

## BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI

### 3.1 Bidang Kerja

*The Jakarta Post* merupakan sebuah Perusahaan yang menerbitkan surat kabar berbahasa Inggris di Indonesia, yang tidak hanya menerbitkan koran saja namun juga memiliki *website* serta *media social* untuk mendapatkan akses beritanya. Pelaksanaan Program Kerja Profesi ini, Praktikan ditempatkan berada pada Divisi *Branding & Marketing*. Posisi ini sejalan dengan Program Studi Manajemen yang berfokus di bidang *Marketing*.

Dalam posisi ini, praktikan akan bertanggung jawab untuk merancang dan melaksanakan strategi *branding* untuk membangun dan memperkuat citra perusahaan, mempromosikan koran, mengelola iklan dan konten berbayar, menganalisis dan membuat strategi untuk menarik perhatian khalayak umum agar membaca dan berlangganan koran atau *website The Jakarta Post*, berkolaborasi dengan pengiklan serta mitra untuk menciptakan konten berbayar dan menjalankan kerjasama dengan pihak eksternal atau *sponsorship* dengan tujuan meningkatkan exposure Perusahaan.

Dalam upaya membangun dan memperkuat citra perusahaan, divisi ini memiliki tanggung jawab untuk mengevaluasi efektivitas *campaign* iklan disetiap bulannya. Selain itu, divisi ini juga memiliki tugas untuk menjalin kemitraan dengan organisasi atau suatu *brand*. *The Jakarta Post* sering berperan sebagai *media partner* untuk acara yang menarik dan memiliki tujuan yang serupa. Divisi ini juga memiliki peran dalam menciptakan inovasi dalam tampilan iklan berdasarkan analisis tanggapan pelanggan *subscription*.

Divisi *Branding & Marketing* ini juga memiliki tanggung jawab untuk mempromosikan dan menjual buku serta *Merchandise* yang diproduksi oleh *The Jakarta Post*. Hal ini bertujuan untuk memperkenalkan *The Jakarta Post* dengan logo yang terdapat pada setiap *merchandise*, hal

itu digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* dan pengenalan merek di kalangan pelanggan yang berpotensi.

### **3.2 Pelaksanaan Kerja**

Saat Praktikan melaksanakan Program Kerja Profesi, sebelum praktikan memulai kegiatan Kerja Profesi selama 3 bulan. Tentunya pratikan diberikan penjelasan mengenai Divisi *Branding & Marketing* dan *Job Desc* nya, selain itu praktikan juga dikenalkan divisi yang ada di *The Jakarta Post*, karena divisi *Branding & Marketing* sering berhubungan dengan beberapa divisi yang lain. Selain itu, diperkenalkan juga Budaya Perusahaan yang diterapkan di *The Jakarta Post* dan fasilitas yang tersedia untuk para karyawan.

#### **1. Melakukan Piket Front Office**

*The Jakarta Post* juga memiliki program untuk karyawan magangnya, praktikan diberikan jadwal piket resepsionis yang dilakukan dua kali dalam sebulan. Tugasnya adalah untuk berada di *Front Office* selama satu hari penuh, untuk menyambut tamu dan karyawan lain. *Job description* ini bertujuan untuk mengenalkan karyawan magangnya ke semua divisi yang tidak terlibat langsung dalam *Job Description* nya. Selain itu juga memberikan pengalaman, bagaimana cara untuk menerima telfon dari pelanggan, cara menyambut tamu dari luar dan menanggapi keluhan dari pelanggan yang datang langsung ke kantor. Saat berada di *Front Office*, semua kegiatan dibimbing oleh Ibu Jennie sebagai resepsionis. Semua arahan termasuk tata cara mengangkat telfon dan menyambungkan telfon ke para karyawan juga tertulis di satu buku yang menjadi pedoman resepsionis.



**Gambar 3. 1 Dokumentasi praktikan melaksanakan piket resepsionis**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain itu, *The Jakarta Post* mewajibkan para karyawan magangnya untuk mengisi *logbook* disetiap harinya, isi dari *logbook* tersebut adalah pekerjaan apa yang praktikan lakukan pada hari itu dan pembelajaran baru apa yang didapatkan. Hal ini bertujuan untuk laporan akhir bulan yang akan di cek oleh mentor dari praktikan.

NO	DATE	TIME	ACTIVITY	WHAT I'VE LEARNED	SIGN BY PIC	Notes
1	06/26/2023	09.00 - 17.00	Membuat deck untuk AWBG, meeting group, mempersiapkan terjemah project TIPMO, membuat database untuk target peserta TIPMO	Mempelajari nilai, cara membuat booking order, cara Membuat dan mengirim Marketing Request	<i>[Signature]</i>	
2	06/27/2023	09.00 - 17.00	Membuat link pendaftaran seluruh rangkaian acara Potraits of a Nations for 40, membuat booking order bulan Juni, melanjutkan membuat database target peserta TIPMO	Membuat dan mengajukan Booking order	<i>[Signature]</i>	

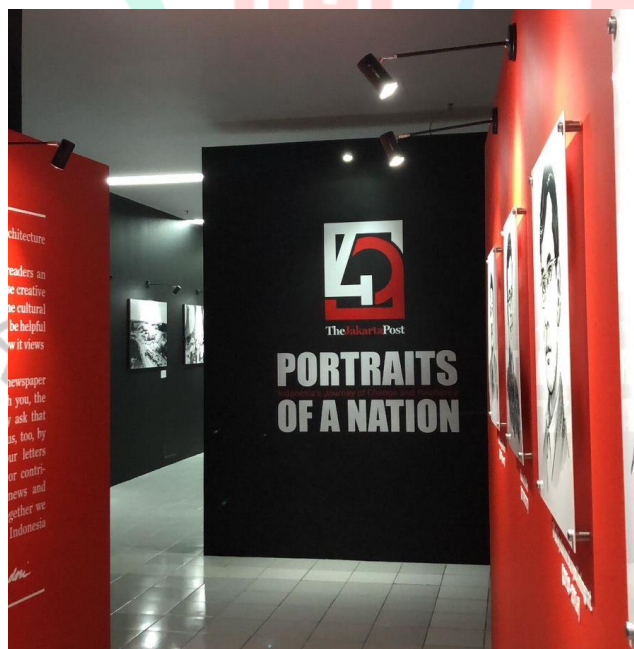
**Gambar 3. 2 Tampilan *Internship Logbook***  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 2. Membuat *Database Peserta*

Pada bulan pertama, praktikan diperkenalkan program yang akan diselenggarakan oleh Perusahaan, karena bertepatan dengan ulang tahun Perusahaan ke 40<sup>th</sup>. Untuk memperingati hari ulang tahun Perusahaan, *The Jakarta Post* menyelenggarakan kegiatan bernama *Potraits of a Nations* yang berisikan rangkaian acara yaitu

*Democracy Dialogue*, Diskusi Panel, *Media Literacy Boothcamp*, *Film Talk*, *Book Talk*, pemutaran film dan pameran foto yang menampilkan dokumentasi foto foto peristiwa demonstrasi, politik, bencana alam dan moment penting yang terjadi di Indonesia selama 40<sup>th</sup> terakhir. Selain itu, foto dokumentasi yang dimiliki jurnalis, koleksi foto dokumentasi di pameran juga merupakan hasil pemotretan yang diambil oleh pemenang *photo competition*, *photo competition* ini merupakan ajang perlombaan pengambilan foto dan narasi terbaik yang diselenggarakan sebelum acara ini dimulai.

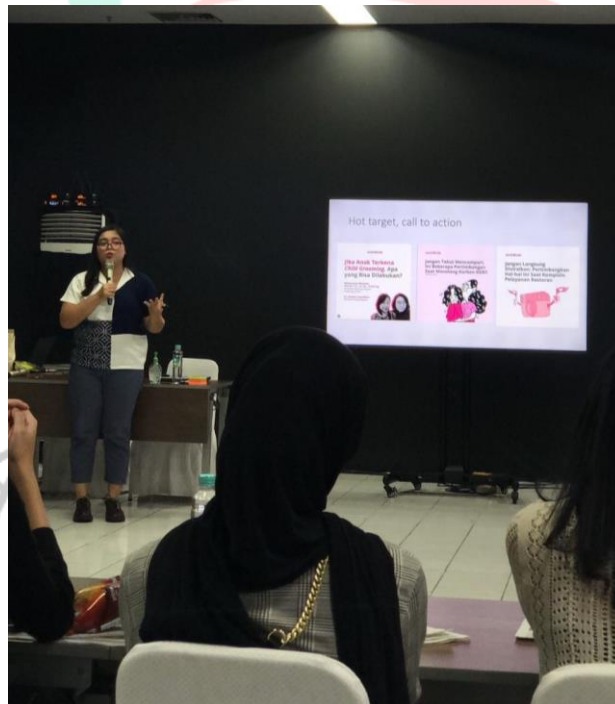
Foto dokumentasi yang berada pada *photo exhibition* tersebut diambil oleh para jurnalis *The Jakarta Post* selama 40<sup>th</sup> terakhir, yang sempat tidak boleh disebar luaskan karena peraturan pemerintah pada tahun pengambilan foto itu. Karena itu, foto tersebut dipamerkan dalam acara *exhibition* untuk memperingati ulang tahun *The Jakarta Post*. Dalam acara *Photo Exhibition* ini juga memiliki peraturan untuk pengunjung tidak memotret setiap foto yang ada didalam, karena banyak unsur *sensitive*.



