



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATIONS
(PROMOTION DIVISION)
DI PT. KOMPAS MEDIA NUSANTARA



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Gaby Mariska Runtu
NIM : 12140110276
Fakultas : Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tangerang

2015

**PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATIONS
(PROMOTION DIVISION) DI PT. KOMPAS MEDIA
NUSANTARA**

Disusun oleh:

Nama : Gaby Mariska Runtu

NIM : 12140110276

Fakultas : Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tangerang, 7 Januari 2016

Pembimbing

Penguji

Dr. Novita Damayanti, M.Si.

Kartika A. Harijo, S.Sos., M.I.Kom.

Mengetahui,

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Bertha Sri Eko M., M. Si.

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM MENYUSUN LAPORAN MAGANG

Dengan ini saya,

Nama : Gaby Mariska Runtu

NIM : 12140110276

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang:

Nama Perusahaan : PT. Kompas Media Nusantara

Divisi : Marketing Communications, divisi Promotions

Alamat : Jl. Palmerah Selatan 22-26, Jakarta 10270

Periode Magang : Juli – Oktober 2015

Pembimbing Lapangan : Desy Budi Utami

Laporan kerja magang ini merupakan hasil karya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan pada Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan kerja magang, maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah Kerja Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 7 Januari 2016

Gaby Mariska Runtu

Gaby Mariska Runtu

12140110276

*Aktivitas Marketing Communications (Promotion Division) Di PT. Kompas
Media Nusantara*

ABSTRAK

Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap informasi yang instan, menuntut industri media cetak gencar menghadapi persaingan. Strategi promosi yang dilakukan oleh perusahaan pun harus kreatif dan inovatif untuk dapat menjadi yang terdepan dalam persaingan.

PT. Kompas Media Nusantara yang biasa dikenal dengan produk Surat Kabarnya yaitu Harian Kompas merupakan perusahaan yang bergerak dalam industri media mengalami persaingan tersebut. Berinovasi adalah upaya Kompas untuk tetap mempertahankan pembacanya dan terus dikomunikasikan kepada konsumennya lewat *Marketing Communications*

Dalam perkembangannya, aktifitas *Marketing Communications* pun semakin kompleks. Bukan lagi berada dibawah periklanan dan promosi yang bertujuan akhir lebih kepada penjualan, namun lebih kepada meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, menarik perhatian konsumen terhadap produk, hingga membina hubungan jangka panjang. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam perindustrian media cetak, Kompas juga harus mampu memasuki dunia dimana orang banyak berkumpul yaitu social media dengan tetap mempertahankan keidealisan

Melalui praktik kerja magang, banyak pengetahuan dan pengalaman yang didapat. Peran sosial media dalam perkembangan zaman ini berperan sangat penting bagi perusahaan untuk melakukan aktifitas Marketing Communication.

*Keyword : Marketing Communications, Public Relations, Promotions,
Social Media.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, penyertaan-Nya selama ini hingga penulis dapat menyelesaikan Praktik Kerja Magang serta menulis Laporan Magang ini sebagai salah satu prasyarat menempuh gelar strata satu Ilmu Komunikasi (S.Ikom).

Penulisan Laporan Magang ini tidak akan berjalan baik juga tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak berikut :

1. Dr. Novita Damayanti, M.Si., selaku Dosen Pembimbing magang yang selalu memberikan masukan untuk laporan ini, serta motivasi untuk penulis dapat menyelesaikan laporan ini tepat waktu,
2. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,
3. Papa, Mama, dan Adik Clara yang dengan penuh kasih sayang memberikan dukungan dari tempat yang jauh, sehingga Penulis selalu termotivasi dan semangat untuk dapat menyelesaikan Praktik Kerja Magang dan juga penulisan Laporan ini,
4. Ibu Tarrence Palar, selaku Manager Division Promotion di Marketing Communications Harian Kompas, yang memberikan saya kesempatan untuk magang di Marcomm Harian Kompas, juga selalu memberikan arahan dan berbagi ilmu serta pengalaman selama melakukan praktik kerja magang,
5. Tim Divisi Promosi di Marketing Communications Harian Kompas, yakni Mba Desbud, Mba Nyoe, Kak Pras, Kak Evanto, Mas Qitri, Mba Ani yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk banyak belajar dan melakukan observasi selama praktik kerja magang, serta ilmu-ilmu Marketing Communications, khususnya di bidang Promosi. Banyak masukan dan pelajaran yang penulis terima selama melakukan praktik kerja magang,

6. Tim Marcomm lainnya, Ci Sully, Mba Rita, Mba Angel, Mba Dea, dan tak lupa Raka Raditya selaku rekan magang, juga masih banyak lagi yang tak bisa disebutkan satu per satu, terimakasih untuk banyak pengalaman yang dibagikan selama penulis melakukan praktik kerja magang, kesempatan observasi dan belajar hal-hal baru menjadikan penulis semakin memahami dunia kerja,
7. Yosafat Disti Okkaviano, sahabat terkasih yang selalu memberikan semangat mulai dari pencarian tempat magang, hingga menyelesaikan magang bahkan hingga penulisan laporan magang, senantiasa mendampingi sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini tepat waktu,
8. Della Angelina dan Anggraini Octavia Martin, yang tak pernah bosan mendengar keluhan dan selalu memberikan dukungan serta semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan ini.,

Karya tulis ini penulis persembahkan untuk Universitas Multimedia Nusantara, agar kelak dapat menjadi referensi bagi adik-adik angkatan berikutnya tentang praktik kerja magang di dunia Marketing Communications khususnya dalam melakukan strategi-strategi promosi PR.

Akhirnya, terlepas dari kekurangan yang ada semoga karya tulis ini bisa memberikan manfaat bagi penulis maupun orang lain.

Tangerang, 14 Desember 2015

Gaby Mariska Runtu

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG.....	1
1.2. MAKSUD DAN TUJUAN KERJA MAGANG.....	3
1.3. WAKTU DAN PROSEDUR KERJA MAGANG	3
BAB II GAMBARAN UMUM PT. KOMPAS MEDIA NUSANTARA	5
2.1. PROFIL PERUSAHAAN.....	5
2.1.1. LAHIRNYA INTISARI	5
2.1.2. LAHIRNYA KOMPAS.....	6
2.2. LOGO.....	8
2.3. VISI DAN MISI.....	8
2.4. STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN	9
2.5. JOB DESCRIPTION.....	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	11
3.1. KEDUDUKAN DAN KOORDINASI.....	11
3.2. TUGAS YANG DILAKUKAN	12
3.3. PEMBAHASAN REALISASI PRAKTIK KERJA MAGANG.....	15
3.3.1. <i>Social Media Content Management</i>	15
3.3.2. <i>Social Media Campaign</i>	30
3.3.3. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	37
3.3.4. <i>Event Management</i>	39
3.4. KENDALA	41
3.4.1. <i>Social Media Content Management</i>	41
3.4.2. <i>Social Media Campaign</i>	41
3.4.3. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	42
3.4.4. <i>Event Management</i>	42

3.5.	SOLUSI.....	42
3.5.1.	<i>Social Media Content Management</i>	42
3.5.2.	<i>Social Media Campaign</i>	43
3.5.3.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	43
3.5.4.	Event Management.....	43
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		44
4.1.	SIMPULAN	44
4.2.	SARAN	45
4.2.1.	Saran kepada Universitas.....	45
4.2.2.	Saran kepada PT. Kompas Media Nusantara	45
DAFTAR PUSTAKA		46

UMMN

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel 2.1. Tabel Profil Perusahaan.....	5
Tabel 3.1. Tugas yang dilakukan.....	13
Tabel 3.2. Timeline tugas yang dilakukan.....	16
Tabel 3.3. Contoh konten IKCI 2015.....	20
Tabel 3.4. Konten Twitter #MudikAsyik.....	24
Tabel 3.5. Konten Twitter KTF 2015 tahap <i>attention</i>	26
Tabel 3.6. Konten Twitter KTF 2015 tahap <i>interest</i>	27
Tabel 3.7. Konten Twitter KTF 2015 tahap <i>desire</i>	28
Gambar 2.1. Empat Dekade Kompas melayani Pembaca.....	8
Gambar 2.2. Logo Kompas.....	9
Gambar 2.3. Struktur Organisasi.....	10
Gambar 3.1. Twitter @hariankompas.....	19
Gambar 3.2. Instagram @hariankompas.....	19
Gambar 3.3. Website Harian KOMPAS.....	21
Gambar 3.4. Instagram @KompasMuDA.....	22
Gambar 3.5. Twitter @KompasMuDA.....	22
Gambar 3.6. Website Kompas MuDA.....	23
Gambar 3.7. <i>live tweet</i> KTF 2015 tahap <i>action</i>	29
Gambar 3.8. Contoh Info Paket Wisata.....	30
Gambar 3.9. Lomba Artikel Blog.....	31