

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA PT. JOMBANG
INTERMEDIA PERS
JAWA POS RADAR JOMBANG



Disusun Oleh :
Wisnu Asrul Pradana (1961130)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN STIE
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG
TAHUN 2022

LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA PT. JOMBANG
INTERMEDIA PERS
JAWA POS RADAR JOMBANG



Oleh :

Wisnu Asrul Pradana (1961130)

Mengetahui/Menyetujui,
Dosen Pembimbing Lapangan

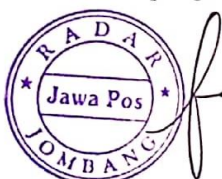
(Nurali, SE., MM)

09, September 2022

Penulis

(Wisnu Asrul Pradana)

Mengetahui/Menyetujui,
Pendamping Lapangan



(Moch. Faisol)

Mengetahui/Menyetujui,
Ka. Prodi Manajemen



DR. Erminati Pancaningrum, ST., MSM

KATA PENGANTAR

Puji syukur alhamdulillah senantiasa saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini yang berjudul **“Laporan Kuliah Kerja Magang (KKM) Strategi Pemasaran Pada PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang”**.

Dalam penulisan laporan KKM ini tentunya tak lepas dari beberapa hal yaitu bantuan, dorongan serta bimbingan yang sangat berguna bagi saya maupun pihak lain, Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bpk. Nurali, SE., MSM selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)
2. Ibu. DR. Erminati Pancaningrum, ST., MSM selaku Ketua Program Studi Ilmu Ekonomi Universitas STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG.
3. Bpk. Muchamad Faisol selaku pembimbing Lapangan di Radar Jombang

Penulis menyadari bahwa dalam laporan KKM masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan laporan KKM ini serta bermanfaat bagi penulis, pembaca dan bagi laporan-laporan selanjutnya.

Jombang, 09, September 2022

Penyusun

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1. 1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang.....	2
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang.....	3
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang.....	3
1.5 Jadwal Kuliah Kerja Magang	4
BAB II.....	5
TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG.....	5
2.1 Sejarah Perusahaan/Instansi	5
2.2 Visi dan Misi PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos RadarJombang) ..	6
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan/Instansi	7
2.4 Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan/Instansi.....	7
2.5 Data Karyawan Perusahaan	11
2.6 Kegiatan Umum Perusahaan	12
BAB III	13
PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG.....	13
3.1 Pelaksanaan Kerja Yang dilakukan di tempat Magang	13

3.2 Aspek kajian yang terdapat di objek KKM	15
3.2.1 Strategi Pemasaran	15
3.2.2 Aspek Teoritis Strategi Pemasaran	16
3.3 Hasil Pengamatan di Tempat Magang	16
3.4 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi.....	17
BAB IV	19
PENUTUP	19
4.1 Kesimpulan.....	19
4.2 Saran.....	19
DAFTAR PUSTAKA	20
LAMPIRAN	21

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Denah Lokasi Jawa Pos Radar Jombang.....	4
Gambar 2.1 Struktur Organisasi	7

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data Karyawan Perusahaan	11
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Magang	21
Lampiran 2. Lembar Penilaian Pembimbing Lapangan	22
Lampiran 3. Lembar Penilaian Dosen Pembimbing	23
Lampiran 4. Formulir Kegiatan Mahasiswa	24
Lampiran 5. Dokumentasi Kegiatan Kuliah Kerja Magang .Error! Bookmark not defined.	

BAB I

PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang sangat penting dalam dunia usaha. Pada kondisi usaha seperti sekarang ini, pemasaran merupakan pendorong untuk meningkatkan penjualan sehingga tujuan utama dari kantor Pos Radar Jombang pada saat ini yaitu untuk memasarkan koran kepada orang-orang yang memiliki daya minat membaca.

Perusahaan dalam meraih kesuksesan ditentukan oleh beberapa faktor pendukung yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Sumber daya manusia yang berkualitas, teknologi canggih, fasilitas memadai dan modal, itulah beberapa faktor penentu kesuksesan pada umumnya. Namun ada faktor lain yang berperan dalam kesuksesan perusahaan yaitu Strategy Pemasaran. Strategy Pemasaran yang dimiliki sebuah perusahaan juga memiliki peran penting dalam perkembangan dan kesuksesan sebuah perusahaan atau organisasi dalam menjualkan produknya.

Konsep dan penerepan digital marketing sebagai salah satu strategi yang dipilih dalam melakukan pemasaran merupakan pilihan tepat dimasa yang teknologinya sudah berkembang seperti saat ini. Digital marketing bertujuan untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat, apalagi penerimaan teknologi, internet dan social media di masyarakat saat ini semakil luas, sehingga tidak heran kegiatan pemasaran digital dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan dalam melakukan pemasaran produknya. Banyak cara melakukan strategi digital marketing, salah satunya adalah melakukan pemasaran di media social perusahaan untuk meningkatkan penjualan.