**Gambar 3. 3 Dokumentasi Kegiatan *Photo Exhibition***  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 3. 4 Dokumentasi Kegiatan *Panel Talk*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 3. 5 Dokumentasi Kegiatan Media *Literacy Boothcamp*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada kegiatan ini, praktikan diberikan tanggung jawab untuk mengatur dan mengelola registrasi seluruh rangkaian kegiatan, tugas pertama praktikan adalah membuat *database* untuk peserta yang akan di undang mengikuti kegiatan yang akan di selenggarakan oleh *The Jakarta Post*. *Database* tersebut berisikan daftar nama sekolah internasional yang terletak di daerah Jabodetabek dan universitas yang memiliki minat atau jurusan dalam bidang jurnalistik, karena sesuai dengan karakteristik target peserta *Media Literacy Boothcamp*.

Selain sekolah dan universitas, target peserta kegiatan ini adalah organisasi atau perkumpulan fotografi atau jurnalistik. Karena minat yang sesuai akan menarik minat mereka untuk mengikuti acara ini.

University	PR Name	Email/No.HP	School	PR Name	Email
1. ISPR	Emilia	emilia.s@ispr.edu	Jakarta Intercultural School	Dyah	ganti nomor sekolah// 0615-1900-9111
3. Trisakti School of Multimedia	keim WA	0617-4299-7908 // 021 4895787 // info@trisaktimultimedia.ac.id // 021-4701942	British School Jakarta	Lola Harshap	0812-9623-4902
4. Universitas Sahid	WA	0812-8434-6796 (WA Humas) // humas@unsaheed.ac.id // 021 83785303	Strawins World Academy (Jungga Hito pendataran)	Lisa (MEETING)	0878-1009-2005
5. Universitas Prof. Dr. Moestopo (Jahre B) permianan jember (siskolera A)		WA (+52) 813 1001 4818 // Mail: fikoni@moestopo.ac.id // Telp: 021-7261433	North Jakarta Intercultural School	Natalia	0813 8117 7063
6. Universitas Esa Unggul	WA	0823-1126-9854	ACG school Jakarta	ga dangkat	021 29700200
7. Universitas Bina Nusantara	Uda Tuber	0812-3842-390	Birus School Sempur		0804 169 8989 // info@irus.ac.id
8. Universitas Indonesia	humas@ui.ac.id // 021 786 7222	grakia@ui.ac.id // 021 7866116 // 021 7864756	Gadhi Memorial International School (GMS)	udh resp udh kirim email	021 85665667 // headmaster@gand
9. Politeknik Negeri Jakarta		021 634 5830 // 021 535 0650	Montali Intercultural School	udh resp udh kirim email	021 725413 // 08777737937 bu n
10. Bina Nusantara (BINUS)		021 634 5830 // 021 535 0650	Bunda Mulia School	udh resp udh kirim email	0811 833 550 (WA)
11. UIN syarif Hidayatullah Jakarta		idikom@unjkt.ac.id // 021-7470-3560	SNIA Negeri 78 Jakarta	ga dangkat	021-5482-914 // humas78@gmail.com //
12. Universitas Mercu Buana	ga angkat	021 5840 816 (Hunting)	New Zealand school jakarta	ga dangkat	021 718 3222 // +62 813 1196 3782
13. Poltek Negeri Media kretek		021-7964753 // humas@polmedia.ac.id	sampsons academy (MEETING)	akar (akar@in	021 8022 0200
14. Sampoerna University		021 5022 22 34 // info@sampoernauniversity.ac.id	Global Sevilla	ga dangkat	021-590-6999 // lena.octavian@globalse
15. Sekolah Vokasi IPB	sukabumi	0251 8348007 // pmbos@apps.vok.ac.id	Singapore international school	dangkat kirim email	021 759 14414 // admissions@sissc
16. Universitas Gunadarma		021- 78888112 // medicenter@gunadarma.ac.id	Hightscope	confirm ulang kirim	021 7591 7888 // info@hightscope.or.id
17. Universitas Trisakti	no resp tp	021 5674166 // humas@trisakti.ac.id			

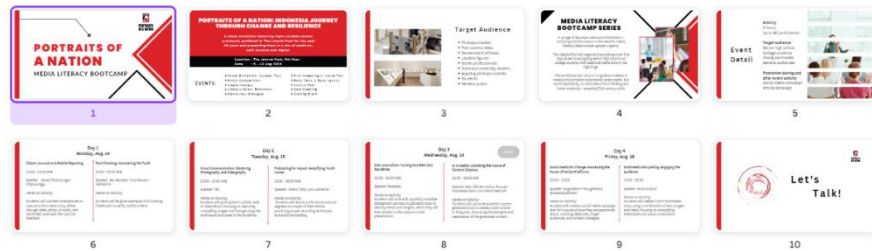
Gambar 3. 6 Tampilan *Database* Peserta  
Sumber: Dokumen Pribadi

Setelah *database* dikumpulkan, total *database* yang dikumpulkan berjumlah 22 universitas, 16 sekolah internasional, dan 11 organisasi yang bergerak dalam bidang jurnalistik. Data yang sudah dikumpulkan berisi nama Universitas dan Sekolah, nomor telfon, Alamat email dan nama narahubung atau PIC dari sekolah atau universitas tersebut.

### 3. Menghubungi List *Database* Peserta

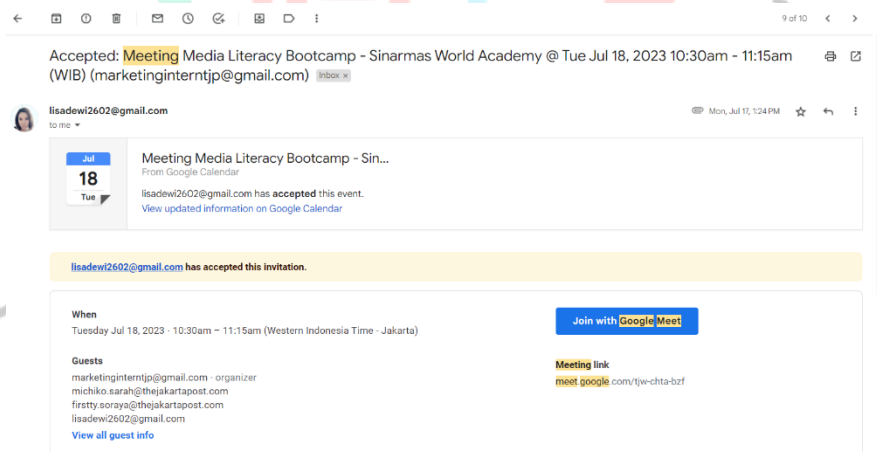
Setelah mengngumpulkan database, praktikan membuat copy writing body email untuk memperkenalkan isi rangkaian acara kepada target calon peserta. *Body email* tersebut berisikan seluruh informasi lengkap mengenai acara dan menanyakan ketersediaan waktu untuk di

hubungi lebih lanjut dari peserta. Dalam email tersebut, juga terlampir proposal kegiatan.



**Gambar 3. 7 Tampilan Proposal kegiatan Media Literacy Bootcamp**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Jika target peserta tidak memiliki email, maka praktikan menelfon satu per satu list *database*. nantinya *database* peserta akan menjawab dan dihubungi langsung melalui email atau nomor whatsapp. Setelah mendapatkan jawaban dari target peserta, praktikan menanyakan ketersediaan waktu untuk diskusi melalui *google meet*.

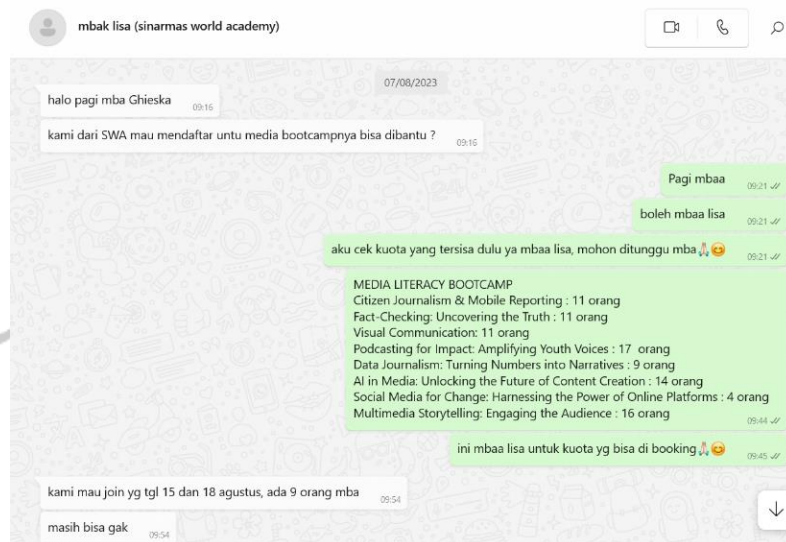


**Gambar 3. 8 Undangan Google Meet untuk calon peserta**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Dalam diskusi ini, praktikan mempresentasikan gambaran acara, mulai dari susunan acara, narasumber, rangkaian acara dan manfaat mengikuti acara ini mulai dari hari pembukaan sampai hari penutupan. Bukan hanya materi yang didapatkan dalam acara ini,

pihak sekolah yang bekerja sama dalam acara ini, memiliki kesempatan untuk bertukar benefit seperti mengadakan *office tour* untuk acara sekolah atau kampus nantinya. Pihak sekolah atau universitas diberikan kesempatan untuk memberikan pengalaman kepada siswa atau mahasiswa nya untuk mengenal *The Jakarta Post* lebih dalam, bagaimana *The Jakarta Post* berdiri dan bagaimana system kerja yang ada di *The Jakarta Post*. Selain siswa dan mahasiswa yang datang pada acara ini, praktikan menghubungi media lainnya untuk datang meramaikan acara ulang tahun *The Jakarta Post* ke 40<sup>th</sup> ini. Untuk mengundang para media tersebut, praktikan membuat undangan untuk dikirimkan kepada media via email.

