



© 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

INTERNSHIP REPORT



BUSINESS ADMINISTRATION DEPARTMENT

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

STATEMENT OF APPROVAL

- a. Title : Application of Translation Techniques in Press Releases at PT Surya Citra Media
- b. Author
1) Name : Sharifah Fatimah Ummu Najwa
2) Student ID Number: 2208411003
- c. Study Program : English for Business and Professional Communication
- d. Major : Business Administration
- e. Time of Activities : 26 August - 24 December 2025
- f. Place of Activities : SCTV Tower, 17th Floor, Jl. Asia Afrika No.Lot 19, RT.1/RW.3, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270

Jakarta, 12 December 2025

PNJ Advisor

Prof. Dr., Dra., Ina Sukaesih , M.M., M.Hum.
NIP 196104121987032004

Company Supervisor

Rika Priwantina
NIK 04101043

Approved by,
Head of Study Program





© 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

PREFACE

Praise be to Almighty God for His blessings and grace, through which the author was able to complete this internship report properly and on time. This report is prepared as one of the requirements to complete the English for Business and Professional Communication study program at Politeknik Negeri Jakarta, and as an accountability report for the internship activities carried out at PT Surya Citra Media Tbk from August to December 2025. The author acknowledges that this report could not have been completed without the assistance of various parties. Therefore, the author would like to express sincere gratitude to:

1. Farizka Humolungo, S.Pd., M.A., Coordinator of the English for Business and Professional Communication Study Program;
2. Prof. Dr. Dra. Ina Sukaesih, M.M., M.Hum., academic supervisor, for the guidance, support, and constructive feedback throughout the writing of this report;
3. PT Surya Citra Media Tbk, for the opportunity and data provided during the internship program;
4. The author's parents and family for their moral and financial support;
5. Fellow Immerse Batch 1 interns for their cooperation and support during the internship process.

The author sincerely hopes that this report may provide valuable insights and contribute meaningfully to academic and practical knowledge. May God reward the kindness of everyone who provided support throughout this internship.

Depok, 8 December, 2025

Sharifah Fatimah Ummu Najwa



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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

TABLE OF CONTENTS

STATEMENT OF APPROVAL	ii
PREFACE.....	iii
TABLE OF CONTENTS.....	iv
LIST OF TABLES.....	v
TABLE OF IMAGES	vi
CHAPTER I INTRODUCTION.....	1
1.1 Background	1
1.2 Scope of Activities.....	1
1.3 Time and Place of Implementation.....	2
1.4 Objectives and Benefits.....	2
1.4.1 Objectives.....	2
1.4.2 Benefits	2
CHAPTER II LITERATURE REVIEW.....	4
2.1 Definition of Translation.....	4
2.2 Translation Process.....	4
2.3 Translation Techniques.....	5
2.4 Press Release.....	8
CHAPTER III INTERNSHIP RESULTS.....	10
3.1 Internship Work Unit.....	10
3.2 Internship Work Description.....	11
3.3 Translation Process Description.....	13
3.3.1 Translation Techniques Used in Press Release.....	15
3.4 Challenges Encountered.....	21
3.4.1 Task-Related Challenges.....	21
3.4.2 Solutions to Challenges.....	22
CHAPTER IV CLOSING.....	24
4.1 Conclusion.....	24
4.2 Suggestions	24
REFERENCES.....	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

LIST OF TABLES

Table 3.1. Student Internship Logbook.....	11
Table 3.2. Established Equivalent Translation Technique Table.....	16
Table 3.3. Transposition Translation Technique Table.....	17
Table 3.4. Modulation Translation Technique Table.....	18
Table 3.5. Borrowing Translation Technique Table.....	19
Table 3.6. Amplification Translation Technique Table.....	20
Table 3.7. Adaptation Translation Technique Table.....	21



© 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

TABLE OF IMAGES

Image 2.1. Nida and Taber's Model of Translation Process.....	4
Image 3.1. Organization Structure of 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

CHAPTER 1

INTRODUCTION

1.1 Background

PT Surya Citra Media Tbk (SCM) (hereinafter referred to as "the Company"), is one of the largest media corporations in Indonesia, managing various business lines including television, digital platforms, and technology. Through its subsidiary PT Surya Citra Media, SCM plays a significant role in disseminating public information via television and online media. One of SCM's routine communication outputs is the press release, which serves as the company's official communication to the public, mass media, and stakeholders.

In the publication of press releases, the application of appropriate translation strategies is crucial to maintain informational accuracy, especially when messages originate from foreign-language sources or are intended for multilingual audiences. Accurate translation ensures clarity, professionalism, and cultural suitability for target readers. In addition, a well-executed translation helps preserve the organization's reputation by preventing misinterpretations that could lead to misinformation or negative public perception. It also allows the message to be conveyed in a manner that aligns with the linguistic norms, social values, and communication style of the targeted market. Therefore, the practice of translation in press releases is not merely a linguistic activity, but an essential aspect of corporate communication that strengthens global outreach and enhances media relations.

As a student of the English for Business and Professional Communication Study Program, the author had the opportunity to complete an internship at PT Surya Citra Media as a Social Media Assistant. In this position, the author managed digital content and supported the translation of press releases for publication across multiple media platforms. This report serves as an accountability report focusing on translation techniques applied to corporate press releases.

1.2 Scope of Activities

The internship activities at PT Surya Citra Media included:



- 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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

1. Managing and publishing corporate social media content.
2. Assisting in writing and translating press releases from Indonesian to English and vice versa.
3. Applying appropriate translation techniques to ensure clarity and acceptance by both local and international audiences.

Based on this scope, the author focuses this report on the implementation of translation techniques in press releases published by PT Surya Citra Media during the internship period.

1.3 Time and Place of Implementation

The internship (PKL) was conducted for four months, starting from August 26, 2025, until December 24, 2025. During this period, the author worked from Monday to Friday, from 09.00 to 17.00 WIB (Western Indonesian Time), following the company's regulations.

The internship took place at SCTV Tower, one of the operational buildings of PT Surya Citra Media located in Jakarta. Additional information regarding the internship program can be accessed through the official website <https://www.scm.co.id> and [journeyatscm](#)

1.4 Objectives and Benefits

1.4.1 Objectives

The objectives of the internship are as follows:

1. To understand the process of drafting and publishing press releases within the media industry.
2. To learn and apply translation techniques in press releases to ensure information accuracy and clarity.
3. To gain professional experience as a translator with discipline and responsibility.

1.4.2 Benefits

The expected benefits of the internship are as follows:



© 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





© 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

CHAPTER IV

CLOSING

4.1 Conclusion

The Internship Program (Praktik Kerja Lapangan/PKL) at PT Surya Citra Media provided valuable learning opportunities for the author in applying translation theories to real professional practices, particularly in the fields of media and communication. Through the translation of two main press releases, the author implemented the translation stages proposed by Nida and Taber (1982) and applied translation techniques defined by Molina and Albir (2002), including established equivalence, transposition, modulation, adaptation, and amplification.

Despite facing several challenges, such as differences in linguistic structures, time constraints, and the absence of a standardized bilingual style guide, the author successfully addressed these issues through terminology research, consultations with the internship supervisor, and the use of digital translation tools. This experience enhanced the author's ability to produce accurate, communicative, and context-appropriate translations for professional media purposes, while simultaneously strengthening communication skills, discipline, and work ethics.

4.2 Suggestions

Based on the experience gained during the Internship Program at PT Surya Citra Media, it is recommended that students who intend to intern in the media and communication sector prepare themselves by deepening their knowledge of translation theories and techniques, particularly within journalistic and corporate contexts. A solid understanding of media text characteristics—such as press releases, promotional articles, and event announcements—is essential to produce translations that align with effective and communicative writing styles.

For future translators or interns assigned to PT Surya Citra Media, it is advisable to develop familiarity with media terminology, branding concepts, and stylistic conventions used in international publications. It is also important to practice



© 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

research skills and time management, as the media industry demands both speed and accuracy in delivering information.

Furthermore, translators are encouraged to utilize various reference sources, including journalism terminology dictionaries, international style guides (such as the AP Stylebook), as well as press release examples from global corporations. Equally important, interns should actively engage in discussions with supervisors or editorial teams to gain deeper contextual understanding and maintain consistency in writing style.

With thoroughness, discipline, and a willingness to learn, it is expected that future student translators will be able to continue and improve the quality of previous work, producing professional translations aligned with the company's image. The author also expresses appreciation to PT Surya Citra Media for the opportunity and guidance provided throughout the internship period and encourages the company to continue offering similar internship opportunities for students to develop their competencies in media translation.



**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

REFERENCES

- 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 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

ATTACHMENT 1 : Surat Keterangan Magang

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.

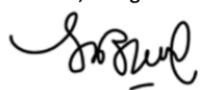
Selaku penanggung jawab Program Magang di PT. Surya Citra Media, Tbk, dengan ini menyatakan bahwa nama tersebut:

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 Jel 10 Jakarta 10270, Indonesia
Telp. +62 21 2783 5555 | Fax. +62 21 2783 5444 | www.scm.co.id



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

ATTACHMENT 2 : Logbook Kegiatan Harian Mahasiswa Magang

LAPORAN KEGIATAN IMMERSE – AGUSTUS 2025		
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 	

Jakarta, 31 Agustus 2025

(Rika Priyatina)

LAPORAN KEGIATAN IMMERSE – SEPTEMBER 2025		
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 	

Jakarta, 30 September 2025

(Rika Priyatina)

LAPORAN KEGIATAN IMMERSE – OKTOBER 2025		
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 - Menulis 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 Selesai 	
Minggu ke-3	<ul style="list-style-type: none"> - Menulis press release - Menyelesaikan 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 Selesai 	

Jakarta, 31 Oktober 2025

(Rika Priyatina)

LAPORAN KEGIATAN IMMERSE – NOVEMBER 2025		
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 Selesai 	
Minggu ke-3	<ul style="list-style-type: none"> - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand - Tracking Submission Media Selesai 	
Minggu ke-4	<ul style="list-style-type: none"> - Shoot Konten Brand - Membuat Social Media Content Report Untuk Brand - Membuat Content Plan Untuk Brand 	

Jakarta, 30 November 2025

(Rika Priyatina)

LAPORAN KEGIATAN IMMERSE – DESEMBER 2025		
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"> - Menulis press release - Menyelesaikan 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 Selesai 	
Minggu ke-4		

Jakarta, 19 Desember 2025

(Rika Priyatina)

itu 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

ATTACHMENT 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.

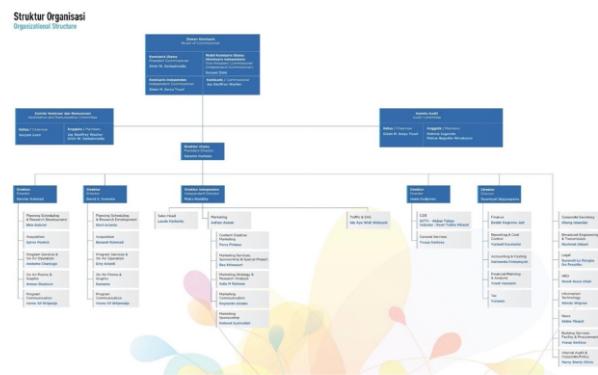


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 mengumumkan 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 & Business 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 mili

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

ATTACHMENT 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 nomine 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 pemirsa diantaranya 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 Rastanty & 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: **Fujanti 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 :

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/LmW31i89Kh6LhXY6?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