



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.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis memiliki kesempatan untuk melaksanakan praktik kerja magang di Kompas Gramedia. Penulis kemudian ditempatkan di divisi *Communication Management, Corporate Communication* dan menjalankan fungsi di departemen *External Corporate Communication* Kompas Gramedia. Selama praktik kerja magang berlangsung, penulis berada di bawah pimpinan Viola Oyong selaku pembimbing lapangan penulis. Banyak hal yang penulis dapatkan selama melaksanakan praktik kerja magang selama tiga bulan di *Corporate Communication* Kompas Gramedia, diantaranya adalah *Communication Strategy & Planning, Corporate Branding, Public Relations, Event Management, Social Media Management* serta *Evaluation & Innovation*.

Dalam pelaksanaan aktivitas maupun tugas yang diberikan kepada penulis, penulis lebih sering melakukan koordinasi dengan Santy Juwita selaku rekan kerja di departemen *External Communication*. Penulis juga melakukan koordinasi dengan Viola Oyong selaku *External Communication Manager* dan selaku pembimbing lapangan penulis.

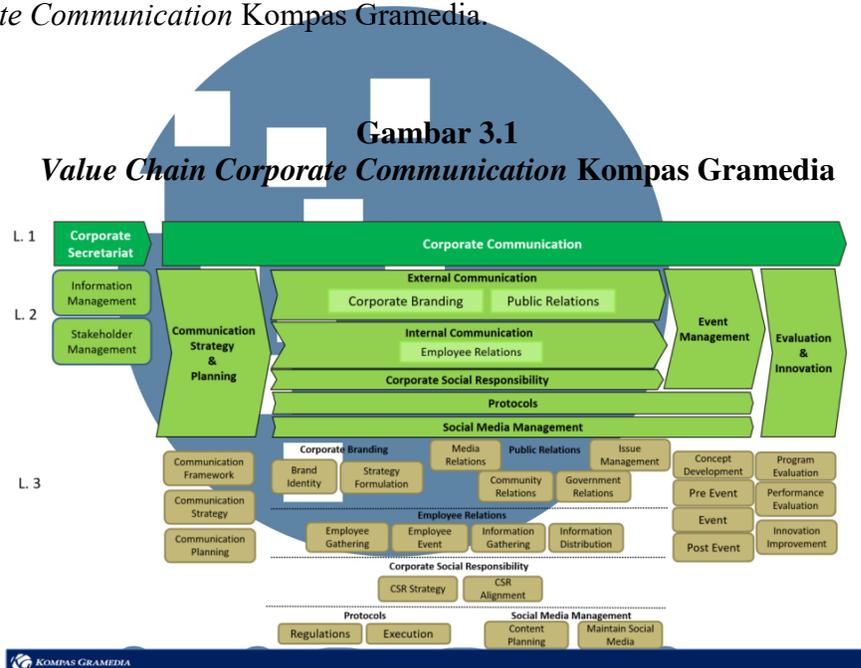
Pada setiap tugas yang penulis kerjakan, pengerjaannya tidak selalu didampingi oleh pembimbing lapangan maupun rekan kerja penulis. Hal ini dilakukan agar pekerjaan di departemen penulis berjalan dengan efektif serta efisien. Selain itu hal tersebut bertujuan untuk melatih tanggung jawab, mengasah keterampilan, serta membangun inisiatif penulis dalam melaksanakan peran dan fungsi di Departemen *External Communication, Divisi Communication Management, Corporate Communication* Kompas Gramedia.

Selain melakukan koordinasi dengan pembimbing lapangan dan rekan kerja, penulis juga melakukan koordinasi dengan unit bisnis Kompas Gramedia serta pihak eksternal Kompas Gramedia. Koordinasi dengan unit bisnis Kompas Gramedia dan

pihak eksternal disesuaikan dengan tugas dan aktivitas yang diberikan dan dikerjakan penulis.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Penugasan yang diberikan kepada penulis disesuaikan dengan *value chain Corporate Communication Kompas Gramedia*.



Sumber : *Corporate Communication Kompas Gramedia*

Tugas yang diberikan kepada penulis bertujuan untuk mencapai tujuan dari Departemen *External Communication* yakni untuk membangun *brand image* dan reputasi perusahaan yang kuat serta untuk membangun hubungan yang kuat dengan *stakeholder* perusahaan.

Gambar 3.2
Tujuan Departemen *External Communication* Kompas Gramedia



Sumber : *Corporate Communication* Kompas Gramedia

Tugas utama yang diberikan kepada penulis selama praktik kerja magang adalah menangani kunjungan perusahaan yang diajukan oleh pihak luar baik itu dari Universitas, Pemerintah dan sebagainya. Kunjungan perusahaan itu sendiri masuk ke dalam fungsi *Event Management* dalam *External Communication* Kompas Gramedia. Penulis bertugas untuk menghubungi instansi atau lembaga yang mengajukan kunjungan serta menjembatani antara instansi atau lembaga yang mengajukan permohonan kunjungan dengan unit bisnis Kompas Gramedia yang dituju.

Penulis juga membantu pelaksanaan kunjungan perusahaan mulai dari penyediaan fasilitas, materi, hingga membantu pada kunjungan perusahaan berlangsung. Selain tugas utama untuk menangani kunjungan perusahaan, penulis juga melakukan aktivitas *External Communication* lainnya.

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

Tabel 3.1
Aktivitas Kerja Penulis

No.	Lingkup Pekerjaan	Aktivitas	Agustus	September			Oktober					November							
			V	II	III	IV	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV				
1.	<i>Administrative</i>	Translate <i>Leaflett</i>																	
		Mengirim Hadiah																	
		Surat Penerimaan Kunjungan																	
		Membuat daftar penghargaan Jakob Oetama																	
		Membuat data gabungan media internal yang berangkat ke Republik Rakyat Tiongkok																	
		Mengecek artikel di <i>website</i> www.banggaberubah.com																	
		Mengirim <i>e-mail</i> pemenang lomba foto unit JO 86																	
		<i>Translate</i> teks video untuk Museum KG																	
2.	<i>Social Media Management</i>	Maintain Social Media Instagram @kompasgramedia																	

No.	Lingkup Pekerjaan	Aktivitas	Agustus	September				Oktober					November			
			V	II	III	IV	I	II	III	IV	V	I	II	III	IV	
3.	<i>Event Management</i>	<i>Pre Event</i>														
		<i>Follow up</i> permohonan kunjungan perusahaan														
		Asean Newspaper Printers 2017														
		HUT Jakob Oetama ke-86 tahun														
		Final Oetama Cup 2017														
		KG HangOut														
		Synchronize Festival														
		Kunjungan Perusahaan / Instansi														
		<i>Exclusive Interview</i> Naura&Genk Juara The Movie														
		Rekap Daftar Kunjungan														
	<i>Post Event</i>															
4.	<i>Media Relations</i>															
5.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	<i>Follow up</i> jumlah buku ATM Aku Baca di lima toko Gramedia														
		Video Kampanye Aku Baca														
6.	<i>Sponsorship Management</i>	<i>Follow up</i> pengajuan <i>sponsorship</i>														
		Rekap pengajuan <i>sponsorship</i>														
		Mengirim paket sponsor														

Berikut ringkasan aktivitas pekerjaan yang penulis lakukan selama praktik kerja magang :

Tabel 3.2
Ringkasan Aktivitas Pekerjaan Penulis

No.	Aktivitas	Jumlah Aktivitas
1.	<i>Administrative</i>	8 aktivitas
2.	<i>Social Media Management</i>	1 aktivitas
3.	<i>Event Management</i>	11 aktivitas
4.	<i>Media Relations</i>	1 aktivitas
5.	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	2 aktivitas
6.	<i>Sponsorship Management</i>	3 Aktivitas



Berikut tabel yang disusun per-minggu yang berisi daftar pekerjaan yang dikerjakan oleh penulis selama melakukan praktik kerja magang di departemen *External Communication, Corporate Communication* Kompas Gramedia :

Tabel 3.3
Tabel Pekerjaan Penulis (dalam Mingguan)

Minggu Ke-	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan
1	<ul style="list-style-type: none"> • Orientasi untuk pembahasan tugas-tugas yang akan penulis lakukan selama praktik kerja magang. • <i>Meeting</i> dengan vendor untuk pembuatan Kalender Kompas Gramedia 2018. • <i>Meeting</i> dengan Grid untuk video Kompas Gramedia. • Berkoordinasi dengan Gramedia Asri Media untuk penentuan lokasi ATM AKU BACA di Toko Buku Gramedia dan pengiriman ATM AKU BACA. • <i>Follow up</i> permohonan kunjungan perusahaan ke unit bisnis Kompas Gramedia dari : <ol style="list-style-type: none"> a. Dinas Komunikasi, Informasi, Statistik dan Persandian Pemerintah Kota Surakarta ke Kompas TV. b. Sekolah Tinggi Pariwisata (STP Nusa Dua Bali ke <i>Finance Group of Retail and Publishing</i>). • <i>Translate Leaflet</i> Kompas Gramedia dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris. • Mendampingi kunjungan dari panitia ‘Indonesia Future City 2017’ ke Harian Kompas dan Kompas.com
2	<ul style="list-style-type: none"> • Menerima permohonan kunjungan secara langsung oleh Mahasiswa Universitas Padjajaran jurusan Matematika dan Sekolah Bunda Hati Kudus di kantor Corporate Communication Kompas Gramedia. • Membuat surat undangan peliputan presentasi program musik “TITIK NOL” untuk media internal Kompas Gramedia. • <i>Follow up</i> permohonan kunjungan perusahaan dari : <ol style="list-style-type: none"> a. Mahasiswa jurusan Matematika Universitas Padjajaran ke Corporate IT Kompas Gramedia dan Kompas.com b. Sekolah Tinggi Pariwisata (STP Nusa Dua Bali ke <i>Finance Group of Retail and Publishing</i>). c. Dinas Komunikasi, Informasi, Statistik dan Persandian Pemerintah Kota Surakarta ke Kompas TV.

	<ul style="list-style-type: none"> • Menghadiri presentasi program musik “TITIK NOL” di Grand Indonesia
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat konsep kunjungan perusahaan yang baru dengan nama “KG HangOut”.
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Meeting</i> dengan Corporate Human Resource mengenai “KG HangOut”.
	<ul style="list-style-type: none"> • Mengirimkan hadiah ke pemenang kuis Photo Competition Bali Marathon.
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat surat penerimaan kunjungan untuk Dinas Komunikasi, Informasi, Statistik dan Persandian Pemerintah Kota Surakarta.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat daftar penghargaan yang diterima Bapak Jakob Oetama.
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat <i>file</i> gabungan untuk reporter dan fotografer media Kompas Gramedia yang akan pergi ke China untuk meliput persiapan keberangkatan Panda dari China ke Indonesia.
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Follow up</i> permohonan kunjungan dari : <ul style="list-style-type: none"> a. SMPK Tunas Bangsa ke Percetakan. b. Mahasiswa jurusan Matematika Universitas Padjajaran ke Corporate IT Kompas Gramedia dan Kompas.com.
	<ul style="list-style-type: none"> • Mencari tim dekorasi untuk atribut foto “KG HangOut”.
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Person In Charge</i> (PIC) kunjungan dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada (19 September 2017)
	<ul style="list-style-type: none"> • Menjadi PIC pameran ‘Bangga Berubah’ di Lobby Gedung Kompas Gramedia Palmerah Selatan pada kunjungan pihak eksternal dalam rangka ASEAN Newspaper Printers 2017.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Melaksanakan <i>meeting</i> : <ul style="list-style-type: none"> a. <i>Meeting</i> dengan vendor untuk konsep booth Kompas Gramedia di ‘Synchronize Festival 2017’. b. <i>Meeting</i> dengan Harian Kompas dan Radio Sonora terkait aktivasi <i>booth</i> Kompas Gramedia di ‘Synchronize Festival 2017’. c. <i>Meeting</i> dengan Gramedia Pustaka Utama terkait acara peluncuran buku ‘Lenggang Batik Jakarta’
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat surat undangan peliputan “<i>Exclusive Welcoming Giant Panda Chengdu – Taman Safari</i>” untuk media internal Kompas Gramedia.
	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan koordinasi dengan Marketing Universitas Multimedia Nusantara terkait iklan ucapan selamat atas Peresmian Gedung D UMN.
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat surat peminjaman properti milik Kompas untuk keperluan KG HangOut ke Harian Kompas.
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat undangan peliputan syukuran Hari Ulang Tahun Bapak Jakob Oetama ke-86 tahun
	<ul style="list-style-type: none"> • Berkoordinasi mengenai iklan ucapan Selamat atas Peresmian Gedung D UMN kepada Harian Kompas, Koran KONTAN dan Tribun.
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Follow up</i> pengajuan sponsor dari <i>event</i> “Tenis Bougenville Boulevard”.

	<ul style="list-style-type: none"> • Menghadiri <i>Technical meeting</i> ‘Synchronize Festival 2017’ di Gambir Expo • Membuat daftar kebutuhan dan keperluan <i>booth</i> Kompas Gramedia di Synchronize Festival 2017 untuk vendor. • Membuat surat <i>media order</i> iklan Peresmian gedung D UMN untuk Harian Kompas. • Mengecek dan mencocokkan daftar artikel yang diberikan oleh vendor pengelola <i>website</i> www.banggaberubah.com dengan artikel yang ada di <i>website</i> www.banggaberubah.com • <i>Follow up</i> permohonan kunjungan perusahaan dari : <ul style="list-style-type: none"> a. Jurusan Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. b. Mahasiswa jurusan Matematika Universitas Islam Nasional (UIN) ke <i>Finance Group of Retail and Publishing (GoRP)</i> dan Kompas.com. • Meng-<i>upload</i> foto unit bisnis Kompas Gramedia yang mengikuti Lomba Foto Unit JO 86 ke akun Instagram @kompasgramedia • Menerima permohonan kunjungan SMK Al-Hasra secara langsung.
5	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Packing goodie bag</i> untuk peluncuran buku ‘Lenggeng Batik Jakarta’. • Berkoordinasi dengan vendor untuk pembuatan <i>booth</i> Kompas Gramedia @Synchronize Festival 2017. • Membuat surat izin menjadi narasumber bagi narasumber ‘KG HangOut’ 3 Oktober 2017 yang ditujukan kepada atasan narasumber. • Menghadiri dan menjadi PIC dalam peluncuran buku ‘Lenggeng Batik Jakarta’ serta mendampingi media internal Kompas Gramedia yang meliput. • <i>Follow up</i> permohonan kunjungan dari Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta ke bagian <i>Finance Group of Retail and Publishing</i>. • Menjadi PIC kunjungan dari Dinas Komunikasi, Informasi, Statistik dan Persandian Pemerintah Kota Surakarta. • Mendokumentasikan Final ‘Oetama Cup 2017’. • <i>Follow up</i> kunjungan perusahaan dari UMN. • Mempersiapkan kunjungan perusahaan dari : <ul style="list-style-type: none"> a. Mahasiswa Manajemen UMN. b. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bengkulu. • <i>Follow up</i> permohonan sponsorship Konferensi “Religion/Islam and the Challenge in Indonesia”.
6	<ul style="list-style-type: none"> • Mengimplentasikan konsep kunjungan perusahaan yang baru ‘KG HangOut’ pada Mahasiswa UMN dan menjadi PIC pada KG HangOut (3 Oktober 2017). • Menginput angket KG HangOut UMN. • Membuat surat peliputan undangan member <i>gathering</i> KG Value Card • <i>Follow up</i> permohonan kunjungan dari :

	<ul style="list-style-type: none"> a. SD Al-Izhar Pondok Labu ke Majalah Anak Kompas Gramedia. b. Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu ke Kompas TV. c. Universitas Islam Nasional (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin jurusan dakwah dan Komunikasi ke Kompas TV. d. SD Noah ke Majalah Anak Kompas Gramedia.
	<ul style="list-style-type: none"> • Mengirim <i>e-mail</i> kepada tiga unit bisnis yang memenangkan Lomba Foto Unit JO 86.
	<ul style="list-style-type: none"> • Berkoordinasi dengan vendor untuk pembuatan <i>booth</i> Kompas Gramedia @Synchronize Festival 2017.
	<ul style="list-style-type: none"> • Menjaga <i>booth</i> Kompas Gramedia @Synchronize Festival 2017 di Gambir Expo.
	<ul style="list-style-type: none"> • Menjadi PIC KG HangOut Universitas Ibnu Chaldun dengan narasumber dari Kompas TV (9 Oktober 2017).
	<ul style="list-style-type: none"> • Menginput angket KG HangOut Universitas Gadjah Mada dan Universitas Ibnu Chaldun.
	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Follow up</i> sponsor Konferensi “Religion/Islam and the Challenge in Indonesia”.
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat evaluasi KG HangOut UMN yang dilaksanakan pada tanggal 3 Oktober 2017.
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat laporan daftar kunjungan dan sponsorship Januari-November 2017.
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat surat undangan peliputan untuk media internal Kompas Gramedia untuk : <ul style="list-style-type: none"> a. Peliputan kunjungan dari Nutricia Sarihusada b. Peliputan acara Gramedia Zoo Adventures. c. Undangan Peliputan <i>sponsorship event</i> “Tenis Bougenville Boulevard”.
7	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat surat undangan untuk media internal Kompas Gramedia dalam rangka <i>media visit</i> “Naura&Genk Juara The Movie” ke media Kompas Gramedia • <i>Meeting internal</i> divisi <i>External Corporate Communication</i> untuk persiapan RAKER. • Revisi daftar kunjungan dan <i>sponsorship</i> selama Januari-November 2017. • <i>Follow up</i> permohonan kunjungan perusahaan dari : <ul style="list-style-type: none"> a. SD Al-Izhar ke Majalah Anak Kompas Gramedia. b. Universitas Pembangunan Nasional Veteran ke Kompas TV dan Redaksi Harian Kompas. • <i>Follow up</i> jumlah buku ATM AKU BACA di lima toko Gramedia. • Membuat surat permohonan maaf pembatalan <i>media visit</i> “Naura&Genk Juara The Movie” untuk media internal Kompas Gramedia.

	<ul style="list-style-type: none"> • Menyiapkan dan mengirim paket <i>sponsorship</i> untuk “Religion/Islam and the Challenge in Indonesia”. • Membuat surat undangan peliputan <i>Exclusive Interview</i> “Naura&Genk Juara The Movie” untuk media internal Kompas Gramedia. • Membuat surat undangan peliputan “<i>Press Screening Film Posesif</i>”. • PIC <i>Exclusive Interview</i> “Naura&Genk Juara The Movie” dan mendampingi media internal Kompas Gramedia. • Mengajak pemain peran Joshua dan Shelomita untuk membuat video ajakan kampanye untuk AKU BACA.
8	<ul style="list-style-type: none"> • Mengirim penawaran <i>media partner</i> Naura & Genk Juara The Movie ke media daerah Kompas Gramedia. • Mempersiapkan kunjungan UIN Sultan Maulana. • <i>Update follow up</i> permohonan kunjungan dari Ilmu Komunikasi Universitas Bengkulu. • Membuat surat undangan peliputan untuk media internal Kompas Gramedia dalam rangka kunjungan dari Kementerian Dalam Negeri Malaysia ke Gramedia Printing. • <i>Follow up media partner</i> “Naura & Genk Juara The Movie” ke media daerah. • <i>Meeting</i> bersama pihak Nutricia Sarihusada dan Internal Corporate Communication terkait kunjungan dari Nutricia Sarihusada.
9	<ul style="list-style-type: none"> • PIC KG HangOut dari UIN Sultan Maulana Hasanuddin Serang, Banten (26 Oktober 2017). • Membuat surat undangan peliputan “Dendang Kencana 2017”. • Bertugas meng<i>update live stories</i> Instagram @kompasgramedia pada acara “Dendang Kencana 2017” yang diselenggarakan pada 26 Oktober - 29 Oktober 2017. • Menangani <i>media relations</i> “Dendang Kencana 2017”. • Menginput angket KG HangOut Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. • <i>Follow up</i> permohonan kunjungan : <ul style="list-style-type: none"> a. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta ke Harian Kompas b. UIN Walisongo Semarang ke Radio Motion dan Gramedia Pustaka Utama c. SMK Al-Hasra ke Kompas.com d. Universitas Petra Surabaya ke Harian Kompas e. Sekolah Anak Panah ke Kompas TV • Membuat dan mengirim surat undangan peliputan Pembukaan “Kedautan Sriwijaya : <i>The Great Maritime Empire</i>” ke media internal Kompas Gramedia : <ul style="list-style-type: none"> a. Harian Kompas (<i>desk muda</i> dan <i>desk budaya</i>) b. Warta Kota

	<ul style="list-style-type: none"> c. Kompas TV d. National Geographic e. Tabloid Nova f. Majalah Intisari g. Radio Sonora h. Grid.Id i. Tribunnews.com dan j. Kompas.com
	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat dan mengirim surat <i>editor gathering</i> dengan Nutricia Sarihusada ke Editor Redaksi Media : <ul style="list-style-type: none"> a. Majalah Intisari b. Radio Sonora c. Warta Kota d. Tabloid Nakita e. Tabloid Nova f. Tribunnews.com g. Kompas.com h. Kompas TV i. Harian Kompas
	<ul style="list-style-type: none"> • Merekap pengajuan <i>sponsorship</i> yang masuk.
10	<ul style="list-style-type: none"> • Merekap pengajuan <i>sponsorship</i> yang masuk. • <i>Follow up</i> permohonan kunjungan : <ul style="list-style-type: none"> a. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta ke Gramedia Asri Media dan Harian Kompas. b. Universitas Budi Luhur ke Corporate Communication Kompas Gramedia. c. Magister Manajemen Universitas Prasetiya Mulya ke <i>Corporate Human Resource</i> Kompas Gramedia. d. SMA Tarakanita ke Harian Kompas. • Membuat surat peminjaman ruang kosong di Lobby Gedung Kompas Gramedia Palmerah Barat untuk <i>booth</i> kesehatan Nutricia Sarihusada. • Mengecek lokasi <i>booth</i> kesehatan untuk Nutricia Sarihusada di Lobby Gedung Kompas Palmerah Barat. • Berkoordinasi dengan agensi dan <i>event organizer</i> yang menangani talkshow dan <i>booth</i> kesehatan Nutricia Sarihusada. • Membuat surat <i>loading</i> barang untuk <i>Event Organizer</i> Nutricia Sarihusada. • <i>Upload</i> konten untuk media sosial Instagram @kompasgramedia. • Menerima kunjungan dari guru SMK 5 Jakarta untuk pengajuan <i>sponsorship</i>. • <i>Follow up sponsorship</i> SMK 5 Jakarta ke Gramedia Matraman. • Mengecek kesiapan ruangan untuk <i>talkshow</i> kesehatan dan <i>booth</i> Nutricia Sarihusada.

