



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

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN



PENERAPAN TEKNIK PENERJEMAHAN PADA SIARAN
PERS DI PT SURYA CITRA MEDIA

Sharifah Fatimah Ummu Najwa
2208411003
**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

BAHASA INGGRIS UNTUK KOMUNIKASI BISNIS DAN
PROFESIONAL

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

DEPOK

2025



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

HALAMAN PENGESAHAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

- a. Judul : Penerapan Teknik Penerjemahan Pada Siaran Pers Di PT Surya Citra Media
- b. Penyusun
1) Nama : Sharifah Fatimah Ummu Najwa
2) NIM : 2208411003
- c. Program studi : Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional
- d. Jurusan : Administrasi Niaga
- e. Waktu pelaksanaan : 26 Agustus - 24 Desember 2025
- f. Tempat pelaksanaan : SCTV Tower, Lt 17, Jl. Asia Afrika No.Lot 19, RT.1/RW.3, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270

Jakarta, 12 Desember 2025

Pembimbing PNJ

Prof. Dr., Dra., Ina Sukaesih , M.M., M.Hum.

NIP 196104121987032004

Pembimbing Perusahaan

Rika Priwantina

NIK 04101043

Mengesahkan,

Ketua Program Studi Bispro

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



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program pendidikan di Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional, Politeknik Negeri Jakarta, serta sebagai bentuk pertanggungjawaban atas kegiatan magang yang telah dilaksanakan di PT. Surya Citra Media, Tbk, selama periode Agustus 2025 hingga Desember 2025. Penulis menyadari bahwa tersusunnya laporan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Farizka Humolungo , S.Pd., M.A. selaku Koordinator Program Studi Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional (Bispro)
2. Prof. Dr., Dra., Ina Sukaesih , M.M., M.Hum. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan ini;
3. Perusahaan Surya Citra Media, Tbk.yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan;
4. Orang tua dan keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan moral dan material;
5. Rekan-rekan magang Immerse Batch 1 yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membala segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga laporan Praktik Kerja Lapangan ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Depok, 8 Desember 2025

Sharifah Fatimah Ummu Najwa



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

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Kegiatan	1
1.2 Ruang Lingkup Kegiatan	1
1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	2
1.4 Tujuan dan Manfaat	2
1.4.1 Tujuan.....	2
1.4.2 Manfaat	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Penerjemahan.....	4
2.2 Proses Penerjemahan	4
2.3 Teknik Penerjemahan	5
2.4 Siaran Pers.....	8
BAB III HASIL PELAKSANAAN.....	10
3.1 Unit Kerja Praktik Lapangan	10
3.2 Uraian Praktik Kerja Lapangan	11
3.3 Uraian Tahapan Penerjemahan	14
3.3.1 Teknik Penerjemahan yang Digunakan untuk Siaran Pers.....	16
3.4 Identifikasi Kendala yang Dihadapi	22
3.4.1 Kendala Pelaksanaan Tugas	22
3.4.2 Cara Mengatasi Kendala	23
BAB IV PENUTUP	24
4.1 Kesimpulan	24
4.2 Saran	24
REFERENSI	26



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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Logbook Kegiatan Mahasiswa PKL.....	11
Tabel 3.2. Tabel Teknik Padanan Lazim	17
Tabel 3.3. Tabel Teknik Transposisi.....	18
Tabel 3.4. Tabel Teknik Modulasi.....	19
Tabel 3.5. Tabel Teknik Peminjaman.....	19
Tabel 3.6. Tabel Teknik Amplifikasi.....	20
Tabel 3.7. Tabel Teknik Adaptasi.....	21

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Proses Penerjemahan menurut Nida dan Taber.....	4
Gambar 3.1. Struktur Organisasi PT Surya Citra Media.....	10





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

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Surya Citra Media Tbk (SCM) merupakan salah satu grup perusahaan media terbesar di Indonesia yang menaungi berbagai lini bisnis, termasuk televisi, digital, dan teknologi. Melalui anak perusahaannya, PT. Surya Citra Media,, SCM berperan penting dalam penyebaran informasi dan komunikasi publik melalui beragam platform, termasuk televisi dan media daring. Salah satu bentuk komunikasi yang rutin dipublikasikan adalah siaran pers, yang berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi resmi perusahaan kepada publik, media massa, dan stakeholder.

Dalam publikasi siaran pers, penerapan strategi penerjemahan yang tepat sangat penting untuk menjaga akurasi informasi, terutama ketika pesan berasal dari sumber berbahasa asing atau ditujukan kepada audiens multibahasa. Penerjemahan yang akurat memastikan kejelasan, profesionalisme, dan kesesuaian budaya bagi pembaca sasaran. Selain itu, penerjemahan yang dilakukan dengan baik membantu menjaga reputasi organisasi dengan mencegah terjadinya kesalahpahaman yang dapat menimbulkan misinformasi atau citra negatif di mata publik. Penerjemahan juga memungkinkan pesan disampaikan sesuai dengan norma linguistik, nilai sosial, dan gaya komunikasi dari pasar yang dituju. Oleh karena itu, praktik penerjemahan dalam siaran pers bukan sekadar aktivitas linguistik, melainkan aspek penting dalam komunikasi korporat yang memperkuat jangkauan global dan meningkatkan hubungan dengan media.

