



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**AKTIVITAS PENGAWASAN INDUSTRI
DALAM DEPARTEMEN *DIGITAL MARKETING*
KOMPAS GRAMEDIA GROUP (KOMPAS TV)**



FAISAL ALDIANSYAH

NIM : 2005311077

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
**LAPORAN TUGAS AKHIR
HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN**
Diajukan untuk memenuhi persyaratan
Diploma III Politeknik Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2023

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Faisal Aldiansyah
NIM : 2005311077
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Aktivitas Pengawasan Industri Dalam
Departemen *Digital Marketing* Kompas
Gamedia Group (Kompas TV)

Depok, 16 Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Taufik Akbar, S.E, M.S.M.
NIP. 198409132018031001

Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd.
NIP. 198711122019032011



Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si.
NIP. 496501311989032001

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINSTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI DIPLOMA III ADMINSTRASI BISNIS


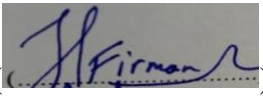

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Faisal Aldiansyah
NIM : 2005311077
Program Studi : Diploma III Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Aktivitas Pengawasan Industri Dalam
Departemen *Digital Marketing* Kompas
Gamedia Group (Kompas TV)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 16 Agustus 2023
Waktu : 09.45 – 10.45

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
Tim Penguji

Ketua Sidang : Taufik Akbar, S.E, M.S.M. ()
NIP : 198409132018031001
Penguji I : Firman Syah, S.Sos.I., M.M. ()
NIP : 198312102018031001
Penguji II : Riza Hadikusuma, M.Ag. ()
NIP : 197404032001121002

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, yang telah memberikan segala rahmat, karunia, dan nikmat-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul "Aktivitas Pengawasan Industri Dalam Departemen *Digital Marketing* Kompas Gramedia Group (Kompas TV)

Laporan tugas akhir ini berjudul “Aktivitas Pengawasan Industri Dalam Departemen *Digital Marketing* Kompas Gramedia Group (Kompas TV)” disusun untuk melengkapi persyaratan kelulusan Politeknik Negeri Jakarta, Jurusan Administrasi Niaga, Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rezeki dan karunia kepada Penulis sehingga mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Dr. SC. Zaenal Nur Arifin Dip. Ing HTL, M.T. sebagai Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dr. Iis Mariam., M.Si sebagai Ketua Jurusan Administrasi Niaga Periode 2021 – 2025.
4. Taufik Akbar, S.E., M.S.M sebagai Koordinator Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis sekaligus Dosen Pembimbing Materi tugas akhir yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan tugas akhir.
5. Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd selaku dosen pembimbing teknis yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penulisan tugas akhir.
6. Seluruh dosen Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
7. Seluruh anggota karyawan Kompas TV bagian *Digital Marketing* yang sudah memberikan dan mengizinkan penulis untuk melakukan praktik kerja lapangan (PKL) dan menjadikannya sebagai bahan laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL) .
8. Ibu Kholifah selaku orang tua penulis yang tidak pernah lelah selalu memberikan doa serta dukungan kepada penulis dari dulu hingga saat ini.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Rekan Sheva Chandra Anggraini yang telah memberikan dukungan moril kepada penulis untuk menuliskan laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL).
10. Rekan Hilmi Fauzan Nurkolim, Aimar Khalifah Sugianto, Rashi Ilalang Banyu Langit yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menuliskan laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL).
11. Rekan Rumah Bojek (Rumjek) yang sudah memberikan dukungan moril kepada penulis dalam penulisan laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL).

Dalam penulisan Laporan Praktek Kerja Lapangan (PKL), penulis merasa bahwa masih terdapat kekurangan baik dari segi penyajian maupun materi. Penulis berharap mendapat saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan laporan tugas akhir ini.

Depok, 16 Agustus 2023



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Faisal Aldiansyah



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan Penulisan	3
1.4 Manfaat Penulisan	3
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	4
2.1 Pengawasan Industri (<i>Industry Monitoring</i>).....	5
2.1.1 Tujuan Pengawasan Industri.....	5
2.1.2 Manfaat Pengawasan Industri.....	6
2.2 Pengertian Pemasaran.....	7
2.3 Strategi Pemasaran.....	7
2.4 Pengertian Analisis Pasar	8
2.5 Definisi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	9
2.6 Pengertian Pemasaran Digital.....	9
2.6.1 Strategi Pemasaran Digital.....	10
2.7 <i>Brand Equity</i>	11
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	13
3.1 Sejarah Perusahaan	13
3.2 Struktur Organisasi Pemasaran Kompas TV	15
3.3 Lokasi Perusahaan	16
3.4 Visi dan Misi Kompas TV.....	16

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.5	Aktivitas Umum Perusahaan	16
BAB IV PEMBAHASAN.....		16
4.1	Aktivitas Pengawasan Industri (<i>Industry Monitoring</i>) Kompas TV Untuk Menganalisis Calon Pelanggan/Klien	17
4.1.1	Mempersiapkan Analisis Pengawasan Industri	19
4.1.2	Analisis Pengawasan Industri (<i>Industry Monitoring</i>)	23
4.1.3	<i>Inventory</i> Kompas TV	27
4.2	Hambatan Departemen <i>Digital Marketing</i> dalam Menganalisis Pengawasan Industri	36
BAB V KESIMPULAN & SARAN		37
5.1	Kesimpulan	38
5.2	Saran	39
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN.....		43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo Perusahaan Kompas TV.....	13
Gambar 3.2 Struktur Organisasi <i>Marketing</i> Kompas TV	15
Gambar 4.1 Google Analytics.....	19
Gambar 4.2 Google Slides	20
Gambar 4.3 Microsoft Powerpoint.....	20
Gambar 4.4 Google Spreadsheet.....	21
Gambar 4.5 Canva.....	21
Gambar 4.6 Zoom Meetings	22
Gambar 4.7 Youtube	22
Gambar 4.8 Instagram.....	23
Gambar 4.9 Halaman Depan Hasil Analisis <i>Industry Monitoring</i>	23
Gambar 4.10 Tangkapan Layar <i>Brand</i> yang Dianalisis	25
Gambar 4.11 Deskripsi Hasil Pengumpulan Informasi Brand yang Dianalisis	26
Gambar 4.12 Potensi Sebagai Hasil Ide Penulis	26
Gambar 4.13 Deskripsi Lengkap Potensi Sebagai Hasil Ide Penulis.....	27
Gambar 4.14 Program KODE Kompas TV	27
Gambar 4.15 Program POLLING Kompas TV	28
Gambar 4.16 Program Kamar Rosi Kompas TV	28
Gambar 4.17 Program TGSL Kompas TV	29
Gambar 4.18 Program Klinik Kilat Kompas TV	29
Gambar 4.19 Program Lebih Dekat Dengan Kompas TV	30
Gambar 4.20 Program Opini Budiman Kompas TV.....	30
Gambar 4.21 Program Teman Bicara Kompas TV	31
Gambar 4.22 Program Berani Usaha Kompas TV.....	31
Gambar 4.23 Program Teras Eksis Kompas TV	32
Gambar 4.24 Program Livi on Point Kompas TV	32
Gambar 4.25 Program Lanturan Kompas TV	33
Gambar 4.26 Program Jalan Makan Kompas TV	33
Gambar 4.27 Program SUCI Uncut Kompas TV	34

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4.28 Program Obrolan Para Juara Kompas TV34

Gambar 4.29 Program Beranda Islami: Dengar Kata Ustadz Kompas TV35

Gambar 4.30 Program Talk.Change Kompas TV35



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai media massa, televisi sangat memiliki peran besar sebagai perantara informasi. Kategori program televisi seperti berita, hiburan bahkan komedi mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak. Kehadiran acara televisi yang kian banyak macamnya tersebut memaksa industri pertelevisian untuk terus melakukan inovasi dan transformasi agar terus berkembang mengikuti zaman. Berkat kategori program yang beragam, televisi mampu memberikan informasi yang sangat dibutuhkan oleh khalayak. Misalnya, program berita dapat memberikan informasi terbaru tentang peristiwa terkini, sedangkan program hiburan dapat memberikan hiburan yang menyenangkan untuk menenangkan pikiran. Bahkan, program komedi dapat memberikan ketawa dan kebahagiaan yang sangat dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari.

Media massa saat ini sudah menjadi hal yang lumrah dalam masyarakat untuk kehidupan sehari-hari, Media massa dapat dikategorikan menurut bentuk fisik, teknologi yang terlibat, proses komunikasi, dan lain-lain. Kategori utama media massa adalah media massa cetak (surat kabar, majalah, buku, dan dokumen tekstual lainnya) dan media massa elektronik (televisi, radio, film, rekaman *audio* dan *video*). Media massa elektronik memiliki berbagai keunggulan yang sangat memudahkan masyarakat di antaranya seperti cepat dari segi waktu, jangkauan lebih luas, terdapat audio dan visual yang tentu dapat memudahkan masyarakat untuk memahami isi berita.