Pemasaran media sosial sendiri merupakan proses pemasaran yang dilakukan oleh pihak ketiga, situs web berbasis media sosial. Saat ini, ada banyak media sosial yang dapat digunakan untuk memasarkan dan mempromosikan

produk dan layanan. Media sosial yang umum digunakan untuk pemasaran dan periklanan antara lain Facebook, Instagram, Twitter, serta kini juga ada Tiktok yang juga bisa dijadikan media untuk promosi. Perusahaan dan brand dapat menggunakan media tersebut untuk melakukan promosi yang terstruktur dan terarah. Pemasaran media sosial tidak selalu berhubungan langsung dengan jual beli. Pemasaran ini memungkinkan untuk memasarkan konten dalam bentuk postingan di web, foto, atau video. Konten yang dijual di media sosial berkaitan dengan produk yang dijual. maka Jawa Pos Radar Jombang juga tidak ingin ketinggalan. Sejak akhir tahun 2018 lalu, telah dibentuk divisi online untuk mendukung dan memperkuat edisi cetak. Sebelumnya, juga sudah dibuat di Facebook, Youtube, Twitter dan Instagram.

Pada 30 Desember 2018 bahkan telah di launching secara resmi www.radarjombang.jawapos.com sebagai rumah besar bagi seluruh pembaca maupun warga Jombang dan siapa saja yang ingin mengakses berita dan informasi seputar kota Jombang. Melalui website dan fanspage resmi tersebut, warga Jombang di luar kota Jombang pun bisa tetap mengikuti informasi perkembangan kotanya. Maka perlunya bauran pemasaran yang baik dari Jawa Pos Radar Jombang dapat membuka peluang untuk terus berkembang sehingga dapat mencapai tujuan dari usaha yang sedang dijalani yaitu meningkatkan penjualan, memuaskan konsumen, dan mendapatkan keuntungan. Berdasarkan latar belakang penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk laporan kuliah kerja magang dengan judul **“Strategi Pemasaran Digital Pada PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang)”**.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

Adapun tujuan yang ingin di capai adalah:

Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi pemasaran digital yang dilakukan Radar Jombang dalam pencapaian Visi dan Misi perusahaan.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

Manfaat yang diharapkan dalam melakukan Kuliah Kerja Magang (KKM), antara lain :

- a. Bagi mahasiswa.
 1. Mahasiswa bisa mempraktekkan dan menerapkan ilmu pengetahuan perkuliahan secara langsung di lapangan kerja.
 2. Menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan di lapangan kerja mengenai dunia kerja sesuai dengan bidangnya.
- b. Bagi Lembaga Perguruan.
 1. Terciptanya hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu dapat menempatkan mahasiswa yang potensial untuk mendapatkan pengalaman.
- c. Bagi Instansi yang Bersangkutan
 1. Instansi dapat memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang berwawasan akademik dari kuliah kerja magang tersebut.
 2. Instansi dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat membutuhkan karyawan bisa merekrut mahasiswa tersebut.

Instansi dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa sehingga apabila suatu saat membutuhkan karyawan bisa merekrut mahasiswa tersebut.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

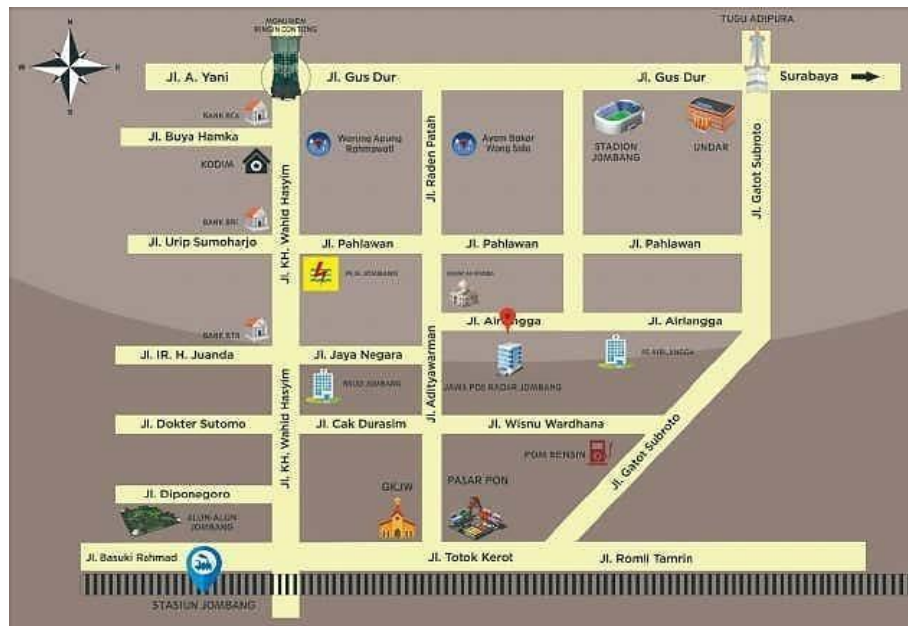
Tempat Pelaksanaan

Nama Perusahaan: Jawa Pos Radar Jombang

Alamat : Jl. Airlangga No.10, Kepanjen, Kec. Jombang,
Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61419