Jika target peserta menyetujui untuk datang, peserta dapat *booking seat* untuk kedatangan mereka. Jadi tidak perlu isi form pendaftaran, karena sudah di *booking*. Hal ini memudahkan mereka untuk mendapatkan *seat* tanpa perlu berebut dengan para calon peserta lainnya.



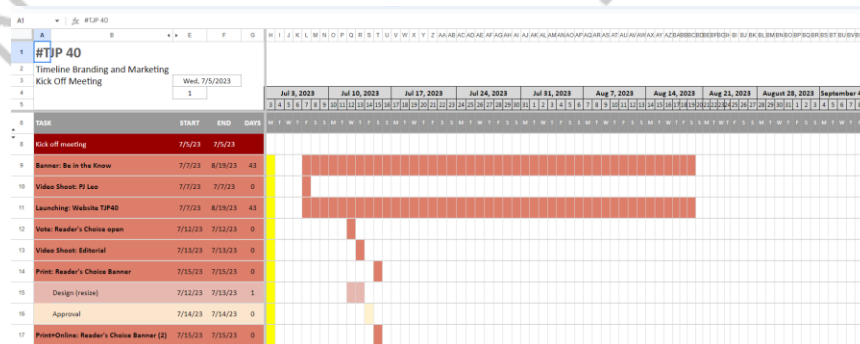
**Gambar 3. 9 Chat praktikan dengan target peserta**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### 4. Membuat Timeplan Konten Promosi

Untuk membantu mempersiapkan keperluan pra acara. Disetiap pagi, Praktikan mengecek update *copy writing* untuk *webpage*. Praktikan mengecek update narasumber setiap harinya

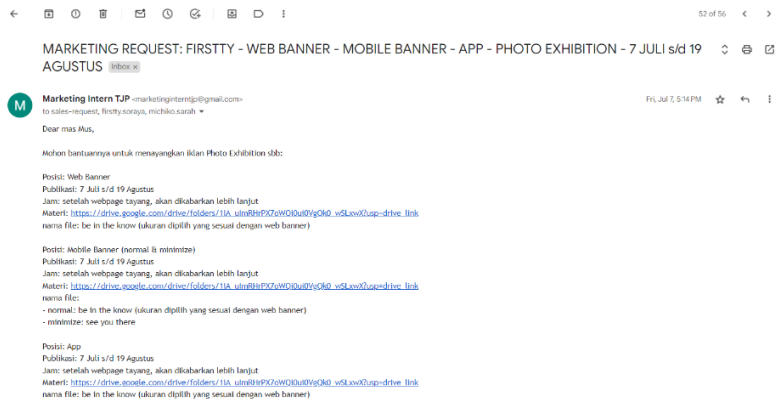


lalu merevisi *copy writing* di *webpage*. Revisi dapat berupa tanggal kegiatan atau nama dari narasumber. Untuk mendukung kelancaran acara ini, diperlukan adanya promosi. Praktikkan membuat *timeplan* konten promosi yang akan dipublikasikan selama satu bulan kedepan. Setelah *timeplan* selesai, praktikkan wajib mengecek *timeline* promosi acara di setiap harinya, melihat iklan apa yang akan tayang selama seminggu kedepan. Karena disetiap iklan membutuhkan materi yang harus disiapkan satu minggu sebelumnya, jadi praktikkan menyiapkan dan memberitahu kepada divisi yang terkait untuk mempersiapkan materi tersebut.



Gambar 3. 10 *Timeplan* Konten  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

BNDL merupakan Perusahaan bidang kreatif yang bekerja sama dengan *The Jakarta Post* untuk membuat kebutuhan konten promosi. Tujuh hari sebelum iklan tersebut di posting di media *online* atau *offline*, praktikkan mengajukan materi konten kepada BNDL untuk segera dipersiapkan dengan waktu *deadline* tiga hari, setelah itu materi diberikan kepada divisi *checkdesk* untuk segera mengecek mengenai *grammar* atau penulisan dari materi tersebut apakah sudah benar dan layak dipublikasi atau tidak. Jika sudah diberikan persetujuan dari *checkdesk*, praktikkan memberikan materi tersebut kepada divisi *Advertising* Untuk dipublikasi.



Gambar 3. 11 Marketing Request Promosi Acara Potraits of a Nation  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 5. Membuat List Keperluan Narasumber dan Pemenang Photo Competition

Praktikan juga diberikan tugas untuk membuat *list* narasumber, dan membuat jadwal penerbangan pemenang *photo competition* dan jadwal penerbangan narasumber, serta transportasi apa yang akan dipakai untuk menghantarkan pemenang *photo competition* dan narasumber ke tempat acara dikarenakan banyak narasumber yang berasal dari luar negeri dan luar kota. Selain jadwal penerbangan, praktikan juga membuat *list* kebutuhan *merchandise* yang ingin diberikan untuk *speaker* dan para undangan yang hadir pada opening acara *Potraits of a Nations*.

Tiket Pesawat Barter Citilink Rute Yogyakarta (JOG) - Jakarta (JKT)						
No	Nama Baru	NIK	Tujuan	Tanggal	Jam	KET
1	MEL TPA KURNIA PRADYANANTINI	980617020121	YOGYAKARTA (JOG) - JAKARTA (JKT)	22-Jul-23	08.00 - 08.30	MP - 0808040002
2	MEL TORRA EGUNA JAVWA MITSUBA	980617020121	YOGYAKARTA (JOG) - JAKARTA (JKT)	22-Jul-23	08.00 - 08.30	MP - 0808040002

Tiket Pesawat Barter Citilink Rute Jakarta (JKT) - Yogyakarta (JOG)						
No	Nama Baru	NIK	Tujuan	Tanggal	Jam	KET
1	MEL TPA KURNIA PRADYANANTINI	980617020121	JAKARTA (JKT) - YOGYAKARTA (JOG)	22-Jul-23	13.41 - 13.35	MP - 0808040002
2	MEL TORRA EGUNA JAVWA MITSUBA	980617020121	JAKARTA (JKT) - YOGYAKARTA (JOG)	22-Jul-23	13.41 - 13.35	MP - 0808040002

Tiket FOC dapat dipergunakan dengan menunjukkan surat piagam dan menyertakan fotokopi identitas diri (KTP, SIM, atau passport) dan email ke [foc.mkt@citilink.co.id](mailto:foc.mkt@citilink.co.id) dilengkapi dengan detail penerbangan Anda (pada jamkerja Senin – Jumat, 07.00 – 16.00 WIB). Klaim FOC tidak dapat dilakukan pada hari libur.

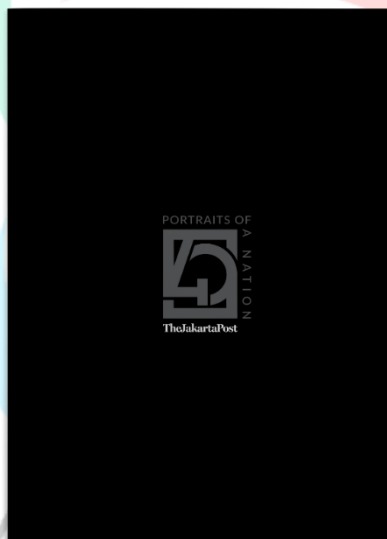
Pesawat Citilink (Berangkat 5 Agustus 2023)

Asal	Jumlah	Jam Kedatangan	Jam Kepulangan
Palembang (PLM) - Jakarta (CGK)	1	Sabtu, 5 Agustus pukul 10.35 - 11.40	Minggu, 6 Agustus pukul 12.00 - 13.05
Kupang (KOE) - Jakarta (CGK)	1	Sabtu, 5 Agustus pukul 06.40 - 08.20	Minggu, 6 Agustus pukul 02.05 a.m. - 06.05 a.m.
Makassar (UPG) - Jakarta (CGK)	3	Sabtu, 5 Agustus pukul 10.00 - 11.15	Minggu, 6 Agustus pukul 18.25 - 21.50

Gambar 3. 12 Jadwal Penerbangan Narasumber dan Pemenang Photo Competition  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 6. Menganalisis Market Photobook

Untuk mendukung acara ini, *The Jakarta Post* menerbitkan satu edisi untuk memperingati ulang tahunnya ke 40<sup>th</sup> yaitu *photobook* yang berisikan kumpulan foto yang lebih lengkap dari *exhibition*. Kumpulan foto yang terjadi selama 40<sup>th</sup> terakhir, foto dokumentasi yang diambil oleh Jurnalis *The Jakarta Post* dikumpulkan menjadi satu dalam buku itu. Praktikan diberikan tugas untuk mencari referensi konsep dari *photobook* tersebut, bagaimana desain dan tampilan dari buku tersebut. Selain itu, praktikan juga mencari hal apa yang bisa menarik pembeli untuk membeli *photobook* tersebut. Praktikan menganalisa satu contoh dari hasil pembelian suatu buku pada kompetitor lain, dari analisis itu dapat disimpulkan beberapa poin untuk target pasar. Tentunya, target pasar akan merasa tertarik jika buku tersebut sesuai dengan ekspektasi mereka, hal hal yang ingin mereka tahu dan hal hal yang membuat produk itu menarik.



Gambar 3. 13 Tampilan cover depan *Photo Book The Jakarta Post*  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 7. Membuat Proposal Sponsorship

Untuk mendukung kegiatan ini, *The Jakarta Post* berkerjasama dengan beberapa pihak untuk menjadi sponsor. Praktikan diberikan tanggung jawab untuk membuat proposal kegiatan *Potraits of a Nations*.



Gambar 3. 14 Proposal Kegiatan Media Literacy Boothcamp

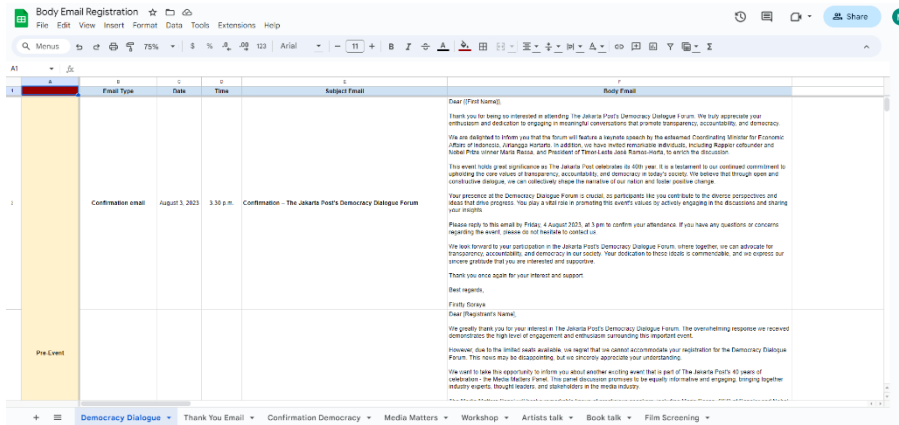
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Proposal tersebut berisikan detail acara seperti deskripsi kegiatan, rangkaian kegiatan serta tanggal kegiatan, target peserta, benefit yang didapatkan *sponsor* dan list narasumber yang ikut meramaikan acara tersebut. Dengan ini, pihak sponsor bisa menjadikan proposal ini sebagai bahan pertimbangan untuk bekerjasama.

## 8. Mengelola Registrasi Rangkaian Kegiatan dan Menjadi Narahubung peserta acara Potraits of a Nations

Pada bulan kedua, praktikan mengirimkan *email* kepada para calon peserta untuk menginformasi mengenai detail kegiatan, isi *body email* ini berisikan informasi yang harus diperhatikan sebelum acara dan konfirmasi bahwa pendaftaran sudah berhasil dan memastikan bahwa seat yang mereka daftarkan telah terbooking. Email di bagi menjadi tiga yaitu pra-acara, praktikan mengirimkan konfirmasi bahwa seat mereka sudah terbooking, lalu praktikan mengirimkan kembali email untuk segera *remind* peserta sebelum acara dimulai. Pada saat acara, praktikan mengirimkan email yang berisikan informasi mengenai kegiatan pada hari itu, hal apa saja yang harus diperhatikan dan kebutuhan apa yang harus dibawa. Yang terakhir adalah *after event*, praktikan mengirimkan email yang berisikan ucapan terimakasih sudah datang dan ikut meramaikan acara *The Jakarta*

Post, selain itu isi email tersebut adalah memberikan informasi mengenai acara yang akan datang.

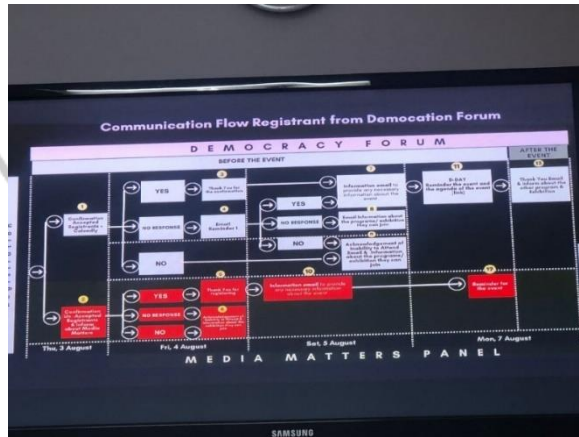


Gambar 3. 15 Rekap Copy Writing Body Email  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Untuk menjaga komunikasi yang baik oleh peserta, penyelenggara acara membuat alur pengiriman email agar peserta dapat mengenal acara lebih dalam. Acara *opening* dibuat secara *private*, hanya beberapa undangan, karyawan, media, narasumber dan pemenang foto *competition*. Setelah acara *opening*, akan dimulainya *Democracy Dialogue* yang acaranya diselenggarakan di Gedung *Centre for Strategic and International Studies (CSIS)* yang berada di Jalan Tanah Abang III, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat. Acara ini membahas kondisi demokrasi di Asia Tenggara, mengeksplorasi topik mengenai perkembangan ekonomi dan peran pers yang bebas dalam menopang suatu wilayah di mana ratusan juta orang mengungkapkan pendapat mereka setiap hari.

Pada acara ini, peserta yang mendaftar cukup banyak melebihi kapasitas ruangan. Maka dari itu perlu alur *email* yang memastikan peserta datang ke acara tersebut, menghindari adanya kursi kosong yang bisa di tempati oleh peserta yang mendaftar lainnya. Alur *email* pada acara ini, yang pertama adalah tahap *confirmation accepted*. Praktikan mengirim *email* untuk mengkonfirmasi bahwa peserta akan datang untuk mengikuti acara, jika peserta tidak mengkonfirmasi maka seat mereka akan diberikan kepada peserta lainnya. Setelah *confirmation accepted*, praktikan mengirimkan *email* berisikan informasi kegiatan yang detail. Memberitahu Kembali narasumber acara tersebut, tanggal mulai acara dan tempat acara

diselenggarakan. Setelah *information email*, pada satu hari sebelum acara akan di ingatkan Kembali untuk tanggal acara agar peserta datang. Setelah acara selesai, praktikan mengirimkan email sebagai tanda terimakasih sudah ikut meramaikan acara. Seperti *Democracy Dialogue*, acara *Panel Talk*, *Media Literacy Boothcamp*, *Film Screening*, *Book Talk* dan *Film Talk* juga memiliki alur pengiriman *email* yang sama.



**Gambar 3. 16 Communication Flow**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 9. Membuat Absen Peserta dan E-Sertifikat

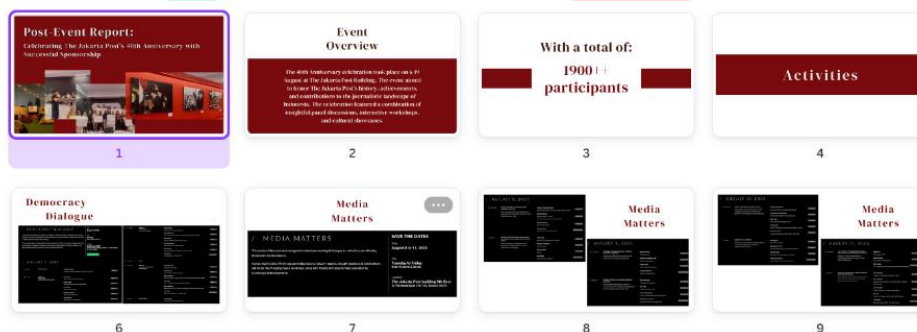
Selama empat belas hari praktikan diberi tugas untuk membuat absen peserta disetiap paginya, untuk direkap pada akhir acara nanti menjadi data laporan akhir kegiatan. Selain itu, absen digunakan untuk pembuatan e-sertifikat peserta yang sudah bersedia hadir. E-sertifikat ini dikhususkan untuk peserta pada kegiatan *Media Literacy Boothcamp*, karena kegiatan ini berisikan pelatihan dan pembelajaran mengenai bidang jurnalistik, maka dari itu diberikan sertifikat sebagai tanda keikutsertaan.



**Gambar 3. 17 Sertifikat Peserta**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 10. Membuat Laporan Akhir Acara

Setelah rangkaian acara selesai, praktikan diberi tugas untuk membuat laporan akhir kegiatan. Laporan tersebut berisikan perihal apa saja yang sudah dikerjakan oleh praktikan, mulai dari data registrasi peserta, berapa banyak pendaftar yang mendaftar melalui google form dan berapa banyak pendaftar yang mendaftar melalui email atau whatsapp. Selain itu melaporkan iklan apa saja yang di publikasi dan dimana saja iklan itu dipublikasi, dari laporan tersebut praktikan dapat melihat jumlah pembaca yang melihat iklan tersebut, hal ini bertujuan untuk melihat frekuensi jumlah view iklan yang dipasang pada website tersebut efektif atau tidak. Karena nantinya praktikan akan mempublikasikan suatu iklan agar dapat lebih memperhatikan posisi iklan yang sering dilihat oleh pembaca. Laporan ini digunakan sebagai evaluasi akhir acara, dapat dikatakan berhasil atau tidak acara ini berlangsung, serta hal hal yang harus diperhatikan lebih detail dan diubah untuk kegiatan berikutnya.



Gambar 3. 18 Laporan akhir kegiatan promosi  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 11. Membuat Rekapitulasi Stock Merchandise dan Buku *The Jakarta Post*

Praktikan membuat rekap stock merchandise dan buku yang dimiliki oleh *The Jakarta Post*. Jusuf Wanandi yang dikenal sebagai aktivis, memiliki banyak buku yang ditulis sendiri olehnya. Isinya menceritakan tentang bagaimana kehidupan Indonesia pada masa krisis, kehidupan jurnalistik di tahun 1998, dan kehidupan lainnya yang dihadapinya. Cerita tersebut di kumpulkan menjadi satu dalam beberapa buku, yang di terbitkan dalam koleksinya selama 40<sup>th</sup> terakhir ini. Buku buku tersebut dijual pada kegiatan *Potraits of a Nations*, cukup banyak peserta yang

membelinya. Dalam data ini juga praktikan juga menyertakan kesimpulan dari isi buku tersebut, agar pembeli nantinya dapat mengetahui isi dari buku tersebut.

