

LAMPIRAN

Lampiran 1

Transkrip Wawancara Key Informan

Langkah-langkah Strategi Komunikasi PT Media Nusantara Informasi
(SINDO) Dalam Mensosialisasikan Program 7 Millennial Heroes

Nama : Fahmi Zulfikar
Jenis Kelamin : Laki-laki
Usia : 28 tahun
Jabatan : Kepala Divisi Marketing Communication Sindo
Lama Bekerja : 4 Tahun
Tanggal Wawancara : 25 November 2019
Waktu Wawancara : 13.40 WIB
Tempat : Gedung Sindo

Pertanyaan

1. Apa yang dimaksud dengan program 7 Millennial Heroes?

: Sebenarnya kalau kerangka itemnya adalah si 7 Millennial Heroes ini kayak gambaran dari ulang tahun Sindonews yang ke 7. Jadi kita tuh kemarin ulang tahun yang ke 7 terus kita coba *in-line-in* sama 7 the new wave gitu ya, maksudnya digelombang milenials ini kira-kira siapa aja sih yang berprestasi terus kita mulai breakdown katagorinya dari mulai olahraga, pendidikan, social budaya gitu ya, kepilihlah nominator-

nominator itu berdasarkan FGD forum grup diskusi dari redaksi sindo media

2. Siapa pengagasnya?

: Yaitu hasil dari FGD redaksi dan tim marketing communication sih.

3. Siapakah target audiens dari program tersebut?

: Emm berkaitan dengan ulang tahun sindonews gitu kan terus arah targetnya si sindonews ini kan anak-anak millenials juga yah rentan umur 16 sampai ke 35. Jadi kita bene-bener main di sosmed tuh selain sosmed grup yang kita punya, kita bikinin microsite di sindonews.com dimana nanti semua orang bisa vote disitu dengan mendaftarkan mendaftarkan emailnya terus voting. Satu email satu voters gitu

4. Mengapa Program 7 Millennial Heroes ini perlu dilakukan?

: Emmm sebagai salah satu media yang pengen memberikan inspirasi ya pada setiap pembacanya, kita merasa bahwa ajang pengapresiasian itu kan jadi bentuk motivasi buat setiap orang yang ngeliat itu ya, termasuk para pembaca ataupun penikmat sindonews, Koran sindo, sindo weekly gitu. Efeknya tu nanti akan memotivasi yang lainnya untuk terus bias berkarya gitu ya karna eee kita inikan memberikan apresiasi juga tidak hanya ee yang nilai tuh bukan cuman kita aja gitu, kita open ke semua orang yang ngerasa dia punya karya dia punya prestasi gitu jadi mungkin entar lu boleh kumpulin datanya 49 orang itu siapa aja

5. Bagaimana mekanisme pelaksanaan Program 7 Millennial Heroes?

: Ya dari awal kayak tadi FGD ditentukanlah kategori apa aja nih yang kita akan angkat dengan banyak berkecimpungnya temen temen yang berprestasi di era milenials ini kan gitu. Dapetlah 7 kategori dari 7 kategori itu untuk melambangkan 7 tahun kita juga, terus kita mengevote untuk 7 orang berkaitan dengan ulang tahun sindonews yang ke 7. Setelah itu dari 7 kategori ada 7 juga kandidat. Jadi ada 7 kandidat disetiap kategori, eee...ada 7 nominasi, setelah itu kita, setelah selesai kita dapet data 7 kali 7 itu ya semua nominator udah kita kumpulin, kita FGDiin. Sebenarnya dari redaksi itu ada sekitar 60 namalah yang akhirnya kita seleksi, kita coba validasi datanya sampe keluar nama-nama sesuai dengan target kita. Setelah itu kita buat teaser disosmed dan di sindonews.com bahwa "Nantikan 7 millennials heroes" sgala macem, terus kita dukung dengan pemberitaan tuh di sindonews.com jadi si nominator-nominator ini kita bikinin teaser tapi dalam bentuk redaksional ya dalam bentuk berita kayak "ini loh prestasinya si ini begini, si itu begitu". Setelah semua orang sudah punya perhatian terhadap itu baru kita launching micrositenya, eee..ditambah dengan berbagai promosi yang ada disosmed sindo media, termasuk di sindonews.com ada top right gitu ya, semacam kayak top right yang diklik bisa langsung menuju ke micrositenya gituu

6. Tanggapan Mas Fahmi terkait masih banyaknya pembaca yang belum mengetahui tentang program tersebut?

: Sebenarnya sih mungkin karena ini nominasinya semuanya rata-rata milenials ya jadi mungkin kan pembaca sindo beragam juga lah gak semuanya milenials gitu ya. Ya kemungkinan terbesar yang gatau itu yang emang udah gak milenials jadi dia gak punya ketertarikan, terus mereka gapunya pengetahuan tentang beberapa tokohnya, dikarenakan kalau kita ngomongin tentang social budaya si tokoh-tokoh yang ada disitu gak banyak orang yang taulah, gitu sih. Harus sering-sering baca sindonews biar tau.

7. Apa tujuan/manfaat dari program ini?

Tujuannya memberikan motivasi kepada orang-orang yang berprestasi gitu aja sih, dengan bentuk apresiasi.

8. Sejak kapan vote dibuka untuk para pembaca?

: Juli

9. Sudah berapa lama waktu vote untuk para pembaca?

: Udah lumayan lama ya dari juli sampai sekarang September, udah 4 bulan.

10. Siapa yang mempunyai kewenangan dalam mensosialisasikan Program 7 Millennial Heroes?

: Oh gini sih, kita kana ada tim dari tim event, tim sosmed, terus ada litbang yang memprakasai idenya, jadi kita emang update tiap minggu dan kita evaluasi terus tiap minggu kalo misalnya ada peningkatan gak sih di microsite? Oh gaada, kok gaada ya? Oh coba deh kita bikin flyer-flyer kecil terus kita dmin ke setiap nominator agar mereka tinggal forward-

forward aja ke grup mereka atau kemana gitu supaya akhirnya ikut menyebarkan informasi itu. Jadi untuk wewenang itu adanya disemua tim secara utuh.

11. Bagaimana peran humas dalam mensosialisasikan program ini?

: Kita sih eee selama ini ngebush juga di email grup, diemail corporate kita ngeblush, itukan email mnc grup dengan aktifnya ribuan karyawannya ya humas melakukan itu sih. Sama kita buatin e-release, paling humas disitu sih buatin e-release, terus bantu ngebush juga sih dibeberapa kerjasama kita dengan buzzer buzzer di Indonesia.

12. Apa saja yang sudah dilakukan terkait sosialisasi Program 7 Millennial Heroes?

: Ya kita sih emang pake inventory internal kita sih. Semua inventory yang ada di kita, di Koran, terus disosmed udah jelas, di sindoweekly, itu sih kita pake semua, semua inventory publikasi yang ada di internal.

13. Apakah Bapak selalu ikut serta dala mensosialisasikan program ini?

: Iya dengan mengeshare di status whatsapp dan di grup whatsapp.

14. Apakah Program 7 Millennial Heroes ini akan ada hari penganugerahannya seperti Program Apresiasi Inovasi?

: Iya seharusnya kan kita 19 oktober tapikan si penganugerahan ini butuh dukungan dana. Kita kan tadinya kerjasama sama kemenpora sama djarum ya, dua company ini minta acaranya mundur .

Langkah-langkah strategi komunikasi

Memilih dan menetapkan komunikator

1. Dalam mengkomunikasikan program, biasanya dibutuhkan komunikator untuk menarik perhatian target sasaran, adakah komunikator dalam program ini?