Kompas TV adalah salah satu jaringan televisi swasta nasional anak perusahaan dari KG Media bagian dari Kompas Gramedia yang bergerak dalam bidang media massa khususnya televisi yang berada di Indonesia, Industri pemasaran digital saat ini sedang berkembang dan menjadi salah satu bagian terpenting dari bisnis. Oleh karena itu, Kompas TV perlu melakukan berbagai aktivitas pemasaran digital untuk mencapai target pasar dan bersaing dengan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

stasiun televisi lain. Kompas TV merupakan salah satu stasiun televisi swasta yang memiliki departemen pemasaran digital yang proaktif serta inovatif. Departemen pemasaran digital ini memiliki peran krusial dalam menciptakan strategi pemasaran digital yang efektif dan mengimplementasikannya melalui berbagai aktivitas dan program. Untuk memastikan bahwa strategi dan aktivitas yang dilakukan sesuai dengan tren dan perkembangan pasar, departemen pemasaran digital perlu melakukan pengawasan industri (*industry monitoring*) secara rutin. Pengawasan Industri (*Industry monitoring*) adalah proses pemantauan dan analisis terhadap perusahaan yang ingin diajak kerja sama oleh Kompas TV dengan *inventory* yang dimiliki oleh Kompas TV.

Untuk dapat berhasil mengimplementasikan aktivitas pengawasan industri dengan efektif, dibutuhkan beberapa langkah penting. Pertama, departemen pemasaran digital (*Digital Marketing*) harus memastikan bahwa mereka memiliki alat dan teknologi yang tepat untuk dapat memonitor industri dengan baik. Kemudian, mereka harus mampu menganalisis data dan informasi yang mereka peroleh dengan benar baik itu kampanye maupun program khusus klien, serta menarik kesimpulan yang tepat dari hasil observasi dan analisis mereka. Melalui pengawasan industri (*industry monitoring*), departemen pemasaran digital (*Digital Marketing*) pada Kompas TV dapat mengetahui kebutuhan calon pelanggan lebih mendalam, serta menyesuaikan strategi dan aktivitas pemasaran digital (*Digital Marketing*) mereka untuk memastikan kesuksesan dan efektivitas pemasaran yang dilakukan. Disebabkan pentingnya aktivitas pengawasan industri maka penulis tertarik untuk mengangkat tema ini menjadi judul laporan tugas akhir dengan judul “Aktivitas Pengawasan Industri dalam Departemen *Digital Marketing* Kompas Gramedia Group (Kompas TV)”

1.2 Ruang Lingkup

Dalam penulisan Tugas Akhir ini, ruang lingkup berperan penting karena penulis memiliki arah yang jelas dalam menulis Tugas Akhir. Diantaranya adalah aktivitas pengawasan industri (*industry monitoring*) dan kendala pada saat analisis menganalisis *brand* dalam pengawasan industri (*industry monitoring*).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan latar belakang dan ruang lingkup di atas, penulis memiliki tujuan kegiatan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- a. Memaparkan aktivitas yang dilakukan Departemen *Digital Marketing* Kompas TV dalam melakukan pengawasan industri (*industry monitoring*).
- b. Menjelaskan kendala yang dialami dalam melakukan pengawasan industry (*industry monitoring*) oleh Departemen *Digital Marketing* (pemasaran digital) Kompas TV.

1.4 Manfaat Penulisan

Penulisan tugas akhir ini memiliki nilai signifikan dalam beberapa aspek. Pertama, bagi penulis, ini merupakan peluang untuk mengamati bagaimana konsep mata kuliah Marketing diterapkan dalam dunia pekerjaan nyata. Kedua, bagi perusahaan, tugas akhir ini dapat memberikan pandangan mendalam tentang pengawasan industri dan mengidentifikasi hambatan yang perlu diatasi. Ketiga, dalam ranah ilmu pengetahuan, penulisan ini memberikan perbandingan praktik langsung dengan teori pemasaran yang diajarkan di perkuliahan, berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan pemasaran. Keseluruhannya, tugas akhir ini memberikan manfaat bagi penulis, perusahaan, dan perkembangan ilmu pengetahuan.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan tugas akhir ini, penulis memperoleh data, informasi, dan keterangan menggunakan teknik pengumpulan atau pencarian data sebagai berikut:

- a. Wawancara
Wawancara adalah proses dimana peneliti mengumpulkan informasi melalui pertanyaan dan jawaban yang diberikan oleh subjek penelitian. Dalam wawancara, peneliti memainkan peran sebagai pewawancara dan subjek sebagai responden. Tujuan dari wawancara adalah untuk

memahami pandangan, perasaan, dan pengalaman subjek terkait dengan topik penelitian. Wawancara dapat dilakukan secara lisan atau tertulis, terstruktur atau tidak terstruktur. Penulis melakukan komunikasi secara langsung berupa tanya jawab dengan Alfan Prianggara selaku kepala divisi *Brand Solutions Integration* dan Ahmadhan Bilani selaku *staff* divisi *brand Solutions Integration* departemen Pemasaran Digital Kompas TV terkait aktivitas pengawasan industri atau *industry monitoring* yang dilakukan Pemasaran digital Kompas TV.

b. Dokumentasi

Dokumentasi secara umum adalah proses mencatat, merekam, dan menyimpan informasi atau data dalam bentuk tertulis, audio, visual, atau media lainnya sebagai bukti atau referensi untuk keperluan tertentu. Dokumentasi dapat dilakukan untuk berbagai keperluan, seperti penelitian, administrasi, hukum, dan sebagainya. Dokumentasi yang baik dapat membantu dalam menghindari kesalahan atau kekeliruan dalam pengambilan keputusan atau dalam melacak sejarah suatu kejadian atau aktivitas. Selain itu, dokumentasi yang baik juga dapat membantu dalam berbagi pengetahuan, informasi, dan pengalaman dengan orang lain.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan penulis pada aktivitas pengawasan industri (*industry monitoring*) yang dilakukan oleh Kompas Gramedia Group Kompas TV untuk menjalin kerjasama dengan *Brand*, penulis dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Aktivitas pengawasan industri (*industry monitoring*) yang dilakukan sudah sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh para ahli pada bab II. Terdapat hal-hal penting yang harus dilakukan dalam melakukan pengawasan industri (*industry monitoring*) seperti pengumpulan informasi, analisis informasi, hingga penyebarluasan informasi terkait kondisi dan perkembangan industri serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Pada saat penulis melakukan pekerjaannya, dalam melakukan pengawasan industri (*industry monitoring*) penulis mengawali dengan melakukan pengumpulan informasi yang penting dari sebuah *brand* yang ingin diajak kerjasama untuk beriklan di Kompas TV, kemudian penulis melakukan analisis informasi yang sudah didapat dengan melakukan pengaitan *inventory* atau program apa yang cocok untuk dijadikan bahan kerjasama kepada *brand*, dan langkah terakhir yang dilakukan oleh penulis adalah penyebar luasan informasi yang sudah didapat kepada departemen *Account Excecutive/Sales* Kompas TV dalam bentuk presentasi yang dilakukan oleh penulis sehingga departemen *Account Excecutive/Sales* Kompas TV memiliki bahan yang menarik sebagai acuan kerjasama kepada *brand*, sehingga *brand* memiliki ketertarikan untuk bekerjasama dengan perusahaan Kompas TV.
- b. Pada penerapannya, pengawasan industri (*industry monitoring*) yang dilakukan oleh Kompas TV tidak luput dari kekurangan atau kendala

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang dapat menghambat proses pengerjaannya sehingga berdampak kepada efisiensi pekerjaan. Kendala-kendala tersebut adalah seperti kurangnya alat atau *tools* yang digunakan yang memang dibuat khusus untuk melakukan pengawasan industri (*industry monitoring*), alat yang digunakan masih secara manual dan konvensional seperti yang sudah penulis bahas pada Bab IV. Kemudian terdapat beberapa *brand* yang cukup sulit untuk dianalisis dikarenakan *brand* tersebut tidak begitu aktif dalam melakukan kampanye untuk mengiklanan produk mereka, sehingga penulis kurang mendapatkan informasi yang berkualitas, terlebih lagi terdapat *brand* yang memiliki kampanye yang cukup membingungkan, seperti kampanye pada media sosial dan kampanye pada situs resmi mereka terdapat perbedaan. Kendala terakhir yang dialami penulis adalah begitu cepatnya *trend* berubah sehingga hal itu dapat menjadi kendala bagi penulis untuk dapat memprediksi *trend* yang sekiranya akan ramai di masa akan datang seperti apa.

5.2 Saran

Setelah penulis menyelesaikan masa Praktek Kerja Lapangan pada bidang Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) perusahaan media Kompas TV, penulis berkeinginan untuk memberikan saran sebagai berikut:

- a. Kompas TV disarankan untuk memberikan pelatihan yang mendalam terkait dengan pekerjaan pengawasan industri (*industry monitoring*), hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas hasil pengerjaan dan hasil analisis sehingga dapat mengajak kerjasama lebih banyak *brand* dan dapat meningkatkan pendapatan perusahaan Kompas TV itu sendiri.
- b. Dalam setiap pelaksanaan pengawasan industri (*industry monitoring*) alangkah baiknya perusahaan untuk memberikan fasilitas yang cukup memadai, sehingga tidak perlu menggunakan alat atau *tools* analisis yang masih konvensional yang dapat berdampak kepada waktu yang dibutuhkan untuk pengerjaan menjadi lebih lama dan kurang efisien.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



- c. Kompas TV khususnya departemen Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) Kompas TV disarankan untuk memiliki ide yang segar dan tetap relevan untuk mengikuti perkembangan zaman, karena semakin cepatnya tren berubah maka tim Pemasaran Digital (*Digital Marketing*) Kompas TV wajib untuk selalu memantau dan memprediksi sekiranya tren apa yang akan ramai di masa yang akan datang.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. 2020. *Mudahnya Belajar Pemasaran*. Depok: Penerbit PNJ Press
- Anwar dkk. 2023. *Kewirausahaan Berbasis UMKM*. Yogyakarta: Seval Literindo Kreasi.
- Armstrong, G., & Kotler, P. 2017. *Principles of Marketing* (17 ed.) London: Pearson Education Limited.
- Cahyadi, A. 2021. *Pemasaran Digital: Strategi Komunikasi Bisnis di Era Digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Daryanto, & Rahardjo. 2017. *Pemasaran Digital*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media
- Fawzi, & Apriana. 2022. *Pemasaran Strategik: Teori dan Kasus*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Firmansyah dkk. 2019. *Pemasaran Digital: Strategi, Taktik, dan Teknik*. Jakarta: Penerbit Buku Kita.
- Haryanto, J. 2020. *Pemasaran Industrial: Konsep dan Aplikasi*. Depok: Penerbit RajaGrafindo Persada.
- Keegan, W., & Green, M. 2018. *Global Marketing*. London: Pearson Education Limited.
- Kertajaya. 2019. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- H. Kartajaya & I. Setiawan. *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2021. *Principles of Marketing*. London: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. 2016. *Marketing Management*. London: Pearson Education Limited.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Mulyadi. 2019. *Hal Penting Dalam Pemasaran*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Pradana, M., & Susanti. 2019. *Strategi Pemasaran Digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Rusdi. 2015. *Marketing Intelligence: Menggali Peluang Pasar dengan Akurasi Informasi yang Tepat*. Jakarta: Elex Media Komputind

Saputri dkk. 2023. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Bali: Intelektual Manifes Media.

Suhermin, & Rahmaniar. 2020. *Strategi Pemasaran Digital*. Yogyakarta: Deepublish.

Sumarwan. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Supranto. 2018. *Pemasaran: Teori dan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta.

Teguh, M. 2020. *Strategi Pemasaran: Teori dan Praktik*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Wijaya, G. 2019. *Memahami dan Menerapkan Digital Marketing*. Yogyakarta: Deepublish.

Artikel Website:

Mohamadi, R. 2023. "*Pentingnya Analisa Pasar untuk Kesuksesan Bisnis Anda*". (<https://www.jurnal.id> diakses pada 15 Juni 2023).

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Apa itu pengawasan industri (*industry monitoring*)?
2. Apa saja *tools* atau alat yang digunakan untuk melakukan pengawasan industri (*industry monitoring*)?
3. Apa saja langkah dalam melakukan pengawasan industri (*industry monitoring*)?
4. Apa tujuan dilakukannya pengawasan industri (*industry monitoring*)?
5. Apa manfaat dari melakukan pengawasan industri (*industry monitoring*)?
6. Apa saja yang menjadi kendala saat melakukan pengawasan industri (*industry monitoring*)?



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA