

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA SEKSI  
PENGEMBANGAN PRODUK DAN *WEBSITE* LPP TVRI**

**FAKHRI**

**8223163054**



**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu  
persyaratan mendapat gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta.**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2018**

***FIELD WORK PRACTICE REPORT OF DEVELOPMENT PRODUCT AND  
WEBSITE SECTION OF LPP TVRI***

**FAKHRI**

**8223163054**



***This Field Work Practice Report arranged to meet one of the requirements to  
get the title of the Associate Degree of Faculty of Economics, Universitas  
Negeri Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII***

***FACULTY OF ECONOMICS***

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2018**

## LEMBAR EKSEKUTIF

Fakhri, 8223163054. Laporan Praktik Kerja Lapangan pada Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) Jakarta Pusat. Program studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Laporan ini bertujuan untuk menginformasikan kegiatan praktik selama dua bulan (Juli – Agustus 2018) melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di LPP TVRI Jakarta Pusat. Praktik Kerja Lapangan bertujuan untuk mendapat wawasan yang tidak didapatkan selama perkuliahan dan pengalaman empiris. Selama melakukan Praktik Kerja Lapangan, praktikan melakukan beberapa pekerjaan seperti membuat barang promosi berupa *souvenir* untuk mitra, membuat laporan nielsen, dan membuat *flyer* program acara unggulan untuk dipromosikan melalui *email blast*.

Dengan adanya pengalaman kerja ini praktikan memperoleh keterampilan dan menambah ilmu pengetahuan. Selain itu, untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar ahli madya yang diwajibkan bagi setiap mahasiswa oleh program studi DIII Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Setelah selesai melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, praktikan dapat mengambil beberapa kesimpulan dari berbagai tugas yang praktikan kerjakan antara lain, praktikan telah memahami untuk membuat strategi promosi, Mengidentifikasi jenis produk/jasa yang sesuai dengan target pasar, dan membuat analisa laporan *trend audience*.

Kata Kunci: Penyiaran, Seksi Pengembangan Produk dan *Website, Flyer, Email Blast, Trend Audience*

## **EXECUTIVE SUMMARY**

*Fakhri, 8223163054. Field Work Practice Report at Public Broadcasting Institution Television Republic Indonesia (LPP TVRI) Central Jakarta. Marketing Management program study. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta.*

*This Field Work Practice Report aiming to inform my activities for two months (July – August 2018) at LPP TVRI Central Jakarta. I was place as a Development Product and Website. Field work practice aiming to gain insights that are not obtainet during the lecture and emprical experience. During field work practice i did some task as make promotional items in the form of souvenirs for partnership, make a Nielsen Reports, and creating flagship program flyers to be promoted via email blast.*

*With the experience of this work student acquire skills and increase knowledge. In addition, to meet one of the requirements for earn the title of associate degree that are required for each practitioner on the course Diploma of Marketing Management study program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.*

*Having completed the Field Work Practice, student can take some of the conclusions of the tasks that the student working among others, student has understand to make a promotion strategy, identify the types of products / services that are in accordance with the target market, and make analysis of trend audience reports.*

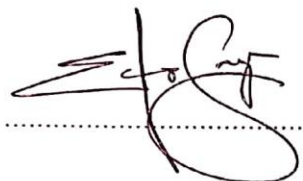


*Keywords: Broadcasting, Development Product and Website, Flyer, Email Blast, Trend Audience*

## LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dra. Sholikhah, M.M.  
NIP. 196206231990032001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>M. Edo S. Siregar, S.E. M.BA</u> NIP 197201252002121002		31 / 2019
Penguji Ahli		
<u>Shandy Aditya, BIB, M.PBS.</u> NIDN 881760018		23 / 2019
Dosen Pembimbing		
<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si.</u> NIP. 196301191992032001		30 / 2019

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya praktikan diberikan kesehatan dan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilaksanakan selama dua bulan di LPP TVRI dengan baik.

Terima kasih kepada orang tua praktikan, yang karena atas doa serta dukungannya praktikan bisa menyelesaikan laporan Praktik kerja Lapangan ini.

Selama pelaksanaan PKL dan saat menyusun laporan PKL ini, praktikan mendapatkan bimbingan, saran dan dukungan moril dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus hati praktikan menyampaikan ucapak terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Dedi Purwana, E. S., M.Bus. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.
3. Dra. Basrah Saidani, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membantu praktik dalam proses penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan ini.
4. Wahyuni, selaku Kepala Seksi Pengembangan Produk dan Website LPP TVRI yang telah memberikan kesempatan kepada praktikan untuk melaksanakan PKL di LPP TVRI Stasiun Daerah Jakarta Pusat.
5. Dian Purwani, selaku pembimbing praktikan selama menjalankan PKL di LPP TVRI.
6. Seluruh karyawan LPP TVRI yang tidak bisa praktikan sebutkan satu per satu, tanpa mengurangi rasa hormat.

Praktikan menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, praktikan mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca.

