

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN DI ERA MODERN PADA
PT. JOMBANG INTERMEDIA PERS
JAWA POS RADAR JOMBANG**



Oleh :

Hisyam Wahyuddin

(1961129)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)
PGRI DEWANTARA
JOMBANG
2022**

**LAPORAN KULIAH KERJA MAGANG (KKM)
STRATEGI PEMASARAN DI ERA MODERN PADA
PT. JOMBANG INTERMEDIA PERS
JAWA POS RADAR JOMBANG**



Oleh :

Hisyam Wahyuddin (1961129)

Mengetahui/Menyetujui,
Dosen Pembimbing Lapangan

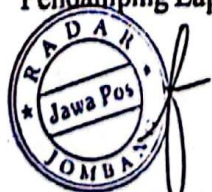
(Nurali, SE., MSM)

09, September 2022

Penulis

(Hisyam Wahyuddin)

Mengetahui/Menyetujui,
Pendamping Lapangan



(Moch. Paisol)

Mengetahui/Menyetujui,
Ka. Prodi Manajemen



(Dr. Erminati Pancaningrum, ST.,M.S.M.)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur atas nikmat yang diberikan Allah SWT. Dan tak lupa sholawat dan salam semoga tercurahkan kepada Uswah Khasanah Rasulullah SAW . Penulis dapat menyelesaikan tugas Kuliah Kerja Magang (KKM) yang dilaksanakan di PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Kuliah Kerja Magang (KKM) bagi Mahasiswa dari Program Studi Manajemen Pemasaran. Hingga pada akhirnya penulis dapat Menyusun laporan Kuliah Kerja Magang ini dengan judul “STRATEGI PEMASARAN DI ERA MODERN PADA PT. JOMBANG INTERMEDIA PERS (JAWA POS RADAR JOMBANG)”

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak terkait kegiatan magang yang telah memberikan dukungan moral dan juga bimbingannya pada kami kepada :

1. Dr. Erminati Pancaningrum, ST., MSM, selaku ketua program studi Manajemen.
2. Nurali, SE., MSM, selaku dosen pembimbing.
3. Bapak Moch. Faisol yang telah membimbing kami selama melakukan penelitian di Radar Jawa Pos Jombang.
4. Para karyawan dan staf di Radar Jawa Pos Jombang.

Penulis menyadari bahwa dalam laporan KKM ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu jika ada kritik atau saran apapun yang sifatnya membangun bagi penulis, dengan senang hati akan penulis terima.

Jombang, 09 September 2022

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	
HALAMAN PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang.....	2
1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang.....	2
1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang.....	3
1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang.....	4
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG	5
2.1 Sejarah Perusahaan / Instansi	5
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan/Organisasi	6
2.2.1 Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan/Instansi	7
2.2.2 Data Karyawan Perusahaan	11
2.2.3 Kegiatan Umum Perusahaan	12
2.2.4 Kegiatan Harian Perusahaan.....	12
BAB III PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG	14
3.1 Pelaksanaan Kerja Magang	14
3.2 Hasil Pengamatan di Tempat Magang	15
3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi	17
3.3.1 Kendala Yang dihadapi.....	17
3.3.2 Solusi atau Cara Penyelesaian Kendala	17
BAB IV PENUTUP	18
4.1 Kesimpulan	18
4.2 Saran	18
DAFTAR PUSTAKA	19
LAMPIRAN	20

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.4 Denah Lokasi Jawa Pos Radar Jombang.....	3
Gambar 2.1 Logo Jawa Pos Radar Jombang	5
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Jawa Pos Radar Jombang	7

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2.2 Data Karyawan Perusahaan	11
Tabel 3.1 Jam Kerja Jawa Pos Radar Jombang	14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Magang

Lampiran 2 Lembar Penilaian Pembimbing Lapangan

Lampiran 3 Lembar Penilaian Dosen Pembimbing

Lampiran 4 Formulir Kegiatan Mahasiswa

Lampiran 5 Dokumentasi Kegiatan Kuliah Kerja Magang

BAB I

PENDAHULAN

1.1 Latar Belakang

Di era sekarang, strategi pemasaran dituntut untuk terus berkembang dan mengikuti kemajuan jaman untuk menjawab tantangan globalisasi. 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. Namun di era modern ini daya minat baca masyarakat semakin menurun karena pengaruh smartphone, laptop, dan alat komunikasi modern lainnya. Dari sini perusahaan di tuntut efisiensi di setiap lini untuk mempertahankan konsisten demi mendapatkan peluang pasar yang semakin berkembang dan memenuhi selera konsumen yang berubah-ubah.

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.

Dalam memasarkan suatu produk atau jasa dalam sebuah perusahaan, diperlukan suatu pendekatan yang mudah dan fleksibel yang biasa disebut sebagai bauran pemasaran (marketing mix). Marketing mix atau yang diserap ke dalam bahasa Indonesia menjadi bauran pemasaran adalah suatu strategi penjualan atau promosi serta penentuan harga yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan untuk pasar yang dituju.

Mengantisipasi perkembangan era media online, 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, Twiter dan Instagram.

Pada 30 Desember 2018 bahkan telah dilaunching 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 DI ERA MODERN PADA PT. JOMBANG INTERMEDIA PERS (JAWA POS RADAR JOMBANG)”**.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Magang

1. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mempraktikkan ilmu yang didapat selama perkuliahan.
2. Mengetahui penerapan strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan demi mencapai visi dan misi perusahaan.
3. Menambah pengalaman, wawasan langsung dilapangan mengenai dunia kerja.
4. Mengasah mahasiswa dalam memecahkan masalah yang dihadapi terutama di tempat kerja.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Magang

a. Bagi Mahasiswa

1. Memberikan pengalaman kerja
2. Menambah wawasan

3. Menerapkan ilmu pengetahuan yang diberikan pada saat di lapangan.

b. Bagi STIE PGRI Dewantara

1. Terciptanya hubungan kerjasama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu dapat menempatkan mahasiswa yang potensial untuk mendapatkan pengalaman.

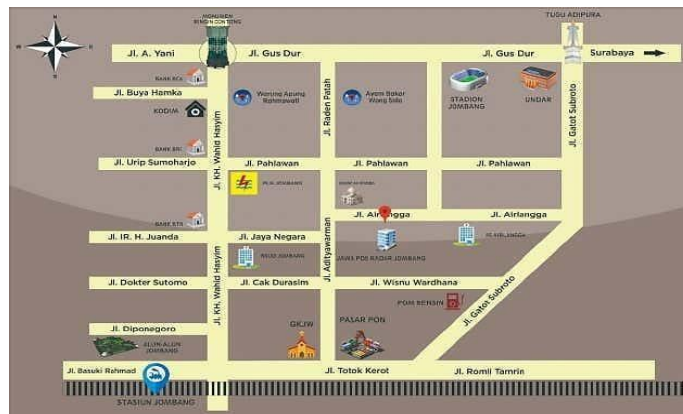
c. Bagi Perusahaan

1. Sebagai sarana untuk membangun hubungan baik antara perusahaan dengan pihak STIE PGRI Dewantara dalam membina kerjasama lebih lanjut.

2. Memperoleh jalinan kemitraan dengan STIE PGRI Dewantara Jombang.

1.4 Tempat Kuliah Kerja Magang

Tempat Pelaksanaan



Gambar 1.4 Denah Lokasi Jawa Pos Radar Jombang

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

1.5 Jadwal Waktu Kuliah Kerja Magang

Kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini dimulai dari tanggal 08 Agustus 2022 sampai dengan 08 September 2022 yang berlangsung selama 30 hari. Dari hari senin sampai dengan jumat kegiatan dimulai pada jam 08.00 – 15.00.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT KULIAH KERJA MAGANG

2.1 Sejarah Perusahaan / Instansi



Gambar 2.1 Logo Jawa Pos Radar Jombang

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.

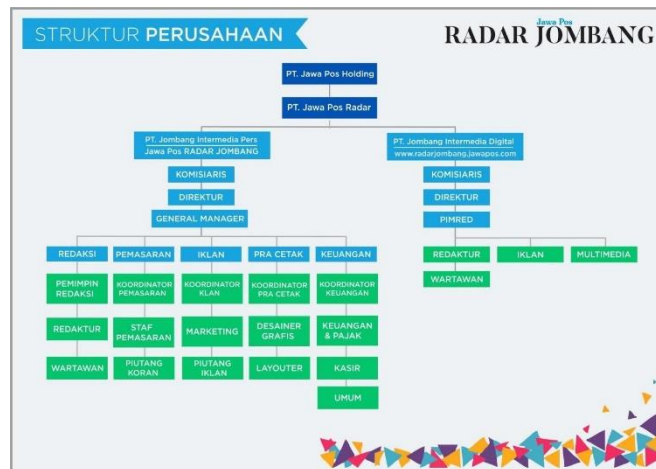
Berkembangnya Jawa Pos Radar Mojokerto yang cukup signifikan, membuat PT Jawa Pos Radar selaku induk perusahaan, menganggap Biro Jombang mempunyai potensi besar untuk mandiri. Sehingga pada 2 Juni 2014 (yang kemudian digunakan sebagai hari ulang tahun (HUT) Jawa Pos Radar Jombang), segmen Jombang mulai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