Sebagai mahasiswa Program Studi Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional, penulis berkesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Surya Citra Media dengan posisi sebagai Social Media Assistant. Dalam posisi ini, penulis terlibat dalam pengelolaan konten media sosial sekaligus mendukung proses penerjemahan siaran pers agar dapat dipublikasikan secara efektif di berbagai platform media. Laporan ini disusun sebagai bentuk



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

pertanggungjawaban atas kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilaksanakan, khususnya terkait penerapan teknik penerjemahan pada siaran pers.

1.2 Ruang Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Surya Citra Media meliputi:

1. Mengelola dan mempublikasikan konten media sosial perusahaan.
2. Mendukung penyusunan dan penerjemahan siaran pers dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris atau sebaliknya.
3. Mengaplikasikan teknik penerjemahan yang sesuai agar siaran pers dapat diterima dengan baik oleh audiens internasional maupun lokal.

Dengan ruang lingkup tersebut, penulis memfokuskan laporan ini pada penerapan teknik penerjemahan dalam siaran pers yang dipublikasikan PT. Surya Citra Media selama periode Praktik Kerja Lapangan (PKL).

1.3 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan selama empat bulan, mulai tanggal 26 Agustus 2025 hingga 24 Desember 2025. Selama periode tersebut, penulis bekerja pada hari Senin hingga Jumat dengan jam kerja pukul 09.00 hingga 17.00 WIB mengikuti ketentuan perusahaan. Tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah SCTV Tower, salah satu gedung operasional PT. Surya Citra Media yang berlokasi di Jakarta. Informasi lebih lanjut mengenai program Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini dapat diakses melalui laman resmi <https://www.scm.co.id> dan [journeyatscm](#)

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Tujuan dari Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini adalah sebagai berikut:

1. Memahami proses penyusunan dan publikasi siaran pers di lingkungan media.
2. Mempelajari dan menerapkan teknik penerjemahan pada siaran pers untuk memastikan akurasi dan kejelasan informasi.



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

3. Mendapatkan pengalaman bekerja sebagai penerjemah secara profesional, disiplin, dan bertanggung jawab.

1.4.2 Manfaat

Manfaat dari Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini adalah sebagai berikut:

1. Penulis memperoleh pengalaman langsung dalam dunia kerja yang dapat meningkatkan kesiapan dalam menghadapi dunia industri.
2. Memberikan pengalaman nyata bagi penulis dalam dunia kerja media dan penerjemahan.
3. Laporan ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang akan melakukan PKL di perusahaan yang sama atau bidang yang serupa.

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

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Surya Citra Media memberikan pengalaman berharga bagi penulis dalam menerapkan teori penerjemahan secara praktis di dunia kerja, khususnya dalam bidang media dan komunikasi. Melalui kegiatan penerjemahan dua siaran pers utama, penulis mempraktikkan tahapan penerjemahan menurut Nida dan Taber (1982) serta menerapkan teknik-teknik penerjemahan dari Molina dan Albir (2002) seperti padanan lazim, transposisi, modulasi, adaptasi, dan amplifikasi.

Meskipun menghadapi kendala berupa perbedaan struktur bahasa, keterbatasan waktu, dan belum adanya panduan gaya bilingual yang baku, penulis berhasil menanganinya melalui riset istilah, diskusi dengan pembimbing lapangan, serta pemanfaatan alat bantu penerjemahan digital. Pengalaman ini meningkatkan kemampuan penulis dalam menghasilkan terjemahan yang akurat, komunikatif, dan sesuai dengan konteks media profesional, sekaligus memperkuat keterampilan komunikasi dan kedisiplinan kerja.

4.2 Saran

Berdasarkan pengalaman selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Surya Citra Media, penulis menyarankan agar mahasiswa yang akan menjalani PKL di bidang media dan komunikasi mempersiapkan diri dengan memperdalam teori serta teknik penerjemahan, khususnya dalam konteks jurnalistik dan korporat. Pemahaman yang baik terhadap karakteristik teks media, seperti siaran pers, artikel promosi, dan rilis acara, sangat penting agar hasil terjemahan dapat disesuaikan dengan gaya penulisan yang efektif dan komunikatif.

Bagi penerjemah atau mahasiswa selanjutnya yang akan melaksanakan PKL di PT. Surya Citra Media, disarankan untuk membekali diri dengan pengetahuan mengenai terminologi khas dunia media, branding, serta gaya bahasa yang



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

digunakan dalam publikasi internasional. Penting pula untuk melatih keterampilan riset dan manajemen waktu, mengingat lingkungan kerja media menuntut kecepatan sekaligus ketelitian dalam menyampaikan informasi.

Selain itu, penerjemah perlu terbiasa menggunakan berbagai sumber referensi seperti kamus istilah jurnalistik, style guide internasional (misalnya AP Style), serta contoh siaran pers dari perusahaan global. Tidak kalah penting, penerjemah disarankan aktif berdiskusi dengan pembimbing lapangan atau tim editorial untuk mendapatkan pemahaman konteks yang lebih akurat dan menjaga konsistensi gaya penulisan.

Dengan sikap teliti, disiplin, dan terbuka untuk belajar, diharapkan mahasiswa penerjemah selanjutnya dapat melanjutkan dan meningkatkan kualitas hasil kerja yang telah dilakukan, serta mampu menghasilkan terjemahan yang profesional dan selaras dengan citra perusahaan. Penulis juga mengapresiasi PT. Surya Citra Media atas kesempatan dan bimbingan yang diberikan selama masa magang, serta menyarankan agar perusahaan terus membuka peluang magang serupa bagi mahasiswa untuk mengembangkan kompetensi mereka di bidang penerjemahan media.

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

REFERENSI

- Catford, J. C. (1965). *A linguistic theory of translation* (Vol. 31). Oxford university press London.
- House, J. (2014). *Translation quality assessment: Past and present*. Routledge.
- Molina, L., & Hurtado Albir, A. (2002). Translation techniques revisited: A dynamic and functionalist approach. *Meta*, 47(4), 498–512.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2011). *Effective public relations* (9th ed.). Jakarta Kencana Prenada Media Grup.
- Newmark, P. (2003). *A textbook of translation*. Prentice HaH international vUIO Ltd.
- Nida, E. A., & Taber, C. R. (2003). Testing the Translation. In *The Theory and Practice of Translation* (pp. 163–173). Brill.
- Agil Aria Alif Putra (2024). *PENERJEMAHAN DALAM PEMBUATAN PRESS RELEASE DI BANDARA SOEKARNO-HATTA*.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta m

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

LAMPIRAN 1 : Surat Keterangan Magang

SCM

Member of
Emtek

LETTER OF ACCEPTANCE

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Swastika Pranasari
Jabatan : GM Talent Performance, Reward & Analytics
Nama Perusahaan : PT. Surya Citra Media, Tbk.

Selaku penanggung jawab Program Magang di PT. Surya Citra Media, Tbk, dengan ini menyatakan bahwa nama tersebut:

Nama : Sharifah Fatimah Ummu Najwa
Universitas : Politeknik Negeri Jakarta
Program Studi : Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional

Bersama dengan surat ini diterima sebagai peserta **IMMERSE** di PT. Surya Citra Media, Tbk dengan pelaksanaan pada 26 Agustus 2025 – 24 Desember 2025.

Demikian surat pernyataan ini kami sampaikan dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 25 Agustus 2025

Swastika Pranasari
GM Talent Performance, Reward & Analytics

PT SURYA CITRA MEDIA Tbk
SCTV Tower, Jl. Asia Afrika lot 10 Jl. Jatinegara 10210, Indonesia
Telp. +62 21 2793 5525 | Fax. +62 21 2793 5444 | www.scm.co.id



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulis
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politek
2. Dilarang mengungumumkan dan memperbanyak sebagian atau sel
tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN 2 : Logbook Kegiatan Mahasiswa Magang

emtekmedia <i>Immerse</i>																	
LAPORAN KEGIATAN IMMERSE – AGUSTUS 2025																	
<p>Nama : Sharifah Fatimah Ummu Najwa NIM : 2208411003 Universitas : Politeknik Negeri Jakarta Posisi : Social Media Assistant - Brand</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Periode</th> <th>Kegiatan Utama</th> <th>Dokumentasi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Minggu ke-1</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-2</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-3</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-4</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan Lingkungan Magang - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand  </td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Jakarta, 31 Agustus 2025</p> <p> (Rika Priawantina)</p>			Periode	Kegiatan Utama	Dokumentasi	Minggu ke-1			Minggu ke-2			Minggu ke-3			Minggu ke-4	<ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan Lingkungan Magang - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand 	
Periode	Kegiatan Utama	Dokumentasi															
Minggu ke-1																	
Minggu ke-2																	
Minggu ke-3																	
Minggu ke-4	<ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan Lingkungan Magang - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand 																
emtekmedia <i>Immerse</i>																	
LAPORAN KEGIATAN IMMERSE – SEPTEMBER 2025																	
<p>Nama : Sharifah Fatimah Ummu Najwa NIM : 2208411003 Universitas : Politeknik Negeri Jakarta Posisi : Social Media Assistant - Brand</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Periode</th> <th>Kegiatan Utama</th> <th>Dokumentasi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Minggu ke-1</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Community Report Untuk Brand  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-2</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-3</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-4</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Moderasi Social Media Activity - Membuat Brief Konten  </td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Jakarta, 30 September 2025</p> <p> (Rika Priawantina)</p>			Periode	Kegiatan Utama	Dokumentasi	Minggu ke-1	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Community Report Untuk Brand 		Minggu ke-2	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 		Minggu ke-3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 		Minggu ke-4	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Moderasi Social Media Activity - Membuat Brief Konten 	
Periode	Kegiatan Utama	Dokumentasi															
Minggu ke-1	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Community Report Untuk Brand 																
Minggu ke-2	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 																
Minggu ke-3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 																
Minggu ke-4	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Moderasi Social Media Activity - Membuat Brief Konten 																

emtekmedia <i>Immerse</i>																	
LAPORAN KEGIATAN IMMERSE – OKTOBER 2025																	
<p>Nama : Sharifah Fatimah Ummu Najwa NIM : 2208411003 Universitas : Politeknik Negeri Jakarta Posisi : Social Media Assistant - Brand</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Periode</th> <th>Kegiatan Utama</th> <th>Dokumentasi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Minggu ke-1</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Membuat Brief Content Video  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-2</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-3</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat press release - Mengirimkan press release - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-4</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social  </td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Jakarta, 31 Oktober 2025</p> <p> (Rika Priawantina)</p>			Periode	Kegiatan Utama	Dokumentasi	Minggu ke-1	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Membuat Brief Content Video 		Minggu ke-2	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social 		Minggu ke-3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat press release - Mengirimkan press release - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand 		Minggu ke-4	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social 	
Periode	Kegiatan Utama	Dokumentasi															
Minggu ke-1	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Membuat Brief Content Video 																
Minggu ke-2	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social 																
Minggu ke-3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat press release - Mengirimkan press release - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand 																
Minggu ke-4	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social 																
emtekmedia <i>Immerse</i>																	
LAPORAN KEGIATAN IMMERSE – NOVEMBER 2025																	
<p>Nama : Sharifah Fatimah Ummu Najwa NIM : 2208411003 Universitas : Politeknik Negeri Jakarta Posisi : Social Media Assistant - Brand</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Periode</th> <th>Kegiatan Utama</th> <th>Dokumentasi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Minggu ke-1</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-2</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-3</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-4</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Shoot Konten Brand - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand  </td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Jakarta, 30 November 2025</p> <p> (Rika Priawantina)</p>			Periode	Kegiatan Utama	Dokumentasi	Minggu ke-1	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 		Minggu ke-2	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social 		Minggu ke-3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social 		Minggu ke-4	<ul style="list-style-type: none"> - Shoot Konten Brand - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 	
Periode	Kegiatan Utama	Dokumentasi															
Minggu ke-1	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 																
Minggu ke-2	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social 																
Minggu ke-3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social 																
Minggu ke-4	<ul style="list-style-type: none"> - Shoot Konten Brand - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 																
emtekmedia <i>Immerse</i>																	
LAPORAN KEGIATAN IMMERSE – DESEMBER 2025																	
<p>Nama : Sharifah Fatimah Ummu Najwa NIM : 2208411003 Universitas : Politeknik Negeri Jakarta Posisi : Social Media Assistant - Brand</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th>Periode</th> <th>Kegiatan Utama</th> <th>Dokumentasi</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Minggu ke-1</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Shoot Konten Brand - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-2</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat press release - Mengirimkan press release - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-3</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social  </td> <td></td> </tr> <tr> <td>Minggu ke-4</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>Jakarta, 19 Desember 2025</p> <p> (Rika Priawantina)</p>			Periode	Kegiatan Utama	Dokumentasi	Minggu ke-1	<ul style="list-style-type: none"> - Shoot Konten Brand - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 		Minggu ke-2	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat press release - Mengirimkan press release - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand 		Minggu ke-3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social 		Minggu ke-4		
Periode	Kegiatan Utama	Dokumentasi															
Minggu ke-1	<ul style="list-style-type: none"> - Shoot Konten Brand - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 																
Minggu ke-2	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat press release - Mengirimkan press release - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand 																
Minggu ke-3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Social 																
Minggu ke-4																	

jauan suatu masalah.



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

LAMPIRAN 3 : Gambaran Umum

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN



Sejarah Singkat Perusahaan

PT Surya Citra Media Tbk (SCM) merupakan perusahaan media massa yang tergabung dalam EMTEK Group dan bergerak pada industri multimedia, hiburan, serta komunikasi, terutama pertelevision. SCM dikenal sebagai salah satu perusahaan penyiaran terbesar di Indonesia dengan rekam jejak lebih dari 33 tahun dalam menghadirkan tayangan berkualitas bagi masyarakat.

Perusahaan ini berdiri pada 29 Januari 1999 di Jakarta dengan nama PT Cipta Aneka Selaras, kemudian pada tahun 2001 berganti menjadi PT Surya Citra Media Tbk. SCM resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia pada 16 Juli 2002 dengan kode saham SCMA, setelah sebelumnya mengakuisisi 99,99% saham PT Surya Citra Televisi (SCTV). Seiring berkembangnya industri media, SCM terus memperluas bisnisnya melalui berbagai pendirian dan akuisisi perusahaan.

Ekspansi SCM dimulai dengan mendirikan PT Surya Citra Pesona pada tahun 2010 yang bergerak di bidang penyiaran televisi daerah. Pada tahun 2013, SCM melakukan merger dengan PT Indosiar Karya Mandiri Tbk serta mengakuisisi 51% saham Screenplay. Perluasan berikutnya dilakukan dengan mendirikan PT Surya Trioptima Multikreasi pada tahun 2014 dan membentuk sub-holding PT Indonesia Entertainment Group (IEG) pada tahun 2015. Ekspansi berlanjut pada tahun 2017 melalui akuisisi PT Sinemart Indonesia, kemudian pada tahun 2019 SCM kembali memperbesar portofolionya dengan mengakuisisi Vidio.com, Kapan Lagi Youniverse (KLY), dan Binary Ventura Indonesia. Selain itu, SCM juga memiliki penyertaan saham sebesar 51% di PT Mediatama Televisi (Nexparabola).

Hingga saat ini, SCM terus berkomitmen menyediakan konten hiburan dan informasi yang bermakna melalui berbagai platform media, termasuk dua stasiun televisi nasional terbesar di Indonesia, yaitu SCTV dan Indosiar. SCM juga terus mendorong inovasi untuk memperkaya layanan media berbasis konten yang relevan bagi perkembangan budaya dan gaya hidup masyarakat Indonesia.

Adapun visi SCM adalah "Menjadi penyedia hiburan dan informasi terdepan bagi bangsa Indonesia." Visi ini diwujudkan melalui misi perusahaan, yaitu "Berupaya untuk menjadi pilihan pertama dalam penyedia konten berkualitas, untuk menghibur, mendidik, dan memberikan informasi bagi bangsa Indonesia." Berdasarkan visi dan misi tersebut, SCM berupaya menjadi media pilihan masyarakat dengan konten yang unggul, menarik, dan terus berkembang, melalui peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM). SCM menargetkan usaha yang mampu memberikan manfaat dan keberlanjutan bagi seluruh pemangku kepentingan.

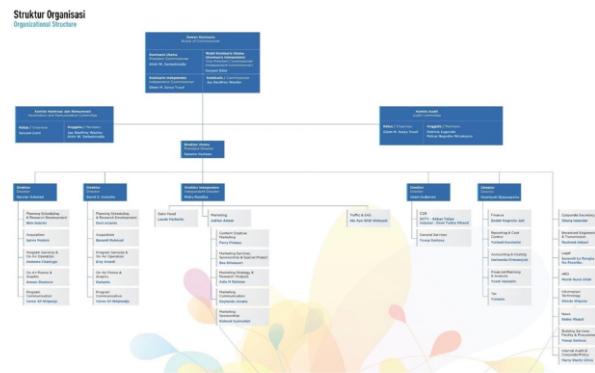


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Struktur Organisasi Perusahaan



Dalam struktur organisasi perusahaan PT Surya Citra Media Tbk, terdapat 21 divisi/ unit yang tidak tertera di dalam bagan. Perincian dari divisi yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- 1) Corporate Secretary
- 2) On Air
- 3) Promo IVM & SCTV
- 4) Corporate Service MTV
- 5) DR.M
- 6) Amadeo
- 7) Broadcast Support
- 8) Transmission & Bussiness Development – EYE
- 9) IEP
- 10) News
- 11) Creative & Production VIP
- 12) Acquisition IVM & SCTV
- 13) Marketing & Sales
- 14) SinemArt
- 15) PSOA IVM & SCTV
- 16) Social Media
- 17) CSR



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

- 18) Progcomm
- 19) Reporting & Cost Control
- 20) Tax
- 21) Mentari TV

Adapun dari banyaknya divisi yang ada, pemagang tergabung dalam divisi social media, tepatnya sebagai Social Media Assistant. Karena banyaknya anak-anak divisi yang dimiliki oleh Perusahaan Surya Citra Media, terutama divisi Social Media IP ini tergolong ke dalam divisi yang baru saja dibentuk, maka namanya tidak tertera dalam struktur organisasi di atas. Namun, apabila dihubungkan dengan struktur organisasi tersebut, divisi Media Sosial berada di bawah naungan Marketing Strategic and Media Business.

Tugas dan wewenang divisi Sosial Media PT Surya Citra Media

Divisi Social Media bertugas untuk me-manage kegiatan perusahaan yang dilakukan secara digital, social media management merupakan proses mengelola, mengawasi, serta memanfaatkan media sosial guna mencapai tujuan bisnis dan berguna juga untuk menganalisa pengguna media sosial agar strategi pemasaran dapat dikembangkan.

Dalam posisi ini, penulis terlibat dalam pengelolaan konten media sosial sekaligus mendukung proses penerjemahan siaran pers agar dapat dipublikasikan secara efektif di berbagai platform media. Perusahaan dalam program ini juga memberikan kesempatan kepada para *intern*-nya untuk dapat ikut serta dalam berbagai kegiatan yang terselenggara dibawahnya. Dalam hal ini, penulis beberapa kali berkesempatan untuk menghadiri *event-event* seperti HUT SCTV, Awards, serta beberapa konferensi pers. Kesempatan yang diberikan tentunya didasari karena adanya tugas yang akan dilakukan oleh *intern*. Penulis pada berbagai kegiatan tersebut bertugas untuk mendokumentasikan guna keperluan konten yang akan dipublikasikan ke dalam akun-akun resmi di bawah perusahaan Surya Citra Media Tbk.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Polit

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

LAMPIRAN 4 : Dokumen Tambahan



SIARAN PERS

DERETAN PASANGAN MUDA HINGGA SELEBRITI FENOMENAL TANAH AIR SALING BERSAING DI "INFOTAINMENT AWARDS 2025" SCTV Persembahkan 11 Kategori Penghargaan dalam Infotainment Awards 2025

Jakarta, 15 September 2025

SCTV kembali menghadirkan ajang penghargaan bergengsi 'Infotainment Awards 2025', sebagai bentuk apresiasi kepada para selebriti tanah air yang telah mewarnai industri hiburan dan tayangan infotainment selama satu tahun terakhir. 'Infotainment Awards 2025' akan hadir pada hari Jumat, 19 September 2025 LIVE pukul 21.00 WIB dengan 11 penghargaan, yakni "Best Couple", "Best Male Character", "Best Female Character", "Gorgeous Mom", "Gorgeous Dad", "Gorgeous Baby", "Most Charming Male Celebrity", "Most Charming Female Celebrity", "Wedding of The Year", Artis Paling Sosmed serta Celebrity of The Year.

"Ajang "Infotainment Awards 2025" merupakan wadah apresiasi sekaligus cerminan seberapa besar perhatian publik akan kehadiran para pesohor tanah air yang di industri hiburan. Pada tahun kesebelas pelaksanaannya, akan ada 11 penghargaan dari setiap kategori yang sekaligus menjadi barometer popularitas para nominee di benak masyarakat Indonesia melalui dukungan nyata via akun media sosial resmi SCTV" ungkap Banardi Rachmad selaku Deputy Director Programming SCTV.

Malam penganugerahan "Infotainment Awards 2025" akan dipandu oleh host kesayangan pemirsanya Raffi Ahmad, Fanny Ghasani, dan Sastra Silalahi. Sementara penampilan Duo Maia, Lesti Kejora, Tenxi & Naykilla, dan Kendis & Adi yang turut memeriahkan malam penghargaan ini bersama Cast Sinetron SCTV yaitu Asmara Gen Z, Cinta Sedalam Rindu, dan Cinta di Bawah Tangan akan menambah kemeriahan malam anugerah "Infotainment Awards 2025".

Kategori "Wedding of The Year" akan tetap hadir di "Infotainment Awards 2025". Pernikahan pasangan fenomenal Luna Maya & Maxime Bouttier yang sedang hangat diperbincangkan akan bersanding dengan sejumlah pasangan yang menggelar pernikahannya di tahun 2025 diantaranya Al Ghazali & Alyssa Daguisse yang ramai diperbincangkan netizen.



© Hak

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



Febby Rastanty dari sinetron "Cinta di Bawah Tangan" yang menikah dengan **Drajad Djumantara** seorang perwira polisi juga dalam kategori yang sama dengan **Harris Vriza & Haviza Devi Anjani**, serta pasangan muda **Angga Yunanda & Shenina Cinnamon** yang juga menghebohkan netizen dengan kejutan pernikahan mereka di awal tahun 2025 ini. Kelima pasangan fenomenal tersebut akan bersaing dalam kategori "**Wedding of The Year**".

Sementara itu, pasangan **El Rumi & Syifa Hadju** yang berhasil memenangkan kategori '**Best Couple**' pada 'Infotainment Awards 2024' lalu akan kembali bersaing dengan sejumlah pasangan selebriti yaitu **Fujianti Utami Putri & Verrell Bramasta**, **Callista Arum & Abun Sungkar**, **Sarwendah & Giorgio Antonio Chandra**, serta **Sandrinna Michelle & Junior Roberts**. Kemudian, lima buah hati selebriti yang berhasil menarik perhatian netizen dengan tingkah lucu dan menggemaskan mereka akan bersanding pada kategori '**Gorgeous Baby**' diantaranya **Muhammad Leslar Al Fatih Billar** yang telah berhasil memenangkan kategori ini di Infotainment Awards 2023 dan 2024 akan kembali berkompetisi memikat masyarakat dengan **Sabil Maratungga Cundamani**, **Rayyanza Malik Ahmad**, **Kamari Sky Wassink**, dan **Abe Abraham**. Tak hanya itu, pada kategori '**Gorgeous Mom**', **Lesti Kejora** yang pada tahun 2022-2024 berhasil memenangkan kategori ini akan kembali bersanding dengan deretan selebriti lainnya yakni **Bella Bonita**, **Nagita Slavina**, **Nikita Willy**, dan **Jennifer Coppen**.

Pemirsa masih dapat terus memberikan dukungan untuk nominasinya melalui polling via akun media sosial resmi SCTV di Instagram, Facebook, dan X dengan memberikan like pada salah satu foto dari masing-masing kategori "Infotainment Awards 2025". Selain itu, pemirsa juga dapat memberikan dukungan melalui **voting VIDIO** dengan melakukan pengiriman virtual gift pada tayangan streaming SCTV di aplikasi VIDIO, hingga hari **Kamis, 18 September 2025 hingga pukul 23.59 WIB**. Hingga saat ini, persaingan dukungan dari masing-masing kategori masih terus berlangsung.

Saksikan "Infotainment Awards 2025" hari Jumat, 19 September 2025 LIVE pukul 21.00 WIB hanya di SCTV!

Follow our social media:
Website: www.sctv.co.id
Facebook: /SCTV
X: @SCTV
Instagram: @SCTV
Vidio: @SCTV
TikTok: @SCTV_



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



PRESS RELEASE

A Lineup of Young Couples and Prominent Indonesian Celebrities Compete in “Infotainment Awards 2025”

SCTV Presents 11 Award Categories in the 2025 Infotainment Awards

Jakarta, September 15, 2025

SCTV proudly presents the prestigious “**Infotainment Awards 2025**”, an annual event that celebrates and recognizes Indonesian celebrities who have brought color and creativity to the nation’s entertainment and infotainment industry over the past year. The “**Infotainment Awards 2025**” will air **LIVE on Friday, September 19, 2025, at 9:00 PM WIB**, featuring **11 award categories**, namely: **Best Couple, Best Male Character, Best Female Character, Gorgeous Mom, Gorgeous Dad, Gorgeous Baby, Most Charming Male Celebrity, Most Charming Female Celebrity, Wedding of the Year, Most Social Media Active Celebrity, and Celebrity of the Year**.

“The **Infotainment Awards 2025** serves as both an expression of appreciation and a reflection of how much attention the public gives to Indonesia’s entertainment figures. In its eleventh year, the event features 11 award categories that act as a barometer of each nominee’s popularity, measured through direct public engagement on SCTV’s official social media platforms,” said **Banardi Rachmad**, Deputy Director of Programming at SCTV.

The awards ceremony will be hosted by the audience’s favorite presenters — **Raffi Ahmad, Fanny Ghassani, and Sastra Silalahi**. The evening will also feature spectacular performances by **Duo Maia, Lesti Kejora, Tenxi & Naykilla, and Kendis & Adi**, alongside appearances from the casts of SCTV’s hit drama series **Asmara Gen Z, Cinta Sedalam Rindu, and Cinta di Bawah Tangan**, ensuring an unforgettable and festive celebration.

The “**Wedding of the Year**” category remains one of the highlights of the show. The highly talked-about wedding of **Luna Maya and Maxime Bouttier** will compete against other notable celebrity weddings in 2025, including **Al Ghazali & Alyssa Daguisse, Febby Rstanty & Drajad Djumantara, Harris Vriza & Haviza Devi Anjani, and Angga Yunanda & Shenina Cinnamon**, whose surprise nuptials earlier this year created a social media frenzy.

Last year’s **Best Couple** winners, **El Rumi & Syifa Hadju**, are set to defend their title against several star-studded pairs: **Fujianti Utami Putri & Verrell Bramasta, Callista Arum & Abun Sungkar, Sarwendah & Giorgio Antonio Chandra, and Sandrinna Michelle & Junior Roberts**.

Meanwhile, five adorable celebrity children who have captured the hearts of netizens with their cuteness will compete in the “**Gorgeous Baby**” category — including **Muhammad Leslar Al Fatih Billar**, the two-time defending winner (2023 and 2024), alongside **Sabil Maratungga Cundamani, Rayyanza Malik Ahmad, Kamari Sky Wassink, and Abe Abraham**.

In the “**Gorgeous Mom**” category, three-time consecutive winner **Lesti Kejora** (2022–2024) returns to face tough competition from **Bella Bonita, Nagita Slavina, Nikita Willy, and Jennifer Coppen**.



Fans can continue to show their support for their favorite nominees through SCTV’s official social media channels on **Instagram, Facebook, and X**, by liking the posts of their chosen nominees in each category. Support can also be given via **VIDIO** by sending virtual gifts during SCTV’s live stream broadcasts on the VIDIO app, available until **Thursday, September 18, 2025, at 11:59 PM WIB**. Competition across categories remains tight as voting continues.

Don’t miss the “**Infotainment Awards 2025**”, airing **LIVE on Friday, September 19, 2025, at 9:00 PM WIB, only on SCTV!**

Follow our social media:

Website: www.sctv.co.id

Facebook: /SCTV

X: @SCTV

Instagram: @SCTV

Vidio: @SCTV

TikTok: @SCTV_



© Hak Cipta

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.
2. Dilarang mengungumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Undangan Konferensi Pers

Hadir dengan Wajah dan Misi Baru, Bango Ajak Generasi Muda Eksplorasi Kuliner Kekinian Lewat Foodtruck Jajanan Bango di 10 Kota

Di tengah gaya hidup serba cepat dan arus digitalisasi, terjadi pergeseran dalam hal kuliner yang kian diminati masyarakat, khususnya generasi muda. Selain beralih ke jenis masakan yang lebih praktis diolah dan dinikmati, jika sebelumnya mereka lebih banyak berkiblat pada penjaja kuliner legendaris untuk mencari variasi makanan, kini anak muda lebih memilih mencari inspirasi dari *foodfluencers* kekinian di media sosial.

Perubahan ini turut memengaruhi minat terhadap kuliner lokal, yang kini cenderung dianggap "jadul" dan monoton. Termasuk hidangan berbasis kecap, laporan "**Menu Check Study**" Kantar 2024 menunjukkan, untuk pertama kalinya dalam 10 tahun terakhir hanya tiga hidangan berbasis kecap, yaitu **Nasi Goreng**, **Oseng Tempe**, dan **Mie Goreng**, yang masuk daftar 15 masakan terfavorit – menandakan masih terbatasnya variasi inspirasi hidangan berbasis kecap.

Menjawab perubahan ini, **Bango** sebagai *brand* kecap nomor satu di Indonesia ingin terus menemani masyarakat dalam mengeksplorasi ragam kuliner sesuai dengan tren terkini. Dengan wajah baru yang menegaskan keunggulan Bango yang dibuat dari bahan alami berkualitas tinggi, Bango juga membawa misi baru untuk menempatkan kecap sebagai *culinary gem* yang relevan, adaptif dan dapat memperkaya menu sehari-hari dengan variasi yang beragam, kekinian, mudah diolah, tanpa mengesampingkan kelezatan rasa.

Berbekal misi barunya, Bango menggelar *roadshow* "**Foodtruck Jajanan Bango**" di 10 kota besar Indonesia selama **September hingga November** mendatang. Di setiap kota, generasi muda diajak mengeksplorasi aneka kuliner kekinian berbasis kecap hasil kolaborasi dengan sederetan *foodfluencers* ternama, termasuk **Dimas Ramadhan Pangestu (Dims the Meat Guy)** dengan kreasi spesial "**Nasi Goreng Saikoro**" – hidangan modern yang membuktikan bahwa kecap mampu menghadirkan cita rasa autentik sekaligus relevan dengan tren kuliner.

Untuk mengetahui lebih lengkap mengenai wajah dan misi baru Bango serta keseruan *roadshow* "Foodtruck Jajanan Bango", kami mengundang rekan media dalam konferensi pers yang akan diadakan pada:

Hari/Tanggal	: Rabu, 24 September 2025
Tempat	: Cerita Rasa Restaurant, Jl. Ampera Raya No.9, RT.4/RW.2, Cilandak Timur, Jakarta Selatan (https://maps.app.goo.gl/LmW31i189Kh6LhXY6?g_st=iw)
Waktu	: 12.00 – 13.05 Registrasi media dan makan siang 13.05 – 13.50 Sesi talkshow 13.50 – 14.10 Sesi tanya jawab & foto bersama 14.10 – 14.30 Cooking demo "Nasi Goreng Saikoro" di mobil "Foodtruck Jajanan Bango" 14.30 – selesai Food tasting, penutup & doorstop interview

Sesi talkshow akan dihadiri:

- Lendi Yuwarlian – Demand Creation Lead, Bango, Beverages and Condiment Unilever
- Tasya Kamila – *Celebrity Mom*
- Dimas Ramadhan Pangestu (**Dims the Meat Guy**) – Content Creator & Pemilik Resto Meatguy Steakhouse

Untuk informasi dan konfirmasi lebih lanjut dapat juga menghubungi **Tika (0817 758 113)** atau **Arnez (0811 155 8050)** atau di no.telp. (021) 739 9922, fax (021) 739 9111 dan e-mail tika@alchemy.co.id atau arnez@alchemy.co.id

Hormat kami,

Adisty Nilasari

Senior External & Digital Communications Manager



© Hak Cipta

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

PRESS CONFERENCE INVITATION

Introducing a New Look and Mission: Bango Inspires Young Indonesians to Explore Modern Culinary Trends through the “Foodtruck Jajanan Bango” Roadshow Across 10 Cities

In today's fast-paced lifestyle and digital-driven world, there has been a noticeable shift in culinary preferences, particularly among younger generations. They now tend to favor meals that are more practical to prepare and enjoy. Whereas young people once drew inspiration from legendary street food vendors, today they are more likely to look to popular foodfluencers on social media for their next culinary inspiration.

This shift has also influenced interest in local cuisine, which is increasingly perceived as "old-fashioned" or lacking variety. According to the Kantar 2024 "Menu Check Study", for the first time in the past decade, only three soy-sauce-based dishes—Nasi Goreng, Oseng Tempe, and Mie Goreng—made it to the list of Indonesia's top 15 favorite dishes. This indicates that the variety of soy-sauce-based culinary inspirations remains limited.

Responding to this change, Bango, Indonesia's No. 1 soy sauce brand, continues to accompany consumers in exploring diverse culinary creations that align with modern trends. With a new look that highlights its superior quality and natural ingredients, Bango also introduces a renewed mission—to position soy sauce as a culinary gem that is relevant, adaptable, and capable of enriching daily menus with diverse, contemporary, and easy-to-cook dishes, without compromising on authentic taste.

Carrying this new mission forward, Bango will hold the "Foodtruck Jajanan Bango" roadshow in 10 major Indonesian cities from September through November 2025. In each city, young people will be invited to explore a variety of modern soy-sauce-based dishes created in collaboration with top foodfluencers, including Dimas Ramadhan Pangestu (Dims the Meat Guy), who will present his special creation, "Nasi Goreng Saikoro"—a modern dish that proves soy sauce can deliver authentic flavors while staying relevant to today's culinary trends.

To learn more about Bango's new look, refreshed mission, and the excitement of the "Foodtruck Jajanan Bango" roadshow, we cordially invite media colleagues to attend our press conference:

Event Details

Date : Wednesday, September 24, 2025

Venue : Cerita Rasa Restaurant, Jl. Ampera Raya No. 9, RT.4/RW.2, Cilandak Timur, South Jakarta
(https://maps.app.goo.gl/LmW31i189Kh6LhXY6?g_st=iw)

Agenda

: 12:00 – 13:05 – Media registration & lunch
13:05 – 13:50 – Talk show session
13:50 – 14:10 – Q&A session & photo opportunity
14:10 – 14:30 – Cooking demo: "Nasi Goreng Saikoro" at the Foodtruck Jajanan Bango
14:30 – onwards – Food tasting, closing remarks & doorstop interviews

Talk show speakers:

- Lendi Yuwarlian – Demand Creation Lead, Bango, Beverages and Condiment Unilever
- Tasya Kamila – Celebrity Mom
- Dimas Ramadhan Pangestu (Dims the Meat Guy) – Content Creator & Owner of Meatguy Steakhouse

For more information and confirmation, please contact: **Tika: 0817 758 113 | Arnez: 0811 155 8050**
Tel. (021) 739 9922 | Fax. (021) 739 9111 | Email: tika@alchemy.co.id / amez@alchemy.co.id

Sincerely,

Adisty Nilasari

Senior External & Digital Communications Manager