



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
PERAN *CONTENT WRITER* DALAM AKTIVITAS *ONLINE PR*
DI GRAMEDIA.COM



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

NAMA: VERONICA

NIM: 14140110092

FAKULTAS: ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI: ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tangerang

2017

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
PERAN *CONTENT WRITER* DALAM AKTIVITAS *ONLINE PUBLIC*
***RELATIONS* DI GRAMEDIA.COM**

Oleh:

Nama : Veronica
NIM : 14140110092
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tangerang, 10 November 2017

Pembimbing,


Dr. Indiyanto Wahyuwibowo, M.Si

Penguji,


Dr. Endah Murwani, M.Si

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Inco Hary Perdana, S.I.kom, M.Si

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM
PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG**

Dengan ini saya:

Nama : Veronica
NIM : 14140110092
Program Studi : Public Relations

Menyatakan bahwa saya telah melakukan kerja magang:

Nama Perusahaan : Gramedia.com
Departemen : Product
Alamat : Gedung Kompas Gramedia,
Palmerah Barat No. 29-37, Unit 2,
Lantai 6
Periode Magang : 01 Juli 2017 – 30 September 2017
Pembimbing Lapangan: Felix Anindita

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

Jika kemudian hari terbukti melakukan kecurangan atau penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun penulisan laporan kerja magang, maka saya bersedia menerima sanksi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 25 Oktober 2019


Veronica

ABSTRAK

Era digital yang disertai kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang kian pesat, membuat persaingan di perusahaan berbasis teknologi atau perusahaan *e-commerce* semakin ketat. Agar tidak kalah kompetitif dan tergerus oleh zaman, perusahaan perlu berinovasi dalam memikirkan strategi komunikasi terhadap audiensnya. Tidak hanya menguatkan diri lewat strategi-strategi konvensional yang sudah ada, tapi juga melalui strategi *online* yang memanfaatkan internet sebagai medium utama, mengingat era digital lahir dengan ditandai pertumbuhan pemakaian internet yang signifikan. Dalam konteks ini, perusahaan *e-commerce* Gramedia.com turut melakukan inovasi yang melibatkan internet dalam strategi komunikasinya, khususnya praktek *public relations* yang dijalani.

Penulis menempuh magang selama tiga bulan di Gramedia.com yang merupakan bagian dari PT. Gramedia Digital Nusantara di bawah naungan grup Kompas Gramedia. Penulis berkesempatan untuk menyelami langsung proses kerja perusahaan berbasis teknologi yang kaya akan aktivitas dan strategi *online public relations* suatu perusahaan. Secara garis besar, kegiatan dan pekerjaan yang dilakukan penulis selama menjadi seorang *Content writer Intern* di Gramedia.com adalah melakukan riset kreatif serta analisis pasar dan audiens demi menghasilkan kreasi konten digital yang mampu membangun *engagement* antara perusahaan dan publiknya. Lebih spesifiknya, penulis membuat sejumlah konten berupa tulisan menarik bersifat *soft news* di situs Gramedia.com untuk kanal *Product Description*, *Category Description*, dan Gramedia Blog.

Setelah magang berakhir, penulis pun memandang bahwa peran *Content writer* dalam mendukung aktivitas *online public relations* suatu perusahaan cukuplah penting, karena berfungsi sebagai pemasok konten-konten digital yang menciptakan hubungan ketertarikan antara perusahaan dan target publik.

Kata kunci: *public relations*, *online public relations*, *content writer*, *perusahaan e-commerce*, *Gramedia.com*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas segala kasih karunia dan berkat dari Tuhan Yang Maha Kasih, sehingga penulis dapat menyelesaikan praktek magang serta laporan kerja magang yang berjudul ‘Peran *Content writer* dalam Aktivitas *Online Public Relations* di Gamedia.com’ ini dengan baik dan tepat waktu.

Menjalani proses kerja magang di Gamedia.com merupakan pembelajaran sekaligus pengalaman berharga yang dirasakan penulis. Mulai dari belajar beradaptasi dengan rekan kerja di divisi *Gamedia Content*, memahami peran dan alur kerja *Content writer*, serta kesempatan terjun langsung merasakan atmosfer dan tantangan dunia kerja.

Selama proses penyusunan laporan kerja magang, penulis mendapat dukungan, semangat, dan masukan dari beberapa pihak. Melalui berakhirnya proses penulisan laporan kerja magang ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak masukan dan arahan, sehingga penulis dapat berupaya terus-menerus membuat laporan kerja magang ini jadi lebih baik.
2. Dr. Endah Murwani, M.Si, selaku dosen penguji yang telah memberikan banyak saran perbaikan demi kesempurnaan laporan magang ini.
3. Inco Hary Perdana, S.Ikom, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah membantu kelancaran penulis dalam memilih tempat kerja magang yang tepat.
4. Seluruh dosen dan staf Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan banyak ilmu dan pelajaran baik secara akademik maupun non-akademik yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Setyawan Ngodino dan Tini selaku kedua orangtua penulis yang telah memberikan semangat dan dukungan penuh bagi penulis dalam menjalani program kerja magang.

6. Felix Anindita selaku *SEO Marketer* Gramedia.com yang telah menjadi sosok mentor yang baik bagi penulis ketika melaksanakan tugas dan tanggung jawab selama menjalani masa kerja magang
7. Lydia, Mila, Ghea, Nonna, Alvian Dimas, dan khususnya Fourin yang menjadi teman seperjuangan, teman-teman Kompas Gramedia, serta teman-teman UMN yang turut mendoakan dan mendukung penulis sehingga dalam menyelesaikan kerja magang.

Demikian laporan kerja magang ini penulis susun dengan harapan dapat memberikan manfaat serta pemahaman bagi pembaca mengenai proses kerja magang yang dijalankan penulis. Di samping itu, penulis menyadari banyaknya kekurangan dari segi penulisan maupun kata-kata yang tertulis.

Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran guna menyempurnakan laporan kerja magang ini. Semoga laporan kerja magang ini dapat bermanfaat bagi pembaca, civitas akademika Universitas Multimedia Nusantara, dan perusahaan *e-commerce* Gramedia.com

Tangerang, 23 Oktober 2017



Veronica

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang.....	6
1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM GRAMEDIA.COM	
2.1 Profil Perusahaan.....	10
2.1.1 Sejarah Gamedia.com	10
2.1.2 Visi dan Misi Gamedia.com	11
2.1.3 Logo Gamedia.com.....	12
2.1.4 Budaya Perusahaan Gamedia.com.....	12
2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait.....	14
2.2.1 Struktur Organisasi PT Gamedia Digital Nusantara.....	14
2.2.2 Struktur Organisasi Gamedia.com	15
2.2.3 Struktur Departemen Product Gamedia.com	16
2.2.4 Ruang Lingkup Kerja Content Writer.....	16
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	

3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	18
3.2 Tugas yang Dilakukan.....	18
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	22
3.3.1 Proses Pelaksanaan.....	22
3.3.2 Riset, Analisis, Pengumpulan Referensi.....	23
3.3.3 Penulisan Konten	25
3.3.4 Asistensi.....	37
3.3.5 Publikasi.....	40
3.4 Uraian Kendala yang Ditemukan dan Solusi yang Diberikan.....	41
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Kesimpulan.....	42
4.2 Saran.....	43
4.2.1 Saran bagi Universitas Multimedia Nusantara	43
4.2.2 Saran bagi Gramedia.com.....	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Toko Buku Gramedia Offline Menjadi <i>Online</i>	10
Gambar 2.1 Logo Gramedia.com.....	12
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Gramedia Digital Nusantara	14
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Gramedia.com	15
Gambar 2.4 Struktur Departemen Product Gramedia.com	16
Gambar 3.1 Tugas yang Dilakukan dalam Product Description.....	19
Gambar 3.2 Tugas yang Dilakukan dalam Category Description.....	20
Gambar 3.3 Tugas yang Dilakukan dalam Gramedia Blog Article	21
Gambar 3.4 Contoh Product Description Buku	26
Gambar 3.5 Contoh Ulasan Bernada Kritik	29
Gambar 3.6 Contoh Kata Kunci SEO ‘Category Description’	31
Gambar 3.7 Contoh Tulisan Category Description.....	33
Gambar 3.8 Contoh Tulisan di Gramedia Blog	35
Gambar 3.9 Contoh Artikel Dengan Subjudul Poin di Gramedia Blog.....	36
Gambar 3.10 Contoh Artikel-artikel yang Telah Dipublikasi di Gramedia Blog	40

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Perbandingan Tulisan Sebelum dan Setelah Evaluasi 38



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA