



© 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

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN



IMPLEMENTASI STRATEGI COPYWRITING DALAM OPTIMALISASI SOCIAL MEDIA MARKETING DI DAYALIMA GROUP

NUSYURA DIENI KHALISA
2308411042

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

BAHASA INGGRIS UNTUK KOMUNIKASI BISNIS
DAN PROFESIONAL
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
DEPOK
2026



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

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

- a. Judul : Implementasi Strategi *Copywriting* dalam Optimalisasi *Social Media Marketing* di Dayalima Group
- b. Penyusun
- 1) Nama : Nusyura Dieni Khalisa
 - 2) NIM : 2308411042
- c. Program Studi : D4 – Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional
- d. Jurusan : Administrasi Niaga
- e. Waktu Pelaksanaan : 19 Januari 2026 - 19 April 2026
- f. Tempat Pelaksanaan : Kantor Taman E3.3 Unit B 3-3A, Kawasan Mega Kuningan, DKI Jakarta 12950

Pembimbing PNJ

Jakarta, 02 Juni 2026

Pembimbing Perusahaan

Fanny Puji Rakhmi, S.Hum, M.Hum
NIP. 196201291988111001

Radhitya Budiputranto
NIP. 2252540

Mengesahkan,
Koordinator Program Studi BISPRO

Farizka Humolungo, S.Pd., M.A.
NIP. 199103022023212042



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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas segala berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dengan baik. Laporan ini disusun guna memenuhi persyaratan tugas magang/praktik kerja lapangan pada Program Studi Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional (BISPRO), Jurusan Administrasi Niaga. Dalam penyusunan laporan ini, penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Farizka Humolungo, S.Pd., M.A. selaku Koordinator Program Studi BISPRO.
2. Fanny Puji Rakhmi, S.Hum., M.Hum. selaku Dosen Pembimbing atas segala bimbingan, masukan, serta waktu dan perhatian yang diberikan selama proses penyusunan laporan ini.
3. Mba Novi Laurina selaku Direktur Dayalima Group dan Mas Radhitya Budiputranto selaku Kepala Divisi Marketing atas kepercayaan dan kesempatan yang diberikan kepada penulis.
4. Seluruh rekan kerja tim Marketing Dayalima Group yang senantiasa menemani dan membimbing penulis selama kegiatan PKL berlangsung.
5. Keluarga tercinta dan teman-teman terdekat atas segala dukungan, doa, dan semangat yang selalu menguatkan penulis dalam menyelesaikan laporan ini.

Akhir kata, penulis berharap laporan PKL ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah Subhanahu Wa Ta'ala.

Depok, 12 Juni 2026

Nusyura Dieni Khalisa



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 ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	ii
PRAKATA.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	v
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup Kegiatan	2
1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.4.1 Tujuan Pelaksanaan PKL.....	4
1.4.2 Manfaat	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Social Media Marketing.....	6
2.1.1 Pengertian dan Peran Social Media Marketing.....	6
2.1.2 Penggunaan Media Sosial Instagram dan LinkedIn sebagai Sarana Social Media Marketing.....	7
2.2 Copywriting	9
2.2.1 Pengertian dan Tujuan Copywriting.....	9
2.2.2 Strategi-Strategi Copywriting.....	10
2.2.3 Peran Copywriting dalam Marketing.....	12
BAB III	15
HASIL PELAKSANAAN	15
3.1 Unit Kerja Praktik Kerja Lapangan.....	15
3.2 Uraian Praktik Kerja Lapangan.....	16
3.3 Pembahasan Hasil Praktik Kerja Lapangan	20
3.3.1. Alur Kerja Pembuatan Konten.....	20



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

3.3.2 Implementasi Strategi Copywriting	21
3.3.3 Riset Trending Topics dan Perancangan Konten LinkedIn	25
3.4 Identifikasi Kendala yang Dihadapi	28
3.4.1 Kendala Pelaksanaan Tugas	28
3.4.2 Cara Mengatasi Kendala	29
BAB IV	31
KESIMPULAN DAN SARAN	31
4.1 Kesimpulan	31
4.2 Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	vi

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Logbook Mingguan PKL	18
Tabel 3.2 Analisis Formula AIDA pada Caption	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi Dayalima Group	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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi dan transformasi digital, kebutuhan dunia kerja terhadap tenaga profesional yang siap semakin meningkat. Perguruan tinggi dituntut untuk tidak hanya menghasilkan lulusan yang unggul secara akademis, tetapi juga mampu beradaptasi dengan dinamika industri yang terus berubah. Salah satu upaya yang ditempuh Politeknik Negeri Jakarta untuk menjawab tantangan tersebut adalah melalui program Praktik Kerja Lapangan (PKL), yang wajib ditempuh oleh seluruh mahasiswa sebagai bagian dari proses penyelesaian studi.