Telepon : +62 321 875137

E-mail : radar_jombang@yahoo.com



Gambar 1.1 Denah Lokasi Jawa Pos Radar Jombang

1.5 Jadwal Kuliah Kerja Magang

Kegiatan KKM dilakukan pada tanggal 08 Agustus – 09 September 2022. Adapun jadwal masuk KKM yaitu hari Senin – Jumat Jam 08:00-15:00 WIB.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

2.1 Sejarah Perusahaan/Instansi

Cikal bakal Jawa Pos Radar Jombang ketika awal berdiri, merupakan sebuah kantor Biro Jombang untuk koran Jawa Pos sejak tahun 1994. Bermula menempati kantor di Jl Jaksa Agung Soeprapto no 2 Jombang. Lalu sempat berpindah ke Perumahan Jombang Permai Jl Rambutan no 8 pada Maret 1999. Kemudian di pertengahan tahun 1999 berdirilah Jawa Pos Radar Kediri. Ketika itu, wilayah Jombang termasuk ke dalam koordinator wilayah (korwil) Kediri. Maka kantor Biro Jombang untuk Jawa Pos berubah menjadi kantor Biro Jombang untuk Jawa Pos Radar Kediri. Aktifitasnya bertempat di Jl KH Hasyim Asy'ari no 80 Jombang. Dua tahun kemudian, berdirilah Jawa Pos Radar Mojokerto yang terbit pertama kali pada tanggal 1 Maret 2001. Dengan wilayah kerjanya meliputi Kabupaten Mojokerto, Kota Mojokerto dan Kabupaten Jombang. Sehingga kantor Biro Jombang untuk Jawa Pos Radar Kediri ditarik untuk bergabung menjadi bagian dari Jawa Pos Radar Mojokerto.

General Manager (GM) pertama kali yang memimpin Jawa Pos Radar Mojokerto untuk sementara waktu adalah Dyah Indra Tjahyani selama 3 bulan. Kemudian posisi GM, digantikan oleh Abdul Choliq sampai akhir tahun 2003. Mulai awal 2004, Abdul Choliq diangkat sebagai Direktur PT Mojokerto Intermedia Pers. Pada awal 2010, Abdul Choliq dipindah ke Jawa Pos Radar Banyuwangi. Sebagai penggantinya, ditunjuk Sri Widji Wahyuning Utami sebagai GM hingga akhir 2011. Selanjutnya, pimpinan Jawa Pos Radar Mojokerto dijabat oleh Andung Achmad Kurniawan sebagai direktur hingga bulan Juni 2020.

Berkembangnya Jawa Pos Radar Mojokerto yang cukup signifikan, membuat PT Jawa Pos Radar selaku induk perusahaan, menganggap Biro Jombang mempunyai potensi besar untuk mandiri. Sehingga pada 2 Juni 2014 (yang kemudian digunakan sebagai hari ulang tahun (HUT) Jawa Pos Radar Jombang), segmen Jombang mulai mempunyai halaman khusus yang memiliki 3 halaman

tersendiri. Meski masih di bawah naungan manajemen Jawa Pos Radar Mojokerto.

Sebagai embrio yang sedang mempersiapkan kematangan perusahaan, maka Jawa Pos Radar Jombang terus berusaha melengkapi segala kekurangannya baik dari sisi kuantitas maupun kualitas. Seperti menambah jumlah redaktur, karyawan marketing iklan dan koran, administrasi serta yang paling penting yakni jurnalis. Setelah resmi berbadan hukum sendiri pada akhir 2015,

Jawa Pos Radar Jombang segera tancap gas. Karena sudah benar-benar terpisah dari manajemen Jawa Pos Radar Mojokerto. Berdiri di kota santri yang memiliki wilayah yang cukup kecil dibandingkan dengan kota yang lainnya, tidak menjadikan Jawa Pos Radar Jombang berkecil hati. Awalnya dengan mengusung slogan “Spirit Kota Santri”. *Brand image* yang dimiliki Jombang, berhasil menyajikan rangkaian beragam potret yang harus digali lebih mendalam. Semuanya tak terlepas dari fungsi media yakni *to inform, to educate, to entertain* dan *to persuasive*. Jawa Pos Radar Jombang sudah menyentuh keempat fungsi tersebut serta bagian pengembangan yang terdapat di daerah dan tidak terpisahkan dari Jawa Pos. Di era kompetisi media yang semakin ketat ini, *tagline* Jawa Pos Radar Jombang berubah menjadi “Korane Wong Jombang”. Untuk menegaskan posisinya sebagai pemimpin pasar media cetak di Jombang. Mulai bulan Juli 2020, Jawa Pos Radar Jombang dipimpin oleh Muhammad Nur Kholis sebagai direktur.