No	Item	Description	Size	Hard/Cover	Weight	Specifications	Author	Total pages	ISBN
1	Reporting Indonesia (The Jakarta Post Story 1963-2006)	From its humble beginning, in a former laundry warehouse to becoming the world's window to the archipelago, Reporting Indonesia: The Jakarta Post Story traces the first 25 years of the national English-language newspaper, diving deep into a tumultuous period in Indonesian history.		Hard Cover	800g		Bill Tarrant	282 page	9789793780996
2	Testimony of Changes	Both a statesman and an activist, Jusuf Wanandi's storied legacy helped shape modern Indonesia. Testimony of Changes: Consolidating Indonesian Democracy and Fostering Regional Cooperation, an anthology of 36-eds published in The Jakarta Post from as far back as 1984 during the early days of the English-language newspaper, reveals Jusuf's political and business acumen.	229 x 151 mm	Soft Cover			Bill Tarrant	282 page	9789793780996
			23 cm x 15cm	Hard cover & soft cover	624 gram		Jusuf Wanandi	516 page	9789798531116

**Gambar 3. 19 Rekap Buku dan Merchandise**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Selain buku, *The Jakarta Post* juga memiliki merchandise yang terdapat logo mereka. Bukan hanya mendapatkan keuntungan namun dengan menjual merchandise ini, Perusahaan mendapatkan exposure untuk meningkatkan brand awareness di khalayak umum. Setelah seluruh buku dan Merchandise dicatat, praktikan meletakkan barang tersebut dalam lemari agar mudah dicari. Pencatatan ini bertujuan agar setiap barang yang keluar dan masuk dapat dilihat, barang apa saja yang sangat diminati konsumen dan barang apa saja yang harus dihadirkan kembali karena stok yang tersedia sudah habis.



**Gambar 3. 20 Pencatatan buku dan Merchandise**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

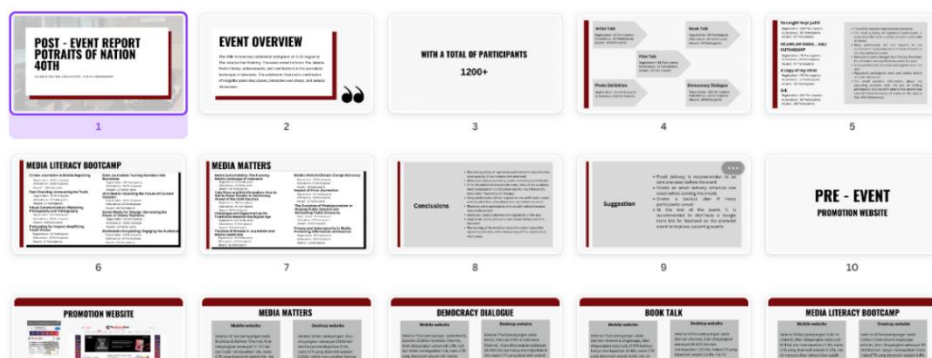


## 12. Menganalisa ads Media International

Praktikan diberikan tugas akhir untuk menganalisis Media Internasional, seperti *The New York Times*, *Financial Times*, *The Economist*, *The Washington Post*, *The Australian*, *The Telegraph*, *The Korea Times*, *The Korea Herald*, *South China Morning Post*, *The Wall Street Journal* dan *Hindustan Times*. Media media tersebut berasal dari berbagai negara, praktikan menganalisis apa isi konten mereka, bagaimana mereka mempublikasi suatu artikel *partnership*, bentuk iklan mereka dan isi dari konten iklan mereka. Dengan hal ini, praktikan dapat memahami bagaimana media internasional memasang iklan mereka, konten apa yang mereka gunakan untuk menarik perhatian para pembaca dan bagaimana konsep dari konten tersebut. Setelah analisis ini selesai, praktikan mempresentasikan sebagai *project* akhir kepada *user*. Selain itu, praktikan juga menjelaskan hasil report acara *Potraits of a Nations* mulai dari promosi, peserta dan rekap *copy writing body email*.



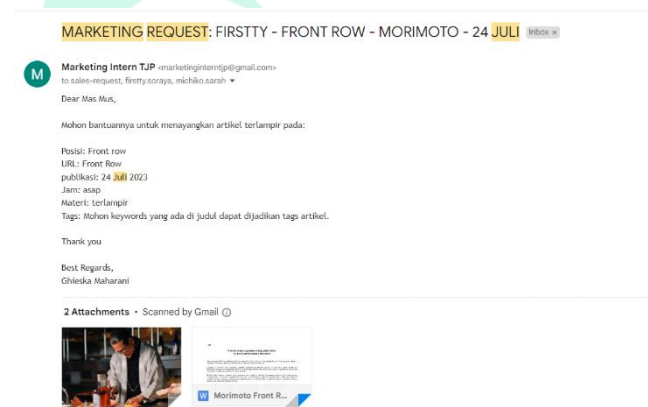
Gambar 3. 21 Presentasi *Project* Akhir  
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 3. 22 Laporan akhir Registrasi  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 13. Mengajukan Iklan pada Website dan Newsletter

Disetiap harinya, praktikan memiliki tugas mengirimkan email untuk mengajukan penayangan iklan. Sama seperti pengajuan iklan promosi acara *Potraits of a Nations The Jakarta Post*, iklan partnership juga harus melewati Langkah untuk pengajuan cek *grammar* kepada divisi *Check desk*, hal ini dilakukan agar tidak ada terjadinya kesalahan dalam penerbitan iklan atau artikel. Setelah itu materi iklan di kirim kepada divisi *advertising*, jenis email untuk pengajuan iklan dibedakan menjadi dua, yang pertama adalah marketing request yaitu iklan yang akan dipublikasi pada *website The Jakarta Post*, dan satu lagi adalah iklan yang dipublikasi di koran.



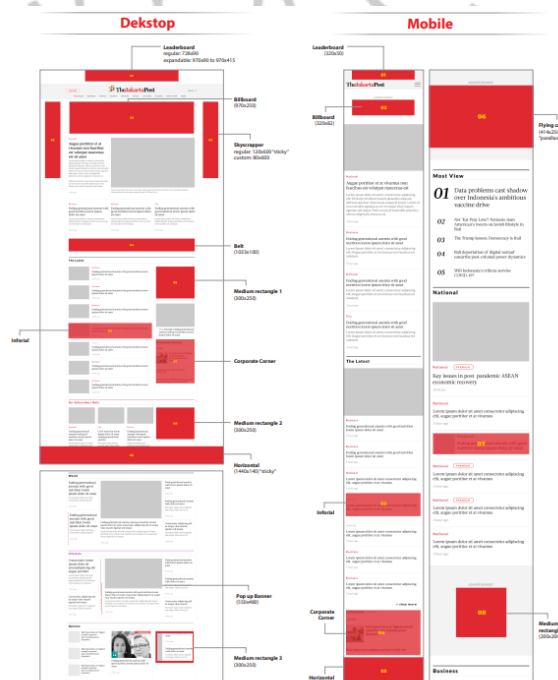
Gambar 3. 23 Marketing Request  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Praktikan mengirimkan email yang berisikan letak posisi iklan yang diinginkan, tanggal publikasi dan materi yang ingin di publikasi



Gambar 3. 24 Pengajuan Iklan Koran  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pada iklan koran, praktikan mengirimkan posisi iklan berapa dihalaman berapa, ukuran iklan dan akan di terbitkan pada tanggal berapa. Pengiriman email pengajuan penayangan iklan ini diwajibkan kirim sebelum jam 3 sore, dikarenakan divisi Advertising akan meletakkan iklan sesuai request dengan menyesuaikan posisi yang tersedia. Sebelum praktikan melaksanakan tugas ini, praktikan diberi tahu letak posisi iklan di website dan letak posisi iklan di koran, halaman yang sering ada iklannya.



**Gambar 3. 25 Layout Iklan Website**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

#### 14. Membuat Booking Order

Semua iklan yang dipublikasi akan dilaporkan dalam bentuk *Booking Order* yang dicatat setiap bulannya, setiap iklan yang terbit akan direkap oleh tim *finance*. Yang nantinya akan di rekap menjadi satu oleh divisi *Branding & Marketing* menjadi *Booking order*.

*Booking Order* ini berfungsi sebagai catatan iklan apa saja yang tayang pada satu bulan, dan menjadi rekap bagi tim *invoice* dalam mencatat pemasukan dari hasil penerbitan iklan.

THE JAKARTA POST ADVERTISING DEPARTMENT																																														
Date: 28 April 2023 Sales Agent: Dessy Medium: Online	<b>Booking Order Confirmation Form</b> No.97/B/O/IKLAN-MS/IV/2023																																													
We (The Buyer), herewith, agree to place an Advertisement in The Jakarta Post																																														
Title Judul Iklan	CCEP																																													
Title Judul Iklan	Danone																																													
Title Judul Iklan	Sunlife																																													
Title Judul Iklan	Xiaomi																																													
Size Ukuran	Leaderboard Banner (3-5 April)																																													
Format	Desktop & Mobile Page : online																																													
Size Ukuran	Longform Interactive - Belt Banner (6-9 April)																																													
Format	Desktop & Mobile Page : online																																													
Cost	<table border="1"> <tr> <td>1 Ins</td> <td>x</td> <td>0 mmool</td> <td></td> <td>IDR 0</td> </tr> <tr> <td>(+) Surcharge</td> <td></td> <td></td> <td>0%</td> <td>IDR 0</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>IDR 0</td> </tr> <tr> <td>(-) Progressive Disc</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>IDR 0</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>IDR 0</td> </tr> <tr> <td>(-) Agency Disc</td> <td></td> <td></td> <td>0%</td> <td>IDR 0</td> </tr> <tr> <td>Sub Total</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td>IDR 0</td> </tr> <tr> <td>Blaya</td> <td>11% VAT</td> <td></td> <td></td> <td>IDR 0</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td><b>IDR 0</b></td> </tr> </table>	1 Ins	x	0 mmool		IDR 0	(+) Surcharge			0%	IDR 0	Sub Total				IDR 0	(-) Progressive Disc				IDR 0	Sub Total				IDR 0	(-) Agency Disc			0%	IDR 0	Sub Total				IDR 0	Blaya	11% VAT			IDR 0	<b>Total</b>				<b>IDR 0</b>
1 Ins	x	0 mmool		IDR 0																																										
(+) Surcharge			0%	IDR 0																																										
Sub Total				IDR 0																																										
(-) Progressive Disc				IDR 0																																										
Sub Total				IDR 0																																										
(-) Agency Disc			0%	IDR 0																																										
Sub Total				IDR 0																																										
Blaya	11% VAT			IDR 0																																										
<b>Total</b>				<b>IDR 0</b>																																										
Publication Date tanggal Penayangan	April 2023																																													
Material Deadline batas Akhir Materi	DONE																																													
Please send the material/s to: (e-mail address) E-mail should be no bigger than (please) in size Material/s that's received after the deadline cannot be guaranteed for publication. An invoice for a full amount will still be issued for sponsor's reserve.																																														
Payment Deadline	3 days after invoice received date																																													
Payment Details	<input type="checkbox"/> Bank Transfer to: Bank Central Asia, Gajah Mada Branch, Jl. Gajah Mada 112 B-C-D, Jakarta 11140, Indonesia Account number: 012.390529.2 on behalf of PT. Bina Media Tenggara Swift Code : CENAID33 ➤ Please send the copy of bank remittance by fax or digital copy (e-mail) at least 1 day prior to the publication date																																													
Name registered PT. Bina Media Tenggara																																														
Address (as in Tax Invoice) Jl. Pahlawan Selatan No. 15, Gelora - Tanah Abang																																														
Address NPWP & Surat Jakarta Pusat 10270 - Indonesia																																														
Tax Register No. No. NPWP: 01.362.793.0-073.000																																														
<b>BUYER INFORMATION</b>																																														
Name of Buyer	PT. Bina Media Tenggara																																													
Address	PLEASE FILL																																													
Phone No.	PLEASE FILL																																													
Contact Person	PLEASE FILL																																													
Contact Title	PLEASE FILL																																													
<b>FINANCE CONTACT INFORMATION</b>																																														
Contact Person	PLEASE FILL																																													
Contact Title	PLEASE FILL																																													
Phone / Fax No.	PLEASE FILL																																													
<b>BUYER TAX DATA (Data Pajak)</b>																																														
Name registered	PLEASE FILL																																													
Address (as in Tax Invoice)	PLEASE FILL																																													
Address NPWP & Surat	PLEASE FILL																																													
Tax Register No.	PLEASE FILL																																													

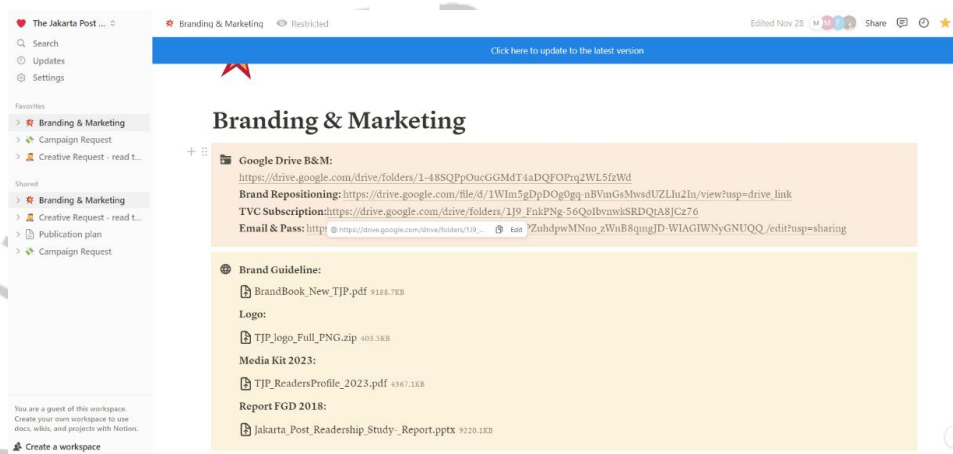
Gambar 3. 26 Form Booking Order  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

## 15. Weekly Meeting

Divisi *Branding & Marketing* ini memiliki jadwal untuk *meeting group* setiap hari senin disetiap minggunya, pembahasan yang dibahas adalah pekerjaan yang akan dilaksanakan pada satu minggu kedepan. Setelah itu, setiap anggota menjelaskan pekerjaan apa yang sudah dilakukan selama satu minggu sebelumnya, lalu diberikan evaluasi oleh *user*, setelah itu anggota memberitahu pekerjaan apa yang akan dilaksanakan pada satu minggu kedepan, nantinya *user* akan memberikan arahan untuk membantu menyelesaikan pekerjaan selama satu minggu kedepan. Pada pertemuan ini, divisi *Branding & Marketing* ingin menargetkan pekerjaan disetiap

minggunya, dan hal apa saja yang sudah dihasilkan dalam seminggu sebelumnya.

Dalam menjalankan tugas di setiap harinya, divisi Branding & Marketing menggunakan aplikasi Notion untuk mengirimkan data pekerjaan yang sudah selesai berbentuk file word, excel dan link akses canva. Di aplikasi ini juga tertera list pekerjaan yang sudah mendekati waktu deadline dan sudah selesai.



**Gambar 3. 27 Tampilan Aplikasi Notion**  
Sumber: Dokumentasi Pribadi

### 3.3 Kendala Yang Dihadapi

Selama Praktikan melakukan Kerja Profesi di *The Jakarta Post*, ada beberapa kendala yang dialami oleh Praktikan. Namun, kendala yang praktikan alami dapat ditangani dengan diskusi bersama rekan satu divisi. Berikut kendala yang dialami selama Kerja Profesi, yaitu:

#### 1) Waktu Pelaksanaan Piket Bersamaan dengan Waktu Weekly Meeting

Praktikan memiliki kewajiban untuk mengikuti piket sebanyak 2-3 kali dalam satu bulan, jobdesc ini diwajibkan untuk para karyawan magang, untuk pelaksanaan tugas ini berada di meja resepsionist. Karena berada jauh dengan meja kerja, sering kali Praktikan kesulitan untuk mengatur waktu saat melayani keluhan pelanggan dan mengikuti meeting mingguan yang diadakan oleh divisi *Branding and Marketing*.

## 2) Menghubungi target peserta

Untuk meramaikan acara *Potraits of a Nations*, dibutuhkan partisipasi besar dari peserta yang bersedia hadir dalam kegiatan tersebut. Praktikan diberikan tugas untuk menghubungi target peserta melalui email atau nomor telfon. Praktikan menggunakan telfon Perusahaan untuk menghubungi target peserta, disetiap harinya praktikan menghubungi 5 sekolah dan universitas untuk diperkenalkan acara *Potraits of a Nation* dan menanyakan apakah bersedia untuk lanjut membahas melalui *google meet* atau tidak. Namun, pihak sekolah dan universitas hanya merespon bersedia, Ketika dihubungi lebih lanjut melalui whatsapp, target peserta tidak menjawab. Selain itu, banyak nomor yang tidak aktif dan tidak diangkat.

Selain di telfon, praktikan menggunakan aplikasi whatsapp untuk menghubungi target peserta. Menggunakan *wording* yang sopan, praktikan mengirimkan pesan pribadi ke salah satu PIC dari Sekolah atau Universitas. Namun setelah tiga hari ditunggu, ada PIC yang tidak membalas pesan tersebut.

## 3) Waktu pengumpulan pekerjaan yang cepat

Praktikan diberikan tugas utama setiap harinya dengan tenggat waktu yang sudah ditentukan, tetapi pada saat praktikan mengerjakan tugas tersebut. Praktikan mendapatkan tugas tambahan baru yang memiliki tenggat waktu yang berdekatan. Praktikan dalam melaksanakan pekerjaannya, menggunakan aplikasi Notion untuk melihat tugas yang harus dikerjakan dan waktu pengumpulan. Contohnya, pada saat praktikan sedang mengerjakan pengiriman *email* kepada peserta, praktikan diberikan tugas lain untuk membuat proposal sponsor acara *Potraits of a Nation* dengan waktu yang berdekatan.

## 4) Penggunaan Bahasa Inggris dalam setiap pekerjaan

*The Jakarta Post* merupakan koran berbahasa inggris di Indonesia. Maka dari itu, penggunaan Bahasa dalam pekerjaannya adalah Bahasa Inggris. Dalam melakukan pekerjaan, seperti pembuatan proposal kegiatan, *copy writing body email*, dan pembuatan proposal *partnership* menggunakan Bahasa Inggris untuk

wording-nya. *The Jakarta Post* sangat memperhatikan grammar dalam penulisan untuk setiap pembuatan *copy writing* dan proposal yang akan diajukan kepada *partnership*. Karena itu praktikan sempat merasa kesulitan dalam pemakaian Bahasa Inggris dalam pekerjaan sehari-harinya.

#### 5) Kurangnya partisipasi peserta dalam membalas *email*

Untuk mendapatkan konfirmasi kedatangan dari peserta, praktikan mengirimkan *email* untuk menanyakan konfirmasi kedatangan peserta yang sudah mendaftar. *Email* ini ditujukan untuk persetujuan *booking seat* oleh pendaftar, karena pendaftar yang cukup banyak, maka hanya pendaftar yang mengisi form terlebih dahulu yang didahulukan *booking seat*. Namun, banyak peserta yang tidak membalas *email* konfirmasi, yang menyebabkan praktikan sulit untuk memberikan seat yang tersedia kepada peserta lainnya. Karena ketika peserta tidak datang, maka seat kosong tidak akan ditepati oleh orang lain.

#### 6) Tugas yang diberikan melebihi jam kerja

Dikarenakan pengiriman *email* masih dilakukan secara manual, praktikan harus mengirimkan *email* kepada pendaftar setiap harinya. Untuk kegiatan yang dijadwalkan pada hari Senin, praktikan perlu mengirimkan *email* satu hari sebelum acara, yakni pada hari Minggu, guna memberikan pengingat kepada peserta mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan dan dibawa. Selain itu, karena setiap harinya terdapat dua sesi kegiatan, jumlah pengiriman *email* dapat menjadi dua kali lipat, sehingga praktikan perlu mengirimkan *email* di luar jam kerja.

#### 7) Menganalisa data iklan

Dalam penyusunan laporan akhir, praktikan perlu melakukan analisis terhadap jumlah pembaca yang melihat konten iklan promosi kegiatan "*Portraits of a Nation*." Hal ini bertujuan untuk menilai sejauh mana efektivitas konten tersebut, karena data statistik iklan tersebut diperoleh melalui metode baru dari *Google Analytics*. Namun, praktikan mengalami kesulitan dalam membaca data karena informasi yang tersedia berasal dari beberapa konten promosi.

Sebagai contoh, satu tampilan *website* dapat memiliki 2 iklan dengan ukuran atau posisi yang berbeda. Oleh karena itu, praktikan harus menganalisis data tersebut satu per satu sesuai dengan ukuran dan posisinya.

### 3.4 Cara Mengatasi Kendala

#### 1) Diskusi bersama TIM HR

Tim HR bertanggung jawab untuk mengatur jadwal piket para karyawan magang di *The Jakarta Post*, Praktikan melakukan negosiasi kepada Tim HR untuk menepatkan jadwal praktikan di hari yang tidak bersamaan dengan waktu Weekly Meeting. Dengan ini, memudahkan praktikan untuk membagi waktu antara tugas harian dengan tugas piket.

#### 2) Update *database* peserta setiap harinya

Karena praktikan memiliki target peserta untuk melancarkan kegiatan *Potraits of a Nation*, praktikan harus menghubungi *database* peserta disetiap harinya. Untuk mendapatkan 1000 peserta, praktikan harus menghubungi tiga kali lebih banyak dari target. Karena untuk mendapatkan respon dari *database*, kemungkinan untuk tidak dijawab sangat besar. Karena itu praktikan harus update *list database* peserta dan menghubungi disetiap harinya.

#### 3) Membuat jadwal pekerjaan mulai dari tenggat waktu yang paling cepat

Agar tidak melewatkan waktu pekerjaan, praktikan membuat jadwal pekerjaan yang berisikan tenggat waktu pekerjaan tersebut. Karena tugas yang diberikan cukup banyak, maka dari itu praktikan menyeleksi pekerjaan mana yang menjadi prioritas dan didahulukan. Untuk menghindari adanya tugas yang terlewat, karena setiap pekerjaan yang dijalankan oleh praktikan berhubungan langsung dengan divisi lain, jika praktikan tidak menyelesaikan pekerjaannya sebelum tenggat waktu, maka divisi yang lain akan tertunda pekerjaannya.



- 4) Melatih diri untuk menggunakan Bahasa Inggris dalam melakukan pekerjaan

*The Jakarta Post* merupakan Perusahaan yang menerbitkan koran berbahasa Inggris, tentunya disetiap pekerjaan yang dilakukan juga menggunakan Bahasa Inggris. Oleh karena itu, praktikan melatih dirinya untuk menulis dan membaca agar dapat menyesuaikan diri di tempat pelaksanaan Kerja Profesi. Untuk melatih dirinya, praktikan membaca buku terbitan dari *The Jakarta Post*, untuk mengetahui dan terbiasa dengan kata kata yang sering digunakan pada saat pelaksanaan kerja. Selain itu, praktikan memperhatikan penulisan yang ada di artikel untuk menyesuaikan diri saat mengerjakan *copy writing*. Hal ini membantu praktikan menyesuaikan diri dan terbiasa untuk menggunakan Bahasa Inggris dalam pekerjaannya.

- 5) Menghubungi peserta melalui *personal chat*

Setelah mendapatkan konfirmasi dari peserta, praktikan mengirimkan seluruh informasi melalui *email*. Namun, banyak peserta yang tidak membalas *email* tersebut. Maka dari itu praktikan menghubungi peserta melalui *personal chat*, praktikan mendapatkan nomor telfon peserta dari *google form* pendaftaran yang diisi peserta. untuk menghubungi peserta melalui *personal chat*, praktikan hanya menghubungi di waktu tertentu saja. Contohnya, sebelum mulai acara dipagi hari, praktikan mengingatkan kembali kepada peserta bahwa mereka telah mendaftar kegiatan dan kegiatan akan dilaksanakan hari ini. Hal ini membantu peserta bagi yang memiliki kendala karena tidak sempat membuka *email*.

- 6) Menyelesaikan pekerjaan lebih awal

Pada saat pengiriman *email*, praktikan membutuhkan waktu yang cukup lama untuk menyelesaikannya. Dikarenakan peserta yang mengikuti kegiatan tersebut sangat banyak. Disetiap harinya, praktikan mengirimkan lebih dari 100 *email*. Oleh karena itu, praktikan mengirimkan *email* dengan menggunakan fitur "*scheduled*", fitur ini membantu praktikan untuk mengirimkan

*email* dengan waktu yang sudah dijadwalkan. Jadi *email* tersebut akan otomatis terkirim.

7) Berdiskusi dengan user untuk membaca suatu data

Setiap hari Senin setelah makan siang, Divisi *Branding & Marketing* mengadakan sesi diskusi disetiap minggunya. Praktikan dan anggota divisi secara rutin melakukan evaluasi serta saling berbagi kendala di dalam diskusi tersebut. Saat mengelola data, praktikan menyampaikan hambatan yang dihadapi ketika melakukan analisis data. Oleh karena itu, praktikan mendapat bantuan dari user untuk membaca hasil analisis data yang kemudian diinterpretasikan. Setiap kendala yang praktikan alami, perlu adanya diskusi dengan user untuk menyelesaikan kendala tersebut.

### **3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh dari Kerja Profesi**

Selama 3 bulan praktikan melaksanakan Program Kerja Profesi di PT Bina Media Tenggara (*The Jakarta Post*). Praktikan mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru, berikut adalah pembelajaran baru yang diperoleh praktikan selama melakukan Program Kerja Profesi:

1) Mengetahui cara untuk menerima tamu dan menanggapi keluhan pelanggan.

Saat melakukan piket resepsionis, praktikan memiliki tugas untuk menerima tamu. Dengan bimbingan Ibu Jennie sebagai resepsionis, praktikan diberi tahu bagaimana menerima tamu yang baik dan memperlakukannya dengan sopan. Tamu sering memiliki kepentingan untuk berhubungan langsung oleh salah satu karyawan, maka praktikan membantu untuk menghubungi melalui telfon dan menyambungkan kepada karyawan tersebut. Selain itu, praktikan juga menanggapi keluhan pelanggan terhadap layanan Perusahaan. Contohnya, pelanggan subscription *The Jakarta Post* yang memiliki kendala dalam website atau aplikasinya dalam mengakses artikel *The Jakarta Post*.

- 2) Meningkatkan keterampilan praktikan dalam hal berkomunikasi. Saat menghubungi *database* peserta, praktikan mengasah keterampilan komunikasinya.

Praktikan mendapatkan pengalaman bagaimana berkomunikasi dengan baik didepan orang, walaupun hanya melalui telfon namun praktikan juga harus berbicara dengan sopan dan jelas agar dapat dimengerti tujuan dan maksud praktikan menghubungi *database* peserta. Selain dari telfon, Praktikan juga diberikan kesempatan meeting secara *online* dengan target peserta untuk menjelaskan secara lebih rinci rangkaian kegiatan tersebut. Praktikan juga mengasah keterampilan komunikasinya secara langsung dalam *meeting* dengan *partner*, praktikan ikut berdiskusi dengan *partner* untuk menentukan dan betukar ide dalam menjalankan *project Potraits of a Nation*. Untuk menjalankan acara ini tentunya praktikan berhubungan langsung dengan EO, *Volunteer* dan *Partner* acara agar acara berlangsung dengan aman dan lancar. Praktikan menjadi lebih percaya diri untuk berkomunikasi oleh banyak orang dan meningkatkan skill berkomunikasi.

- 3) Mengetahui bagaimana gambaran dunia pekerjaan yang sebenarnya khususnya pada divisi *Branding and Marketing*.

Praktikan diberikan gambaran mengenai bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh divisi *Branding and Marketing* dalam Perusahaan Media dan hal hal apa saja yang menjadi target dari divisi tersebut. Praktikan diberikan kesempatan untuk berhubungan langsung oleh beberapa divisi yang memiliki pekerjaan yang berangkutan dengan divisi *Branding & Marketing*. Hal ini membuat praktikan mengetahui bagaimana berdiskusi dengan divisi lain dalam menyelesaikan suatu *project*.

- 4) Setelah menjalani Kerja Profesi, praktikan menyadari bahwa pembelajaran yang didapatkan selama perkuliahan sangat relevan dan bermanfaat untuk dipraktikan dalam dunia kerja secara langsung.