Program PKL memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk terjun langsung ke lingkungan kerja yang sesungguhnya, sehingga dapat mengasah kompetensi, membangun jejaring profesional, dan memperoleh wawasan nyata tentang industri yang diminati. Bagi penulis yang merupakan mahasiswa Program Studi Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional (BISPRO), program PKL ini menjadi momen penting untuk mengaplikasikan kemampuan komunikasi dan penulisan yang selama ini dipelajari di bangku perkuliahan.

Penulis melaksanakan PKL di Dayalima Group, sebuah perusahaan konsultan yang telah lama bergerak di bidang pengembangan *Human Resource* (Sumber Daya Manusia) dan *Leadership* (Kepemimpinan). Perusahaan ini berperan penting dalam membantu organisasi dari berbagai sektor industri untuk meningkatkan kapabilitas Sumber Daya Manusia (SDM) mereka, mulai dari pengembangan kompetensi kepemimpinan, pelatihan profesional, hingga solusi strategis di bidang SDM. Pengalaman PKL ini diharapkan dapat menjadi bekal yang berharga bagi penulis dalam mengembangkan kompetensi di bidang penulisan dan komunikasi secara profesional.



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

Sebagai perusahaan yang terus berkembang, Dayalima Group menyadari pentingnya kehadiran digital yang kuat untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Perkembangan media sosial dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah cara perusahaan berkomunikasi dengan audiens mereka. Platform seperti Instagram, LinkedIn, dan sejenisnya kini menjadi kanal utama dalam menjangkau calon klien, membangun *brand awareness*, serta memperkuat citra perusahaan secara digital. Dayalima Group pun turut memanfaatkan momentum ini dengan aktif mengembangkan kehadiran digitalnya, baik untuk keperluan promosi program dan kegiatan, maupun untuk membangun citra personal para pemimpin perusahaan di ranah profesional.

Dalam konteks inilah penulis dilibatkan secara langsung dalam dua lini kegiatan utama, yaitu penerapan *copywriting* untuk mendukung promosi kegiatan perusahaan melalui media sosial, serta perancangan konten LinkedIn dalam rangka membangun *personal branding Chief Executive Officer (CEO)* Dayalima Group. Kedua kegiatan tersebut mencerminkan bagaimana *copywriting* berperan sebagai elemen kunci dalam mengoptimalkan strategi *social media marketing* perusahaan, mulai dari menarik perhatian audiens, menyampaikan pesan secara strategis, hingga mendorong keterlibatan (*engagement*) yang bermakna. Laporan PKL ini disusun untuk mendokumentasikan, menganalisis, dan merefleksikan pengalaman tersebut sebagai bentuk pertanggungjawaban akademis sekaligus kontribusi nyata terhadap pemahaman praktis mengenai implementasi strategi *copywriting* dalam mengoptimalkan *social media marketing* di lingkungan perusahaan jasa profesional.

1.2 Ruang Lingkup Kegiatan

Selama menjalani PKL di Dayalima Group, penulis ditempatkan di divisi Marketing. Penulis dilibatkan dalam kegiatan yang berfokus pada pembuatan konten digital untuk mendukung komunikasi dan pemasaran perusahaan. Adapun ruang lingkup kegiatan yang dilakukan meliputi:



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

1. Penerapan *copywriting* untuk mendukung promosi kegiatan yang diselenggarakan oleh Dayalima Group melalui media sosial. Kegiatan ini mencakup penyusunan *caption*, *tagline*, dan teks promosi (*social media copy*) yang disesuaikan dengan platform yang digunakan, dengan memperhatikan *tone*, gaya bahasa, dan target audiens dari setiap kegiatan.
2. Pembuatan konten LinkedIn dalam rangka membangun *personal branding* CEO Dayalima Group. Penulis terlibat dalam merancang *copywriting* yang berfokus pada tiga area utama, yaitu *thought leadership* untuk memposisikan CEO sebagai pakar di industri *Human Resource* (HR) dan *leadership*, *corporate narratives* untuk menyampaikan nilai dan visi perusahaan, serta *key business initiatives* untuk mengkomunikasikan program dan inisiatif bisnis strategis kepada audiens profesional di LinkedIn.
3. Penulis juga terlibat dalam beberapa kegiatan yang diselenggarakan dalam rangka membangun hubungan yang lebih erat dan bermakna dengan klien-klien dari Dayalima Group, sekaligus memperkuat citra perusahaan sebagai mitra terpercaya di industri *Human Resource* dan *leadership*.

Secara keseluruhan, laporan ini secara spesifik membahas implementasi *copywriting* dalam dua konteks utama: pertama, penyusunan *social media copy* untuk keperluan promosi event Dayalima Group di Instagram; dan kedua, perancangan konten LinkedIn dengan *copywriting* untuk membangun *personal branding* CEO perusahaan. Kedua fokus tersebut menjadi pokok bahasan yang dianalisis dan direfleksikan sepanjang laporan ini.

1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

PKL ini berlangsung selama tiga bulan dan dilaksanakan secara *hybrid* sesuai dengan kebijakan perusahaan terkait.

- Waktu : 19 Januari 2026 - 19 April 2026
- Jam Kerja : 08.30 - 17.30
- Alamat :



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

- Head Office : Kantor Taman E3.3 Unit B 3-3A Kawasan, Jl. Mega Kuningan Barat No.RT.1, RT.1/RW.2, Kuningan, Kuningan Timur, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950
- Jakarta Office : Alamanda Tower, Jakarta, Jl. TB Simatupang No.22-26 23rd floor, RT.1/RW.1, Cilandak Bar., Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430
- Website : <https://www.dayalima.com/id/>

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan Pelaksanaan PKL

Pelaksanaan PKL di Dayalima Group memiliki beberapa tujuan, meliputi:

1. Mengasah kemampuan *copywriting* dalam konteks *social media marketing*, khususnya dalam pembuatan *social media copy* untuk kebutuhan pemasaran.
2. Memahami sistem kerja tim Marketing di perusahaan jasa profesional.
3. Meningkatkan kemampuan adaptasi, komunikasi, dan kerja sama dalam lingkungan profesional.
4. Memenuhi persyaratan akademik program PKL sebagai bagian dari kurikulum Program Studi Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional (BISPRO) Politeknik Negeri Jakarta.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan PKL ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan keterampilan *copywriting* dan *content writing*, khususnya dalam penyusunan konten media sosial yang strategis dan persuasif.



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

2. Menerapkan ilmu komunikasi bisnis dan profesional di lingkungan kerja secara nyata.
3. Memperoleh pengalaman praktis melalui keterlibatan langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan acara perusahaan sebagai bagian dari strategi pemasaran dan branding.
4. Mengembangkan kemampuan komunikasi, manajemen waktu, serta kerja sama tim dalam mendukung kegiatan pemasaran perusahaan.
5. Mendukung pengembangan *brand image* perusahaan di bidang *human resources* dan *leadership consulting*.





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 IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Pelaksanaan PKL penulis di Divisi Marketing Dayalima Group selama tiga bulan, terhitung sejak 19 Januari hingga 19 April 2026, telah memberikan pengalaman praktis yang berharga bagi penulis dalam mengimplementasikan keterampilan *copywriting* dan *social media marketing* di lingkungan kerja profesional. Berdasarkan keseluruhan kegiatan yang telah dilaksanakan, penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

Strategi *copywriting* yang diterapkan secara sistematis, khususnya melalui formula AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), terbukti efektif dalam menyusun pesan yang terstruktur dan persuasif untuk keperluan promosi kegiatan Dayalima Group di Instagram. Setiap elemen AIDA berkontribusi secara sinergis dalam memandu audiens melalui proses kognitif dan emosional hingga mendorong mereka untuk mengambil tindakan nyata, seperti mendaftar pada mini workshop yang dipromosikan.

Sementara itu, pendekatan *storytelling* berbasis *trending topics* yang diterapkan dalam perancangan konten LinkedIn untuk *personal branding* CEO Dayalima Group terbukti menjadi strategi yang kontekstual dan adaptif. Dengan mengaitkan isu-isu terkini dari ranah *leadership* global, fenomena budaya populer, dan berita dunia ke dalam narasi yang relevan dengan industri HR dan *leadership consulting*, konten yang dihasilkan mampu membangun kredibilitas CEO sebagai *thought leader* sekaligus memperkuat citra Dayalima Group di mata audiens profesional LinkedIn.



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

Secara keseluruhan, pengalaman PKL di Dayalima Group membuktikan bahwa kemampuan komunikasi dan penulisan yang dipelajari di Program Studi Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional (BISPRO) Politeknik Negeri Jakarta memiliki relevansi dengan kebutuhan industri. Keterampilan menyusun pesan yang tepat sasaran, memahami karakteristik audiens, serta beradaptasi dengan gaya komunikasi yang berbeda per platform merupakan kompetensi yang secara langsung diaplikasikan dan terus diasah selama pelaksanaan PKL.

4.2 Saran

Berdasarkan pengalaman selama menjalani PKL di Divisi Marketing Dayalima Group, penulis ingin menyampaikan beberapa saran bagi teman-teman yang akan melaksanakan PKL di masa mendatang, bukan sekadar panduan teknis, melainkan juga refleksi atas hal-hal yang dirasakan langsung selama tiga bulan berada di lingkungan kerja profesional.

Bagi Program Studi BISPRO, pengembangan kurikulum yang lebih berorientasi pada komunikasi bisnis di era digital kiranya perlu menjadi perhatian. Dunia industri saat ini tidak hanya menuntut kemampuan berbahasa yang baik, tetapi juga pemahaman atas bagaimana pesan dikomunikasikan melalui berbagai platform digital dengan pendekatan yang tepat sasaran. Penguatan literasi digital bisnis dalam kurikulum akan sangat relevan dalam mempersiapkan mahasiswa menghadapi tuntutan industri komunikasi yang terus berkembang.

Sementara itu, bagi teman-teman yang akan melaksanakan PKL, terdapat beberapa hal yang penulis bisa sampaikan. Pertama, kuasai platform dan manfaatkan teknologi yang tersedia. Di era saat ini, kemampuan mengoperasikan tools digital bukan lagi nilai tambah, melainkan kebutuhan dasar. Mahasiswa disarankan untuk mulai mengeksplorasi berbagai platform dan alat bantu yang relevan dengan bidangnya, termasuk memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) sebagai mitra kerja, bukan sesuatu yang perlu ditakuti atau dihindari. Kemampuan untuk bekerja



© 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

berdampingan dengan teknologi secara cerdas dan kritis justru akan menjadi keunggulan tersendiri di mata dunia kerja.

Kedua, asah soft skill dengan sungguh-sungguh karena itulah yang paling terasa perbedaannya di lapangan. Kemampuan berkomunikasi dengan jelas, mengelola waktu, menerima kritik tanpa defensif, serta berkolaborasi dengan tim yang memiliki latar belakang berbeda adalah keterampilan yang tidak bisa sepenuhnya dipelajari dari bangku kuliah. PKL adalah ruang untuk melatih semua itu secara nyata. Mahasiswa yang datang dengan kerendahan hati dan kemauan untuk terus belajar akan mendapatkan jauh lebih banyak dari sekadar nilai akhir.

Ketiga, nikmati prosesnya termasuk bagian yang tidak menyenangkan. Akan ada hari-hari di mana pekerjaan terasa berat, ekspektasi tidak terpenuhi, atau kesalahan terjadi di tengah tekanan tenggat waktu. Namun justru di momen-momen itulah pembelajaran paling berharga terbentuk. Setiap hambatan yang dihadapi selama PKL, jika disikapi dengan reflektif dan lapang dada, akan menjadi pondasi yang jauh lebih kokoh dibandingkan pengalaman yang berjalan mulus tanpa tantangan.

**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

- Agung, R., Santoso, B., & Pratiwi, D. (2024). Storytelling sebagai strategi komunikasi merek di media sosial: Analisis konten dan engagement. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 12(1), 45–62.
- Albashita, M. (2024). Pengaruh storytelling dalam konten media sosial terhadap brand engagement: Studi kasus UMKM digital. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(3), 78–91.
- Ditami, A. (2022). Efektivitas fitur Instagram dalam meningkatkan brand engagement perusahaan jasa. *Jurnal Komunikasi Pemasaran*, 9(1), 20–35.
- Hakim, L. (2023). LinkedIn sebagai platform personal branding profesional di era digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11(4), 200–215.
- Harmoko, A., & Hermawan, D. (2023). Copywriting sebagai instrumen komunikasi strategis dalam pemasaran digital. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 7(2), 55–70.
- Julius, F., & Agustin, R. (2022). Strategi komunikasi merek melalui media sosial untuk membangun kepercayaan konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis*, 4(1), 88–103.
- Kinanti, A., & Imran, H. (2021). Social media marketing sebagai pendekatan strategis dalam komunikasi pemasaran digital. *Jurnal Pemasaran dan Komunikasi*, 3(2), 15–28.
- Kurniawati, S. (2022). Analisis formula AIDA pada caption media sosial dalam meningkatkan keterlibatan audiens. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(3), 61–76.
- Maslahah, I. (2025). Copywriting emosional dan pengaruhnya terhadap performa konten pada platform berbasis algoritma. *Jurnal Teknologi Komunikasi*, 8(1), 1–16.
- Mona, D., & Pramulia, T. (2023). Peran copywriter dalam membangun brand awareness melalui konten media sosial. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 10(2), 140–155.
- Nurfitria, R., & Duma, A. (2024). Konsistensi copywriting dalam pembentukan brand identity dan brand image perusahaan. *Jurnal Pemasaran Strategis*, 6(1), 22–37.



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

Salma, N. (2024). Pengaruh konsistensi konten LinkedIn CEO terhadap reputasi perusahaan dan kepercayaan audiens profesional. *Jurnal Kepemimpinan dan Manajemen*, 7(1), 30–45.

Taufik, M., & Setiawati, R. (2024). Implementasi formula AIDA dalam penulisan caption media sosial untuk meningkatkan engagement audiens. *Jurnal Komunikasi dan Pemasaran Digital*, 5(2), 90–107.

Wahyudin, A., & Rokhaminawanti, L. (2022). Social media marketing: Strategi terencana untuk membangun brand awareness dan keterlibatan audiens. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 14(3), 175–190





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerusan 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

LAMPIRAN

Lampiran 1. Logbook

LOGBOOK PKL

1. Nama Perusahaan/Industri : Dayalima Group
2. Alamat : - Head office: Kantor Taman E3.3
Unit B 3-3A, Kawasan Mega
Kuningan, DKI Jakarta 12950
- Jakarta office: Alamanda Tower,
Jakarta, Jl. TB Simatupang No.22-
26 23rd floor
3. Judul : Implementasi Strategi *Copywriting*
dalam Optimalisasi *Social Media*
Marketing di Dayalima Group
4. Pembimbing Perusahaan : Radhitya Budiputranto

Minggu ke-1

TANGGAL	KEGIATAN
19 Januari 2026	Pengenalan profil perusahaan dan orientasi sistem kerja.
20 Januari 2026	Menyusun brief pelaksanaan workshop.
21 Januari 2026	Membuat caption dan undangan (invitation) untuk pemasaran Mini Workshop.
22 Januari 2026	Menyusun materi presentasi (slide deck) untuk keperluan Mini Workshop.
23 Januari 2026	Melakukan riset dan analisis mengenai influencer di platform LinkedIn.



© 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

Minggu ke-2

TANGGAL	KEGIATAN
26 Januari 2026	Melanjutkan riset dan analisis mengenai influencer di platform LinkedIn.
27 Januari 2026	Melakukan uji coba (dry run) pelaksanaan workshop.
28 Januari 2026	Melaksanakan Mini Workshop dan mempresentasikan hasil riset influencer.
29 Januari 2026	Melakukan revisi pada draf laporan hasil riset.
30 Januari 2026	Mengikuti briefing untuk cara pemesanan desain.

Minggu ke-3

TANGGAL	KEGIATAN
2 Februari 2026	Merevisi hasil riset, menyusun brief desain, serta mencari referensi flyer untuk Exclusive Event.
3 Februari 2026	Mengikuti briefing koordinasi dan melakukan persiapan awal Exclusive Event.
4 Februari 2026	Mempersiapkan kebutuhan logistik dan teknis Exclusive Event.
5 Februari 2026	Melanjutkan persiapan teknis dan koordinasi Exclusive Event.
6 Februari 2026	Menyelesaikan persiapan akhir menjelang Exclusive Event.

Minggu ke-4

TANGGAL	KEGIATAN
9 Februari 2026	Bertugas sebagai staf meja registrasi (front desk) pada pelaksanaan Exclusive Event.
10 Februari 2026	Menyusun brief desain untuk poster.
11 Februari 2026	Menyusun materi presentasi (slide deck) untuk kebutuhan Mini Workshop.
12 Februari 2026	Memfinalisasi materi presentasi dan melakukan uji coba (dry run) Mini Workshop.



© 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

13 Februari 2026	Melaksanakan Mini Workshop serta membuat caption dan undangan untuk promosi Mini Workshop berikutnya.
------------------	---

Minggu ke-5

TANGGAL	KEGIATAN
16 Februari 2026	Membuat caption dan undangan digital untuk keperluan promosi Mini Workshop.
17 Februari 2026	LIBUR NASIONAL / CUTI BERSAMA
18 Februari 2026	Mengikuti briefing konten LinkedIn CEO serta membuat caption dan undangan promosi Mini Workshop.
19 Februari 2026	Menyusun materi presentasi (slide deck) untuk keperluan Mini Workshop.
20 Februari 2026	Melakukan uji coba teknis (dry run) sebelum pelaksanaan Mini Workshop.

Minggu ke-6

TANGGAL	KEGIATAN
23 Februari 2026	Melaksanakan kegiatan Mini Workshop.
24 Februari 2026	Melakukan riset lokasi (venue) potensial untuk penyelenggaraan offline event.
25 Februari 2026	Melanjutkan riset lokasi, mencari vendor merchandise, dan mulai menyusun materi Mini Workshop.
26 Februari 2026	Melakukan survei/inspeksi langsung ke venue.
27 Februari 2026	Mengikuti briefing teknis offline event dan menghubungi sales venue.

Minggu ke-7

TANGGAL	KEGIATAN
02 Maret 2026	Melanjutkan <i>research venue</i> untuk offline event.
03 Maret 2026	Berkoordinasi dengan pemateri terkait persiapan Mini Workshop.
04 Maret 2026	Menyusun brief desain untuk poster.



© 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

05 Maret 2026	Melakukan rapat koordinasi bersama pemateri guna membahas rincian materi Mini Workshop.
06 Maret 2026	Menyusun caption untuk pemasaran kegiatan Mini Workshop.

Minggu ke-8

TANGGAL	KEGIATAN
09 Maret 2026	Membuat materi undangan (invitation) untuk pemasaran Mini Workshop.
10 Maret 2026	Mempersiapkan seluruh kebutuhan logistik dan perlengkapan untuk offline event.
11 Maret 2026	Bertugas sebagai staf meja registrasi (front desk) pada pelaksanaan offline event.
12 Maret 2026	Menyusun materi presentasi (slide deck) dan melakukan uji coba (dry run) Mini Workshop.
13 Maret 2026	Melaksanakan kegiatan Mini Workshop.

Minggu ke-9

TANGGAL	KEGIATAN
16 Maret 2026	Menyusun brief desain poster, membuat caption, dan undangan untuk promosi Mini Workshop.
17 Maret 2026	Mempersiapkan kebutuhan teknis menjelang pelaksanaan Mini Workshop.
18 Maret 2026	Mengoptimalkan strategi pemasaran dan penyebaran informasi Mini Workshop.
19 Maret 2026	Melengkapi kebutuhan operasional terakhir untuk Mini Workshop.
20 Maret 2026	LIBUR NASIONAL / CUTI BERSAMA

Minggu ke-10

TANGGAL	KEGIATAN
23 Maret 2026	LIBUR NASIONAL / CUTI BERSAMA
24 Maret 2026	LIBUR NASIONAL / CUTI BERSAMA
25 Maret 2026	Menyusun materi presentasi (slide deck) untuk kebutuhan Mini Workshop.



© 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

26 Maret 2026	Melakukan persiapan teknis operasional Mini Workshop.
27 Maret 2026	Memfinalisasi seluruh persiapan menjelang Mini Workshop.

Minggu ke-11

TANGGAL	KEGIATAN
30 Maret 2026	Menyiapkan materi untuk Mini Workshop.
31 Maret 2026	Melaksanakan Mini Workshop sekaligus memulai persiapan untuk Mini Workshop berikutnya.
01 April 2026	Membuat caption dan materi undangan promosi untuk pemasaran Mini Workshop.
02 April 2026	Melakukan riset lokasi untuk offline event dan mengelola pemasaran Mini Workshop.
03 April 2026	LIBUR NASIONAL / CUTI BERSAMA

Minggu ke-12

TANGGAL	KEGIATAN
06 April 2026	Menyusun laporan penyelesaian keuangan (settlement) pasca-pelaksanaan offline event.
07 April 2026	Melakukan riset lanjutan dan menghubungi pihak sales <i>venue</i> untuk agenda offline event.
08 April 2026	Melakukan survei lapangan (site inspection) ke <i>venue</i> rencana offline event.
09 April 2026	Melaksanakan kegiatan Mini Workshop.
10 April 2026	Melakukan riset topik tren terkini untuk CEO LinkedIn Communication.

Minggu ke-13

TANGGAL	KEGIATAN
13 April 2026	Membuat dan mengajukan formulir permintaan pembayaran (Payment Request Form) untuk vendor.
14 April 2026	Menyusun brief konten dan <i>order</i> desain <i>flyer</i> untuk kegiatan Talkshow DMI.
15 April 2026	Mengikuti rapat koordinasi (regroup) terkait <i>handover</i>



© 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

	pengelolaan media sosial.
16 April 2026	Melakukan revisi pada desain <i>flyer</i> Talkshow DMI.
17 April 2026	Merevisi <i>flyer</i> Talkshow DMI, membuat caption unggahannya, serta memperbarui topik tren untuk CEO LinkedIn Communication.