Riwayat kantor Jawa Pos Radar Jombang

1. Juli 2001 – Desember 2010: Jl KH Wahid Hasyim no 90 Kepatihan
2. Januari 2010 – Agustus 2012: Jl Sultan Agung no 20 Jelakombo
3. Sept 2012 – Juli 2016: Jl Laksda Adi Sucipto no 19 Sambongdukuh
4. 29 Agustus 2016 – sekarang: Jl Airlangga no 10 Kepanjen

2.2 Visi dan Misi PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang)

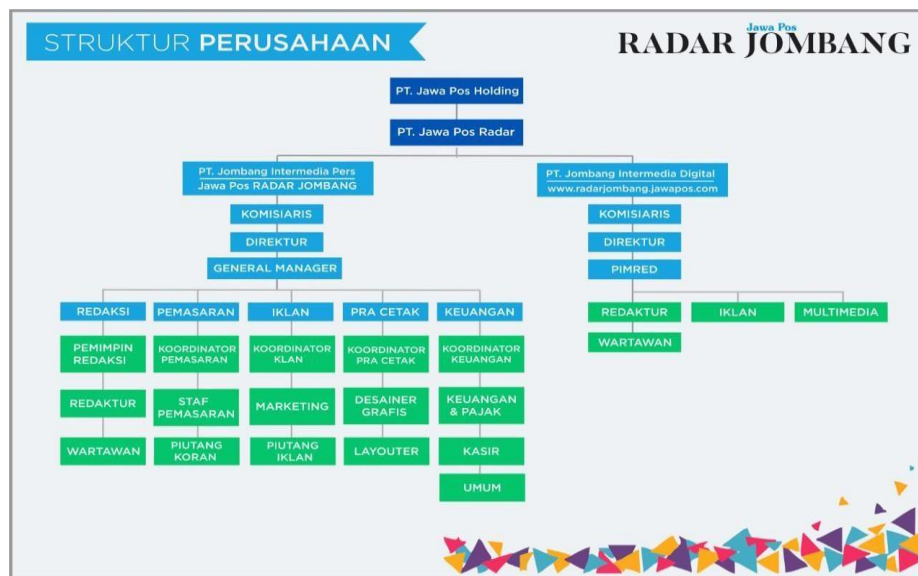
Visi :

Menjadi perusahaan media cetak maupun online lokal, yang disegani dan tetap menjadi pemimpin pasar.

Misi :

Turut serta dalam usaha meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui program literasi yang mencerdaskan masyarakat melalui penyajian informasi yang terpercaya.

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan/Instansi



Gambar 2.1 Struktur Organisasi

2.4 Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan/Instansi

Tugas dan tanggung jawab PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) meliputi:

- **Direktur**

1. Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan.
2. Memilih, Menetapkan, Mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (Manajer)
3. Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.
4. Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan.
5. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan

dunia luar.

6. Memainkan ebagian terkemuka dalam menentukan komposisi dari organisasi dan sub- komite, sehingga tercapainya keselarasan dan efektivitas

- **General Manager**

1. Bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbit.
2. Bertanggung jawab terhadap kualitas produk penerbitan.
3. Memimpin rapat redaksi
4. Memberikan arahan kepada semua tim redaksi tentang berita yang akan dimuat pada setiap edisi.
5. Menentukan layak tidaknya suatu berita, foto, dan desain untuk sebuah penerbitan.
6. Mengadakan koordinasi dengan bagian lain seperti pemimpin perusahaan untuk menggerakkan jalannya roda perusahaan.
7. Menjalin kaitan dengan narasumber penting di pemerintahan, dunia usaha, dan berbagai instansi.

- **Redaktur**

1. Bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari
2. Memimpin rapat perencanaan, rapat mengecek, dan rapat terakhir sidang redaksi.
3. Membuat Perencanaan isi untuk setiap penerbitan
4. Bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbitan dan foto
5. Mengkoordinasi kerja para redaktur atau penanggung jawab rubrik/deskripsi
6. Mengkoordinasi alur perjalanan naskah dari bagian *setting* atau *layout* ke percetakan
7. Mengkoordinasi alur perjalanan naskah dari bagian *setting* atau *layout* ke percetakan

8. Mewakili pemimpin redaksi dalam berbagai acara baik ditugaskan atau acara mendadak
9. Mengembangkan, membina, menjalin lobi dengan Sumber berita
10. Mengedit naskah, data, judul, foto, para redaktur.

- **Pemasaran**

1. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan *trend* pasar dan sumber daya perusahaan
2. Merencanakan *marketing research* yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap produk yang sejenis dari perusahaan pesaing
3. Melakukan perencanaan analisis peluang pasar
4. Melakukan perencanaan tindakan antisipatif dalam menghadapi penurunan *order*
5. Menyusun perencanaan arah kebijakan pemasaran
6. Melakukan identifikasi dan meramalkan peluang pasar.