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan/Organisasi

Struktur Organisasi merupakan suatu sistem yang digunakan untuk mendefinisikan suatu hirarki dalam suatu organisasi. Struktur ini dikembangkan untuk menetapkan bagaimana bisnis beroperasi dan membantu usaha dalam mencapai tujuannya untuk memungkinkan pertumbuhan di masa depan.



Gambar 2.2 Gambar Struktur Organisasi Jawa Pos Radar Jombang

PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) mempunyai struktur organisasi yang mempunyai fungsi sebagai kejelasan tanggungjawab, kedudukan, maupun uraian tugas untuk mengatur jalannya perusahaan. Berikut struktur organisasi PT. Jombang Intermedia Pers (Jawa Pos Radar Jombang) :

2.2.1 Tugas dan Tanggung Jawab Perusahaan/Instansi

- 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 keselarasann 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 Iobi-Iobi dengan narasumber penting di pemerintahan, dunia usaha, dan berbagai instansi.

3. Redaktur

1. Bertanggung jawab terhadap mekanisme kerja redaksi sehari-hari
2. Memimpin rapat perencanaan, rapat *cecking*, 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

8. Mengembangkan, membina, menjalin lobi dengan sumber-sumberberita
 9. 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 pemmasaran
 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 dikirimke 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.

- 4. 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 ditagihkan sesuai dengan tanggal cetak

- Traffic order:
 1. Melakukan kontrol atas ketersediaan koran
 2. Menjalin hubungan baik dengan para pemberi iklan

3. Dokumentasi faktur dan Purchase Order
5. OB/Umum
1. Membersihkan dan merapikan meja, kursi, komputer dan perlengkapan lainnya.
 2. Mengirim/mengambil dokumen antar Divisi/Bagian Tak Tentu

2.2.2 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. Rojoful 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 2.2.2 Data Karyawan Perusahaan

2.2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

Radar Jombang sebelumnya merupakan kantor biro Jombang untuk Radar Mojokerto. Berkembangnya Radar Mojokerto yang cukup signifikan membuat Jawa Pos menganggap Jombang mempunyai potensi tersendiri untuk membangun kantor sehingga jajaran direksi Jawa Pos mempertimbangkan kemungkinan kantor biro Jombang untuk berdiri sendiri. Dan akhirnya pada 1 Januari 2016 Jawa Pos Radar Jombang resmi memisahkan diri dengan Radar Mojokerto.

Jawa Pos Radar Jombang merupakan lembaga yang memberikan informasi secara cepat dan update dengan menerbitkan iklan, berita ataupun artikel yang berguna sebagai media untuk menyampaikan informasi dan mempunyai fungsi yakni fungsi informasi, fungsi persuasi, fungsi pendidikan dan fungsi hiburan, Radar Jombang telah melaksanakan 4 fungsi tersebut dengan efisien.

Produk yang dijual dan dihasilkan PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang adalah Koran Radar Jombang yang menyajikan berita lokal seputar jombang, Koran Jawa Pos yang menyajikan berita seputar nasional maupun internasional, dan Koran Sportlite yang menyajikan berita seputar olahraga secara nasional dan internasional.

2.2.4 Kegiatan Harian Perusahaan

PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang merupakan lembaga yang memberikan informasi secara eksklusif dan update dengan menyumbangkan ragam potret berita, iklan, maupun artikel. Produk yang dijual di PT. Jombang Intermedia Pers Jawa Pos

Radar Jombang adalah Koran Radar Jombang (berita local seputar jombang), Koran Jawa Pos (berita seputar nasional maupun internasional), dan Koran Sportlite (berita seputar olahraga secara nasional dan internasional).

Adapun kegiatan harian pada Jawa Pos Radar Jombang yakni mencari berita dari kalangan masyarakat maupun pejabat untuk dijadikan isi dari berita pada Koran Jawa pos Radar jombang, selain itu tugas dari jawa pos radar jombang yaitu bisa menerima pemasangan iklan dari kalangan masyarakat yang ingin mengiklan kan sesuatu di dalam isi koran dapat berupa iklan penjualan rumah, iklan promosi sekolah, ataupun iklan penjualan yang lainnya , Tugas lain dari perusahaan Jawa Pos Radar Jombang juga menghadiri atau menyelenggarakan acara Event yang diselenggarakan secara Kerjasama dan kesepakatan Bersama dengan pihak terkait, selain itu fungsi Event pada Jawa Post Radar Jombang yaitu :

6. Memperkenalkan & mempromosikan brand Jawa Pos Radar Jombang
7. Meregenerasi budaya membaca di kalangan masyarakat.
8. Menjaga dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
9. Menambah relasi untuk memperluas pemasaran koran Jawa Pos Radar Jombang.

Kemudian perusahaan Jawa Pos Radar Jombang juga mengumpulkan semua data berita koran Radar dan Jawa Pos setiap bulannya untuk dijadikan arsip perusahaan.

BAB III

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MAGANG

3.1 Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan 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 dari tanggal 08 Agustus 2022 sampai dengan tanggal 08 September 2022.

Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
Senin	08.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Selasa	08.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Rabu	08.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Kamis	08.00 – 15.00	12.00 – 13.00
Jumat	08.00 – 15.00	12.00 – 13.00

Tabel 3.1 Jam Kerja Jawa Pos Radar Jombang

Pada hari pertama pelaksanaan Kuliah Kerja Magang (KKM) di jelaskan mengenai ruang lingkup kegiatan perusahaan, ruangan yang akan digunakan oleh mahasiswa magang dan melakukan perkenalan diri kepada staf yang bekerja di Perusahaan Jawa Pos Radar Jombang. Penulis juga di harapkan dapat meningkatkan kedisiplinan saat bekerja, tanggung jawab dalam melakukan pekerjaan yang diberikan, dan mampu bekerja secara efektif dan efisien dalam melaksanakan Kuliah Kerja Magang (KKM). Tidak hanya itu selama KKM mahasiswa di haruskan untuk mengikuti segala peraturan yang berlaku di Jawa Pos Radar Jombang seperti :

1. Mematuhi tata tertip yang berlaku di perusahaan
2. Menggunakan pakaian bebas rapi dan sopan selama KKM berlangsung
3. Data perusahaan yang diperoleh hanya untuk kepentingan akademik
4. Menjaga nama baik diri sendiri, Universitas, dan PT. Intermedia Pers Jawa Pos Radar Jombang.

Dalam melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Magang (KKM) ini, penulis lebih sering berada atau ditempatkan dibagian pendataan yang mana kegiatan harian ini lebih sering melakukan pendataan koran dari tahun 2021 sampai 2022 beserta penataan produk Jawa Pos Radar Jombang.

Pembimbing juga 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 dan mengedit video
- 2) Membuat flayer iklan
- 3) Membuat brosur event
- 4) Menata ulang koran sesuai dengan tanggal dan edisi
- 5) Menginput data wartawan berdasarkan hasil foto, berita yang terbit, dan artikel
- 6) Menginput data traffic order iklan
- 7) Merekap stock koran tahun 2022
- 8) Menulis kosa kata baku jawa pos
- 9) Melakukan survey pelanggan Jawa Pos Radar Jombang
- 10) Memilah koran antara Radar dengan Jawa Pos
- 11) Membuat surat-surat (surat pernyataan, surat permohonan, surat Penawaran Kerjasama, dll).
- 12) Menginput data bulanan followers Radar setiap awal bulan dan akhir bulan.

3.2 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.

3.3 Usulan Pemecahan Masalah/Solusi

3.3.1 Kendala Yang dihadapi

Kendala yang dihadapi oleh Radar Jombang

1. Kurangnya minat membaca pada generasi milenial yang mengakibatkan penurunan pada pemasaran Koran.
2. Kurangnya pemantauan kepada agen-agen koran yang berdampak pada pemasaran koran.