	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat surat penerimaan kunjungan untuk : <ol style="list-style-type: none"> a. Program studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. b. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. c. Sekolah Anak Panah. d. Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur. e. Magister Manajemen Universitas Prasetiya Mulya.
11	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat surat undangan peliputan Rangkaian Acara dalam rangka Hari Ulang Tahun Gramedia Printing yang ke-45 tahun ke media internal Kompas Gramedia : <ol style="list-style-type: none"> a. Harian Kompas b. Kompas TV c. Kompas.com d. Warta Kota e. Infokita • Mengirim surat penerimaan kunjungan ke Universitas Sanata Dharma, UIN Walisongo Semarang, Sekolah Budi Luhur, Magister Manajemen Prasetiya Mulya, dan Universitas Budi Luhur. • Berkoodinasi dengan <i>Event Organizer</i> untuk pembuatan <i>booth</i> Kompas Gramedia di <i>event</i> “Bank Jateng Borobudur Marathon 2017”. • Berkoordinasi dengan ketua FKD Yogya untuk menyampaikan informasi ke unit bisnis Kompas Gramedia Yogyakarta untuk mengisi aktivitas di <i>booth</i> Kompas Gramedia. • Berkoordinasi dengan GKU Yogyakarta untuk mengisi aktivitas di <i>booth</i> Kompas Gramedia di “Bank Jateng Borobudur Marathon 2017”. • Menjadi PIC kunjungan jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Petra Surabaya ke harian Kompas (13 Desember 2017). • <i>Mengupdate</i> Instagram <i>stories</i> akun @kompasgramedia. • <i>Follow up media partner</i> “Naura&Genk Juara The Movie” ke Tribun Jawa Tengah. • <i>Translate</i> teks video Museum Kompas Gramedia dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris. • <i>Follow up</i> jumlah buku ATM AKU BACA di lima toko Gramedia. • Membuat dan mengirim surat penerimaan kunjungan untuk Universitas Ratu Samban Bengkulu.
12	<ul style="list-style-type: none"> • Menjadi PIC kunjungan <i>benchmark</i> Astra Honda Motor ke divisi CSM Kompas Gramedia.

	<ul style="list-style-type: none"> • Menjadi PIC KG HangOut : <ul style="list-style-type: none"> a. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi (16 November 2017) b. Universitas Sanata Dharma jurusan Akuntansi (16 November 2017) c. Universitas Budi Luhur jurusan <i>Public Relations</i> (17 November 2017) d. Universitas Muhammadiyah Jakarta program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (20 November 2017)
	<ul style="list-style-type: none"> • Menginput angket KG HangOut : <ul style="list-style-type: none"> a. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang b. Universitas Sanatha Dharma c. Universitas Budi Luhur d. Universitas Muhammadiyah Jakarta
13	<ul style="list-style-type: none"> • PIC KG HangOut : <ul style="list-style-type: none"> a. Sekolah Anak Panah (23 November 2017) b. Magister Manajemen Universitas Prasetiya Mulya (28 November 2017)
	<ul style="list-style-type: none"> • Menginput angket KG HangOut : <ul style="list-style-type: none"> a. Sekolah Anak Panah b. Magister Manajemen Universitas Prasetiya Mulya
	• Membuat surat pengantar untuk media visit Iruna <i>e-logistics</i>
	• Membuat klasifikasi <i>souvenir</i> kunjungan.
	• Rekap dan <i>follow up</i> pengajuan <i>sponsorship</i> .
	• Rekap daftar kunjungan perusahaan.



3.3 Uraian Pekerjaan yang Dilakukan

Cornelissen (2014, h. 28) menjelaskan bahwa terdapat sebelas komponen di dalam *Corporate Communication* sebagai *integrated framework* untuk mengelola komunikasi.

Gambar 3.3
Corporate Communication Integrated Framework



Sumber : Cornelissen (2014, h. 28)

Departemen *External Communication* Kompas Gramedia menjalankan tujuh dari sebelas komponen *Corporate Communication Integrated Framework* diantaranya adalah :

1. *Public Affairs*
2. *Issues Management*
3. *Media Relations*
4. *Digital/Online Communication (social media)*
5. *Community Relations*, serta
6. *Publicity/Sponsorship*
7. *Advertising*

Dari tujuh komponen tersebut, penulis mengerjakan tiga *Corporate Communication Integrated Framework* yaitu :

1. *Media Relations*

Penulis melakukan aktivitas *media relations* dengan unit bisnis di pilar media Kompas Gramedia.

2. *Digital/Online Communication*

Penulis melakukan aktivitas mengelola media sosial Kompas Gramedia.

3. *Publicity/Sponsorship*

Penulis melakukan aktivitas *sponsorship* yang diajukan oleh pihak eksternal ke Kompas Gramedia.

3.3.1 Social Media Management

Selama masa kerja magang penulis melakukan aktivitas media sosial. Kompas Gramedia memiliki empat media sosial yakni :

a. Facebook : Kompas Gramedia

(<https://www.facebook.com/KompasGramediaKG/>)

b. Twitter : @KompasGramedia (<https://twitter.com/kompasgramedia?lang=en>)

c. Instagram : @kompasgramedia

(<https://www.instagram.com/KompasGramedia/?hl=en>)

d. Youtube : Kompas Gramedia

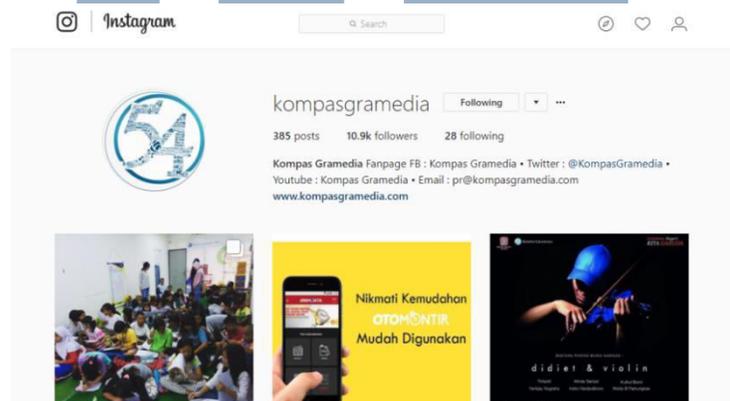
(https://www.youtube.com/channel/UCnFZPosCjPsQEWI9Sb_aiUg)

Dalam menjalankan aktivitas media sosial, penulis dilibatkan untuk mengelola media sosial Instagram Kompas Gramedia saja. Selama kerja magang, penulis mengelola Instagram Kompas Gramedia. Konten yang penulis unggah adalah untuk di *timeline* maupun Instagram *Stories* Kompas Gramedia. Konten untuk *timeline* Instagram Kompas Gramedia penulis bertugas untuk mengunggah konten yang diberikan oleh rekan kerja penulis yang menangani media sosial Kompas Gramedia.. Konten di Instagram *Stories* Kompas Gramedia penulis mengunggah aktivitas Lomba Paduan Suara Anak Tingkat TK dan SD Dendang Kencana 2017

dan penulis mengunggah Instagram Stories setiap kunjungan perusahaan (KG HangOut).

Pada Lomba Paduan Suara Anak Tingkat TK dan SD Dendang Kencana 2017 pada 26-28 Oktober 2017 penulis bertugas untuk mengeposkan aktivitas lomba dan bertugas untuk melakukan siaran langsung (*live*) di Instagram *Stories* Kompas Gramedia. Dalam kunjungan perusahaan (KG HangOut) penulis bertugas untuk mengunggah aktivitas yang sedang berlangsung selama kunjungan perusahaan berlangsung.

Gambar 3.4
Instagram Kompas Gramedia
@kompasgramedia



Sumber : <https://www.instagram.com/KompasGramedia/?hl=en>

Media sosial menurut Safko (2012, h.3) merupakan, “*the media we use to be social*”. Pada pelaksanaannya Kompas Gramedia telah memiliki media sosial yang sesuai untuk berkomunikasi dengan publiknya, salah satunya Instagram. Instagram termasuk ke dalam kategori *social networking*. Safko (2012, h. 10) mengatakan bahwa *social networking* kini digunakan untuk saling terhubung, mengedukasi, berbagi dan untuk membangun kepercayaan.

Pada aktivitas untuk mengelola Instagram Kompas Gramedia yang dilakukan penulis sesuai dengan yang dinyatakan oleh Safko. Sebagai contoh, ketika penulis mengeposkan aktivitas Lomba Paduan Suara Anak Tingkat TK dan SD Dendang Kencana 2017. Aktivitas yang penulis unggah ke dalam Instagram *Stories* untuk

mengedukasi pengikut Instagram Kompas Gramedia dan *netizen* yang menggunakan media sosial Instagram bahwa saat ini sedang terjadi krisis lagu anak dan pentingnya lagu anak untuk anak-anak Indonesia.

Selain itu, melalui aktivitas yang penulis unggah ke dalam Instagram Kompas Gramedia selama Dendang Kencana 2017 juga bertujuan agar pengikut Instagram Kompas Gramedia dan *netizen* pengguna Instagram yang peduli terhadap perkembangan lagu anak saling terhubung. Melalui konten yang penulis unggah di Instagram Kompas Gramedia secara tidak langsung membangun kepercayaan publik kepada Kompas Gramedia. Hal ini dikarenakan Kompas Gramedia peduli terhadap krisis perkembangan lagu anak di Indonesia.

Sementara untuk konten yang penulis *update* selama aktivitas kunjungan perusahaan (KG HangOut) berlangsung bertujuan untuk berbagi kepada pengikut Instagram Kompas Gramedia maupun *netizen* pengguna Instagram. Serta untuk membangun kepercayaan publik melalui Instagram bahwa Kompas Gramedia merupakan perusahaan yang terpercaya sehingga dikunjungi oleh berbagai lembaga.

3.3.2 Event Management

Pada kerja magang yang dijalani penulis di departemen *External Communication* penulis juga mengerjakan aktivitas *Event Management*. Menurut Noor (2013, h. 8) *Event* didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang diselenggarakan untuk memperingati hal-hal penting sepanjang hidup manusia baik secara individu atau kelompok yang terikat secara adat, budaya, tradisi, dan agama yang diselenggarakan untuk tujuan tertentu serta melibatkan lingkungan masyarakat yang diselenggarakan pada waktu tertentu. Sedangkan menurut Shone dan Parry (2002 dikutip dalam Noor 2013, h. 8) mengungkapkan bahwa,

Special events are that phenomenon arising from those non-routine occasion which have leisure, cultural, personal or organizational objectives set apart from the normal activity of daily life, whose purpose is to enlighten, celebrate, entertain or challenge the experience of a group of people.