: Untuk komunikatornya sendiri, komunikator secara global untuk sosialisasi ke pembaca atau pengikut sosial media kalau kita ada program 7 millennials heroes ini sih tidak ada gitu ya, dikarenakan target audiens kita pembaca sindonews.com dan followers sindo jadi untuk sosialisasi program ini kita hanya gunakan media internal kita aja, hanya upload materi programnya saja. Kita sosialisasikan di sosial media artinya kita upload atau kita post di media sosial untuk memberitahu bahwa kita memiliki program 7 millennial heroes gitu

2. Kenapa tidak ada komunikatornya?

: Ya itu karena kita ini media dan program ini dibuat dalam rangka ulang tahun sindonews gitu ya dimana target audiensnya para generasi milenial pembaca dan followers sindo jadi kita buat program ini khusus untuk mereka dan sosialisasinya pun hanya kita lakukan di media online saja, tidak ada sosialisasi secara langsung gitu, kecuali misalnya target audiens kita anak sekolahan baru deh tuh kita sosialisasi secara langsung dengan menggandeng komunikator yang sesuai dan bisa menarik perhatian anak-anak sekolah, yang kredibel gitu lah

3. Bagaimana cara sindo mengkomunikasikan pesan terkait program 7 millennial heroes jika tidak ada komunikatornya?

: Kalau memberitahu audiens tentang adanya program baru ini karena kita di media jadi kita memiliki banyak media placement inventory di media kita yang bisa kita pake sih buat itu, buat akhirnya mempromosikan. Kayak kita punya sindonews, kita punya Koran sindo, Sindo weekly gitu. Terus kita juga nyebar ini ke holding group lewat HRD gitu. Tidak ada komunikator khusus yang ditunjuk, paling kita mensiasatinya dengan manfaatin nominator kita sebagai penyambung pesan si program ini, buat bantu sebar kalo ada program ini, karenakan si nominator yang kita tunjuk itu influencer juga mereka, jadi kita mengkomunikasikan program ini ke mereka dengan harapan mereka akan menyebarkan ini ke followersnya mereka masing-masing. Makanya itu mungkin menjadi salah satu alasan dari tim kita untuk tidak memakai komunikator yang lain gitu yang global

Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak

1. Siapakah target sasaran dari program ini?

: Berkaitan dengan ulang tahun sindonews gitu kan terus arah targetnya si sindonews inikan anak anak milenial juga ya rentan umur 16-35 tahun, memiliki sosial media dan memfollow akun sosial media kita ya terus juga yang suka baca sindonews juga ya

2. Kenapa memilih generasi milenial?

: Sebenarnya turunan kampanyanya tuh dari ulang tahun sindonews yang ke 7 kan, ini kan sebenarnya program dibikin untuk merayakan ulang tahun sindonews yang ke-7 dan genrenya si sindonews inikan emang arahnya milenialslah dari mulai desain websitenya terus juga ada gensindo yang memaintenance itu semua, terus juga pola news yang ada dikoran dan sindonews kan berbeda tuh, si sindonews emang genrenya buat anak-anak mudalah milenials gitu. Makanya kenapa sasarannya itu karena berkaitan dengan brand campaign dari sindonews sih. Karena itu juga berkaitan dengan tema program kita ya, yaitu 7 millennial heroes yang dimana program ini sebagai wadah pengapresiasian untuk anak milenial. Karena tokoh nominasinya generasi milenial jadi target sasarannya juga harus generasi milenial ya karenakan generasi milenial ini setidaknya su dah tau siapa-siapa saja tokoh-tokoh yang masuk ke dalam nominasi. Dan juga generasi milenial ini kan akrab sekali ya dengan sosial media, aktivitas mereka yang pastinya suka main sosmed

3. Apakah saat ini pembaca generasi mienial mengetahui adanya program tersebut?

: Seharusnya sih dengan frekuensi posting kita yang frekuensinya padet gitu ya rapet, harusnya sih informasinya tersebar dengan sesuai target sih dengan baik gitu

4. : Bagaimana cara Sindo dalam menarik perhatian para generasi milenial?

: Sebenarnya salah satu keuntungan dari jumlah voter yang ternyata banyak ini adalah kita memanfaatkan keterlibatan para nominasi juga sih,

jadi kita kan ngirim release ke mereka terus mengucapkan selamat dan kita jelaskan jika berkenan mohon dishare ke linknya masing-masing untuk bisa vote. Itu jadi salah satu bantuan besar juga sih jadi mereka secara tidak langsung ngebantu ngebus eventnya juga di social media pribadi mereka

5. Apakah ada riset terkait pemilihan target sasaran?

: Kalau untuk riset, biasanya risetnya berkaitan dengan nominator, biasanya kita ada forum group discussion tuh antar diredaksi, terus ada riset pasar mengenai apa namanya potensi sponsorship, itu juga sama dilakuin risetnya, jadi saat treatmentnya oh kita ambil kalau yang atlet tuh dari djarum terus dari brand-brand gitu ya dengan harapan ya itu tadi disisi sponsorship kita bisa dapet juga.

6. Kalau riset untuk target audiens generasi millennialnya itu sendiri?

: Berkaitan dengan riset pasar nominatornya, saat kita sudah dapat nominator-nominator yang sesuai dengan riset pasar yang kita lakukan dimana itu ada potensi sponsorshipnya lalu kita sesuaikan juga dengan turunan brand campaign si program 7 milenial heroes ini ya jadi target audiens tinggal menyesuaikan aja, menyesuaikan dengan brand campaign sama genrenya si sindonews, itu sih. Kita bukan cuma main di program ini doangkan, dikonten-konten video yang kita buat juga kan melibatkan anak-anak milenials ya kayak diyoutube kita ada beberapa video yang diperankan oleh temen-temen dari gensindo gitu, jadi kalau ditanya kenapa generasi milenial ya karena itu udah di campaignin lebih

gede sih sama sindonews lewat youtube, instagram segala macem, jadi program ini tinggal ikut join aja, dimana pasar kita emang pasar milenial sih

7. : Apakah program ini sudah sesuai dengan kebutuhan khalayak?

: Ummm... kita rasa sudah, karena selama ini ditempat kita belum ada program pengapresiasian yang melibatkan anak millennial sebagai nominasinya ya sedangkan pasar kita ini kan milenials gitu ya, jadi kita rasa program ini cukup dibutuhkan oleh para pembaca, followers serta para nominatornya. Dari segi nominator pasti mereka senang ya ada media yang memperhatikan mereka dan memasukan mereka dalam kategori nominasi, sedangkan untuk segi pembaca juga seharusnya antusias juga karena selain bisa termotivasi, mereka juga bisa mendukung idolanya yang masuk nominasi dengan cara vote

8. Tanggapan Anda terkait masih banyaknya pembaca yang belum mengetahui tentang program tersebut?

: Sebenarnya sih mungkin karena ini nominasinya semuanya rata-rata milenials ya jadi mungkin kan pembaca sindo beragam juga lah gak semuanya milenials gitu ya. Ya kemungkinan terbesar yang gatau itu yang emang udah gak milenials jadi dia gak punya ketertarikan, terus mereka gapunya pengetahuan tentang beberapa tokohnya, karenakan kalau kita ngomongin tentang social budaya si tokoh-tokoh yang ada disitu gak banyak orang yang taulah, gitu sih. Dan juga pasti ada kendala, gak semua orang liat postan kita ya karena mungkin aja ketika kita post

materi tentang program tertimbun dengan postingan orang lain jadi mereka gak liat. Intinya harus sering-sering baca sindonews biar tau.

Teknik menyusun pesan

1. Bagaimana cara sindo dalam menyusun pesan yang akan dikomunikasikan/disebarkan di sosial media agar menarik perhatian pembaca?

: Dalam sisi desain udah pasti harus menariklah ya, tapi cara kita menarasikan programnya tuh biasanya kita bikin teaser dalam bentuk edukasi dulu tuh, lebih edukatiflah, kita misalnya ngomongin tentang pengaruh milenials terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, kita naikin yang gitu-gitu dulu tuh, kayak potensi atlit Indonesia tuh sejauh mana itu kita naikin dulu artikel berkaitan tentang itu baru kita campaign ke eventnya. Jadi emang softsellinglah gak terlalu yang frontal tiba-tiba ada event nih 7 millennial heroes. Dan harus dibuat semenarik mungkin sih apalagi desain teaser berupa gambit

2. Apakah pesan yang disampaikan mengenai program 7 Millennial Heroes ini mudah dipahami?

: Harusnya sih mudah ya karena pesannya juga simple gitu singkat dan jelas kayak contohnya pesan tata cara voting kan mudah banget tuh yah tinggal login by email tanpa harus verifikasi kan, terus disitu setiap nominator selain ada foto ada juga profilnya dia sebagai apa. Udah terpapar secara komplit. Terus diposting juga ada ya tinggal baca

tentang apa itu 7 millennial heroes . harusnya sih untuk anak yang udah terbiasa dengan internet harusnya mudah sih.

3. Apakah dalam menyusun pesan tersebut tersebut sindo menggunakan teknik-teknik dalam menyusun pesan?

: Balik lagi kayak tadi pesannya harus jelas, harus tau tujuannya apa, siapa target audiensnya dan kita bakalan gunain media apa nih yang mana. Lalu mulai kita garap dengan desain yang menarik agar pesan yang disampaikan efektif

4. Apakah menurut sindo pesan yang disampaikan dalam program 7mh ini mudah dipahami oleh audiens?

: harusnya sih mudah ya karena kayak contohnya pesan tata cara voting kan mudah banget tuh yah tinggal login by email tanpa harus verifikasi kan, terus disitu setiap nominator selain ada foto ada juga profilnya dia sebagai apa. Udah terpapar secara komplit. Terus diposting juga ada ya tinggal baca tentang apa itu 7 millennial heroes . harusnya sih untuk anak yang udah terbiasa dengan internet harusnya mudah sih.

5. Ada beberapa sifat pesan seperti informatif, persuasif, dan edukatif.

Dalam menyampaikan pesan sindo menggunakan sifat yang mana?

∴ Seperti tadi jadi ada kombinasi antara pesan yang kita naikan. Kalau bentuknya teaser berarti kita informatif kan kayak cara voting itu kayak gimana karenakan ya dalam kita menyebarkan postingan mengenai program ini butuh pengetahuan dari pembaca, supaya pembaca tau, terus proses edukatifnya kita naikin artikel-artikel yang berkaitan dengan profil

dan prestasi nominator, berkaitan dengan informasi yang akan mengedukasi nantinya. Lalu persuasive karena setelah mengetahui tentang adanya program ini kita butuh orang-orang untuk ikut berpartisipasi dengan cara memvote nominasi yang ada. Karena voting ini sangat dibutuhkan untuk kelangsungan program kita kedepannya, dengan voting juga bisa dilihat apa target kita tercapai atau tidak gitu ya. Jadi ya itu sifat pesannya harus kombinasi antar ketiganya, informatif edukatif dan persuasif agar dapat menarik banyak target sasaran yang kita tuju

6. Bagaimana agar pesan tersebut menarik perhatian pembaca?

: Jelas pesannya harus dikemas semenarik mungkin, kasih penjelasan jangan terlalu banyak yang penting intinya saja. Terus kita juga ada ngadain kuis gitu siapa nih voter yang akan kita undi secara acak nanti dapet voucher tiket jungle land. Setiap pembaca yang ikut vote bakal dapet kesempatan buat menangin voucher tiket itu. Kemarin udah lumayan lama hmm diumumkan siapa siapa saja voter yang beruntung menangin voucher tiket jungle land

Memilih media atau saluran komunikasi

1. Media apa saja yang digunakan dalam mengkomunikasikan program 7 Millennial Heroes ini? Berikan alasannya

: Medianya online juga cetak juga. Kalau media online bentuknya ada teaser video juga, ada teaser dalam bentuk image juga. Kalau media cetak kita ada pake Koran sindo. Semua kita sesuaikan dengan

platformnya bisa ngapain aja gitu, disesuaikan sama kekuatan sosmed kita masing-masing, kayak di facebook, kayaknya video kita kurang banyak nih ditonton difacebook oh yaudah kita gak upload disitu tapi kita liat grafiknya aja

2. Apa saja channel media online yang digunakan untuk sosialisasi Program 7 Millennial Heroes?

: Facebook, twitter, instagram, youtube

3. Mengapa memilih media online tersebut?

: karena seperti yang kita tau ya sekarang ini apa-apa serba digital, bentuk programnya juga online, maksudnya votingnya online jadi orang-orang yang akan kita tujukan berarti orang-orang yang punya aktivitas online yang cukup banyak juga kan, nah itu yang akhirnya kita sasar. Makanya sosmed lebih banyak bermain gitu dibanding media offline kita. Dan juga sosmed internal kita kan jumlah followersnya lumayan ya jadi bisa kita manfaatin dengan harapan banyak followers sosmed yang tau mengenai program ini dan ikut serta dalam melakukan vote

4. Media cetak apa saja yang digunakan?

: Media cetak kita ya itu Koran sindo

5. Kenapa memilih menggunakan media cetak?

: Karena memanfaatkan inventory internal kita, karena kita media kenapa gak sekalian kita gunain seluruh inventory kita yang ada.

6. Apa nama akun channel media online tersebut?

: Facebook: Sindonews

Twitter: Sindonew

Instagram: Sindonews

Website:

7. Apakah media social itu aktif?

: Ya aktif

Produksi Media

1. Bagaimana sindo memproduksi media untuk program 7 Millennial Heroes ini?

: Untuk produksi materi-materi media, di corporate kita kan emang ada beberapa bagianlah yang bisa memproduksi itu. Kayak kebutuhan video kebutuhan audio itu udah ada divisinya jadi kita tinggal samain aja persepsinya, kira-kira diminggu ini mau naik video atau tulisan artikel atau gimana gitu kalo misalkan nanti polanya video lagi banyak ditonton ya kita produksiin videonya, mau bentuknya animasi atau syuting gitu sih.

2. Apakah ada bagian-bagian dalam memproduksi media terkait program 7 Millennial heroes?

: Pasti ada tugas atau bagian masing-masing ya seperti misalnya kita marcom bikin konsep dasar program 7 millennial heroes kita bikin proposal kreatifnya, rancangan programnya seperti apa lalu kita bawa ke forum group discussion nah disitu setelah oke baru kita garap lagi secara matang nanti ada redaksi juga yang bikin artikel-artikel terkait program sama nominatornya, terus sosmed bikin konten desain segala macem

gitulah. Tetapi tetap semuanya balik lagi ke FGD karena ini kan program dalam rangka ulang tahun sindonews jadi ini bisa dibilang program bersama.

3. Siapakah yang melakukan produksi media?

: Hmm produksi media mungkin lebih menitikberatkan pada redaksi sama tim sosmed ya karenakan seperti yang tadi saya katakan bahwa tim redaksi membuat artikel untuk program ini, sosmed juga bikin desain.

4. Apakah ada biaya dalam memproduksi media ini?

: Kalau yang dimaksud itu biaya produksi atau value media cetak atau online mengenai bahan-bahan materi program 7 Millennial Heroes ya pastinya ada ya, ada value yang akhirnya kemakan yaitu biaya promosilah jatohnya. Jadi sebenarnya kalo untuk kasat mata duit cash itu engga tapi ngurangin nilai inventory kita, jadi harusnya slot promosi itu bisa terjual berapa akhirnya karena kita pake ya enggak bisa kejual gitu. Jadi sebenarnya kita Cuma ngurangin inventory yang harusnya menghasilkan jadi enggak menghasilkan

5. Apakah Sindo melakukan produksi media cetak untuk mensosilisasikan program 7 Millennial Heroes?

: Untuk program 7 Millennial Heroes ini iya kita menggunakan media cetak.

6. Apakah sindo melakukan produksi media luar ruang seperti spanduk dan baliho dalam mensosialisasikan program 7 Millennial Heroes?

: Oh gaada, kita pure pake media internal aja dalam mensosialisasikannya

Uji awal materi komunikasi?

1. Apakah Sindo melakukan uji awal materi komunikasi sebelum benar-benar menyebarkan pesan terkait sosialisai program 7 Millennial Heroes?

: Tidak ada, kita rasa gak perlu ya. Materi mengenai program 7 millennial heroes yang udah kita siapkan langsung kita tayangkan sesuai dengan timeline yang sudah kita tetapkan atau tentukan. Ketika sudah jadwalnya untuk tayang ya materi itu langsung kita up di sosmed kita.

2. Mengapa sindo tidak melakukan uji awal materi komunikasi terkait materi program 7 Millennial Heroes?

: Alasannya ya karena ini ya bukan karena kita tidak mau melakukan itu ya, Cuma kita kan emang sering bergelud didunia awarding, banyak awarding yang sudah kita keluarkan gitu kan, kalo yang ini kan bedanya Cuma dionline doing jadi kita rasa kita gaperlu ngelakuin itu. Lagipula pesan yang kita gunakan tidak ada unsur-unsur negatifnya jadi tidak perlu dilakukan heheheh.

Penyebarluasan media komunikasi

1. Kapan Sindo pertama kali penyebarluaskan di media sosial tentang program 7 millennial heroes ini?

: Kita pertama kali sounding program ini sekitar bulan juli atau agustus di website gitu ya, pertama-tama kita bikin teaser format gambar gitu kayak nantikan program baru kita, setelah itu kita postin serentak di website sindonews.com sama di sosmed sindo, diditu kita posting informasi tentang para tokoh nominator, lalu mulai timeline vote itu dari bulan agustus kayaknya. Agustus kita mulai buka microsite supaya orang semua bisa voting.

2. Bagaimana cara sindo dalam menyebarluaskan informasi mengenai Program 7 Millennial Heroes?

: Ya itu pake inventory kita yang ada, dari mulai media print kita, media cetak kita, terus sosmed kita, jadi semuanya pake internal lah karena kitakan emang media emang itu merupakan salah satu keunggulan kitalah, kita bisa menyebarkan informasi lewat inventory dari media kita sendiri.

3. : Selain inventory media, apakah sindo menggunakan media lain dalam menyebarluaskan program ini?

: Kita sih ada dimacro ads ya, macro ads itu salah satu media placement yang di KRL jabodetabek. Kita kan ada slot disitu kemarin sempet kita masukin disitu, jadi kita memanfaatkan inventory yang ada. Tapi frekuensinya gak banyak sih dikarenakan kita dapet jatah juga terus ada materi video lain juga kan jadi gak banyak slotnya tapi ada disitu

4. Apakah penyebaran pesan terkait program 7 millennial heroes ini rutin dilakukan?

: Kita kan tiap minggu terus update nih mengenai program ini, semua kan akan terlihat gimana event ini tersiar dengan baik atau engga kan di microsite, nah jadi setiap minggu kita update, akhirnya misalnya keliatan oh minggu ini turun nih orang yang visit. Dari mulai visit, baca, sampe voting, dikarenakan di microsite kita itu selain profile orangnya ada artikelnya. Jadi kita kan bisa tracking dia baca doang aja tanpa ngevotakan, dia bertahan dipage berapa dan seberapa lama, nah itu dievaluasi tiap minggu. Jadi, untuk frekuensi penayangan juga kita evaluasi, kayak misalnya “keknya facebook gak bantu nih mungkin harus di instagram” ya berarti instagramnya kencengin. Jadi untuk frekuensi menyesuaikan dengan kondisi sejauh mana si sosmed ini ngebantu kita, kalau emang kurang ya kita kencengin, kalau memang udah cukup ya kita paling coba kencengin diplatform yang lain, gituu

5. Berapa kali post dalam seminggu/sebulan?

: Seminggu sekali, tergantung aktivitas di sosmed yang barusan saya jelasin sama tergantung respon di sosmednya juga.

6. : Namun berdasarkan hasil data lapangan yang penulis peroleh, sindo hanya rutin melakukan sosialisasi terkait program, bagaimana tanggapan bapak?

: Iya memang pada saat itu kita kencengin upload dibulan september ya karena kita pengen lebih banyak menjangkau orang-orang, ingin jumlah votenya bertambah lebih banyak lagi. Tapi setelah itu bulan oktober karena ada value slot yang harus diisi dengan materi materi publikasi lain

yang lebih penting jadi slot publikasi kita dipake untuk hal yang lebih memiliki value secara riil. Tapi kita tetap upload di instagram story kita dan para followers juga bisa melihatnya di highlight story @sindonews

7. Apakah ada kendala dalam memposting Program 7 Millennial Heroes?

: Enggak kendala sih, tantangannya adalah menyiapkan semua materi yang ada untuk kita bikin artikel atau kita bikin postingan gitu aja sih. Bukan kendala sih, lebih ke tantangan

8. Bagaimana respon audiens dari media online tersebut? Apakah banyak like atau komentar mengenai postingan tentang 7 Millennial heroes tersebut?

: Kalau itu saya harus ngeliat di ininya ya di sosmednya kayak gimana ya tapi yang jelas kalau kita mengevaluasinya adalah gimana si micrositenya ini bisa narik banyak orang gitu, banyak orang yang visit, banyak orang yang ngevot itu sih. Jadi kalau untuk detailnya bukan di saya tapi di tim sosmed.

9. Apakah informasi mengenai Program 7 Millennial Heroes disebarluaskan melalui media cetak/radio/TV?

: Di media cetak sih, dicetak di Koran sindo

Menganalisis efek komunikasi

1. Bagaimana efek komunikasi yang ditimbulkan dalam program 7 Millennial Heroes?

: Banyak dari temen-temen yang udah masuk nominasi merasa seneng gitu ya, kayak oh ternyata ada media yang memperhatikan kita tanpa kita harus kenal dulu sama mereka gitu, karenakan rata-rata mereka bukan orang yang kita kenal juga kan. Itu membawa efek positifnya ke kita dikerjasama selanjutnya sih, jadi kaya kemarin kita ngundang si wardah gitu yak karena ada brand ambasadornya mereka yang jadi nominator di kita dan mungkin itu sampe ke mereka ya apa jadi lebih welcome aja ke kita karena kita mampu menghargai mereka tanpa pola bisnis tanpa ngomongin bisnis gitu sihh

2. Kalau efek untuk para followersnya sindo sendiri gimana pak?

: Emmm sebagai salah satu media yang pengen memberikan inspirasi ya pada setiap pembacanya, kita merasa bahwa ajang pengapresiasian ini akan jadi bentuk motivasi buat setiap orang yang ngeliat, termasuk para pembaca ataupun penikmat sindonews, Koran sindo, sindo weekly gitu, kita pengen bikin pembaca makin semangat dalam berkarya. Efeknya itu nanti akan memotivasi yang lainnya untuk ikut berprestasi gitu, karna kita inikan memberikan apresiasi juga yang nilai bukan cuman kita aja gitu, kita open ke semua orang yang ngerasa dia punya karya dia punya prestasi gitu. Jadi kita pengen pembaca kita bisa menjadi pahlawan generasi selanjutnya dan bisa memotivasi orang-orang disekitarnya biar ikut berprestasi itu sih

3. Terkait voting, apakah sudah banyak pembaca yang melakukannya? Jika iya, berapa banyak/berapa persen yang sudah vote? Jika belum, berapa persen yang baru vote?

: Kalau presentase pembacanya susah ya karena traffic pembaca kita kan terus berubah kan, gak terus gitu-gitu aja. Ada beberapa berita yang memang hot akhirnya membuat pembaca kita membludak dan mungkin di moment itu berita si milenials heroes ini gak keliat gitu ya sama orang-orang, tapi yang vote itu kan 2.500 ya, 2.500 email yang terdaftar gitu, walaupun sudah banyak tapi itu belum memenuhi target kita sih. Jadi kalau ngomongin presentase dari pembaca itu harus ngambil data dulu tuh agak susah juga ya, karenakan berarti kalau begitukan saya harus merata-ratakan dari mulai dia tayang dia punya microsite kan, berapa bulan terus rata-rata traffic pembacanya perhari berapa baru bisa ketahuan ini berapa persen sih yang akhirnya join untuk ngevot dan biasanya kalau data gitu sifatnya internal sindo aja ya

4. Apakah ada target yang ingin dicapai dalam jumlah vote selama waktu voting berjalan?

: Tadinya sebenarnya kita mau bikin ini dalam bentuk tiga session gitu ya setiap tahunnya, berartikan ada ditiap 4 bulanan. Target kita itu sebenarnya 5000 voterlah setiap satu sesi, tadinya mau dibuat perempat bulan gt tapi mengingat tadinya landasan kerangka pikirannya adalah ini ulang tahun ke 7 dan 7 kategori gitu kan, jadi kita harus pikirin program ini supaya jadi netral nih, nah kita masih godok nih untuk tahun depan

mungkin akan jalan lagi tapi dalam lingkup yang lebih netral, gak harus 7 kategori atau 7 nominator, kalau ini kan disesuaikan dengan ulang tahun sindonews. Jadi kalau target tahun ini kita 5.000 terus sekarang ada 2.500an berarti masih belum mencapai target yang kita inginkan

5. Bagaimana tanggapan pembaca terkait Program 7 Millennial Heroes ini?

: Hmm kayaknya mungkin ada beberapa komen mengenai apa namanya kok si ini gak masuk nominasi ini ya, ya gitu-gitulah. Itukan subjektif juga ya susah, prestasi yang kita validasi kan termasuk, maksudnya semuanya kan melalui tahapan validasi dan segala macem, kalau kita pilih terlalu banyak juga ga sesuai apa yang kita harapkan kan dimana ada 7 kategori dan 7 nominator, gitu paling itu-itu aja sih. Karena antusiasmenya juga tinggi juga yah, kita juga bikin gimmick kan tuh diperinggu gitu ada kuislah, siapa nih voter yang akan kita undi secara acak gitu nanti akan dapat voucher tiket jungle land.

6. Apa dampak yang terjadi setelah berlangsungnya kegiatan sosialisasi Program 7 Millennial Heroes?

: banyak dari temen-temen yang udah masuk nominasi merasa senang gitu ya, kayak oh ternyata ada media yang memperhatikan kita tanpa kita harus kenal dulu sama mereka gitu, karenakan rata-rata mereka bukan orang yang kita kenal juga kan. Itu membawa efek positifnya ke kita dikerjakan selanjutnya sih, jadi kaya kemarin kita ngundang si wardah gitu yak karena ada brand ambasadornya mereka yang jadi nominator di kita dan mungkin itu sampe ke mereka ya apa jadi lebih welcome aja ke

kita karena kita mampu menghargai mereka tanpa pola bisnis tanpa ngomongin bisnis gitu sihh

7. Apa yang Sindo harapkan untuk Program 7 Millennial Heroes?

: Kita sih harapannya lebih massive lagi ya, semua keterlibatan audiens makin banyak, target voting tercapai, katagori nominasi makin variatif gitu, sama ya bisa menjaring lebih banyak nominator karena ngomongin prestasi itu kan gak Cuma ngomongin sesuatu yang besar gak Cuma ngomongin nasional atau internasional, karena banyak menurut gue yang didaerahpun punya pengaruh yang penting dilingkungannya, yang mungkin emang gak kerasa buat orang yang di Jakarta. Kayak ada si bu anyam itu yah yang nganyam terus mereka memberdayakan ibu-ibu disekitar lingkungan yang miskin didaerah ternate atau dimana tuh ya pokoknya di Timurlah. Ya mungkin orang-orang kayak gitu harus dapat kesempatan juga untuk bisa kita kasih apresiasi

8. Apa tanggapan Sindo jika pembaca mengetahui Program 7 Millennial Heroes namum mereka tidak melakukan vote?

: mungkin itu salah satu cerminan dari begitu demokratisnya Indonesia. Kita tetep ngasih pilihan untuk kalian ikut vote atau engga, karena saat kalian ikut vote pun ada effort yang harus kalian keluarkan yaitu login by email, dimana si email itu akan kita lock setelah mereka vote jadi mereka gabisa ngevot dua kali tiga kali. Jadi itu kebebasan mereka untuk mengutarakan pendapatnya “gue mau vote atau engga” gitu.

Lampiran 2

Transkrip Wawancara Informan 1

Langkah-langkah Strategi Komunikasi PT Media Nusantara Informasi
(SINDO) Dalam Mensosialisasikan Program 7 Millennial Heroes

Nama : Riana Ika
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 21 Tahun
Tanggal Wawancara : 15 Oktober 2019
Waktu Wawancara : 19.00 WIB

Pertanyaan

P : Malem na, gue boleh wawancara lo terkait Sindo ga?

I : Boleh

P : Sudah berapa lama follow sindonews?

I : udah lumayan sebelum kita pkl, 2018an

P : Apa yang anda ketahui tentang Sindo?

I : Sindo itu perusahaan media yang didalamnya aa Koran sindo dan sindonews

P : Apakah anda mengetahui kalau sindo memiliki program baru yang bernama 7 millennials heroes?

I : Sebelumnya sih belum tau, sampe lu nanya akhurnya gue cari tau

P : Mengapa anda tidak mengetahui tentang adanya program tersebut?

I : kenapa yaa? Karna asal scroll kali ya dan gue juga gapernah liat program itu muncul diberanda instagram gue

P : Apakah anda pernah melihat berita terkait sosialisasi program 7 millennials heroes diwebsite sindo?

I : Beluummm

P : Apakah menurut anda kegiatan sosialisasi yang dilakukan sindo terkait proram 7 millennial heroes tersebut efektif? Sertakan alasannya

I : Gue kurang tau ya, tapi yang jelas sindo butuh lebih sering upload-upload tentang programnykalo emang dia pengen orng-orang tau

P :Menurut anda apakah program ini berguna bagi pembaca/pengikut social media sindo?

I : Berguna, saya lihat kegiatannya juga bagus konsepnya segala macem, saya rasa program ini berguna sih buat pengukuy si sindo

P : Menurut anda bagaimana strategi komunikasi yang seharusnya sindo lakukan agar pembaca sindonews dan pengikut sindo mengetahui tentang adanya program 7 millennias heroes?

I : hmm, mungkin selain lebih sering upload, sindo juga perlu kerjasama ama selebgram, artis, atau engga tokoh penting gitu didunia milenial, biar bisa bantu promosiin programnya juga

P : Target sasaran dari program ini adalah generasi milenial pembaca sindonews dan pengikut social media sindo, sebagai target sasaran dari program ini apakah anda tertarik untuk ikut serta dalam program 7 millennial heroes tersebut?

I : Tertarik, apalagi pas liat nominatornya orang hebat semua, ada ceo ruang guru ya, terus ada atlit bultang berprestasi juga jadi bikin semangat aja litany

P : Apakah anda ikut serta dalam melakukan vote?

I : hehehe engga sih belum

P : Kenapa belum?

I : Karena belum sempet

P : Harapan untuk Sindo?

I : Semoga semakin sukses perusahaannya dan programnya bisa berhasil banyak yang suka dan tertarik buat ikutan, apalagi yaa pokoknya semoga lebih baik lagi



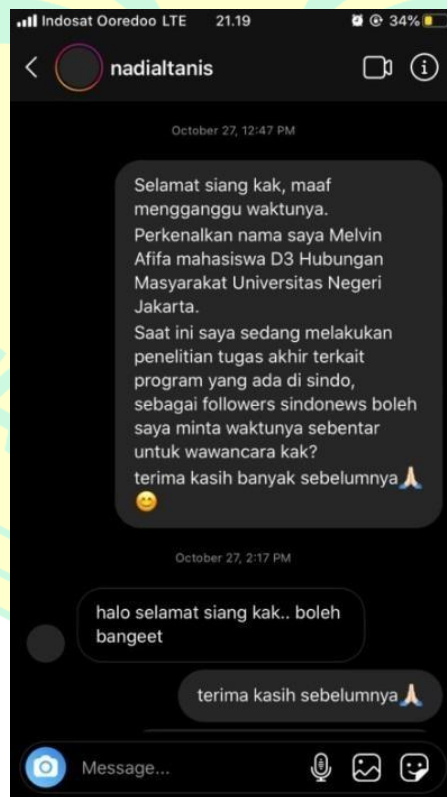
Lampiran 3

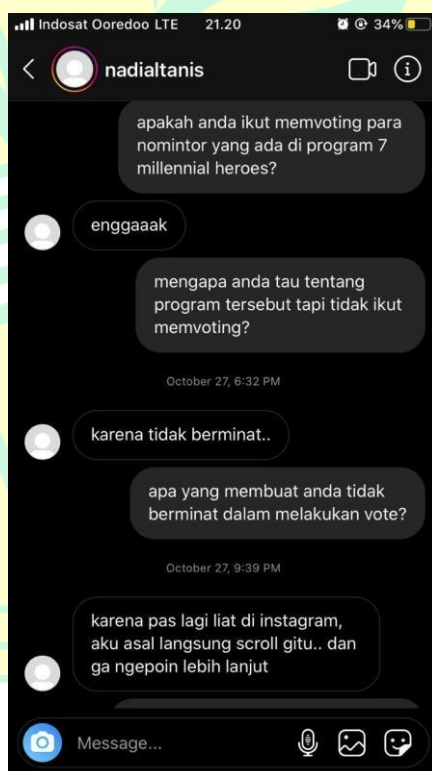
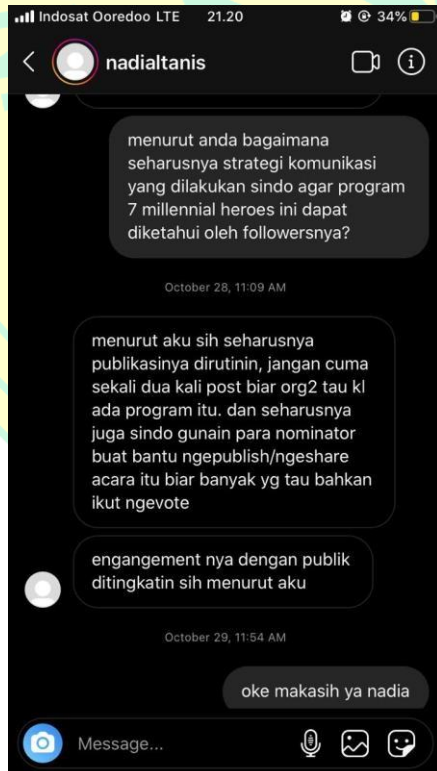
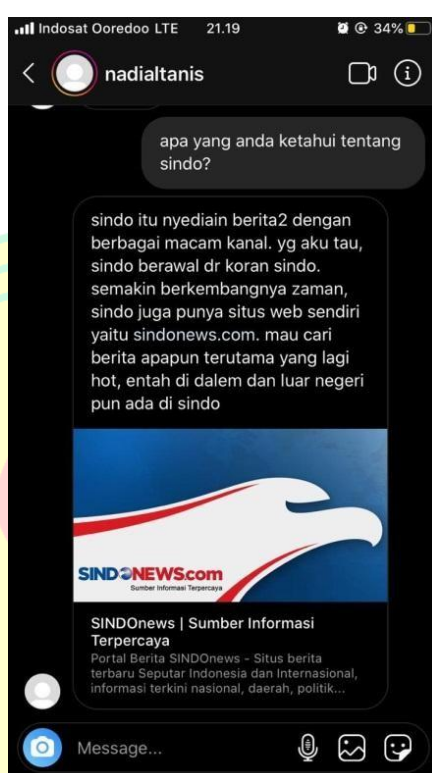
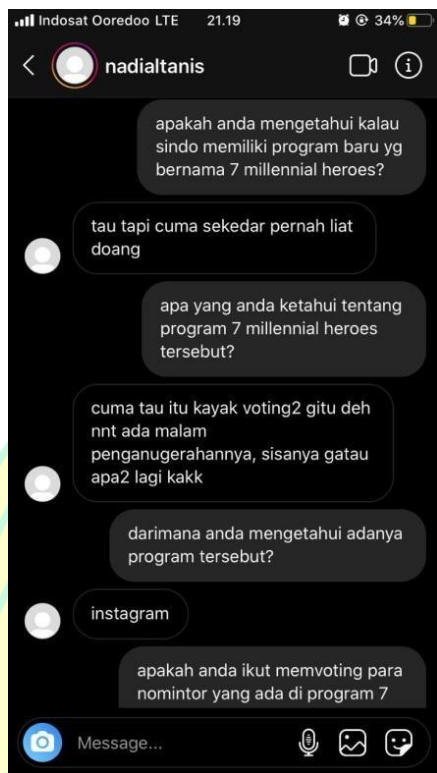
Transkrip Wawancara Informan 2