3.3.2 Solusi atau Cara Penyelesaian Kendala

1. Menumbuhkan minat baca dikalangan milineal saat ini menggunakan strategi bauran pemasaran atau yang di sebut dengan *Marketing Mix*. Dengan cara mengadakan event-event yang menarik diwilayah jombang dan juga melakukan promosi produk melalui plartform digital misalnya, Instagram, facebook, tiktok maupun melalui website agar tidak tertinggal oleh zaman yang serba digital ini.
- 4 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 lainnya 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-AMANAHDALAM.pdf](http://repositori.uin-alauddin.ac.id/11416/1/MUNAWARA-STRATEGI-MARKETING-KORAN-HARIAN-AMANAHDALAM.pdf)

Radar Jombang. 2016. File New Company Profile Koran.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Magang

Jawa Pos
RADAR JOMBANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : 46/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 : Hisyam Wahyuddin
Nim : 1961129
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 : Hisyam Wahyuddin
 NIM : 1961129
 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	90
2.	Kerjasama dalam tim/hubungan dengan rekan kerja	95
3.	Sikap, etika dan tingkah laku saat bekerja	90
4.	Kreativitas dan ketrampilan	95
5.	Kemampuan mengaplikasikan pengetahuan akademis dalam pekerjaan	90
6.	Kemampuan menyesuaikan diri dalam pekerjaan dan lingkungan kerja	90
7.	Kemampuan berkomunikasi	90
8.	Produktivitas Kerja*	95
Jumlah		735
Nilai Rata-Rata		91,87

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

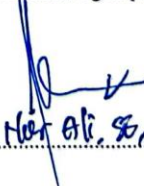
PENILAIAN KULIAH KERJA MAGANG MAHASISWA

Nama : Hisyam Wahyuddin
 NIM : 1961129
 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	92
3.	Pengetahuan tentang tugas dalam obyek KKM	92
4.	Tata Bahasa dan kerapihan laporan	90
5.	Kejelasan menyampaikan laporan	90
6.	Sistematika laporan	85
7.	Kemampuan mengidentifikasi masalah	85
8.	Kemampuan memberikan alternatif pemecahan masalah	85
Jumlah		711
Nilai Rata-Rata		88,88

Jombang, 20-09-2022













Dosen Pembimbing Lapangan,


 (..... Nur Ali S. Nugraha.....)

Lampiran 4. Formulir Kegiatan Mahasiswa

FORMULIR KEGIATAN HARIAN MAHASISWA

Nama : Hisyam Wahyuddin
 Nim : 1961129
 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Menginput data karyawan Membuat surat permintaan pengaktifan rekening dormant 	
	10 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Membuat flayer Parikan Jombang Menginput jumlah dan arsip koran tahun 2021 	
	11 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Merekap stock koran tahun 2022 Membuat flayer Parikan Jombang 	
	12 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Merekap koran bulan januari 2022 Membuat flayer Parikan Jombang 	
2	15 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Menulis kosakata baku Mendata pelanggan koran di Jombang 	
	16 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Membuat flayer Parikan Jombang Promosi Link berita 	
	18 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Membuat flayer Parikan Jombang Merekap sisa koran bulan Agustus & Juli 	
	19 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Membuat flayer Parikan Jombang 	
3	22 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Survey 10 tempat di Jombang (Pelanggan koran) Rekap hasil survey 	
	23 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Promosi link berita Survey 5 tempat Di Kesamben (pelanggan koran) 	
	24 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Rekap hasil survey Sortir jumlah koran bulan September-Desember tahun 2021 	

	25 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Survey 5 tempat di Ploso (Pelanggan koran) Rekap hasil survey 	f
	26 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Membuat flayer Parikan Jombang Rekap koran tahun 2022 	f
4	29 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Mendata koran di excel hasil penjualan tahun 2022 Membuat flayer Parikan Jombang 	f
	30 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian terkini Rekap koran tahun 2022 Sortir koran untuk diberikan ke agen 	f
	31 Agustus 2022	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> 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	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian Merekap koran bulanan Merekap data wartawan berdasarkan berapa hasil jepretan foto dan daftar berita setiap harinya. 	f
5	05 September 2022	<ul style="list-style-type: none"> 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
	06 September 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian Merapikan kwitansi bulanan 	f
	07 September 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian Print out poster berita Memilah koran antara Jawa pos dan Radar Jombang 	f
	08 September 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian Membuat flayer Memilah koran antara Jawa pos dan Radar Jombang 	f
	09 September 2022	<ul style="list-style-type: none"> Membuat video berita harian Memilah koran antara Jawa Pos dan Radar Jombang 	f

Jombang, 09 September 2022

Perwakilan Lapangan,



 (Moch. Faisol)

Lampiran 5. Dokumentasi Kegiatan Kuliah Kerja Magang



Kegiatan merekap hasil koran



Kegiatan memilah koran bulan Agustus



Kegiatan survey pelanggan sekaligus mempromosikan koran



Kegiatan merekap data foto, berita wartawan dan pelanggan



Penyerahan Cendera Mata



Penutupan magang KKM bersama kelompok