Shone dan Parry (2002 dikutip dalam Noor 2013, h.3) mengategorikan *special events* ke dalam empat kategori yakni :

1. *Leisure event*

Leisure event berkembang sejak bangsa Roma menyelenggarakan kegiatan gladiator. Saat ini, *leisure event* berkembang banyak pada kegiatan olahraga.

2. *Personal event*

Personal event adalah segala bentuk kegiatan yang di dalamnya terlibat anggota keluarga atau teman. Seperti pesta ulang tahun, pesta pernikahan dan perayaan-perayaan pribadi lainnya.

3. *Cultural event*

Cultural event merupakan kegiatan yang berhubungan dengan budaya dan tradisi yang memiliki nilai sosial yang tinggi dalam tatanan masyarakat tertentu.

4. *Organizational event*

Organizational event merupakan kegiatan besar pada setiap organisasi. Pada kategori ini, bentuk *event* yang diselenggarakan disesuaikan dengan tujuan organisasi.

Pelaksanaan *event management* yang penulis kerjakan termasuk ke dalam kategori *organizational event*. Setiap *event* atau kegiatan yang Corporate Communication Kompas Gramedia selenggarakan seperti, KG HangOut, HUT Jakob Oetama ke-86 tahun dan *event* lainnya diadakan untuk mencapai tujuan perusahaan dan tujuan *External Communication* yakni untuk membangun *brand image* dan reputasi perusahaan yang kuat serta untuk membangun hubungan yang kuat dengan *stakeholder* perusahaan.

3.3.2.1 Tahapan Penyelenggaraan Event (*Pre-event*)

Dalam penyelenggaraan sebuah *event* dibutuhkan studi kelayakan *event*. Menurut Noor (2013, h. 107) studi kelayakan *event* biasanya berupa analisa terhadap ide-ide yang muncul dan selanjutnya dilakukan saringan terhadap jenis kegiatan yang paling tepat dan ditetapkan satu kegiatan untuk diselenggarakan.

Noor (2013, h. 112-124) mengelompokkan proses penyaringan ide *event* yang digambarkan dalam gambar berikut :



Sumber : Noor (2013, h. 112-124)

Dalam proses Saringan I : Pemasaran menurut Noor (2013, h. 112) dibutuhkan untuk memilah sejumlah ide dan konsep *event* mana yang cocok untuk target pasar yang telah ditetapkan. Terdapat dua cara yang dapat digunakan untuk melakukan proses saringan pemasaran, yakni :

1. Menggali opini setiap anggota EO terhadap ide yang muncul
2. Melakukan riset untuk mengetahui pasar potensial terhadap *event* yang diselenggarakan

Pada proses Saringan II : Operasional menurut Noor (2013, h. 118) segala hal yang berhubungan dengan operasional harus dipertimbangkan dengan matang untuk kelayakan diselenggarakannya *event*. Dalam proses Saringan ke III : Keuangan, menurut Noor (2013, h. 121) setiap *event* yang diselenggarakan tergantung pada biaya yang dimiliki, baik itu *event* yang dibiayai oleh EO itu sendiri, didanai oleh perusahaan atau organisasi lain dalam bentuk sponsor. Banyak *event* yang memiliki dana terbatas dan tidak berorientasi menghasilkan uang.

Pada dasarnya setiap *event* atau kegiatan yang diselenggarakan oleh Divisi *Communication Management* Kompas Gramedia dan yang penulis kerjakan telah menjalankan proses dalam gambar di atas dari mulai mengumpulkan ide, melakukan Saringan I : Pemasaran, Saringan II : Operasional, Saringan III : Keuangan hingga konsep yang diterima dan selanjutnya *event* tersebut dieksekusi. Berikut rincian proses kelayakan *event* di beberapa *event* yang penulis kerjakan :

1. KG HangOut

- a. Proses Saringan I : melakukan riset melalui pembuatan *focus group discussion* (FGD) dengan Mahasiswa UMN sehingga didapatkan beberapa poin yang bermanfaat dalam merancang konsep KG HangOut.
- b. Proses Saringan II : konsep *operasional* diperhatikan namun terdapat kekurangan Sumber Daya Manusia (SDM) di pelaksanaan KG HangOut pertama hingga KG HangOut terakhir yang penulis kerjakan.
- c. Proses Saringan III : *budget* untuk KG HangOut dari mulai biaya dekorasi, *snack* dan properti diajukan terlebih dahulu dan mengikuti *budget* keuangan yang disetujui oleh *External Communication Manager*.

2. Booth Kompas Gramedia di Synchronize Festival 2017

- a. Proses Saringan I : terdapat penggalan opini atau ide penulis, rekan kerja penulis serta *Event Organizer* yang ditunjuk membuat booth Kompas Gramedia untuk menyesuaikan konsep dan aktivitas *booth* Kompas Gramedia dengan karakteristik pengunjung acara Synchronize Festival dan keselarasan tema dengan Synchronize Festival 2017.
- b. Proses Saringan II : proses penentuan SDM yang berpartisipasi untuk melakukan aktivasi di *booth* Kompas Gramedia dan poin operasional lainnya.
- c. Proses Saringan III : pembuatan *booth* Kompas Gramedia mengikuti dan menyesuaikan dengan *budget* yang ditetapkan *Corporate Communication* Kompas Gramedia.

3.3.2.2 Kunjungan Perusahaan

Tugas utama penulis selama melakukan kerja magang di departemen *External Communication* Kompas Gramedia adalah menangani kunjungan perusahaan baik dari lembaga pendidikan, swasta maupun pemerintah. Kriyantono (2012, h. 28) menjabarkan media *Public Relations* dalam kegiatan *special events* salah satunya adalah *open house* atau kunjungan perusahaan (*company visit*) yang bertujuan untuk memberi peluang kepada publik untuk mengenal lebih dekat dengan berkunjung ke perusahaan. Kompas Gramedia pun menerapkan hal tersebut dengan memberikan kesempatan bagi pihak eksternal dari berbagai instansi yang ingin berkunjung dan mengetahui Kompas Gramedia maupun unit bisnis Kompas Gramedia melalui kunjungan perusahaan.

Kunjungan perusahaan yang penulis tangani hanya pengajuan kunjungan perusahaan yang melalui *Corporate Communication* Kompas Gramedia. Terdapat tahapan dalam kunjungan perusahaan yang penulis tangani, yakni :

1. Terdapat pengajuan beserta surat pengajuan kunjungan perusahaan atau kunjungan perusahaan yang ditujukan melalui *Corporate Communication* Kompas Gramedia. Dalam surat pengajuan terdapat jumlah peserta yang akan berkunjung, hari dan tanggal kunjungan, waktu kunjungan, serta unit bisnis atau divisi yang ingin dikunjungi (jika ada). Jika terdapat pengajuan kunjungan perusahaan yang tidak melalui *Corporate Communication* KG maka kunjungan perusahaan tersebut tidak menjadi tanggung jawab *Corporate Communication* Kompas Gramedia.
2. Jika pada surat pengajuan kunjungan perusahaan terdapat unit bisnis atau divisi yang ingin dituju, maka penulis langsung mem-follow up kepada unit bisnis Kompas Gramedia atau divisi yang dituju. Jika dalam pengajuan kunjungan perusahaan tersebut tidak ada unit bisnis atau divisi yang ingin dituju (lembaga yang mengajukan kunjungan perusahaan menyerahkan kepada penulis) maka penulis akan mencarikan unit bisnis atau divisi yang sesuai menyesuaikan jurusan atau fakultas Universitas yang mengajukan (dengan catatan bahwa instansi yang mengajukan adalah Institusi Pendidikan).

3. Penulis melakukan *follow up* kepada unit bisnis atau divisi terkait. Apabila unit bisnis atau divisi yang dituju tidak memiliki ruangan untuk menerima peserta kunjungan, maka penulis harus mengecek ketersediaan ruangan Gedung Kompas Gramedia Palmerah Barat terlebih dahulu disesuaikan dengan hari, tanggal serta waktu yang dikehendaki oleh Institusi maupun unit bisnis tersebut.

Kemudian jika kunjungan diterima dan sesuai dengan hari dan tanggal serta waktu yang diinginkan oleh lembaga yang mengajukan, maka penulis memberikan informasi kepada lembaga tersebut. Jika hari, tanggal serta waktu yang diinginkan oleh lembaga tersebut tidak bisa dilaksanakan, penulis kembali mem-*follow up* kepada lembaga terkait untuk kembali mem-*follow up* untuk menyesuaikan hari, tanggal atau waktu yang sesuai dengan instansi dan unit bisnis tersebut. Jika kunjungan perusahaan tidak diterima maka penulis menginformasikan kepada lembaga yang mengajukan permohonan kunjungan perusahaan tersebut.

3.3.2.2.1 KG HangOut

KG HangOut merupakan program kunjungan perusahaan Kompas Gramedia yang bertujuan menarik minat mahasiswa untuk lebih mengenal Kompas Gramedia dan aplikasi ilmu yang dipelajari pada konteks pekerjaan. Program KG HangOut ini diselenggarakan dikarenakan latar belakang bahwa kunjungan perusahaan di Kompas Gramedia yang belum terstandarisasi.

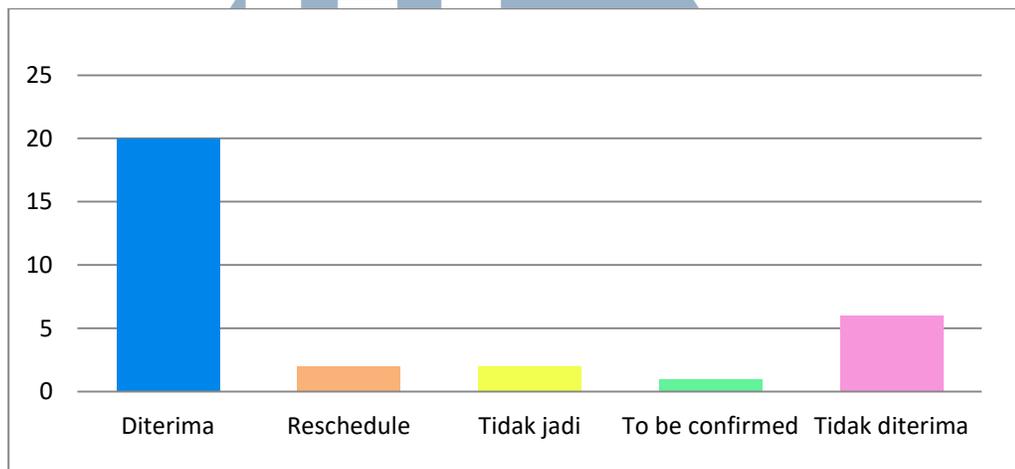
Berdasarkan latar belakang tersebut maka dibuatlah konsep kunjungan perusahaan Kompas Gramedia yang baru bernama KG HangOut. Konsep KG HangOut ini dibuat oleh *External Communication* Kompas Gramedia dan *Corporate Human Resource* Kompas Gramedia. Penulis dalam hal ini ikut menentukan ide dan konsep untuk KG HangOut.

Implementasi KG HangOut yang pertama dijadikan sebagai percobaan dengan peserta Mahasiswa UMN jurusan Manajemen. Selanjutnya, jika ada pengajuan kunjungan perusahaan yang diterima maka menggunakan konsep

KG HangOut. Program KG HangOut dikhususkan apabila pengajuan kunjungan perusahaan diajukan oleh lembaga pendidikan.

Selama periode kerja magang (31 Agustus - 30 November 2017) penulis menangani dan mem-*follow up* 31 permohonan kunjungan perusahaan. Berikut diagram kunjungan yang penulis tangani :

Gambar 3.6
Status Permohonan Kunjungan

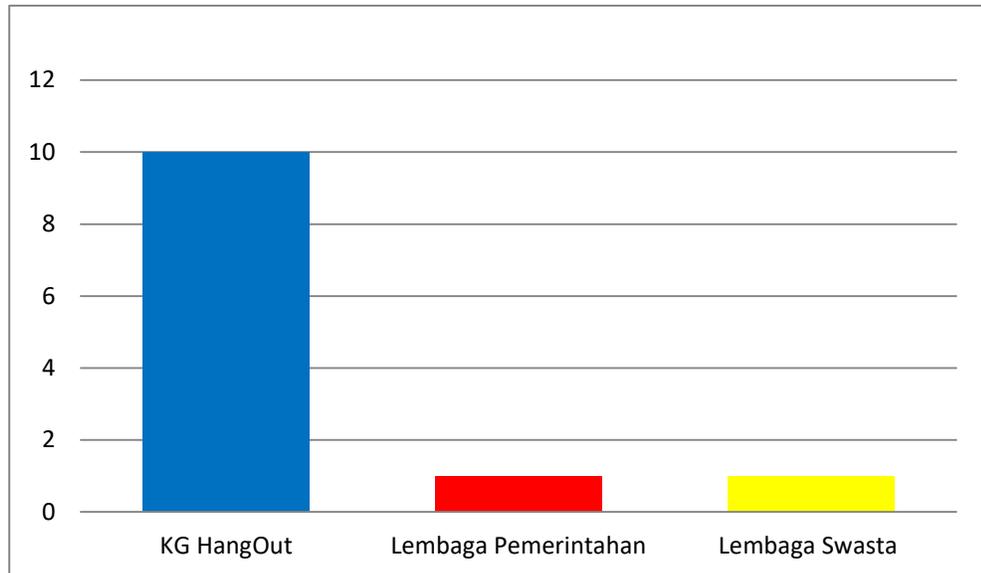


Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

Dari 31 kunjungan perusahaan yang penulis tangani terdapat kunjungan yang diterima, *reschedule*, tidak jadi, *to be confirmed*, tidak diterima dengan rincian sebagai berikut :

- a. Diterima : 20 kunjungan
- b. *Reschedule* : 2 kunjungan
- c. Tidak jadi (dibatalkan) : 2 kunjungan
- d. *To be Confirmed* : 1 kunjungan
- e. Tidak diterima : 6 kunjungan

Gambar 3.7
Kunjungan Perusahaan yang Penulis Tangani Secara Langsung



Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

Berdasarkan diagram di atas, dari 20 permohonan kunjungan yang diterima, penulis menangani dan menjadi PIC secara langsung 12 kunjungan perusahaan yang terdiri dari :

1. Sembilan kunjungan perusahaan dari Lembaga Pendidikan berkonsep KG HangOut.
2. Satu kunjungan perusahaan dari lembaga Pemerintahan yakni kunjungan dari Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik dan Persandian Pemerintah Kota Surakarta ke Kompas TV.
3. Satu kunjungan perusahaan dari Lembaga Pendidikan.
4. Satu kunjungan perusahaan dari lembaga Swasta, yakni agenda *benchmark* PT. Astra Honda Motor ke *Corporate Strategy Management* Kompas Gramedia.

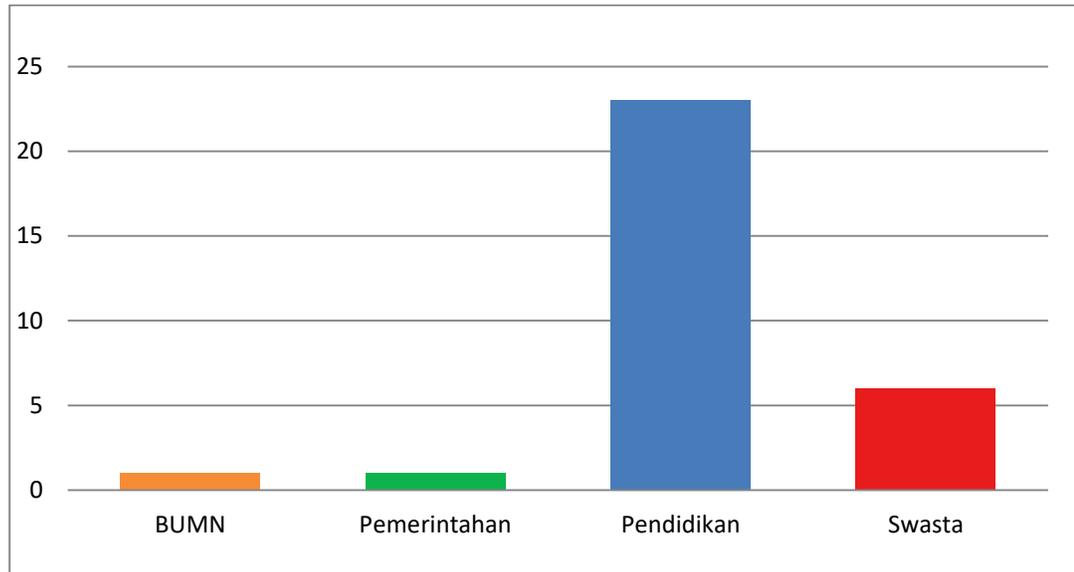
Jumlah peserta dari 20 kunjungan perusahaan yang diterima Kompas Gramedia, berjumlah 892 orang. Berikut tabel rincian jumlah peserta:

Tabel 3.4
Jumlah Peserta Kunjungan Perusahaan yang Diterima

No	Nama Lembaga	Jumlah Peserta Kunjungan
1	STP Nusa Dua Bali	34
2	Universitas Gadjah Mada	50
3	Pemerintah Kota Surakarta	50
4	Universitas Multimedia Nusantara	46
5	Univ Ibnu Chaldun	52
6	Naura&Genk Juara The Movie	-
7	SD Al-Izhar Pondok Labu	81
8	UIN Sultan Maulana Hasanuddin	68
9	Sekolah Noah	60
10	Nutricia SariHusada	-
11	Universitas Petra Surabaya	55
12	Astra Honda Motor	19
13	UIN Walisongo Semarang	129
14	Univ. Sanata Dharma Yogyakarta	75
15	Universitas Budi Luhur	17
16	Universitas Ratu Samban Bengkulu	26
17	Universitas Muhammadiyah Jakarta	29
18	Sekolah Anak Panah	45
19	Universitas Prasetya Mulya	26
20	Top Generation Challenge	30
Total		892

Sumber : Departemen *External Communication* Kompas Gramedia

Gambar 3.8
Kategori Lembaga yang Mengajukan Kunjungan Perusahaan ke Kompas Gramedia

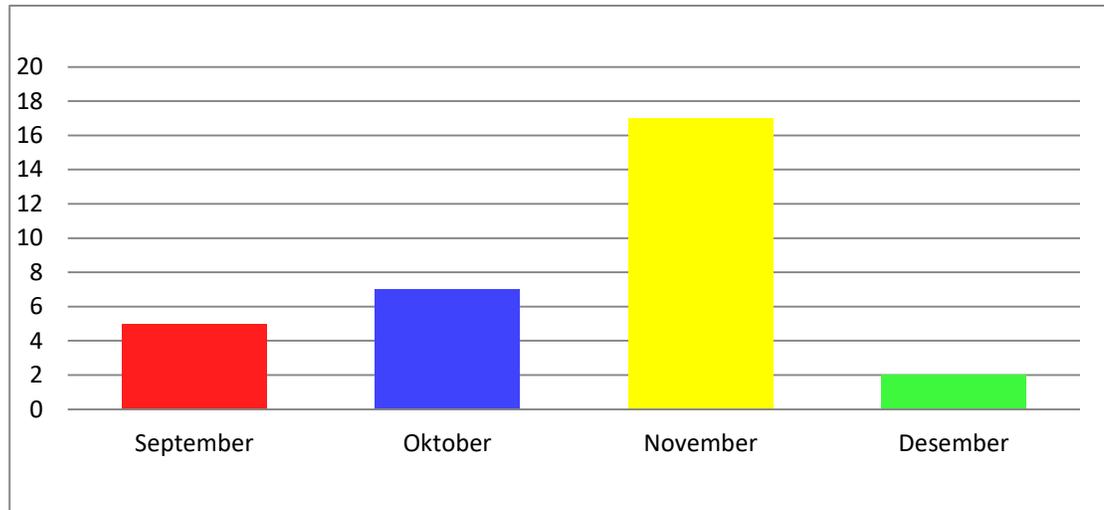


Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

Terdapat beberapa kategori lembaga yang mengajukan permohonan kunjungan perusahaan ke Kompas Gramedia yaitu :

- a. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) : 1 kunjungan
- b. Pemerintahan : 1 kunjungan
- c. Pendidikan : 23 kunjungan
- d. Swasta : 6 kunjungan

Gambar 3.9
Jumlah Kunjungan Perusahaan di Bulan September-Desember 2017



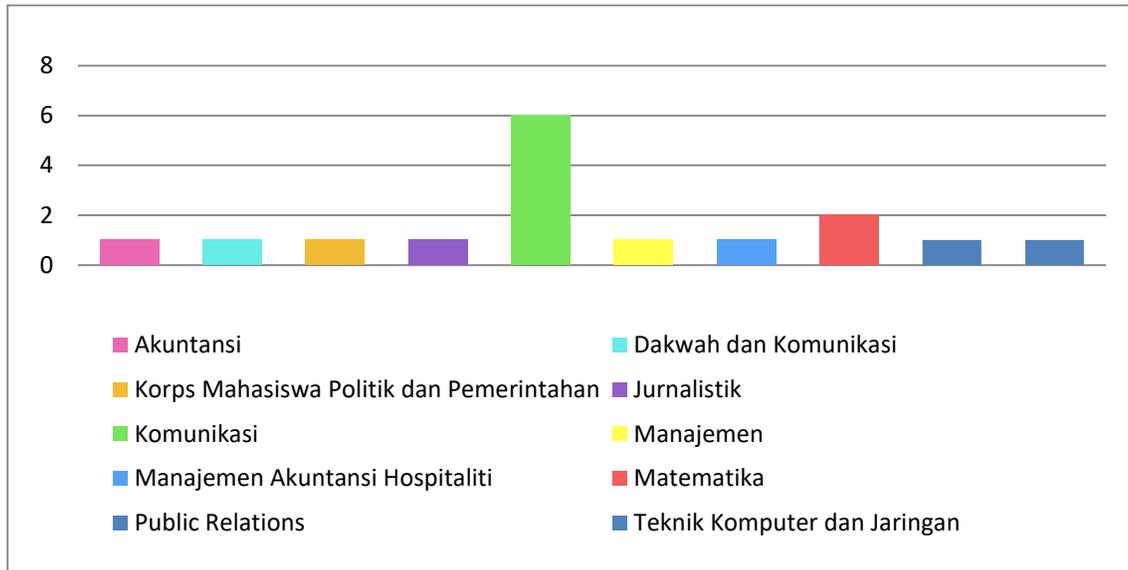
Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

Berikut rincian jumlah permohonan kunjungan perusahaan di bulan September hingga Desember 2017 yang penulis tangani :

- a. Bulan September : 5 kunjungan
- b. Bulan Oktober : 7 kunjungan
- c. Bulan November : 17 kunjungan
- d. Bulan Desember ; 2 kunjungan

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.10
Jurusan Lembaga Pendidikan yang Mengajukan Kunjungan Perusahaan ke Kompas Gramedia

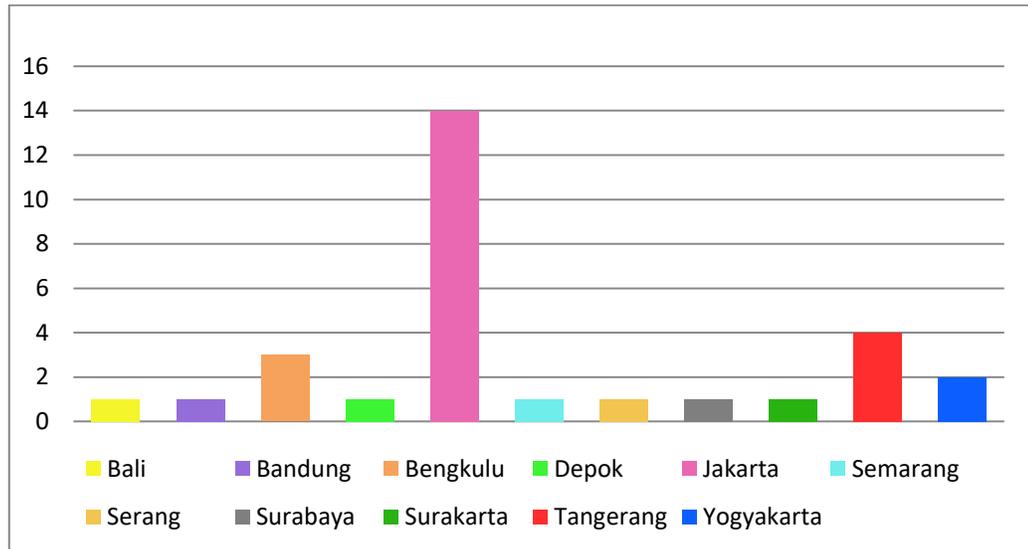


Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

Berdasarkan diagram di atas, berikut rincian jurusan dari Insitusi Pendidikan yang mengajukan kunjungan perusahaan ke Kompas Gramedia selama penulis melakukan praktik kerja magang :

- a. Akuntansi : 1 kunjungan
- b. Korps Mahasiswa Politik dan Pemerintahan : 1 kunjungan
- c. Komunikasi : 6 kunjungan
- d. Manajemen Akuntansi Hospitaliti : 1 kunjungan
- e. *Public Relations* : 1 kunjungan
- f. Dakwah dan Komunikasi : 1 kunjungan
- g. Jurnalistik : 1 kunjungan
- h. Manajemen : 1 kunjungan
- i. Matematika : 1 kunjungan
- j. Teknik Komputer dan Jaringan : 1 kunjungan

Gambar 3.11
Asal Kota Lembaga yang Mengajukan Kunjungan Perusahaan ke Kompas Gramedia September-Desember 2017

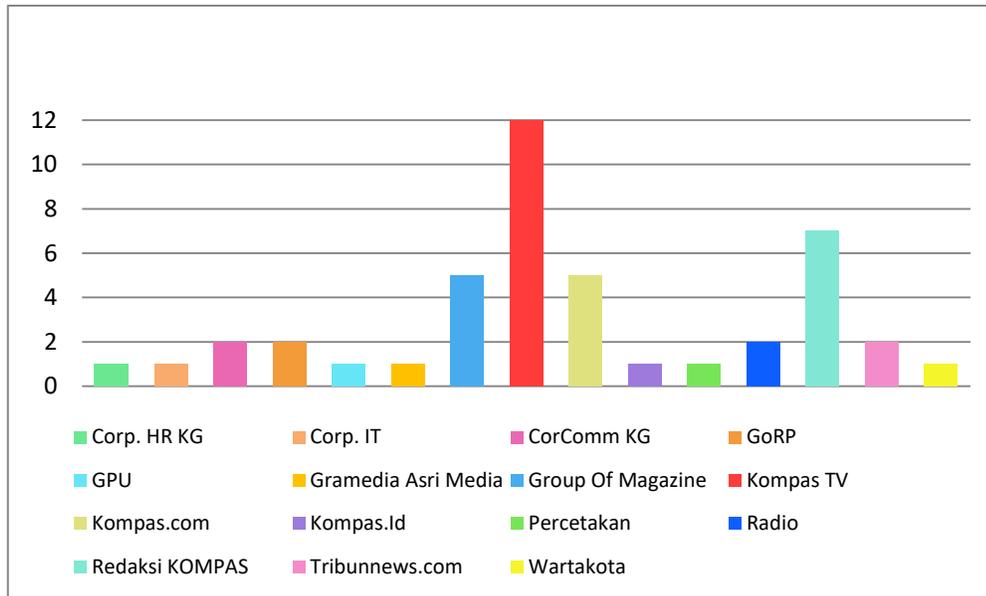


Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

Berikut rincian asal kota instansi yang mengajukan kunjungan perusahaan ke Kompas Gramedia selama bulan September – Desember 2017 :

- a. Kota Bali : 1 kunjungan
- b. Kota Bandung : 1 kunjungan
- c. Kota Bengkulu : 3 kunjungan
- d. Kota Depok : 1 kunjungan
- e. Kota Jakarta : 14 kunjungan
- f. Kota Semarang : 1 kunjungan
- g. Kota Serang : 1 kunjungan
- h. Kota Surabaya : 1 kunjungan
- i. Kota Surakarta : 1 kunjungan
- j. Kota Tangerang : 4 kunjungan
- k. Kota Yogyakarta : 2 kunjungan

Gambar 3.12
Unit Bisnis / Divisi Tujuan Instansi yang Mengajukan Kunjungan



Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

Berdasarkan diagram di atas berikut rincian unit bisnis atau divisi Kompas Gramedia yang menjadi tujuan instansi yang mengajukan kunjungan :

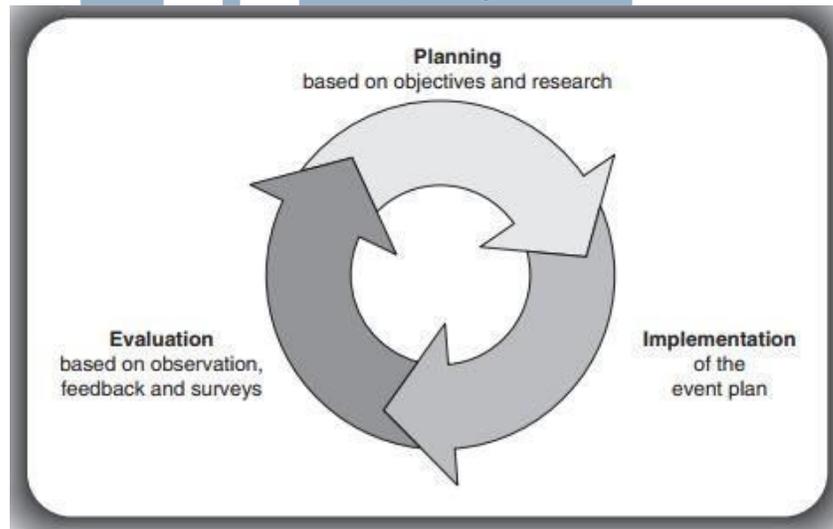
- a. Corporate Human Resource : 1 kunjungan
- b. Corporate IT : 1 kunjungan
- c. Corporate Communication : 2 kunjungan
- d. Group of Retail and Publishing (GoRP) : 2 kunjungan
- e. Gramedia Pustaka Utama (GPU) : 1 kunjungan
- f. Gramedia Asri Media : 1 kunjungan
- g. Kompas TV : 12 kunjungan
- h. Kompas.com : 5 kunjungan
- i. Kompas.id : 1 kunjungan
- j. Percetakan : 1 kunjungan
- k. Radio : 2 kunjungan
- l. Redaksi KOMPAS : 7 kunjungan

- m. Tribunnews.com : 2 kunjungan
 n. Wartakota : 1 kunjungan

3.3.2.3 Evaluasi *Event* (*Post-event*)

Sebuah *event* membutuhkan evaluasi sebagai bentuk penilaian terhadap *event* tersebut. Bowdin, dkk. (2006, h. 413) mengatakan bahwa evaluasi *event* adalah proses mengamati secara kritis, mengukur dan memantau pelaksanaan suatu acara untuk menilai hasilnya secara akurat.

Gambar 3.13
Proses *Event Management*



Sumber : Bowdin, dkk. (2006, h. 413)

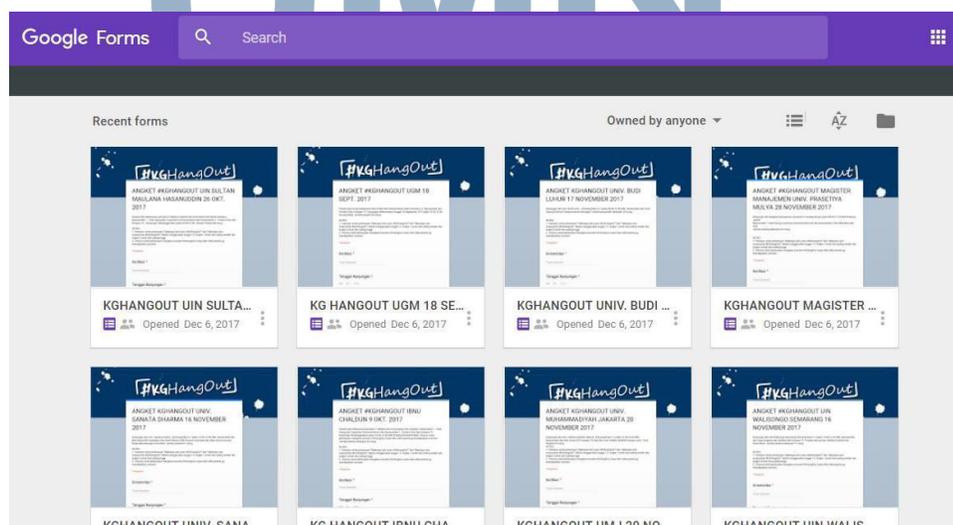
Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa evaluasi merupakan salah satu elemen yang sangat penting dalam proses *event management*. Bowdin, dkk. (2006, h. 414-415) evaluasi dalam sebuah *event* dapat dilakukan pada saat :

1. *Pre-event assessment*
2. *Monitoring the event*
3. *Post-event evaluation*

Selama penulis melakukan magang di di departemen *External Communication* penulis menjalankan *post-event evaluation*. *Post-event evaluation* menurut Bowdin, dkk. (2006, h. 415) melibatkan pengumpulan statistik dan data hasil suatu peristiwa, dan menginterpretasikan dalam kaitannya dengan misi dan tujuan. Penulis melakukan *post-event evaluation* pada saat kunjungan perusahaan dari institusi pendidikan berlangsung. Evaluasi berupa angket KG HangOut yang akan dibagikan kepada peserta kunjungan perusahaan di akhir acara. Penulis akan menjelaskan cara pengisian angket KG HangOut kepada peserta kunjungan perusahaan, kemudian peserta akan mengisi angket tersebut kemudian angket akan dikumpulkan dan dikembalikan kepada penulis.

Penulis kemudian bertanggung jawab untuk menginput angket KG HangOut tersebut. Dalam hal ini, penulis berinisiatif untuk membuat satu alamat *e-mail* khusus untuk KG HangOut dan menginput angket tersebut ke dalam *google forms* sehingga mempermudah angket tersebut untuk di input dan hasilnya dapat di lihat dengan cepat. Pada proses menginput angket, penulis biasanya menunggu hingga ada lebih dari satu angket kunjungan sehingga penulis dapat menginput angket tersebut sekaligus.

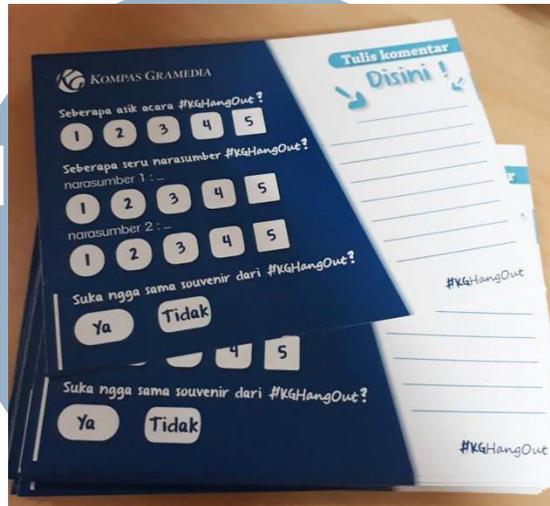
Gambar 3.14
Angket KG HangOut yang Penulis Input ke Google Forms



Sumber : Google Forms KG HangOut

Pada evaluasi KG HangOut terdapat beberapa pertanyaan yang akan dijawab oleh peserta kunjungan perusahaan. Pertanyaan tersebut akan dijawab dengan skala angka satu hingga lima. Skala satu untuk penilaian paling rendah dan skala lima untuk penilaian paling tinggi. Berikut gambar angket KG HangOut:

Gambar 3.15
Angket KG HangOut



Sumber : Departemen *External Communication*

Berikut contoh hasil rekap satu pertanyaan dari sepuluh angket KG HangOut:

Tabel 3.5
Contoh Hasil Rekapitulasi Salah Satu Pertanyaan Angket KG HangOut

Seberapa asik acara #KGHANGOUT?	Jumlah
1	0
2	2
3	43
4	164
5	220
Total	429

Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

Gambar 3.16
Diagram Contoh Hasil Rekapitulasi Salah Satu Pertanyaan
Angket KG HangOut



Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa konsep KG HangOut dinilai menarik dan menyenangkan oleh peserta kunjungan perusahaan. Namun angket KG HangOut belum dijadikan sebagai indikator untuk mengetahui apakah tujuan dari Departemen *External Communication* sudah tercapai atau belum. Tujuan tersebut adalah untuk membangun *brand image* dan reputasi perusahaan yang kuat melalui kunjungan perusahaan. Pada *event* lain yang melibatkan penulis selama periode kerja magang seperti Synchronize Festival, Lomba Paduan Suara Tingkat TK dan SD Dendang Kencana 2017 belum dilakukan evaluasi termasuk *post-event evaluation*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.3.3 Media Relations

Penulis melaksanakan beberapa tugas selama menjalani kerja magang di departemen *External Communication* Kompas Gramedia salah satunya adalah *media relations*.

Yosal (2011, h. 32) menjelaskan bahwa *media relations* merupakan bagian dari *PR* eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan *stakeholdernya* untuk mencapai tujuan organisasi. Sementara itu, Hidayat (2014, h. 69) menjelaskan *media relations* sebagai kegiatan jurnalistik *PR* dalam menjalankan fungsinya untuk mencapai tujuan tertentu.

Jefkins (1992 dikutip dalam Hidayat 2014, h.69-70) dalam prinsip umum untuk membina hubungan media atau *media relations* yang baik, yakni :

1. Memberikan pelayanan kepada media
2. Menegakkan suatu reputasi agar dapat dipercaya
3. Memasok naskah informasi yang baik
4. Melakukan kerja sama yang baik dalam menyampaikan bahan informasi.
5. Penyediaan fasilitas yang memadai

Dalam menjalankan aktivitas *media relations*, penulis bertugas untuk membuat surat undangan peliputan kepada media dan mendampingi media yang hadir untuk meliput di acara tersebut. Aktivitas *media relations* yang penulis jalani sudah sesuai dengan yang disampaikan oleh Jefkins di atas karena pendampingan media yang dilakukan penulis bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada media yang bersedia untuk meliput acara baik itu untuk menyediakan fasilitas, kebutuhan media, dan untuk bekerjasama dalam menyampaikan informasi.

Aktivitas *media relations* yang Kompas Gramedia lakukan masih didominasi oleh unit bisnis media yang dimiliki Kompas Gramedia seperti ketika ada suatu acara maka undangan peliputan hanya di buat dan di sebar untuk media Kompas Gramedia saja. *Media relations* yang dilakukan dengan media lain di luar unit bisnis di bidang media Kompas Gramedia masih sangat minim dilakukan oleh departemen *External Communication* Kompas Gramedia.

3.3.4 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility menurut Kotler dan Lee (2005, h. 5) menjelaskan “*Corporate Social Responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contributions of corporate resource.*”

Pada pelaksanaan kerja magang di departemen *External Communication* Kompas Gramedia, penulis juga melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility*. Kompas Gramedia memiliki program CSR “KG Inspirasi Nusantara” yang memiliki tiga program yakni :

1. Inspirasi Pendidikan
2. Inspirasi Budaya, serta
3. Inspirasi Lingkungan

Gambar 3.17
Corporate Social Responsibility Kompas Gramedia



Sumber : *Corporate Communication* Kompas Gramedia

Aktivitas CSR yang penulis kerjakan selama kerja magang adalah CSR #AkuBaca yang digerakkan oleh Kompas Gramedia. CSR #AkuBaca merupakan salah satu program dalam Inspirasi Pendidikan.

Program CSR #AkuBaca memiliki lima sub-program yakni :

1. Edukasi Literasi
2. Efek Rumah Baca
3. Troli Pustaka
4. Buku Bergerak
5. Kampanye Gerakan

Gambar 3.18
Program #AkuBaca Kompas Gramedia



Sumber : *Corporate Communication* Kompas Gramedia

Aktivitas CSR #AkuBaca yang penulis kerjakan adalah sub-program Buku Bergerak. Fitur Buku Bergerak merupakan serangkaian aktivitas untuk menggalang buku-buku dari berbagai sumber donasi, dengan menggunakan medium ATM Buku serta ditopang oleh kerja-kerja sukarela banyak *volunteer*. Bersinergi dengan Program Pengiriman Buku Gratis setiap tanggal 17, Buku Bergerak setiap bulannya mengumpulkan sepuluh paket (ratusan buku) yang kemudian digerakkan (didistribusikan) ke berbagai taman bacaan di daerah-daerah pelosok Nusantara.

Dalam sub-program Buku Bergerak, penulis diminta bantuan untuk berkoordinasi dengan Gramedia Asri Media untuk pengiriman ATM Buku #AkuBaca.

Koordinasi dilakukan untuk menentukan lima toko Gramedia yang akan menjadi lokasi ATM Buku #AkuBaca. Setelah berkoordinasi di tetapkan daftar lima toko Gramedia yang menjadi lokasi ATM Buku #AkuBaca, yaitu :

1. Toko Gramedia Bintaro Emerald
2. Toko Gramedia Supermal Karawaci
3. Toko Gramedia Central Park Mal
4. Toko Gramedia Matraman
5. Toko Gramedia Harapan Indah

Lokasi penempatan ATM Buku #AkuBaca pada lima Toko Gramedia ini dengan pertimbangan lokasi yang strategis serta *traffic* pengunjung Toko Gramedia tersebut, sehingga diharapkan masyarakat maupun pengunjung kelima Toko Gramedia tersebut dapat berpartisipasi dalam sub-program Buku Bergerak dengan menyumbangkan buku yang dimilikinya ke ATM Buku #AkuBaca. ATM Buku #AkuBaca pun dikirimkan pada minggu ke-1 penulis melakukan kerja magang (6 September 2017).

Setelah ATM Buku #AkuBaca dikirim, penulis juga melakukan *follow up* di minggu ke-7 dan 11. *Follow up* yang dilakukan penulis bertujuan untuk menanyakan jumlah buku yang ada di lima Toko Gramedia kepada *Person In Charge* (PIC) masing-masing toko Gramedia. Pada minggu ke-7 penulis melakukan kerja magang, penulis mem-*follow up* jumlah buku yang ada di lima Toko Gramedia, namun jumlah buku yang ada di ATM Buku di lima Toko Gramedia masih sedikit sehingga diputuskan buku-buku yang ada di ATM Buku tersebut tidak diambil terlebih dahulu.

Pada minggu ke-11 penulis melakukan kerja magang, penulis kembali melakukan *follow up* jumlah buku yang ada di Toko Gramedia. Buku-buku yang ada di ATM Buku Gramedia Matraman dan Gramedia Bintaro Emerald diputuskan untuk diambil karena jumlah buku yang ada di ATM Buku di dua toko Gramedia tersebut sudah mencukupi. Sedangkan untuk jumlah buku yang ada di ATM Buku #AkuBaca Toko Gramedia di Central Park Mal, Harapan Indah dan Supermal

Karawaci diputuskan untuk tidak diambil terlebih dahulu karena jumlah buku masih sedikit.

Kotler dan Lee (2005, h. 23) mengategorikan enam inisiatif dalam CSR yakni:

1. *Cause Promotions*
2. *Cause-Related Marketing*
3. *Corporate Social Marketing*
4. *Corporate Philanthropy*
5. *Community Volunteering*
6. *Socially Responsible Business Practices*

Dalam program CSR #AkuBaca yang penulis kerjakan termasuk ke dalam kategori Corporate Social Marketing. Menurut Kotler dan Lee (2005, h. 23) Corporate Social Marketing adalah, “*a corporation supports the development and/or implementation of a behavior change campaign intended to improve public health, safety, the environment, or community well-being.*” Pada program CSR #AkuBaca, Kompas Gramedia mengangkat fenomena rendahnya minat dan budaya baca masyarakat Indonesia. Melalui program CSR #AkuBaca, Kompas Gramedia ingin mengubah perilaku masyarakat Indonesia untuk lebih sadar akan pentingnya minat dan budaya baca dengan mengajak masyarakat Indonesia untuk berpartisipasi dalam gerakan #AkuBaca.

3.3.5 Sponsorship Management

Penulis juga melakukan aktivitas *sponsorship management* selama menjalani kerja magang. Knecht dan Stoelinga (1988 dikutip dalam Van Riel 2007, h. 17) menjelaskan *Sponsorship is an activity in which an institution (the sponsor) gives material (usually financial) support to (a) an association or individual for presentation of sporting or artistic performances, or other performances of a kind interesting to a particular public, or (b) the organizers of a cultural or sporting event, in exchange –as a minimum – for mention of it’s brand name.*

Corporate Communication Kompas Gramedia menerima banyak pengajuan *sponsorship* dari berbagai lembaga baik swasta, pemerintahan maupun pendidikan. Pengajuan *sponsorship* yang masuk ke *Corporate Communication* Kompas Gramedia akan diserahkan ke departemen *External Communication* dan akan diterima oleh Viola Oyong, selaku *External Communication Manager*.

Berikut proses *sponsorship management* yang penulis kerjakan :

1. *Penulis* menerima proposal pengajuan sponsor yang diberikan oleh Viola Oyong selaku *External Communication Manager* kepada penulis maupun pengajuan sponsor yang penulis terima secara langsung untuk di jawab dan untuk dimasukkan ke dalam dokumen rekap pengajuan *sponsorship* yang masuk.
2. Penulis merekap pengajuan sponsor yang masuk ke dalam satu dokumen.
3. Kepastian status sponsor diterima atau tidak akan mengikuti instruksi dari *External Communication Manager*. Jika tidak ada instruksi untuk status *sponsor* maka penulis akan *melakukan follow up* terlebih dahulu kebutuhan yang dibutuhkan oleh pihak yang mengajukan sponsor. Apabila penulis sudah mendapat jawaban atas kebutuhan pihak yang mengajukan *sponsorship*, penulis akan berdiskusi dengan *External Communication Manager* untuk keputusan pengajuan *sponsorship* tersebut diterima atau tidak.
4. Bila pengajuan sponsor diterima, penulis akan memberikan jawaban kepada pihak yang pengaju *sponsorship* dan memberi tahu bentuk *sponsorship* yang bisa diberikan. Penulis kemudian akan mempersiapkan bentuk sponsor yang akan di berikan kepada pihak yang mengajukan sponsor. Penulis juga akan memberikan logo Kompas Gramedia kepada pihak yang mengajukan sponsor untuk dicantumkan di materi publikasi acara tersebut seperti *e-flyer*, spanduk, umbul-umbul dan lain sebagainya. Bila pihak yang mengajukan sponsor membutuhkan umbul-umbul perusahaan maka penulis akan menyiapkan umbul-umbul perusahaan untuk dipinjamkan kepada pihak tersebut.

5. Apabila pengajuan sponsor tidak diterima, penulis akan membuat pendataan sponsor tersebut dan memberikan data tersebut kepada Santy Juwita (rekan kerja penulis) untuk memberikan informasi kepada pihak yang mengajukan sponsor bahwa sponsor tersebut tidak diterima melalui *e-mail* resmi Kompas Gramedia.

Harrison (2007, h. 149-153) menjelaskan lima alasan mengapa sebuah organisasi dapat menggunakan *sponsorship*, yakni :

- a. *To familiarize the name*
- b. *To reinforce corporate identity*
- c. *To demonstrate goodwill*
- d. *When advertising is not an alternative*
- e. *To attract media interest*

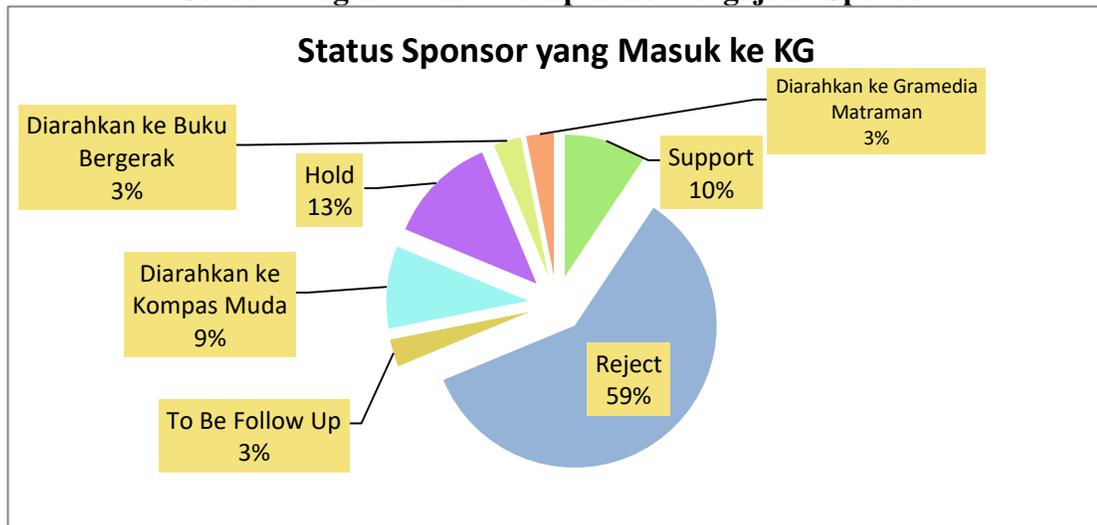
Departemen *External Communication* menggunakan *sponsorship* sebagai alat untuk mengenalkan nama perusahaan, untuk meningkatkan identitas korporat karena selama ini nama Kompas Gramedia sendiri kurang familiar di masyarakat. Ketika masyarakat mendengar Kompas Gramedia maka asosiasi mereka pasti akan mengacu pada Harian Kompas atau toko Gramedia saja. Padahal Kompas Gramedia merupakan induk perusahaan dari unit bisnis Harian Kompas dan toko Gramedia sehingga melalui pemberian sponsor yang diberikan oleh Kompas Gramedia akan meningkatkan keterkenalan publik akan Kompas Gramedia. Pemberian sponsor yang diberikan oleh Kompas Gramedia juga untuk menunjukkan itikad baik perusahaan kepada publik yang menjadi target perusahaan.

Tabel 3.6
Contoh Hasil Rekapitulasi Pengajuan Sponsor

Status Sponsor	Jumlah
<i>Support</i>	3
<i>Reject</i>	19
<i>To Be Follow Up</i>	1
Diarahkan ke Kompas Muda	3
<i>Hold</i>	4
Diarahkan ke Buku Bergerak	1
Diarahkan ke Gramedia Matraman	1
Total	32

Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

Gambar 3.19
Contoh Diagram Hasil Rekapitulasi Pengajuan Sponsor



Sumber : Departemen *External Communication* yang diolah Penulis

3.4 Kendala yang Ditemukan

Selama menjalani program kerja magang, penulis mendapati beberapa kendala diantaranya :

3.4.1 *Social Media Management*

Penulis mengalami kendala membuat dan memilih kata-kata yang tepat untuk menuliskan *caption* pada saat ingin mengupload konten baik di *timeline* maupun Instagram *Stories* di Instagram Kompas Gramedia.

3.4.2 *Event Management*

Pada saat menjalankan aktivitas kunjungan perusahaan, penulis mengalami kendala menangani kunjungan perusahaan seorang diri, mulai dari tahap menerima pengajuan kunjungan perusahaan hingga eksekusi kunjungan perusahaan. Penulis seringkali kesulitan ketika menangani eksekusi kunjungan perusahaan karena penulis harus melakukan banyak hal ketika kunjungan perusahaan berlangsung mulai dari menyambut peserta yang datang, memberikan konsumsi, memberi arahan, membantu narasumber untuk menyiapkan materi dan lain sebagainya. Selain itu, penulis mengalami kendala ketika berkoordinasi dengan vendor mengenai pembuatan *booth* Synchronize Festival dan Bank Jateng Borobudur Marathon 2017 di karenakan jarak waktu yang sangat sempit antara berkoordinasi dengan vendor dengan jarak berlangsungnya acara.

3.4.3 *Media Relations*

Dalam menjalankan aktivitas *media relations*, penulis mengalami kendala seringkali jadwal acara yang diinformasikan secara mendadak sehingga seringkali penulis baru mengirimkan surat undangan peliputan ke media internal H-1 sebelum acara tersebut berlangsung.

3.4.4 *Corporate Social Responsibility*

Pada aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR), penulis mengalami kendala ketika ingin mengirimkan ATM #AkuBaca ke lima toko Gramedia yang sudah di tetapkan. Kendala yang penulis alami adalah menunggu materi promo

ATM #AkuBaca dari pihak Gramedia yang menyebabkan ATM #AkuBaca tidak di kirim ke toko Gramedia tepat di tanggal yang sudah ditetapkan.

3.4.5 Sponsorship Management

Kendala yang penulis alami dalam menangani *sponsorship management* adalah penulis tidak diberikan akses untuk membuka *e-mail Public Relations* Kompas Gramedia sehingga penulis harus memberikan data pengajuan *sponsor* yang tidak diterima kepada rekan kerja penulis. Terkadang rekan kerja penulis tidak langsung mengirimkan *e-mail* konfirmasi bahwa pengajuan sponsor tidak diterima kepada pihak yang mengajukan sponsor.

3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Pada poin 3.4 penulis telah menjabarkan kendala yang penulis hadapi selama menjalani program kerja magang. Sebagai solusi untuk mengatasi kendala tersebut, maka penulis melakukan hal sebagai berikut :

3.5.1 Social Media Management

Penulis belajar dan berlatih untuk membuat *caption* konten yang akan di *posting* pada *timeline* maupun Instagram Stories Kompas Gramedia.

3.5.2 Event Management

Penulis melatih dan membiasakan diri untuk mengerjakan segala sesuatunya sendiri ketika menangani kunjungan perusahaan. Jika teman penulis yang sama-sama melakukan kerja magang di Divisi *Communication Management* sedang tidak sibuk maka penulis meminta bantuan teman penulis untuk membantu ketika eksekusi kunjungan perusahaan. Penulis juga meminta bantuan rekan kerja penulis untuk membantu dalam eksekusi kunjungan perusahaan jika beliau sedang tidak sibuk. Ketika narasumber kunjungan perusahaan berasal dari Kompas TV, penulis juga seringkali mendapat bantuan dari Mahasiswa yang melakukan kerja magang maupun staf *Public Relations* Kompas TV selama *company visit* berlangsung.

Solusi untuk *booth* Kompas Gramedia adalah penulis terus berkoordinasi dan melakukan *follow-up* kepada *Event Organizer* yang membuat *booth* Kompas Gramedia di *event* Synchronize Festival 2017 dan Bank Jabar Borobudur Marathon 2017 sehingga pembuatan *booth* dapat segera di kerjakan dan selesai tepat pada waktunya.

3.5.3 Media Relations

Penulis membuat surat undangan peliputan sesegera mungkin setelah mendapat instruksi dari rekan kerja penulis sehingga surat undangan peliputan tersebut dapat diterima oleh media yang di undang dengan cepat.

3.5.4 Corporate Social Responsibility

Setelah berdiskusi dengan Viola Oyong, *External Communication Manager* dan divisi *Communication Management Shared* (divisi operasional yang membantu pengiriman ATM #Akubaca) diputuskan bahwa pengiriman ATM #AkuBaca diundur satu hari dari tanggal yang telah ditetapkan.

3.5.5 Sponsorship Management

Penulis menanyakan dan mengingatkan rekan kerja penulis yang memegang akses *e-mail Public Relations* Kompas Gramedia apakah data sponsor yang tidak diterima yang penulis kirim sudah diinformasikan kepada pihak pengaju sponsor atau belum. Sehingga rekan kerja penulis dapat mengirimkan *e-mail* konfirmasi penolakan sponsor kepada pihak yang mengajukan sponsor.