Langkah-langkah Strategi Komunikasi PT Media Nusantara Informasi (SINDO) Dalam Mensosialisasikan Program 7 Millennial Heroes

Nama : Nadia
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 20 Tahun
Asal : Bandung
Tanggal Wawancara : 27 Oktober 2019
Waktu Wawancara : 12.47 WIB

Pertanyaan





Lampiran 4

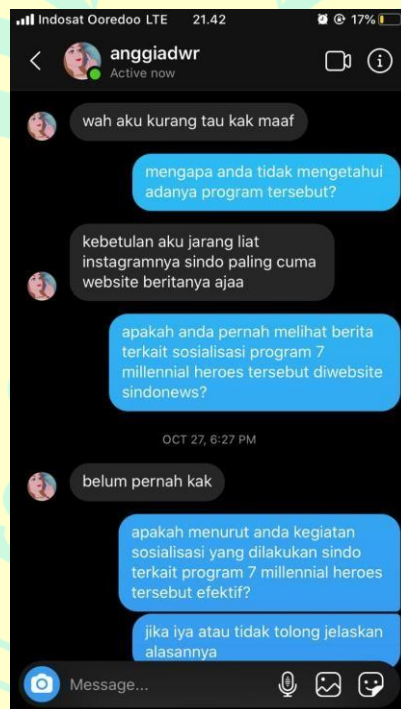
Transkrip Wawancara Informan 3

Langkah-langkah Strategi Komunikasi PT Media Nusantara Informasi
(SINDO) Dalam Mensosialisasikan Program 7 Millennial Heroes

Nama : Anggia
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia :
Asal : Grogol
Tanggal Wawancara : 27 Oktober 2019
Waktu Wawancara : 12.44 WIB

Pertanyaan







Lampiran 5

Transkrip Wawancara Informan 4

Langkah-langkah Strategi Komunikasi PT Media Nusantara Informasi
(SINDO) Dalam Mensosialisasikan Program 7 Millennial Heroes

Nama : Mega
Jenis Kelamin : Perempuan
Usia : 22
Asal : Depok
Tanggal Wawancara : 21 November 2019
Waktu Wawancara : 12.44 WIB

Pertanyaan

P : Apa yang anda ketahui tentang Sindo?

I : Kalau ditanya tentang sindo pasti yang aku tau adalah berita. Sindo itu selalu mengeluarkan tentang berita. Nah sekarang dengan adanya sindo di instagram itu lebih kayak membuat berita itu lebih dikemas dengan secara singkat padat jelas gitu loh, aaa dan berita yang dikeluarkan sindo di instagram itu gak tentang hanya politik atau Negara saja, kemarin aku baru baca nama cucunya jokowi terus tentang lain-lainnya deh banyak, pokoknya gak tentang Negara jadi kayak itu tuh kayak random tapi informasinya menarik buat kita

P : Apakah anda sering membaca beita di website sindonews atau di isntagram sindo?

I : Kayaknya justru kalau misalkan website aku gapernah sama sekali deh, kalau instagram liat sih maksudnya baca beritanya Cuma ya gak terlalu sering dan pantauin banget kayak kalo yang misalnya aku buka timeline aja abis itu aku baca. Jadi kayak aku tuh gak selalu mantengin instagramnya sindo untuk dia nge-up berita gitu enggaa, jadi kayak misalkan ya aku sebukanya aku instagram aja kapan dan misalkan lagi ada sindo upload ya aku baca, kalau misalkan dia udah dibawah-bawah kan aku gabisa baca beritanya gitu karna galiat juga kan. Jadi kek misalkan ngestalk juga jarang sih, jadi palingan keknya aku kalau baca beritanya gak terlalu sering banget.

P : Kenapa tidak pernah membaca di sindonews sedangkan berita diwebsite sindonews lebih lebghkap daripada di instagramnya?

I : eeemm menurutku kenapa, karena menurutku tuh instagram sindonews itu lebih simple dan dari apa namanya fotonya itu udah kayak bisa keliatan, maksudnya bisa diliat informasinya gitu. Kalau misalkan websitenya, kalau menurut aku tuh, kayak aku tuh gak terlalu suka buka website gitu sih jadi aku bukanya instagram dan dapetin informasi-informasinya di instagram gituu. Kayaknya kalau di instagram itu lebih simple aja sih kata-katanya, makanya aku suka bukanya tuh di instagram, kayak gitu kak.

P : Apakah anda mengetahui tentang program 7 millennials heroes?

I : Hah? Gatau tuh kak, apa kak tadi kak? 7 millennial apa heroes ya? Gatau sih, apa mungkin aku ga terlalu sering ngestalk itu kali ya instagramnya sindonews.

P : Sebelumnya pernah denger gak tentang program 7 millennial heroes?

I : Belum pernah kak heheheheh

P : Kenapa anda tidak mengetahui adanya program 7 millennial heroes?

I : umm mungkin karena sindo ini kurang mensosialisasikan tentang programnya dia gitu, kalau menurutku seharusnya kalau misalkan dia sedang menjalankan program baru itu harusnya tuh lebih dikencengin lagi untuk mensosialisasikan programnya sehingga orang-orang tuh sampai tau oh ternyata programnya sindo ada yang terbaru loh gituu. Jadi keknya kalau misalkan ada program terbaru dari sindo yang sedang dijalankan atau yang mau dijalankan harusnya tuh lebih untuk eee sering upload di media sosialnya gitu, karenakan eemm kalo misalkan diuploadnya cuma satu dua tentang program dia terus orang kelewat tentang postnya it uterus kayak aku, aku kan enggak terlalu sering untuk stalk si sindo itu instagramnya dan gak terlalu sering aku juga untuk scroll instagram aku sampe bawah, nah kalau misalnya orangnya kasusnya sama kayak aku gituu gak ngeliat postnya dari sindo terus dia tau darimana gitu program si 7 apa tadi tuh ya program itu pokoknyalah. Jadi kalau menurut aku harusnya kayaknya dia tuh harus

sering ngeupload tentang si program dia gitu, jadinya orang-orang yang kayak aku nih yang gatau tentang program dia jadi tau programnya apa gitu.

P : Apakah menurut anda sosialisasi yang sindo lakukan di instagram kurang?

I : Menurutku kurang sih, karena kalau misalkan ya itu tadi yang aku sampein tadi , kalau misalkan lagi sedang menjalankan suatu program itu harusnya lebih sering untuk upload gituloh, ya mungkin bisa diselingi dengan berita-berita tapi tuh program yang sedang dijalaninnya gak kalah penting sama berita-berita yang sedang di up gitu loh. Jadi orang tuh tau juga, itukan bisa dijadikan berita juga nantinya disebarluaskan sama orang kayak eh sindo lagi ada program ini loh gitu, jadi kalau misalkan dia lebih sering untuk upload lebih sering ngeup apa namanya tentang programnya itu mungkin orang bakal banyak yang tau. Kalau menurut aku sih sindo sosialisasinya kurang.

P : Menurut anda bagaimana strategi komunikasi yang seharusnya sindo lakukan agar pembaca sindonews dan pengikut sindo mengetahui tentang adanya program 7 millennias heroes?

I : Mungkin yang harusnya dilakuin sama sindo itu melibatkan banyak orang ya, kayak melibatkan influencer atau artis-artis gitu untuk ikut mempromosikan program dari sindo itu biar influencer atau artis-artis yang banyak orang follow itu jadi ikutan tau. Jadikan kalau misalkan si influencer

ngetag sindo, kan orang orang pasti yang belum follow otomatis ngebuka sindo dan lebih pengen tau tentang apa program yang dijalankan sama sindo gitu. Jadi membuat orang tertarik dengan berbagai cara. Teruskan yang masuk dala

P : Menurut anda penting atau tidak para pembaca sindonews dan pengikut sindo mengetahui tentang adanya program ini?

I : Kalau menurut aku penting karena pembaca sindo atau followers sindo itu jadi tau kalau sindo mempunyai program untuk mengapresiasi tokoh digenerasi milenial ini, dan mereka bisa mencontoh para tokoh yang masuk nominasi tersebut, serta dapat memberikan dukungan untuk para tokoj yang masuk dalam nominasi itu. Dan setelah melihat tadi para nominasi merupakan orang-orang yang bermutu dan berdedikasi tinggi pada tiap-tiap bidangnya, iya gak sih? Kayak misalnya yang dari olahraga ada kevin marcus, siapa sih yang gatau prestasi mereka, jadi menurut aku penting.

P : Target sasaran dari program ini adalah generasi milenial pembaca sindonews dan pengikut social media sindo, sebagai target sasaran dari program ini apakah anda tertarik untuk ikut serta dalam program 7 millennial heroes tersebut?

I : Tertarik sih kalau tau dari awal, jadikan bisa ikut dukung para nominasi yang tadi kamu kasih tau heheh

P : Menurut anda, apakah dengan melalui social media sindo program tersebut dapat diketahui oleh pembaca dan followersnya?

I : Bisa diketahui dengan syarat dia bisa mensosialisasikan dengan cara yang tepat gitu loh, kayak tadi misalkan aku bilang dia harus sering up beritanya di instagram dipost atau distorynya dan melibatkan banyak influencer atau justru malah melibatkan-melibatkan para nomnasi-nominasi tertera, dikarenakan dari setiap 7 kategori itu, satu dari kategori aja itu udah lebih dari satu kan ya nominasinya , jadi pasti banyak yang orang tau kalau misalkan dengan cara yang tepat. Dan kalau misalkan banyak orang yang tau, khususnya para followers sindo ya, kalau mereka banyak yang tau kan mereka juga ikut terlibat dalam mensukseskan acara ini, ikut ngebantu vote, gitu

P : Apakah menurut anda social media sindo interaktif sama followersnya?

I : Kalau menurutku sejauh ini social media sindo belum terlalu interaktif sama followersnya

P : Kenapa belum interaktif?

I : Karena menurutku sejauh ini social media dari sindo, khususnya instagram ya, dia hanya ngepost tentang berita. Harusnya kalau misalkan mau lebih interaktif lagi dengan followersnya itu bisa dengan cara kayak misalkan adain giveaway , atau ada kuis yang berhadiah, itu kan bisa

membuat para followersnya itu lebih kayak seneng gitu. Jadinya bisa ada feedbacknya gitu loh engga Cuma sindo yang ngasih informasi ke para followersnya dan diterima, tapi ada timbal baliknya kayak misalnya dia ngasih kuis terus nanti dibales lagi sama followersnya.

P : Menurut anda apakah dengan adanya program ini memberikan dampak/efek bagi pembaca dan followersnya atau tidak?

I : Bener bgt ini tuh ngasih dampak ataupun efek yang aku kira positif ya, kenapa karena para followers sindo ini kan jadi bisa tau nih ada program 7 millennial heroes, dan mungkin siapa tau di para follower ini adalah generasi milenial yang bisa ikut terpacu gitu motivasinya untuk bisa seperti nominasi-nominasi yang ada di 7 katego

Lampiran 6

Form Bimbingan

FORMULIR 3

FORMULIR KEGIATAN BIMBINGAN TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH

Nama : Melvin Afifa Ardeliang Program Studi DIII Hubungan Masyarakat
NIM : 4123165186 Pembimbing: Wina Puspita Sari, M.Si

No	TGL BIMBINGAN	MATERI KONSULTASI	CATATAN MATERI KONSULTASI	PARAF PEMBIMBING
1	23 Sep 2019	Tema & topik		<i>[Signature]</i>
2	30 Sep 2019	Bab 1		<i>[Signature]</i>
3	21 Okt 2019	Revisi bab 1	Latar belakang	<i>[Signature]</i>
4	4 Nov 2019	Bab 2	Teori	<i>[Signature]</i>
5	11 Nov 2019	- revisi bab 2 - Bab 3		<i>[Signature]</i>
6	4 des 2019	- revisi bab 3 - Bab 4		<i>[Signature]</i>
7	6 Jan 2020	- revisi bab 4 - Bab 5	kesimpulan & saran	<i>[Signature]</i>
8	22 Jan 2020	- revisi bab 5 - Daffus		<i>[Signature]</i>

Catatan:

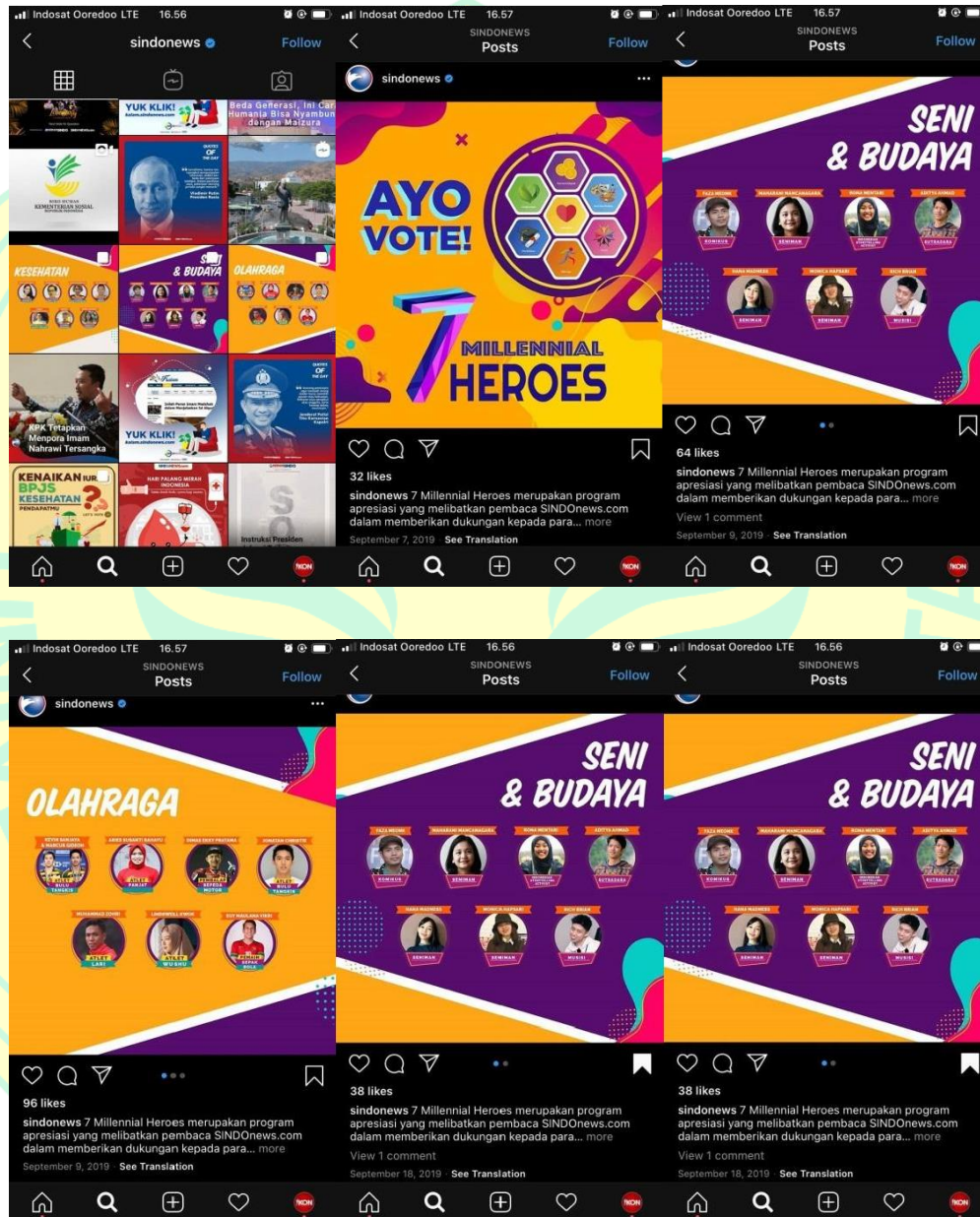
Kegiatan konsultasi materi TAKI dengan pembimbing **Minimal** harus 8 kali sebelum Seminar Proposal TAKI, setelah Seminar TAKI minimal bimbingan 8 kali dan setelah Sidang Akhir TAKI minimal bimbingan 2 kali dengan Penguji dan Pembimbing TAKI guna memenuhi syarat untuk diujikan pada sidang TAKI.