Jakarta, 02 Juni 2026
Pembimbing Perusahaan


(Radhitya Budiputranto)
NIP. 2252540



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

Lampiran 2. Hasil pekerjaan

- *Copywriting untuk Social Media Marketing*

Internal Invitation

Halo Heroes,

Dayalima kembali hadir dengan mini-workshop yang sangat relevan bagi klien kita yang tengah sibuk melakukan rekrutmen besar-besaran di awal tahun.

Topik kali ini: **Warning: Mengapa Kandidat "Sempurna" Anda Gagal dalam 90 Hari Pertama?**

Kita sering mendengar keluhan klasik dari klien: "Kandidatnya terlihat hebat di CV dan interview, tapi kok performanya jauh dari ekspektasi?"

Di ~~sesi~~ ini, Dr. Maharani Syahratu Kertapati (Head of Future of Work, Daya Dimensi Indonesia) akan membongkar *blind spot* besar dalam rekrutmen *entry-level*: kegagalan kita dalam menilai potensi nyata hanya dari sekadar kata-kata.

Workshop ini tidak akan membahas tips interview standar, melainkan membuka mata klien tentang:

- **The Blind Spot:** Mengapa CV yang dipoles dan interview yang dilatih justru menipu para leader.
- **Diagnosa Adaptasi:** Tanda-tanda tersembunyi mengapa talenta berbakat gagal berbaur dengan kultur perusahaan.
- **Digital Behavioral Lab:** Bagaimana simulasi digital bisa mengungkap karakter asli kandidat sebelum mereka resmi bergabung.

Mohon bantuan teman-teman untuk menyebarkan undangan ini. Mari bantu klien kita agar investasi rekrutmen mereka di awal tahun ini tidak menjadi sia-sia.

Silahkan copy-paste pesan berikut di WhatsApp/ Email dan lampirkan poster acara

Apakah Anda sedang merekrut "Pekerja Terbaik" atau hanya "Aktor Terbaik"? 🤖

Di era AI, CV bisa dipoles dan jawaban interview bisa dilatih. Banyak pemimpin HR merasa proses rekrutmen mereka sudah cukup baik, sampai akhirnya kandidat "sempurna" tersebut justru gagal atau *resign* dalam 90 hari pertama.

Masalahnya bukan pada kandidatnya, tapi pada alat ukur kita. CV dan interview formal adalah alat untuk profesional berpengalaman, bukan untuk menilai potensi *entry-level* yang belum memiliki rekam jejak.

Bergabunglah dalam Guided Mini Workshop bersama Dr. Maharani Syahratu Kertapati (Head of Future of Work, Daya Dimensi Indonesia). Kita akan membongkar *blind spot* dalam proses rekrutmen Anda dan beralih dari sekadar mendengarkan apa yang mereka katakan ke melihat apa yang benar-benar mereka lakukan.

📅 Rabu, 28 Jan 2026 | 🕒 10:00 – 11:00 WIB (Online via Zoom)

Daftar Sekarang: Cari solusi untuk mengoptimalkan rekrutmen Anda.

Daftar di sini: <https://bit.ly/DDI-GBA>



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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Apakah tim "High Performer" Anda sebenarnya sedang berada di titik bahaya? ⚠

Kita sering memuji tim yang selalu lembur sebagai tim yang loyal. Namun faktanya, produktivitas per jam justru menurun drastis setelah 55 jam kerja per minggu. Memaksakan kerja ekstra seringkali menghasilkan *zero additional output* dan justru memicu *burnout*.

Masalahnya bukan pada etos kerja tim Anda, tapi pada sistem yang kita bangun. Burnout bukan masalah personal—ini masalah operasional yang serius dan bisa diukur dampak-dampaknya.

Bergabunglah dalam **Mini Workshop Terarah** bersama **Bima Pusaka Samedhi** (Senior Consultant, Daya Dimensi Indonesia). Kita akan berhenti melihat *burnout* sebagai kelemahan individu, dan mulai membangun workplace wellbeing yang sistematis dengan strategi praktis yang bisa langsung diterapkan.

📅 Jum'at, 13 Feb 2026

🕒 10:00 – 11:00 WIB (Online via Zoom)

Daftar Sekarang: Ciptakan lingkungan kerja yang mendukung performa jangka panjang.

📍 Daftar di sini: <https://bit.ly/MW-HPHR>

Halo [Nama],

Belakangan ini, fenomena kerja lembur dan budaya "all-in" seolah menjadi standar baru untuk membuktikan produktivitas. Namun, tahukah Anda bahwa tuntutan untuk selalu "on" sering kali menjadi awal dari risiko operasional yang serius?

Banyak pemimpin hanya fokus pada turnover sebagai indikator masalah. Padahal, ada dampak yang jauh lebih dalam: kualitas keputusan yang menurun, engagement tim yang menghilang, hingga produktivitas yang terlihat tinggi namun sebenarnya tidak menghasilkan output berkualitas.

Apakah tim "High Performer" Anda sebenarnya sedang berada di titik bahaya?

Bergabunglah dalam **Guided Mini Workshop** bersama **Bima Pusaka Samedhi** (Senior Consultant, Daya Dimensi Indonesia). Pelajari cara mengukur dampak burnout, membangun workplace wellbeing yang sistematis, dan strategi praktis yang bisa langsung diterapkan.

DETAIL WORKSHOP:

📅 Tanggal: Jum'at, 13 Februari 2026

🕒 Waktu: 10:00 – 11:00 WIB 🌐

Platform: Online (Zoom)

DAFTAR DI SINI: 📍 bit.ly/MW-HPHR

Sampai jumpa di sesi ini!

Salam hangat,



© 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



dayadimensi.id Apakah Anda ingin menjadi trainer atau fasilitator, namun bingung harus mulai dari mana? Kurangnya rasa percaya diri saat membawakan materi atau kesulitan dalam mengelola dinamika kelas bisa menghambat efektivitas sesi pelatihan yang Anda berikan.

Saatnya membangun kompetensi diri sebagai fasilitator yang profesional dan berdampak melalui Public Training & Certification: Training in Action (TACT) bersama Daya Dimensi Indonesia.

Jangan lewatkan kesempatan ini!

📅 Daftar sekarang: bit.ly/PublicProgram-DDI-2026

☎ Kontak Tiwi (WA) 0877-3775-8707

✉ info@dayadimensi.id



daya5rekrutmen A slow "Time-to-Hire" is a silent revenue killer. Between candidate ghosting, operational drag, and sunk sourcing costs, "waiting for the right moment" is costing you the industry's top 10% talent.

Stop losing your future leaders and start securing the industry's top 10% with Dayalima Recruitment.

CONTACT US TODAY:

Manda: +62 812-8952-5949 (WhatsApp)

info@dayalima.id

6w See translation



daya5rekrutmen Top talent isn't choosing based on salary—it's choosing based on signal. If your employer brand feels generic or unclear, you become the backup option.

A weak reputation, vague identity, and slow hiring experience are silent deal-breakers.

Stop being compared. Become the destination top talent chooses.

CONTACT US TODAY:

Manda: +62 812-8952-5949 (WhatsApp)

info@dayalima.id

6w See translation



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

- Identifikasi *Trending Topics*

Leadership:

1. *American Fast Food CEO's taste test their Food in response to McDonald's backlash.* ([Burgers aside, the internet wants more CEOs to try their own products](#))
 - Possible Topics of Discussion:
 - What does it say about a company when the leaders themselves don't believe in the product?
 - How do the actions of one leader create a ripple effect on the industry?

Pop-culture Indonesia:

2. *Aldi's Burger Marketing Sensation* ([Aldis Burger Cempaka Putih, Viral Karena Jargon Unik, Gimana Rasanya? - Nibble](#))
 - Possible Topics of Discussion:
 - How innovation & going against the grain can lead to success?
 - Which is more important, personality or product?
 - Can a viral moment/gimmick create longevity?
3. *The rise of Hipdut* ([Genre Musik "Hipdut" Jadi Peluang Indonesia Bawa Musik Lokal Bersaing di Ranah Dunia](#))
 - Possible Topics of Discussion:
 - How the magnetism of authenticity and culture can propel a movement/product.
 - Learning about Innovation and community building through the youth.

World News:

4. *Artemis II Mission* ([Artemis II crew completes record-breaking trip around the moon and sees "unreal" solar eclipse](#))
 - Possible Topics of Discussion:
 - How to keep a team motivated when the mission takes years and the finish line is literally out of this world?
 - What does it take to lead a mission with no margin for error — and what can business leaders borrow from NASA's playbook?
5. *Oracle Cuts Up to 30,000 Jobs to Fund AI Buildout* ([Oracle's Massive 30,000 Layoff as AI Spending Surges - Forbes](#))
 - Possible Topics of Discussion:
 - What does it mean for employees when "AI efficiency" becomes the justification for every job cut?
 - How do you lead a team through an AI transition without losing trust?
 - When a company is profitable but still lays off thousands — is that leadership, or a capital allocation gamble?