- **Iklan**

1. Mencari iklan untuk dicantumkan ke kolom surat kabar
2. Membuat Desain untuk iklan-iklan tersebut.

- **Wartawan**

1. Mencari berita/meliput, membuat, menyusun berita untuk dikirim ke redaksi yang di dapat di lapangan
2. Jam kerja wartawan 24 jam sehari
3. Mencari berita orang ternama atau orang yang sifatnya digemari public
4. Mencari dan melaporkan semua peristiwa penting dalam kancah opinium publik adalah tanggung jawab profesional wartawan
5. Mendapatkan berita yang benar dari semua pihak yang terlibat

- **Layout/Grafis:**
 1. Membuat desain Koran
 2. Mengedit dan mengatur tata letak berita maupun iklan di koran
 3. Mengedit foto dan berita yang akan dicetak
- **Kasir:**
 1. Melayani proses transaksi
 2. Memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan
 3. Memeriksa dan mencatat data penjualan koran
- **Keuangan:**
 1. Melakukan pengaturan keuangan
 2. Melakukan penginputan semua transaksi keuangan ke dalam program
 3. Melakukan transaksi keuangan perusahaan
 4. Berhubungan dengan pihak internal maupun eksternal terkait dengan aktivitas keuangan perusahaan.
- **Penagihan:**
 1. Mencatat semua data piutang pelanggan berdasarkan seluruh faktur yang tercetak.
 2. Melakukan penagihan kepada pelanggan via telepon/ e-mail.
 3. Menyiapkan daftar tagihan serta kelengkapannya untuk ditagihan sesuai dengan tanggal cetak
- **Trafic order:**
 1. Melakukan kontrol atas ketersediaan koran
 2. Menjalin hubungan baik dengan para pemberi iklan
 3. Dokumentasi faktur dan Purchase Order

2.5 Data Karyawan Perusahaan

No	Jabatan	Nama
1	Direktur	Muhammad Nur Kholis
2	Pemimpin redaksi	Sofyan Hendra Fatkhurohman
3	Redaktur Pelaksana	Binti Rohmatin
4	Redaktur	1. Binti Rohmatin 2. Rojiful Mahmudah 3. M. Nasikhuddin 4. Achmad Riza Wadullah
5	Staff Redaksi	1. Ainul Hafidz 2. Anggi Fridianto 3. M. Nasikhuddin 4. Rojiful Mahmudah 5. Wenny Rosalina 6. Azmy Endiyana Z 7. Achmad Riza Wadullah
6	Layout/Grafis/IT/Medsos	1. Achmad Rizal Affandi 2. Krisna Dwi Cahyo 3. Atikah Fatmawati
7	Iklan/event	Dwi Aris Supriyanto
	Manajer Iklan/event	Sulton Arif
8	Manajer Pemasaran	Moch. Faisol
9	Pemasaran	Dwi Aris Supriyanto
10	Keuangan dan pajak	Emma Yulianni
11	Traffic Order Iklan	Devy Ariantika
12	Kasir	Eka Purwati
13	Penagihan	Kurnia Ramadhan
14	Ombudsmen	1. Rohman Budijanto 2. Bambang Janu Isnoto

Tabel 2.1 Data Karyawan Perusahaan

2.6 Kegiatan Umum Perusahaan

PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang merupakan lembaga yang memberikan informasi secara eksklusif dan update dengan menyumbangkan ragam potret (Rubrik tokoh, Rubrik pesantren, dll) serta berita maupun artikel yang harus digali lebih dalam sesuai dengan fungsi media yakni fungsi informasi (*to inform*), fungsi persuasi (*to persuade*), fungsi pendidikan (*to educate*) dan fungsi hiburan (*to entertain*), Radar Jombang telah melaksanakan 4 fungsi tersebut dengan baik.

Produk yang dijual di PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang adalah Koran Radar Jombang yang memuat berita lokal seputar wilayah jombang, Koran Jawa Pos yang memuat berita seputar nasional maupun internasional, dan Koran Sportlite (berita seputar olahraga secara nasional dan internasional).

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kerja Yang dilakukan di tempat Magang

Sistem kerja Jawa pos Radar Jombang meliputi lima divisi:

1. Redaksi

Redaksi terbagi menjadi wartawan, wartawan bertugas mencari berita setiap waktu dan mendatangi narasumber untuk mendata kejadian, setelah itu di waktu sore wartawan sudah mulai bertugas lain yaitu, menulis berita sebelum masuk diredaktur. Redaktur mempunyai tugas untuk mengedit berita, hal ini bertujuan menghindari kesalahan sebelum masuk layout. Layout bertugas memploting berita sebelum dikirim di percetakan

2. Iklan

Iklan dibagi yang pertama Biro yang bertugas sebagai pemasang iklan, setelah itu biro menghubungi AE (Account Executive) yang mempunyai tujuan untuk mendapatkan iklan sebelum masuk TO. TO (Traffic Order) mempunyai tujuan menginput data pemuatandan merupakan pegangan layout. Layout memploting iklan dengan koordinasi ke bagian AE sebelum masuk ke percetakan.

3. Pemasaran

Pemasaran di Radar Jombang adalah pemasaran koran dibagi menjadi enam bagian: yang pertama Loper dan pedagang mendata jumlah pemesanan koran sebelum mengkonfirmasi ke sub agen. Sub agen menerima konfirmasi untuk diteruskan ke bagian agen sebagai hasil total pemesanan koran. Agen mengkonfirmasi ke bagian Marketing Koran. Marketing Koran menerima informasi untuk mendata jumlah keseluruhan pemesanan koran untuk produksi dan percetakan.

4. Keuangan

Keuangan disini bertugas sebagai mengatur keuangan perusahaan ,

menentukan dan menghitung pajak dan juga mengatur uang tunjangan. Keuangan juga mengatur gaji karyawan dari pertimbangan absensi.

5. Pracetak (Layout dan Grafis)

Terima file dari redaktur dan bagian AE. File diterima untuk kemudian dibuatkan halaman dan desain untuk dikirim ke percetakan. Pada saat magang kita lebih di fokuskan kepada bagian pemasaran dengan aktivitas yang di landasi strategi pemasaran diantaranya sebagai berikut:

1. Melakukan survey data pelanggan sekabupaten jombang , guna meninjau ulang apakah mengalami penurunan atau justru sebaliknya yaitu mengalami kenaikan dalam jumlah pemesanan, yang nantinya akan di Input ke dalam data perusahaan
2. Memasarkan ataupun mempromsikan Koran sebagai media Informasi yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya, sekaligus memperkecil berita HOAX yang diterima para warga atau masyarakat pada khususnya yang bersumber dari berita mulut – ke mulut atau berita burung yang belum tentu kebenarannya.
3. Memberikan sosialisasi kepada masyarakat bahwa Informasi media cetak (Koran) bias juga diperuntukkan pemasang iklan, bagi para pemasang iklan yang Ingin mempromsikan ataupun Ingin lebih di kenal banyak kalangan hasil dari produksi barang ataupun jasa yang mereka miliki.

Dan Kegiatan Selama KKM di laksanakan di PT intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) di Jl. Airlangga No. 10 Kepanjen Kec. Jombang Kab. Jombang selama satu bulan, yakni mulai terhitung dari tanggal 08 Agustus 2022 sampai dengan tanggal 09 September 2022. Penulis memiliki jadwal kerja dari hari Senin s.d Jum'at masuk pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 15.00 WIB.

Pada hari pertama bimbingan KKM di jelaskan mengenai rungan lingkup kegiatan perusahaan dan melakukan pengenalan diri kepada staf yang ada di Kantor Jawa Pos Radar Jombang. Penulis juga di harapkan dapat meningkatkan kedisiplinan, tanggung jawab dan mampu bekerja terampil dalam melaksanakan KKM. Selama KKM di haruskan mengikuti segala peraturan yang berlaku di Kantor Jawa Pos

Radar Jombang seperti :

1. Mematuhi tata tertip yang berlaku
2. Selama KKM menggunakan pakaian bebas rapi dan sopan
3. Data dan informasi yang di peroleh semata-mata di gunakan untuk keperluan akademik
4. Menjaga nama baik diri sendiri, Universitas, dan Jawa Pos RADAR JOMBANG

Pembimbing memberikan bimbingan dan arahan dalam melaksanakan kegiatan KKM. Pada pelaksanaan KKM ini, Penulis bertugas untuk mengerjakan pekerjaan sehari-hari dan rutin sebagai berikut :

1. Membuat video berita harian terkini
2. Menata ulang koran lama (diurutkan sesuai tanggal dan bulan)
3. Menotal jumlah koran yang belum terjual dari bulan Januari-Juli tahun 2022
4. Membuat flayer Parikan Jombang
5. Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap bulannya
6. Mengerjakan nota penagihan order format iklan
7. Membuat brosur event
8. Menginput jumlah dan arsip koran tahun 2021
9. Survey lapangan tempat pelanggan koran
10. Menulis kosakata baku
11. Mendata pelanggan koran di Jombang

3.2 Aspek kajian yang terdapat di objek KKM

Aspek kajian yang terddapat di objek KKM adalah sebagai berikut :

3.2.1 Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran yang ada di PT. Jombang Intermedia Pers (Radar

Jombang) yaitu memasarkan koran jawa pos dan radar jombang dengan cara melalui media social seperti IG,FB,TWITTER dan youtube, sehingga para pelanggan atau pembeli senang melihat sebuah produk koran yang sudah di upload dengan bagus di media social tersebut, pembeli juga bisa membeli atau berlangganan setiap bulannya, sering berjalannya waktu media social sangat lah penting bagi perusahaan untuk mengetahui informasi yang lebih update dan juga bisa di pasarkan lewat media social yang sangat membantu untuk memasarkan sebuah koran dengan cepat dan tepat. Jadi yang cocok untuk strategi pemasaran di PT. Jombang Intermedia Pers (Radar Jombang) melalui media social untuk pemasarannya.

3.2.2 Aspek Teoritis Strategi Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2005:5) pemasaran adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial, salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah “memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan”.

Menurut Kotler dan Keller (2009:5) manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Tujuan Pemasaran menurut Peter Ducker yang dikutip oleh Kotler dan Keller (2009:6) adalah mengetahui dan memahami pelanggan dengan baik sehingga produk atau jasa bisa sesuai dengan kebutuhan sehingga terjual sendiri, sedangkan tujuan kunci pemasaran menurut Kotler dan Keller (2009:21) adalah mengembangkan hubungan yang dalam dan bertahan lama dengan orang dan organisasi yang dapat secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi kesuksesan aktivitas pemasaran tersebut.

3.3 Hasil Pengamatan di Tempat Magang

Berdasarkan pengamatan saya selama pelaksanaan kuliah kerja magang (KKM) di

Radar Jombang, dengan pemasaran koran Radar Jombang yang dilakukan PT. Jombang Intermedia Pers perusahaan mendapatkan penambahan laba atau pendapatan yang lebih banyak melalui berbagai strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan, Adapun kendala yang harus dihadapi oleh PT. Jombang Intermedia Pers Radar Jombang yaitu kurangnya minat baca dikalangan kaum milenial yang disebabkan karena adanya perkembangan sosial media yang ada di zaman modern ini, Jadi kebanyakan orang yang memiliki minat baca tersebut lebih condong membaca berita melalui sosial media dibandingkan koran karena menganggap lebih praktis dan efektif.

Tujuan dari pelaksanaan strategi pemasaran adalah supaya target yang telah ditetapkan oleh perusahaan dapat tercapai dengan maksimal, dan digunakan untuk menghadapi persaingan antara perusahaan sejenis serta mampu mempertahankan pelanggan. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan tetap stabilnya perusahaan ini di era globalisasi dan persaingan bisnis yang sangat ketat.

Walaupun ada halangan maupun rintangan semua dapat diatasi dengan cepat oleh PT. Jombang Intermedia Pers. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh koran Jawa Pos antara lain berupa tarif pemasangan iklan di koran yang, memberikan reward-reward kepada pelanggan yang selalu berlangganan koran Radar Jombang dengan memberikan pelayanan yang semudah mungkin kepada pelanggan dan agen dalam mendapatkan Radar Jombang dengan cara menyuplai atau mendistribusikan koran Radar Jombang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, memberikan reward kepada agen yang mampu menjual koran sesuai dengan target yang telah ditetapkan perusahaan. Disamping itu Radar Jombang juga berkerja sama untuk membuat event-event yang berguna sebagai media promosi koran Radar Jombang.

3.4 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi

Diharapkan dengan seringnya melakukan kerja sama dalam membuat event-event, akan menarik perhatian dari generasi milenial yang kemudian hal tersebut akan menarik perhatian dari generasi milenial untuk membaca. Perlu adanya pemantauan terus-menerus yang dilakukan Radar Jombang ke agen-agen di Jombang agar terhindar dari adanya agen-agen yang nakal yang bermasalah penunggakan

pembayaran koran serta meminimalisir terjadinya hal negatif lainya yang merugikan pihak Radar Jombang. Selainitu pemantauan pada setiap agen juga berfungsi sebagai pematauan berapa banyak produk yang telah dijual yang akhirnya akan dijadikan patokan sebagai pengambilan kebijakan dalam menentukan strategi pemasaran produknya.

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Untuk meraih kesuksesan perusahaan ditentukan oleh beberapa faktor pendukung yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Salah satunya adalah faktor strategi pemasaran yang berperan dalam kesuksesan perusahaan. Strategi pemasaran yang dimiliki sebuah perusahaan juga memiliki peran penting dalam perkembangan dan kesuksesan sebuah perusahaan atau organisasi dalam menjual produknya.

Dengan adanya strategi pemasaran, perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif sehingga pemasaran juga akan tepat sasaran.

4.2 Saran

Melihat semakin banyaknya pesaing dunia usaha yang bergerak dalam bidang media cetak di harapkan untuk PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang tetap mempertahankan strategi pemasaran karena menurut saya strategi ini wajib digunakan dalam setiap inovasi dalam pengeluaran produk. Karena strategi bauran pemasaran ini sangatlah penting dan sangat berkontribusi dalam target penjualan. Dengan menggunakan bauran pemasaran dapat membantu mengembangkan dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif,

DAFTAR PUSTAKA

Assael, & Henry. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action. Fourth Edition.*
New York: Kent Publishing Company.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Edisi Tiga
[http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11416/1/MUNAWARA-STRATEGI-
MARKETING-KORAN-HARIAN-AMANAHAH-DALAM.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11416/1/MUNAWARA-STRATEGI-MARKETING-KORAN-HARIAN-AMANAHAH-DALAM.pdf)

Radar Jombang. 2016. File New Company Profile Koran.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Magang

Jawa Pos
RADAR JOMBANG

SURAT KETERANGAN
Nomor : 44/JPRJ/MG/IX/2022

Yang bertandatangan di bawah ini, Pimpinan PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) dengan ini menerangkan mahasiswa di bawah ini :

Nama : Wisnu Asrul Pradana
Nim : 1961130
Perguruan Tinggi : STIE PGRI Dewantara
Jurusan : Manajemen Pemasaran KSIB 2019
Jenjang : S-1

Bahwa mahasiswa tersebut benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja Magang (KKM) di PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) mulai tanggal **08 Agustus 2022 s/d 09 September 2022** sesuai ketentuan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Jombang, 9 September 2022

Pimpinan PT. Jombang Intermedia Pers
(Jawa Pos Radar Jombang)


M Nur Kholis
Direktur

PT. Jombang Intermedia Pers
Jl. Airlangga No. 10 Jombang Telp./Fax. 0321-875137, e-mail : radar_jombang@yahoo.com

Lampiran 2. Lembar Penilaian Pembimbing Lapangan



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA
PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B)
PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)
 Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471
 Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA
STIE PGRI DEWANTARA JOMBANG

Nama : Wisnu Asrul Pradana
 NIM : 1961130
 Program Studi : MANAJEMEN
 Tempat Magang : PT Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang)
 Alamat Tempat Magang : Jl. Airlangga No.10, Kepanjen, Kec. Jombang, Kabupaten Jombang, Jawa Timur 61419
 Bagian/Bidang : Administrasi Pemasaran

No.	Aspek Yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Disiplin kerja	85
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	90
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	90
4.	Kreativitas dan ketrampilan	90
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	85
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	85
7.	Kemampuan berkomunikasi	90
8.	Produktivitas Kerja*	90
Jumlah		705
Nilai Rata-Rata		88,12

Catatan : Penilaian harap diisi dalam angka
 *Peserta magang menghasilkan produk/ karya
 Catatan:

Jombang, 09 September 2022
 Pendamping Lapangan/Pejabat Penilai**

 (Moch. Faisol)

Lampiran 3. Lembar Penilaian Dosen Pembimbing



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PGRI DEWANTARA

PROGRAM STUDI – AKUNTANSI (B)

PROGRAM STUDI – MANAJEMEN (B)

Jl. Prof. Moh yamin No.77 Telp. 0321-865180, Fax 0321-853807 Jombang 61471

Email : info@stiedewantara.ac.id website: www.stiedewantara.ac.id

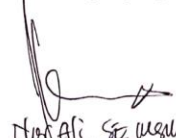
PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

Nama : Wisnu Asrul Pradana
NIM : 1961130
Program Studi : Manajemen
Tempat Magang : PT Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang)
Bagian/Bidang : Administrasi Pemasaran

No.	Aspek yang Dinilai	Nilai (0 - 100)
1.	Keaktifan konsultasi	90
2.	Motivasi	90
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	92
4.	Tata Bahasa dan kerapihan laporan	92
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	85
6.	Sistematika laporan	85
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	85
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	85
Jumlah		704
Nilai Rata-Rata		88

Jombang, 19-09-2022

Dosen Pembimbing Lapangan,


(..... Nur Ali Setiawan)

Lampiran 4. Formulir Kegiatan Mahasiswa

FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA

Nama : Wisnu Asrul Pradana
 Nim : 1961130
 Program Studi : Manajemen PM KS1B 2019
 Tempat KKM : PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang
 Bagian/Bidang : Administrasi Pemasaran

Minggu Ke	Tanggal	Jenis Kegiatan	Tanda Tangan
1	08 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap bulannya	
	09 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Menginput data karyawan - Membuat surat permintaan pengaktifan rekening dormant	
	10 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Menginput jumlah dan arsip koran tahun 2021	
	11 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Merekap stock koran tahun 2022 - Membuat flayer Parikan Jombang	
	12 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Merekap koran bulan januari 2022 - Membuat flayer Parikan Jombang	
2	15 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Menulis kosakata baku - Mendata pelanggan koran di Jombang	
	16 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Promosi Link berita	
	18 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Merekap sisa koran bulan Agustus & Juli	
	19 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang	
3	22 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Survey 10 tempat di Jombang (Pelanggan koran) - Rekap hasil survey	
	23 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Promosi link berita - Survey 5 tempat Di Kesamben (pelanggan koran)	
	24 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Rekap hasil survey - Sortir jumlah koran bulan September-Desember tahun 2021	

	25 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Survey 5 tempat di Ploso (Pelanggan koran) - Rekap hasil survey	f
	26 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Rekap koran tahun 2022	f
4	29 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Mendata koran di excel hasil penjualan tahun 2022 - Membuat flayer Parikan Jombang	f
	30 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Rekap koran tahun 2022 - Sortir koran untuk diberikan ke agen	f
	31 Agustus 2022	- Membuat video berita harian terkini - Membuat flayer Parikan Jombang - Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap bulannya	f
	01 September 2022	- Membuat video berita harian terkini - Print out poster berita - Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap harinya	f
	02 September 2022	- Membuat video berita harian - Merekap koran bulanan - Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap harinya	f
	05 September 2022	- Membuat video berita harian - Data berita dan foto dalam koran - Menginput data followers medsos Radar - Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap harinya	f
5	06 September 2022	- Membuat video berita harian - Merapikan kwitansi bulanan	f
	07 September 2022	- Membuat video berita harian - Print out poster berita - Memilah koran antara Jawa pos dan Radar Jombang	f
	08 September 2022	- Membuat video berita harian - Membuat flayer - Memilah koran antara Jawa pos dan Radar Jombang	f
	09 September 2022	- Membuat video berita harian - Memilah koran antara Jawa Pos dan Radar Jombang	f

Jombang, 09 September 2022

Pendamping Lapangan,


 (Moch. Faisol)

Lampiran 5. Dokumtasi Kegiatan Kuliah Kerja Magang



Kegiatan merekap hasil koran



Kegiatan memilah koran bulan Agustus



Kegiatan survey pelanggan koran



Kegiatan merekap kuwitansi pelanggan



Penyerahan Cindra Mata



Penutupan magang KKM bersama kelompok