Dalam menjalani pekerjaan disetiap harinya, praktikan cepat dalam menanggapi permasalahan karena topik diskusi yang dibicarakan sering berhubungan dengan studi kasus yang sering dibahas dalam perkuliahan.

- 5) Mengetahui bagaimana menjalankan suatu kegiatan besar di Perusahaan.

Praktikan diberikan kesempatan untuk bekerja sama dengan rekan penyelenggara acara, *volunteer* dan narasumber, untuk berdiskusi agar menghasilkan suatu ide atau solusi dari permasalahan yang ada. Praktikan juga diberikan tanggung jawab untuk mengelola registrasi peserta. Selain itu, praktikan juga diberi tugas untuk mengirimkan *email* dan surat undangan, mengatur jadwal konten promosi, pengajuan iklan promosi, kebutuhan narasumber dan absen peserta. Sehingga praktikan mengetahui bagaimana cara untuk mengelola suatu kegiatan besar di Perusahaan, contohnya dalam mengelola registrasi peserta, praktikan menjadi tahu bagaimana cara mendapatkan peserta sesuai dengan target.

- 6) Mengetahui bagaimana cara membuat *copy writing body email* dan surat undangan.

Untuk mengirimkan email kepada target peserta atau target pembaca, tentunya perlu adanya beberapa hal yang menjadi fokus penulisan *body email*. Praktikan diberikan pengetahuan mengenai langkah langkah apa saja yang harus ada di *body email*, serta disarankan untuk menghindari pengulangan kalimat. Hal ini bertujuan agar penerima *email* merasa tertarik untuk membacanya dan tidak menganggap *email* sebagai spam. Untuk mengirimkan surat undangan, praktikan memperkenalkan diri dan berasal dari mana, lalu latar belakang dari acara tersebut. Sehingga penerima undangan mengetahui maksud dari surat undangan itu dikirim.

- 7) Menganalisis suatu data

Setelah mengetahui Analisa dalam suatu iklan, Praktikan mengetahui letak posisi iklan yang sangat efektif dan konsep

iklan yang sering dilihat oleh pembaca. Sehingga praktikan dapat memposisikan iklan sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, untuk melihat apakah acara tersebut diminati oleh peserta, praktikan menggunakan jumlah peserta yang mendaftar dan hadir sebagai pacuan untuk acara yang akan datang. Jadi praktikan dapat mengelompokkan peserta sesuai minat mereka dalam menghadirkan suatu acara.

- 8) Membangun jaringan dan relasi antar karyawan dan internship lainnya

Selama 3 bulan praktikan melakukan Kerja Profesi di PT Bina Media Tenggara (*The Jakarta Post*), praktikan membangun relasi yang baik dengan para karyawan yang bekerja disana. Selain itu karyawan magang yang berada disana memiliki hubungan yang baik antar individu, praktikan sering berdiskusi mengenai permasalahan yang ada, atau saling bertukar ide. Praktikan belajar menjalin komunikasi yang baik antar individu dan membangun relasi dengan kolega kerja

### 3.6 Analisis Permasalahan Dan Strategi Inovatif Pada Divisi Branding And Marketing PT Bina Media Tenggara (*The Jakarta Post*)

Selama praktikan menjalani Kerja Profesi di *The Jakarta Post*, Praktikan melihat beberapa permasalahan yang dialami Perusahaan. Berikut Analisa masalah menurut praktikan:

#### 1) Daftar dan Analisa Masalah

No.	Masalah	Deskripsi
1	Sumber Daya Manusia (SDM)	Sumber Daya Manusia (SDM) menjadi hal yang harus diperhatikan dalam suatu Perusahaan untuk berkontribusi pada keberhasilan dan kelangsungan operasional. Dalam satu divisi diperusahaan ini, tidak hanya satu divisi yang hanya memiliki jumlah anggota kurang dari lima. Namun pekerjaan yang menjadi kewajibannya sangat banyak.

		Diperlukan penambahan karyawan yang memiliki kemampuan sesuai dengan kriteria Perusahaan agar pekerjaan yang ada terselesaikan dengan baik dan cepat.
2	Jumlah pembaca/ pengunjung <i>website</i>	Pengunjung <i>website</i> dan aplikasi memiliki pengaruh yang besar dalam keberlangsungan kinerja media. Yang artinya, setiap artikel yang dipublikasi dalam <i>website</i> tersebut diminati dan menarik perhatian dari pembaca, Meskipun demikian, jumlah pengunjung pada <i>website The Jakarta Post</i> masih terbilang kurang, sehingga diperlukan strategi untuk memahami minat konsumen saat ini dan meningkatkan daya tariknya.
3	<i>Development digital Product</i> tidak sesuai dengan alur pengembangan sistem	Proses pembuatan <i>website</i> yang belum terstruktur dan waktu penerbitan yang tidak tepat, hal ini mengakibatkan penundaan waktu <i>realase</i> karena fitur fitur yang belum tersedia. Proses tersebut mencakup, revisi, pengeditan dan testing <i>website</i> . Diperlukan pembuatan alur pengembangan system yang jelas.
4	Masih kurangnya pemeratan persebaran koran di beberapa daerah	Proses penyebaran koran masih belum merata, banyak pelanggan yang masih belum bisa mendapatkan koran <i>The Jakarta Post</i> di daerah perdesaan, perlunya perluasan penyebaran koran agar dapat di rasakakn kehadirannya untuk dinikmati para pembaca

Tabel 3. 1 Daftar dan Analisa Masalah

## 2) Analisa Strategi

No.	Masalah	Strategi
1	Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM).	<p>a) Perlu dilakukan penambahan karyawan yang memiliki kemampuan dengan standar kriteria perusahaan untuk divisi yang masih kurang anggota.</p> <p>b) Perlu adanya pembagian tugas yang setara antar anggota divisi untuk menghindari adanya penumpukan tugas di satu orang.</p>
2	Jumlah pembaca/pengunjung <i>website</i> .	<p>a) Perlu adanya inovasi terhadap tampilan <i>website The Jakarta Post</i> untuk menyesuaikan selera pembaca.</p> <p>b) Membuat konten artikel atau iklan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan pembaca.</p>
3	Proses <i>Development Digital Product</i> tidak sesuai dengan alur pengembangan <i>system</i> .	<p>a) Perlu dibuatkan alur perkembangan system dari tim IT dari awal konsep hingga situs web <i>realase</i>.</p> <p>b) Perlu membuat timeline waktu <i>realase</i> aplikasi.</p>
4	Masih kurangnya pemerataan persebaran koran di beberapa daerah.	<p>a) Perlu membangun kemitraan dengan organisasi atau Perusahaan lokal untuk meningkatkan distribusi dan pemasaran koran.</p>

Tabel 3. 2 Analisa Strategi

### 3) Strategi Inovatif

Berdasarkan analisis strategi yang telah disampaikan, ada beberapa inovasi yang dapat dilakukan oleh PT Bina Media Tenggara untuk mengatasi masalah yang dihadapi:

- 1) Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM)
  - a) Gunakan strategi fleksibel, seperti kontrak kerja atau pekerjaan paruh waktu, untuk memenuhi kebutuhan SDM yang berbeda-beda
  - b) Gunakan strategi *digital marketing* untuk menjangkau SDM yang potensial dan mempromosikan perusahaan Anda sebagai tempat kerja yang menarik
- 2) Jumlah pembaca/ pengunjung *website*
  - a) Menggunakan konten multisensori, seperti *podcast*, narasi audio, atau pengalaman *virtual*, dapat menarik perhatian dari penonton yang memiliki kecenderungan konsumsi konten yang beragam.
  - b) Manfaatkan analisis prediktif untuk memahami tren perilaku pembaca dan mengantisipasi kebutuhan mereka. Ini dapat membantu dalam menyajikan konten yang lebih relevan secara proaktif.
- 3) Proses Development digital produknya tidak sesuai dengan alur pengembangan sistem
  - a) Membuat alur perkembangan system mulai dari awal konsep hingga situs web *realase* agar tim IT memiliki pedoman saat membuat situb web.
  - b) Membuat timeline waktu agar tim bisa menyelesaikan sebelum tenggat waktu, jadi situs web dapat *realase* tepat waktu.



- 4) Masih kurangnya pemeratan persebaran koran di beberapa daerah
- a) Membangun relasi dengan mitra luar daerah untuk meningkatkan distribusi dan pemasaran koran.

#### 4) Prioritas Pemecahan Masalah dan Kolaborasinya

Prioritas 1 : Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM)

Rekan Kolaborasi : Divisi *HR*

Rencana Tindakan : Membuka lowongan untuk pekerja *freelance* dan *internship* untuk memenuhi kebutuhan SDM yang dibutuhkan.

Prioritas 2 : Jumlah pembaca/ pengunjung *website*

Rekan Kolaborasi : Tim IT

Rencana Tindakan : Membuat pemasaran yang lebih efektif dengan memahami tren perilaku dan kebutuhan pembaca.

Prioritas 3 : Proses *Development Digital Product* tidak sesuai dengan alur pengembangan system

Rekan Kolaborasi : Tim IT

Rencana Tindakan : Membuat *timeline* dan alur perkembangan sistem mulai dari awal konsep hingga situs web *realase*

Prioritas 4 : Masih kurangnya pemeratan persebaran koran di beberapa daerah

Rekan Kolaborasi : Tim *Subscription*

Rencana Tindakan : Identifikasi dan analisis mitra potensial di luar daerah yang dapat mendukung distribusi dan pemasaran koran. Faktor yang perlu dipertimbangkan termasuk jaringan distribusi mereka dan relevansi dengan pasar target.