Scanned with
CamScanner

Lampiran 7

Dokumentasi Observasi Sosial Media Instagram @Sindonews

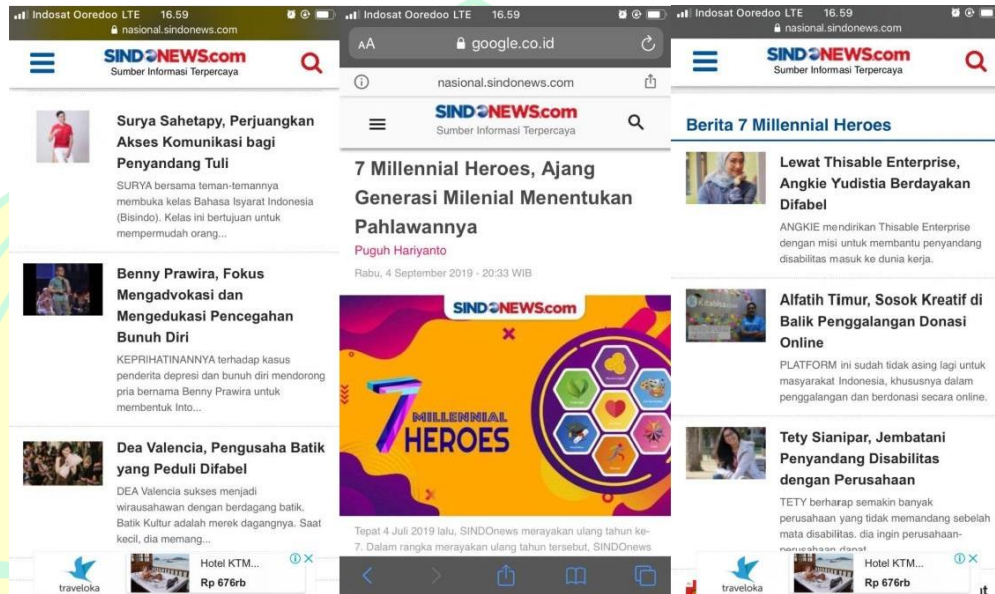


Postingan instagram Sindonews pada bulan September 2019

(Sumber : Hasil observasi penulis di instagram @Sindonews

Lampiran 8

Dokumentasi Observasi Website Sindonews.com



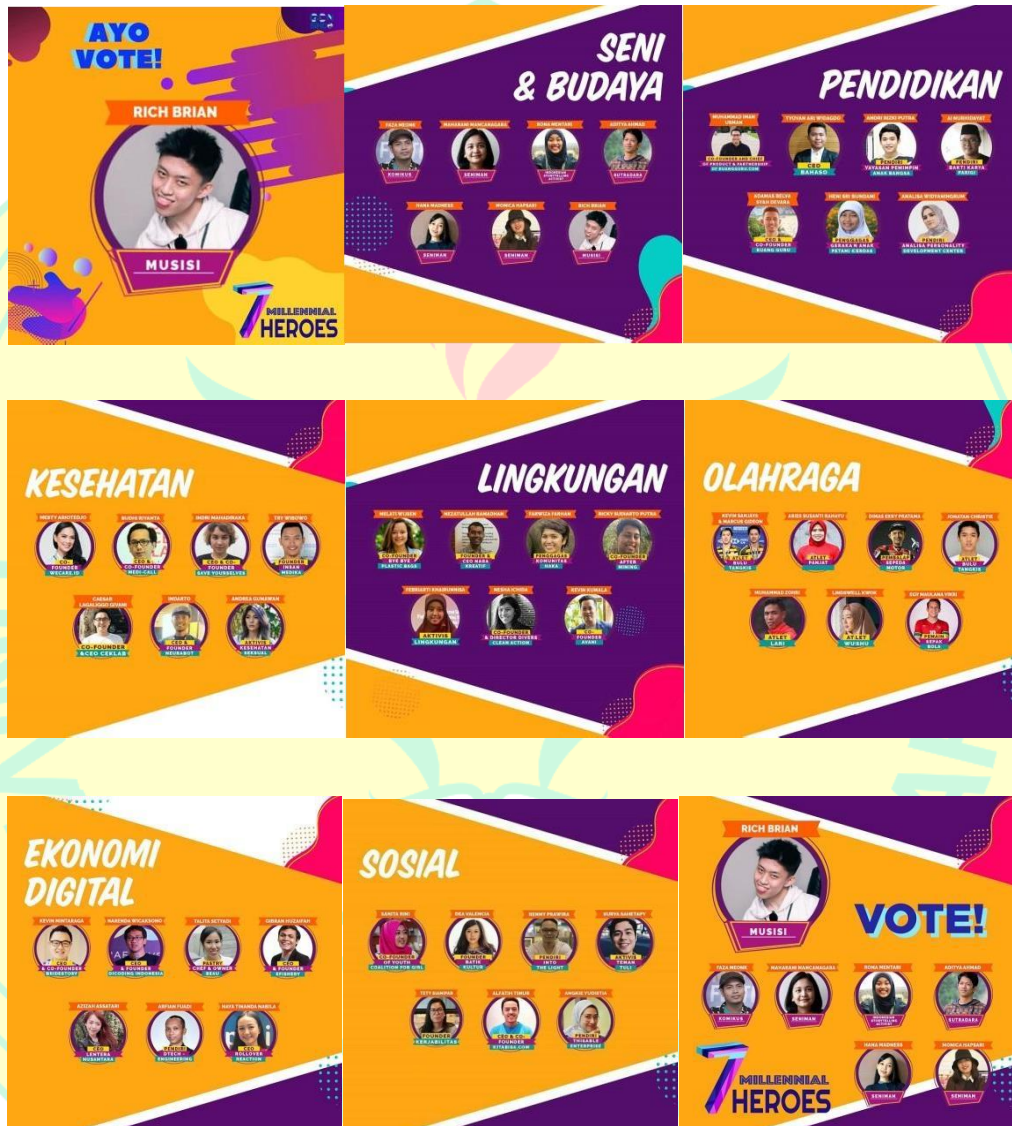
Website Sindonews.com pada bulan September 2019 berita terkait program

7 Millennial Heroes

(Sumber : Hasil observasi penulis di website @Sindonews)

Lampiran 9

Dokumentasi Nominator Program 7 Millennial Heroes



Nominator Program 7 Millennial Heroes

Lampiran 10

Dokumentasi Kegiatan Penelitian



Lampiran 11

Surat Permohonan Penelitian di Sindo

 KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
BIRO AKADEMIK KEMAHASISWAAN DAN HUBUNGAN MASYARAKAT
Kampus Universitas Negeri Jakarta
Jl. Rawamangun Muka, Gedung Administrasi Lt. I, Jakarta 13220
Telp: (021) 4759081, (021) 4893668, email: bakhum.akademik@unj.ac.id

Building Future Leaders

Nomor : 15309/UN39.12/KM/2019 12 November 2019
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian untuk Penulisan Skripsi

Kepada Yth.
Kepala Divisi Marketing Communication Sindo
Jl. K.H. Wahid Hasyim No. 38, RT. 06 RW. 06, Kebon Sirih,
Kec. Menteng, Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10340

Sehubungan dengan keperluan penulisan Skripsi mahasiswa, dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Melvin Afifa Ardeliany
Nomor Registrasi : 4123165186
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Fakultas : Ilmu Sosial
Jenjang : D3
No. Telp/Hp : 081319888987

Untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Sindo Dalam Mensosialisasikan Program 7 Millennial Heroes".
Atas perhatian dan kerja samanya disampaikan terima kasih.


Mero Sasmito, SH.
NIK 19530403 198510 2 001

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Ilmu Sosial
2. Koordinator Program Studi Hubungan Masyarakat

☐

Lampiran 12

Surat Keterangan Selesai Penelitian di Sindo

