instagram Socia selama Februari. 	Kak Adam
4	Kamis / 30 Januari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat content planner dalam bentuk google sheet power point terkait konten yang sudah dibuat kemarin. 2. Membuat konsep dari konten yang telah dibuat pada content planner. 3. Membuat caption dari konten yang telah dibuat pada content planner. 	Kak Adam
5	Jumat / 31 Januari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengamati bagaimana shooting “Dear Netizen” yang mengangkat tema virus Corona berlangsung . 	Kak Adam
6	Senin / 3 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membahas content planner yang telah dibuat. 2. Diberikan akses untuk mengelola instagram Socia. 	Kak Adam

7	Selasa / 4 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bertemu dengan mentor dan dijelaskan terkait tugas-tugas yang akan dikerjakan selama PKL. 2. Membuat rekap data KOL (influencer) dalam bidang kecantikan untuk diajak bekerjasama dengan Mustika Ratu. 3. Menghubungi beauty influencer yang telah di data untuk diminta rate-nya dalam menjalin kerja sama ini. 	Kak Bunga
8	Rabu / 5 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) dalam bidang musik untuk diajak bekerjasama dengan JOOX. 2. Menghubungi musisi yang telah di data untuk diminta rate-nya dalam menjalin kerja sama ini. 	Kak Bunga
9	Kamis / 6 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) atau young mom influencer untuk diajak bekerjasama. 2. Mengamati media visit yang dilakukan SM*SH dan Oomleo terkait promosi single terbaru mereka. 	Kak Bunga
10	Jumat / 7 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data komunitas K-Pop yang akan dihubungi untuk KapanLagi Korea. 2. Mengamati media visit yang dilakukan Adipati Dolken dan Mawar Eva De Jongh terkait promosi film Teman Tapi Menikah 2 yang mereka bintang. 	Kak Bunga
11	Senin / 10 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) dalam bidang traveling untuk diajak bekerjasama dengan Twinings Tea. 	Kak Bunga

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Menghubungi traveler yang telah di data untuk diminta rate-nya dalam menjalin kerja sama ini. 3. Membuat rekap data KOL (influencer) dalam bidang olahraga (fitness) untuk diajak bekerjasama dengan Twinings Tea. 4. Menghubungi fitness influencer yang telah di data untuk diminta rate-nya dalam menjalin kerja sama ini. 	
12	Selasa / 11 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) dalam bidang lifestyle untuk diajak bekerjasama. 2. Membuat BAPP (Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan) dan menyerahkan pada bagian finance. 	Kak Bunga
13	Rabu / 12 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghubungi young mom influencer yang telah di data untuk diminta rate-nya dalam menjalin kerja sama dengan Farmers Market dan Ranch Market. 	Kak Bunga
14	Kamis / 13 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) dalam bidang lifestyle untuk diajak bekerjasama. 	Kak Bunga
15	Jumat / 14 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghubungi beberapa influencer untuk diajak bekerjasama dengan Farmers Market, Ranch Market dan Family Mart. 	Kak Bunga
16	Senin / 17 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat SPK (Surat Perjanjian Kerjasama) untuk influencer yang bekerja sama dengan Ranch Market dan JOOX. 	Kak Bunga

17	Selasa / 18 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat BAPP (Berita Acara Penyelesaian Pekerjaan) untuk influencer yang bekerja sama dengan Ranch Market dan JOOX. 2. Menyerahkan beberapa dokumen (PR-PRF) kepada finance. 3. Mengamati media visit yang dilakukan Dian Sastrowardoyo, Shakira Jasmine dan Kevin Ardillova terkait promosi film Guru Guru Gokil yang mereka bintang. 	Kak Bunga
18	Rabu / 19 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) dalam bidang kecantikan untuk diajak bekerjasama. 2. Menyerahkan beberapa dokumen (PR-PRF) kepada finance. 	Kak Bunga
19	Kamis / 20 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) untuk diajak bekerjasama dengan ENZIM. 2. Membuat Power Point Influencer Engagement ENZIM 2020. 	Kak Bunga
20	Jumat / 21 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) untuk diajak bekerjasama dengan Maybank. 	Kak Bunga
21	Senin / 24 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) dalam bidang food enthusiast untuk diajak bekerjasama. 	Kak Bunga
22	Selasa / 25 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) dalam bidang fitness yang berdomisili di Surabaya untuk diajak bekerjasama. 	Kak Bunga
23	Rabu / 26 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengikuti briefing untuk event "Gathering Cek Fakta". 	Kak Bunga

24	Kamis / 27 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjadi panitia untuk event “Gathering Cek Fakta” yang diadakan di Senayan City Mall. 2. Mengenalkan aplikasi Liputan 6 kepada para peserta setelah registrasi ulang. 	Kak Bunga
25	Jumat / 28 Februari 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat Summary Surat Perjanjian Kerja sama (SPK) bulan Februari. 	Kak Bunga
26	Senin / 2 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghubungi beberapa influencer untuk <i>dealing</i> kerja sama dengan Farmer Market. 	Kak Bunga
27	Selasa / 3 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) atau artist mom influencer untuk diajak bekerjasama. 	Kak Bunga
28	Rabu / 4 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat report event Farmers Market yang telah diselenggarakan. 	Kak Bunga
29	Kamis / 5 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merekap link artikel dari setiap media (Fimela, KapanLagi, Liputan6, Dream dan Merdeka) tentang Film Guru-Guru Gokil. 	Kak Bunga
30	Jumat / 6 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) untuk diajak bekerjasama dengan VIT. 2. Menghubungi influencer yang telah di data untuk diminta <i>rate</i>-nya dalam menjalin kerja sama ini. 	Kak Bunga
31	Senin / 9 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Follow up influencer yang diajak bekerjasama dengan VIT. 	Kak Bunga
32	Selasa / 10 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) dalam bidang food enthusiast untuk diajak bekerjasama dengan Mayumi. 2. Menghubungi influencer yang telah di data untuk diminta <i>rate</i>-nya dalam menjalin kerja sama ini. 	Kak Bunga

		<ol style="list-style-type: none"> 3. Membuat rekap data KOL (influencer) untuk diajak bekerjasama dengan Samsung. 4. Menghubungi influencer yang telah di data untuk diminta <i>rate</i>-nya dalam menjalin kerja sama ini. 	
33	Rabu / 11 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) untuk diajak bekerjasama dengan So Klin. 2. Menghubungi influencer yang telah di data untuk diminta <i>rate</i>-nya dalam menjalin kerja sama ini 	Kak Bunga
34	Kamis / 12 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Follow up influencer yang diajak bekerjasama dengan Mayumi. 2. Membuat rekap data KOL (influencer) untuk diajak bekerjasama dengan P&G. 3. Menghubungi influencer yang telah di data untuk diminta <i>rate</i>-nya dalam menjalin kerja sama ini. 	Kak Bunga
35	Jumat / 13 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) untuk diajak bekerjasama dengan FWD Life Indonesia. 2. Menghubungi influencer yang telah di data untuk diminta <i>rate</i>-nya dalam menjalin kerja sama ini. 	Kak Bunga
36	Senin / 16 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Follow up influencer yang diajak bekerjasama dengan P&G. 	Kak Bunga
37	Selasa / 17 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Follow up influencer yang diajak bekerjasama dengan VIT. 	Kak Bunga
38	Rabu / 18 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat rekap data KOL (influencer) untuk diajak bekerjasama dengan E-commerce Borong Bareng. 2. Menghubungi influencer yang telah di data untuk diminta <i>rate</i>-nya dalam menjalin kerja sama ini. 	Kak Bunga

39	Kamis / 19 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menghubungi KOL (influencer) untuk diajak bekerjasama dengan Lifebuoy. 2. Membuat rekap data KOL (influencer) untuk diajak bekerjasama dengan Tolak Angin. 3. Menghubungi influencer yang telah di data untuk diminta rate-nya dalam menjalin kerja sama dengan Tolak Angin. 	Kak Bunga
40	Jumat / 20 Maret 2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Follow up influencer yang diajak bekerjasama dengan VIT. 2. Berpamitan dengan seluruh karyawan yang berada di kantor. 	Kak Bunga

Lampiran 6: Dokumentasi Praktik Kerja Lapangan (PKL)