Jakarta, 24 Januari 2019

Praktikan

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR EKSEKUTIF</b> .....	i
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Maksud dan Tujuan.....	3
C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan.....	3
D. Tempat Praktik Kerja Lapangan dan Alasan.....	4
E. Waktu Praktik Kerja Lapangan .....	5
<b>BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PRAKTIK KERJA LAPANGAN</b> .....	7
A. Sejarah Perusahaan.....	7
B. Struktur Organisasi.....	11
C. Kegiatan Umum Perusahaan .....	20
<b>BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN</b> .....	26
A. Bidang Kerja .....	26
B. Pelaksanaan Kerja .....	27
C. Kendala Yang Dihadapi .....	37
D. Cara Mengatasi Kendala .....	37
<b>BAB IV PENUTUP</b> .....	38
A. Kesimpulan.....	38
B. Saran.....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
II.1	Logo LPP TVRI	9
II.2	Struktur Organisasi Seksi Pengembangan dan Usaha LPP TVRI	10
II.3	Daftar Harga <i>Spot</i> Iklan	23
III.4	Laporan KAK	27
III.5	Hasil Desain <i>Flyer</i> <i>Program Kabar dari</i> Tani	28
III.6	Hasil Desain <i>Flyer</i> <i>Program Kukuruyuk</i>	28
III.7	Hasil Desain <i>Template</i> Kuis	29
III.8	Hasil Desain Undangan	30
III.9	Presentasi <i>TV Day</i> oleh Pak Helmi Yahya	31
III.10	<i>Rating Share Top</i> <i>Program Juli-Agustus</i>	32
III.11	Diagram alir proses rancangan <i>Media Order</i>	33
III.12	Rancangan <i>Media Order</i>	34
III.13	Diagram alir Proses Sistem yang berjalan	35



**DAFTAR TABEL**

<b>Nomor Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
I.1	Demografis Penonton TVRI Pada Bulan Mei-Juli 2018	2

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Nomor Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>
Lampiran 1	Daftar Hadir PKL
Lampiran 2	Daftar Hadir PKL
Lampiran 3	Daftar Hadir PKL
Lampiran 4	Lembar Penilaian PKL
Lampiran 5	Surat Permohonan PKL
Lampiran 6	Surat Persetujuan PKL
Lampiran 7	Surat Permohonan PKL LPP TVRI
Lampiran 8	Tabel Kegiatan PKL

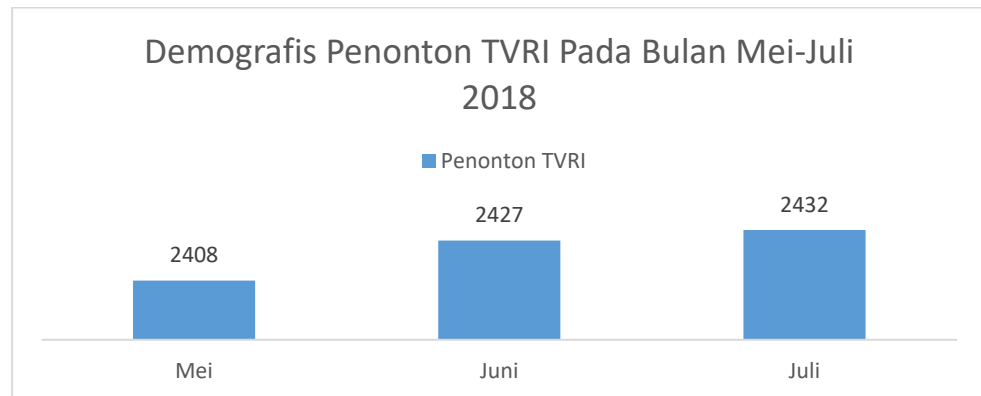
## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dunia penyiaran di Indonesia menjadi tantangan pertelevisian dalam menghadapi perubahan zaman, yang sebelumnya dikelola dengan menggunakan teknologi *analog*, kini sudah dapat dinikmati dalam format *digital*. Perubahan zaman tentang teknologi membuat penyiaran khususnya pertelevisian meningkatkan layanan masyarakat dengan konvergensi multimedia yang memungkinkan internet, televisi dan media sosial dapat terhubung satu sama lain.

Televisi menjadi pilihan masyarakat Indonesia untuk mendapatkan informasi. Saluran televisi di Indonesia kian bertambah, namun masyarakat tetap mengenal saluran televisi Indonesia yang pertama yaitu Televisi Republik Indonesia (TVRI). TVRI sebagai awal perkembangan dari kemajuan dunia televisi Indonesia. Saluran tersebut memiliki visi untuk media utama penggerak pemersatu bangsa dengan menyiarkan tayangan yang tidak memiliki kepentingan memihak tetapi untuk kepentingan negara dan masyarakat. Menurut data dari Nielsen yang bekerjasama dengan LPP TVRI menjelaskan tentang demografis penonton Indonesia dalam tabel berikut :



**Tabel I.1**

**Tabel Demografis Penonton TVRI Pada Bulan Mei-Juli 2018**

*Sumber : LPP TVRI*

Berdasarkan tabel diatas jumlah penonton TVRI pada tiga bulan terakhir mengalami peningkatan di tahun 2018. Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) berusaha untuk meningkatkan kualitas layanan penyiaran agar dapat bersaing dengan kompetitor perusahaan televisi yang ada di Indonesia. LPP TVRI membuka peluang kepada mahasiswa untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dalam meningkatkan kinerja sumber daya manusia di perusahaan. Praktikan memilih LPP TVRI, karena perusahaan ini mempunyai potensi untuk berkembang sebagai televisi yang masih layak untuk ditonton dan mampu bersaing di zaman konvergensi media.

Dengan demikian, pelaksanaan PKL ini merupakan sarana pembelajaran untuk menerapkan apa yang sudah dipelajari selama perkuliahan dan menambah pengalaman didunia kerja sesungguhnya.

Kegiatan PKL juga merupakan syarat kelulusan mahasiswa dalam memperoleh gelar Ahli Madya (A.md) pada Progam Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta (UNJ).

## **B. Maksud dan Tujuan**

Adapun maksud dari Praktik Kerja Lapangan adalah:

1. Mendapatkan pengalaman kerja sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.
2. Melatih sikap profesional saat Praktik Kerja Lapangan
3. Praktikan menyalurkan apa yang sudah dipelajari selama perkuliahan pada pelaksanaan PKL

Adapun Tujuan Praktikan melaksanakan PKL sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana cara menganalisa *trend industry* berdasarkan produk-produk utama TVRI.
2. Mengetahui bagaimana cara strategi pengembangan promosi dan media yang akan digunakan.

## **C. Kegunaan Praktik Kerja Lapangan**

Selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan diharapkan praktikan dapat memberikan manfaat bagi pihak – pihak yang bersangkutan, antara lain :

1. Bagi Perusahaan
  - a. Dapat melakukan pekerjaan dan segala tugas dengan cepat dan tepat selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) sesuai dengan aturan yang berlaku.

- b. Dapat membantu kegiatan operasional perusahaan seperti mempromosikan produk – produk investasi kepada masyarakat.
  - c. Terjalannya hubungan yang baik antara pihak Universitas Negeri Jakarta dengan LPP TVRI agar tercipta hubungan kerjasama yang saling menguntungkan.
2. Bagi Fakultas Ekonomi
- a. Menjalin kerjasama antara pihak fakultas dengan pihak perusahaan.
  - b. Sebagai bahan evaluasi untuk pihak fakultas guna memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh pihak perusahaan dan tuntutan yang diharapkan dalam dunia kerja.
3. Bagi Praktikan
- a. Guna mengetahui dunia kerja yang sebenarnya.
  - b. Menambah wawasan dan melatih keterampilan praktikan khususnya dalam bidang pemasaran sesuai dengan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan.
  - c. Menambah wawasan praktikan dalam promosi program siaran dan non siaran.

#### **D. Tempat Praktik Kerja Lapangan dan Alasan**

Tempat Praktik Kerja Lapangan

Nama Perusahaan : Lembaga Penyiaran Publik TVRI

Alamat Kantor : Jalan Gerbang Pemuda No. 8

Senayan, Jakarta

Telepon : 021 – 570 4720

Fax : 021 – 573 3122

#### Alasan memilih LPP TVRI

Alasan praktikan memilih LPP TVRI sebagai tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL) karena praktikan tertarik dengan dunia pertelevisian dan ingin menambah wawasan lebih dalam hal mengembangkan TVRI yang lebih baik. Oleh karena itu, praktikan memilih LPP TVRI sebagai tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL).

#### **E. Waktu Praktik Kerja Lapangan**

Waktu pelaksanaan praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan dilakukan selama 2 (dua) bulan terhitung mulai tanggal 1 Juli 2018 hingga 31 Agustus 2018. Waktu bekerja selama melakukan Praktik Kerja Lapangan samahalnya dengan pekerja lainnya, yaitu :

Hari : Senin – Jumat

Jam Kerja : 09.00 – 16.00

Jam Istirahat : 12.00 – 13.00

Ada beberapa tahapan Praktek Kerja Lapangan yang harus dilakukan oleh praktikan yang dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:

##### 1. Tahap Persiapan

Tahap pertama yang dilakukan oleh praktikan untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan yaitu praktikan meminta surat permohonan

Praktik Kerja Lapangan kebagian akademik fakultas di Gedung R. Setelah itu, surat permohonan tersebut diberikan kepada Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran untuk ditandatangani. Setelah disetujui dan ditandatangani oleh Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran, praktikan memberikan surat permohonan kepada Biro Administrasi Akademik Kemahasiswaan (BAAK) untuk dibuatkan surat permohonan resmi oleh pihak Universitas. Setelah 3 (tiga) hari pemrosesan, surat permohonan tersebut diberikan kepada perusahaan yang praktikan pilih. Setelah itu, praktikan menunggu konfirmasi dari pihak perusahaan.

## 2. Tahap Pelaksanaan

Setelah praktikan mendapatkan konfirmasi dari pihak perusahaan pada tanggal 7 Juni 2018, praktikan melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) terhitung mulai tanggal 1 Juli 2018 hingga 31 Agustus 2018 dengan waktu pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan sesuai dengan ketentuan yang di terapkan oleh LPP TVRI.

## 3. Tahap Penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan

Setelah praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, praktikan diwajibkan membuat laporan Praktik Kerja Lapangan yang nantinya laporan tersebut akan digunakan untuk sidang Praktik Kerja Lapangan.



## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

#### **A. Sejarah Perusahaan**

Televisi Republik Indonesia (TVRI) merupakan lembaga penyiaran yang menyanggah nama negara mengandung arti bahwa dengan nama tersebut siarannya ditujukan untuk kepentingan negara. Sejak berdirinya tanggal 24 Agustus 1962, TVRI mengemban tugas sebagai televisi yang mengangkat citra bangsa melalui penyelenggaraan penyiaran peristiwa yang berskala internasional, mendorong kemajuan kehidupan masyarakat serta sebagai perekat sosial.

Dinamika kehidupan TVRI adalah dinamika perjuangan bangsa dalam proses belajar berdemokrasi. Pada tanggal 24 Agustus 1962 dalam era Demokrasi Terpimpin, TVRI berbentuk yayasan yang didirikan untuk menyiarkan pembukaan Asian Games yang ke IV di Jakarta.

Memasuki era Demokrasi Pancasila pada tahun 1974, TVRI telah berubah menjadi salah satu bagian dari organisasi dan tata kerja Departemen Penerangan dengan status sebagai Direktorat yang bertanggung jawab Direktur Jenderal Radio, Televisi, dan Film.

Dalam era Reformasi terbitlah Peraturan Pemerintah RI Nomor 36 Tahun 2000 yang menetapkan status TVRI menjadi Perusahaan Jawatan di bawah pembinaan Departemen Keuangan. Kemudian melalui Peraturan Pemerintah

Nomor 9 Tahun 2002 TVRI berubah statusnya menjadi PT. TVRI (Persero) di bawah pembinaan Kantor Menteri Negara BUMN.

Selanjutnya, melalui Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2002 tentang Penyiaran, TVRI ditetapkan sebagai Lembaga Penyiaran Publik yang berbentuk badan hukum yang didirikan oleh Negara.

Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2005 menetapkan bahwa tugas TVRI adalah memberikan pelayanan informasi, pendidikan dan hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

## **1. Visi**

- a. Terwujudnya TVRI sebagai media utama penggerak pemersatu bangsa.
- b. Adapun maksud dari Visi adalah bahwa TVRI dimasa depan menjadi aktor utama penyiaran dalam menyediakan dan mengisi ruang publik, serta berperan dalam merekatkan dan mempersatukan semua elemen bangsa.

## **2. Misi**

- a. Menyelenggarakan siaran yang menghibur, mendidik, informatif secara netral, berimbang, sehat, dan beretika untuk membangun budaya bangsa dan mengembangkan persamaan dalam keberagaman

- b. Menyelenggarakan layanan siaran *multiplatform* yang berkualitas dan berdaya saing
- c. Menyelenggarakan tata kelola lembaga yang modern, transparan dan akuntabel
- d. Menyelenggarakan pengembangan dan usaha yang sejalan dengan tugas pelayanan publik
- e. Menyelenggarakan pengelolaan sumber daya proaktif dan andal guna meningkatkan pelayanan publik dan kesejahteraan pegawai

### 3. Logo



**Gambar II.1**

**Logo LPP TVRI**

*Sumber: <http://www.tvri.co.id/>*

*(Diakses pada tanggal 9 September 2018)*

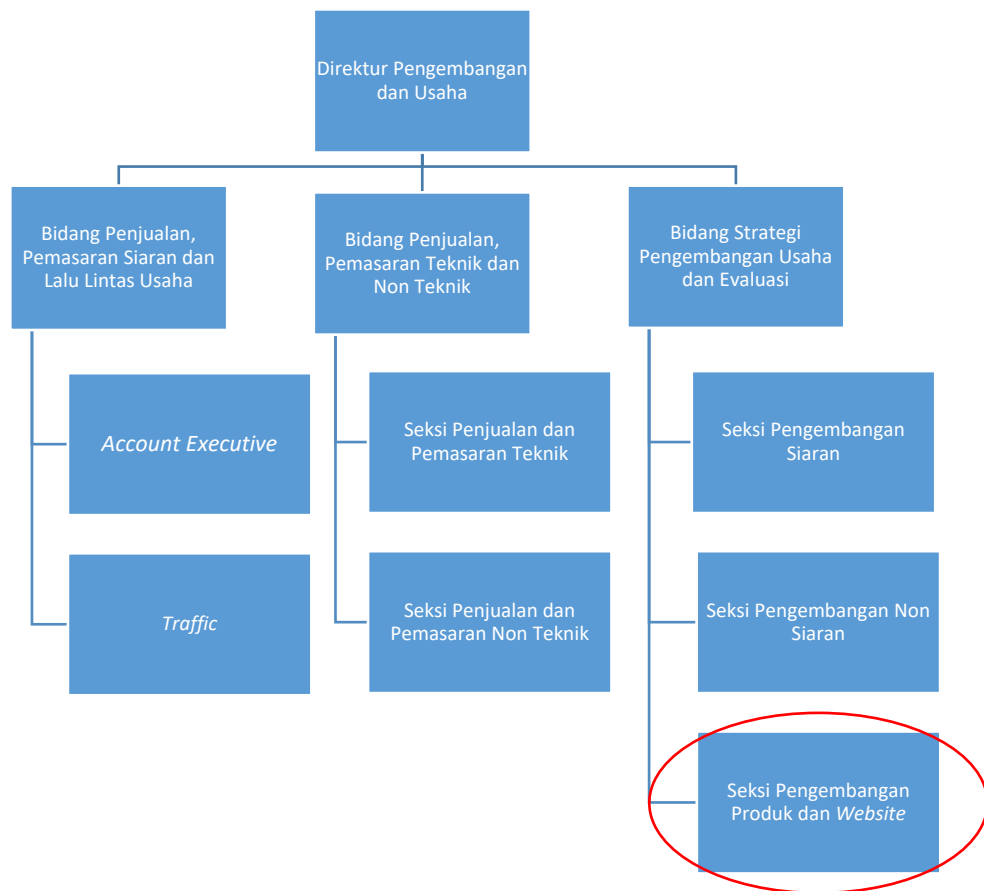
Secara simbolis bentuk logo di atas menggambarkan layanan publik yang informatif, komunikatif, elegan dan dinamis, dalam upaya mewujudkan visi dan misi sebagai TV publik yaitu media yang memiliki fungsi kontrol dan perekat sosial untuk memelihara persatuan dan kesatuan bangsa.

Bentuk lengkung berwarna oren yang berawal pada huruf “T” dan terakhir pada huruf “I” dari huruf TVRI membentuk huruf “P” yang bermakna adalah publik atau layanan informasi dan komunikasi menyeluruh

Bentuk *elips* dengan ekor yang runcing dan dinamis melambangkan komet yang bergerak cepat dan terarah serta makna gerakan perubahan yang cepat dan terencana menuju televisi publik yang lebih sempurna.

Bentuk tipografi TVRI memberi makna elegan dan dinamis, siap mengantisipasi perubahan dan perkembangan zaman serta tuntutan masyarakat. Warna biru mempunyai makna elegan, jernih, cerdas, arif informatif dan komunikatif. Perubahan warna jingga ke warna merah melambangkan sinar atau cahaya yang membawa pencerahan untuk ikut bersama mencerdaskan kehidupan bangsa serta mempunyai makna semangat dan dinamika perubahan menuju kearah yang lebih sempurna.

## B. Struktur Organisasi



**Gambar II.2**

### **Struktur Organisasi Seksi Pengembangan dan Usaha LPP TVRI**

*Sumber: Arsip LPP TVRI*

Struktur organisasi LPP TVRI berbentuk gabungan sektorsional dan fungsional dimana kebijakan dan wewenang diberikan oleh pimpinan kepada bawahan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Kepala Seksi setiap departemen dapat memberikan perintah kepada semua staf dan anggota yang ada sesuai dengan bidang kerjanya.

Pada saat Praktik Kerja Lapangan praktikan ditempatkan sebagai Pengembangan Produk dan Website yang bertugas sebagai pendukung bagian

pemasaran. Adapun tugas, tanggung jawab, dan wewenang dari masing-masing jabatan pada LPP TVRI yang berkaitan dengan saluran distribusi dalam layanan penyiaran adalah sebagai berikut :

### **Direktur Pengembangan dan Usaha**

Direktorat Pengembangan dan Usaha dipimpin oleh seorang Direktur. Direktorat Pengembangan dan Usaha mempunyai tugas melaksanakan Visi, Misi, Kebijakan Umum dan Kebijakan Penyiaran TVRI di bidang Pengembangan dan Usaha.

Dalam melaksanakan tugasnya, Direktorat Pengembangan dan Usaha menyelenggarakan fungsi:

- a) Pelaksanaan tugas kerjasama di Seksi Pengembangan dan Usaha dengan pihak terkait baik di dalam negeri maupun di luar negeri.
- b) Pelaksanaan tugas pemasaran dan penjualan program dan berita, termasuk paket siar (*canned product*) dan isi siaran (*program content*).
- c) Pelaksanaan tugas promosi penjualan program, promosi *non* -siaran, penyelenggaraan *website* dan *medium* konvergensi lainnya.
- d) Pelaksanaan tugas usaha *non*-siaran dan usaha jasa tambahan lainnya.
- e) Pelaksanaan tugas riset yang berkaitan dengan Seksi Pengembangan dan Usaha.
- f) Pengkoordinasian penelitian dan pengembangan yang berkaitan dengan bidang umum, sumber daya manusia, kelembagaan, teknik, program organisasi dan ketatalaksanaan.

- g) Pengkoordinasian pelaksanaan tugas di Seksi Pengembangan dan Usaha seluruh satuan kerja di lingkungan TVRI.
- h) Penetapan tarif (*rate card*), kebijakan pemberian diskon (*discount agency*), jasa agen (*agency fee*), syarat-syarat agen, jasa kolportir dan jasa lainnya, sistem pembayaran, dan dasar hukum ikatan kerjasama.
- i) Pelaksanaan tugas-tugas sebagaimana dimaksud butir (a), (b), (c), (d), (e), (f), (g) dan (h) di Seksi Pengembangan dan Usaha mulai dari perencanaan, penyelenggaraan, pembinaan sampai dengan pengembangan, berkoordinasi dengan Direktorat dan satuan kerja terkait, serta mengkoordinasikan pengawasan pelaksanaannya.
- j) Pelaksanaan evaluasi dan penyusunan laporan seluruh pelaksanaan tugas-tugas di Seksi Pengembangan dan Usaha secara periodik, dan menyampaikannya kepada Direktorat Utama dengan tembusan kepada Dewan Pengawas.

**Direktorat Pengembangan dan Usaha** terdiri dari:

**1) Seksi Penjualan, Pemasaran Siaran dan Lalu Lintas Usaha**

Seksi Penjualan, Pemasaran Siaran dan Lalu Lintas Usaha mempunyai tugas melaksanakan perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan di bidang Penjualan, Pemasaran Siaran dan Lalu Lintas Usaha.

Dalam melaksanakan tugasnya, Bidang Penjualan, Pemasaran Siaran dan Lalu Lintas Usaha menyelenggarakan fungsi:

- a) Perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan penjualan dan pemasaran siaran.
- b) Perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan lalu lintas usaha (*traffic*).

**Seksi Penjualan, Pemasaran Siaran dan Lalu Lintas Usaha** terdiri dari:

**a) Seksi Penjualan dan Pemasaran Siaran (*Account Executive*)**

Seksi Penjualan dan Pemasaran Siaran mempunyai tugas melakukan perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan, serta evaluasi penjualan dan pemasaran siaran.

**b) Seksi Lalu Lintas Usaha (*Traffic*)**

Seksi Lalu Lintas Usaha mempunyai tugas melakukan perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan, serta evaluasi lalu lintas usaha (*traffic*).

**2) Seksi Penjualan, Pemasaran Teknik dan Non Teknik**

Seksi Penjualan, Pemasaran Teknik dan Non Teknik mempunyai tugas melaksanakan perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan di bidang penjualan, pemasaran teknik dan *non*-teknik.

Dalam melaksanakan tugasnya di Seksi Penjualan, Pemasaran Teknik dan *Non*-Teknik menyelenggarakan fungsi:

- a) Perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan penjualan dan pemasaran teknik.



- b) Perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan penjualan dan pemasaran *non*-teknik (EO, PH, *Website*).

**Seksi Penjualan, Pemasaran Teknik dan Non Teknik** terdiri dari:

**a) Seksi Penjualan dan Pemasaran Teknik**

Seksi Penjualan dan Pemasaran Teknik mempunyai tugas melakukan perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan, serta evaluasi penjualan dan pemasaran teknik.

**b) Seksi Penjualan dan Pemasaran Non Teknik**

Seksi Penjualan dan Pemasaran *Non*-Teknik mempunyai tugas melakukan perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan, serta evaluasi Penjualan dan Pemasaran *Non*-Teknik.

**3) Seksi Strategi Pengembangan Usaha dan Evaluasi**

Seksi Strategi Pengembangan Usaha dan Evaluasi mempunyai tugas melaksanakan perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan di Bidang Strategi Pengembangan Usaha dan Evaluasi.

Dalam melaksanakan tugasnya, Seksi Strategi Pengembangan Usaha dan Evaluasi menyelenggarakan fungsi:

- a) Perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan siaran dan *non*-siaran.
- b) Perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan produk dan *website*.

- c) Perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan evaluasi dan pelaporan.

**Seksi Strategi Pengembangan Usaha dan Evaluasi** terdiri dari:

**a. Seksi Pengembangan Siaran**

- i. Menganalisa program acara yang diunggulkan (*in-house production* TVRI) dari sudut pandang *advertising agency*
  - a. Membuat perencanaan dan mendata *advertising agency* mana saja yang akan *disurvey*
  - b. Menentukan metode pelaksanaan *survey*
  - c. Mencari dan mengumpulkan data/informasi tentang pandangan *advertising agency* terhadap program acara *in-house production* TVRI
  - d. Membuat kajian/analisa dari data/informasi yang diperoleh dan membuat laporannya
- ii. Menganalisa program acara *in-house production* TVRI berdasarkan masukan dari publik tentang apa yang diharapkan dan diinginkannya
  - a. Membuat perencanaan acara apa yang akan *disurvey* dan kelompok publik mana saja
  - b. Menentukan metode pelaksanaan *survey*
  - c. Mencari dan mengumpulkan data/informasi tentang harapan dan keinginan public untuk acara yang disajikan di TVRI
  - d. Membuat kajian/analisa dari data dan informasi yang diperoleh

- e. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan
- iii. Membuat strategi pengembangan siaran berdasarkan kondisi pasar, komposisi target pasar (*target audience*)
  - a. Mengidentifikasi target pasar (*target audience*) program acara TVRI (pilih beberapa: Berita, Pendidikan dan Hiburan) berdasarkan demografis dan psikografis
  - b. Mengidentifikasi jenis produk/jasa yang sesuai dengan target pasar program acara TVRI
  - c. Membuat perbandingan dengan program sejenis yang ditayangkan pada Stasiun TV lain
  - d. Membuat kajian/analisa untuk merumuskan strategi pengembangan siaran TVRI
  - e. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan
- iv. Memberikan informasi secara intensif kepada para mitra (*advertising agency, advertiser*)
  - a. Mendata *advertising agency, media buying, dan advertiser* (termasuk kontak teleponnya)
  - b. Memberikan informasi produk (*program, ratecard, profile TVRI, dan informasi lain yang dianggap penting*) kepada *advertising agency, media buying, dan advertiser* baik melalui media (*email, surat, dll*) maupun melakukan kunjungan
  - c. Merencanakan kegiatan promosi baik melalui media, barang-barang promosi maupun kegiatan *off air*

d. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan

**b) Seksi Pengembangan Non Siaran**

- i. Menyusun strategi tentang kondisi pasar yang bisa dikembangkan untuk pasar usaha jasa *non*-siaran
  - a. Mengumpulkan data pesaing penyewaan menara
  - b. Mencari dan mengumpulkan data tentang potensi pasar baru untuk penyewa menara
  - c. Membuat kajian potensi dan peluang pasar baru untuk penyewa menara
  - d. Mencari dan mengumpulkan data peluang usaha optimalisasi aset (lahan dan bangunan)
  - e. Membuat kajian potensi pasar optimalisasi aset (lahan dan bangunan) TVRI baik di Kantor Pusat maupun di Stasiun Penyiaran Daerah
  - f. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan
- ii. Memberikan saran dan masukan mengenai strategi pengembangan usaha/bisnis berdasarkan analisa data.

**c) Seksi Pengembangan Produk dan Website**

- i. Mengalalisa tren industri berdasarkan produk-produk utama TVRI dan turunannya dengan model bisnis TVRI
- ii. Mengumpulkan data dan informasi tren industri TV (produk: program dan *channel* teresterial): Format Acara/Genre, Pengisi

- Acara/Performer, target pasar/*target audience* (demografis dan psikografis), *channel distribution* (media baru/*device*)
- iii. Membuat analisa pengembangan produk baru (*channel distribution/derivatif*) apa saja yang mempunyai peluang untuk dikembangkan berdasarkan permintaan pasar.
  - iv. Membuat usulan produk-produk baru berdasarkan hasil analisa
  - v. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan
  - vi. Membuat strategi promosi
  - vii. Mengumpulkan data dan informasi media promosi termasuk media sosial
  - viii. Mengumpulkan data karakteristik pengguna sosial media
  - ix. Membuat analisa tentang kelebihan dan kekurangan dari masing-masing media promosi tersebut.
  - x. Membuat usulan strategi promosi untuk produk unggulan TVRI
  - xi. Membuat laporan pelaksanaan kegiatan
  - xii. Melaksanakan Sosialisasi dan Pembinaan *Website* ke Stasiun Penyiaran Daerah.

**d) Seksi Evaluasi dan Pelaporan**

Seksi Evaluasi dan Pelaporan mempunyai tugas melakukan perencanaan, penyelenggaraan, dan pengembangan evaluasi dan pelaporan.

### C. Kegiatan Umum Perusahaan

Televisi Republik Indonesia (TVRI) adalah lembaga penyiaran yang memberikan layanan kepada publik dengan menayangkan program-program acara yang mendidik bagi masyarakat Indonesia. Pada satuan kerja pengembangan usaha memiliki tugas untuk membantu TVRI melakukan tugas sebagai promosi, pemasaran dan pengembangan. Sehingga TVRI dapat melakukan evaluasi dan penyusunan laporan pelaksanaan tugas promosi, pemasaran, dan penyusunan program. Menyusun rencana kerja dan anggaran untuk diajukan ke Direktur Pengembangan dan Usaha serta dapat memberi pertanggung jawaban terhadap pelaksanaan tugas kepada Direktur.

Seksi Pengembangan Produk dan *website* merupakan bagian pendukung yang mendukung Seksi Penjualan dan Pemasaran. Pengembangan Produk dan *Website* memberikan satuan kerja mendampingi penjualan tentang strategi mengembangkan usaha dengan mitra agar dapat bersaing dengan pertelevisian yang ada di Indonesia. TVRI menawarkan layanan kepada mitra dengan membuat strategi pemasaran berupa kerjasama pemasangan iklan diprogram acara sesuai masa periode tiap bulan yang akan ditawarkan.

Philip Kotler dan Kevin Keller (2012) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai sebagai alat pemasaran perusahaan menggunakan untuk mengejar tujuan pemasarannya di pasar sasaran.

### ***a. Product***

Pada penerapan program, penyajian program TVRI menayangkan program berasal dari produksi sendiri (*in-house*). Program *in-house* merupakan program siaran yang diproduksi oleh TVRI dan atau bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam bentuk program berita, sosialisasi kebijakan, iklan layanan masyarakat dan siaran interaktif.

Kebijakan Direktur Utama menerapkan iklan untuk TVRI adalah upaya baru untuk meningkatkan citra TVRI yang saat ini mulai bangkit setelah sekian lama televisi ini berdiri, TVRI memberikan manfaat untuk mitra/*agency* menggunakan media televisi untuk beriklan. Program-program unggulan TVRI tiap bulannya berbeda tergantung minat masyarakat yang menonton, program unggulan tersebut menjadi tempat untuk TVRI menyediakan iklan spot. Berikut adalah jasa yang ditawarkan TVRI:

#### ***1. OBB/CBB***

*Open/Closing Billboard* adalah tayangan pada awal/akhir program siaran yang menampilkan nama sponsor program siaran dimaksud dan umumnya disertai slogan produk atau jasa tertentu, dengan durasi kurang dari 8 detik.

#### ***2. BI/BO***

*Bumper In/Out* adalah tampilan sponsor dalam bentuk gambar, gambar tidak bergerak, animasi, grafik, tulisan dan suara

yang biasa dipasang pada awal suatu program siaran atau segmen program siaran sebelum *commercial break*.

3. *TVC*

*TV Commercial* merupakan bentuk iklan yang dipublikasi saat program ditayangkan.

4. *Running Text*

Tulisan bergerak di layar televisi untuk mempromosikan atau memberitahukan sesuatu hal, baik berupa barang maupun jasa.

5. *Super Impose*

Tampilan rangkaian tulisan atau logo atau produk atau jasa suatu perusahaan atau institusi yang di tempatkan pada pojok kiri atas atau bawah layar pesawat televisi dengan ukuran proporsional dan bertujuan mempromosikan barang atau jasa perusahaan atau institusi tertentu.

6. *Built in Product* dan *Built in Segment*

Penempatan atau pemasangan produk sponsor secara proporsional dalam bentuk program

7. *Adlibs*

Iklan televisi berisi pesan disampaikan dan diucapkan oleh penyiar secara langsung, baik diantara satu acara dengan acara yang lain maupun disampaikan oleh pembawa program acara tertentu.



### 8. Tag On Promo Program

Memberikan keuntungan berupa durasi promo yang telah ditentukan maksimal 60 detik.

#### b. Price

Minat mempengaruhi harga, program unggulan menjadikan dasar penentuan harga. Pengembangan dan usaha menawarkan harga sebagai berikut:

INDONESIA SIANG, Jum'at, Pkl. 12.30 - 13.30 wib							
OB/CBB	before/closing opening program	5"+5"	1	1	1	1,200,000	1,200,000
BI/BO	before/closing opening program	5"+5"	2	1	2	1,200,000	2,400,000
TVC	any posisi	30"	4	1	4	2,000,000	8,000,000
RUNNING TEXT	*	15"	2	1	2	700,000	1,400,000
SUPER IMPOSE	*	10"	2	1	2	600,000	1,200,000
BUILT IN PRODUCT	looping plasma diatur TVRI	*	2	1	2	10,000,000	20,000,000
KAMPUNG MERDEKA, Jum'at, Pkl. 14.00 - 15.00 wib							
OB/CBB	before/closing opening program	5"+5"	1	1	1	1,200,000	1,200,000
BI/BO	before/closing opening program	5"+5"	2	1	2	1,200,000	2,400,000
TVC	any posisi	30"	4	1	4	2,000,000	8,000,000
RUNNING TEXT	*	15"	2	1	2	700,000	1,400,000
SUPER IMPOSE	*	10"	2	1	2	600,000	1,200,000
BUILT IN PRODUCT	konsep atas persetujuan TVRI	*	1	1	1	10,000,000	10,000,000
ASEAN TRADITIONAL GAMES, Jum'at, Pkl. 15.00 - 16.00 wib							
OB/CBB	before/closing opening program	5"+5"	1	1	1	1,200,000	1,200,000
BI/BO	before/closing opening program	5"+5"	2	1	2	1,200,000	2,400,000
TVC	any posisi	30"	4	1	4	2,000,000	8,000,000
RUNNING TEXT	*	15"	2	1	2	700,000	1,400,000
SUPER IMPOSE	*	10"	2	1	2	600,000	1,200,000
BUILT IN PRODUCT	konsep atas persetujuan TVRI	*	1	1	1	10,000,000	10,000,000
SEMANGAT PAGI INDONESIA, Jum'at, Pkl. 06.00 - 08.00 wib							
BENEFIT	REMARKS	DURASI	SPOT	Episode	Total Spot	RATE	AMOUNT
OB/CBB	before/closing opening program	5"+5"	1	1	1	1,200,000	1,200,000
BI/BO	before/closing opening program	5"+5"	2	1	2	1,200,000	2,400,000
TVC	any posisi	30"	4	1	4	2,000,000	8,000,000
RUNNING TEXT	*	15"	2	1	2	700,000	1,400,000
SUPER IMPOSE	*	10"	2	1	2	600,000	1,200,000
BUILT IN PRODUCT	looping plasma diatur TVRI	*	2	1	2	10,000,000	20,000,000
BUILT IN SEGMENT	narasumber dari product	*	1	1	1	10,000,000	10,000,000
ADLIBS	penyebutan nama product	*	2	1	2	4,000,000	8,000,000
TAG ON PROMO PROGRAM	durasi promo maksimal 60 detik	5"	10	1	10	150,000	1,500,000
STAGE OF FAME, Jum'at, Pkl. 08.00 - 09.30 wib							
OB/CBB	before/closing opening program	5"+5"	1	1	1	1,200,000	1,200,000
BI/BO	before/closing opening program	5"+5"	2	1	2	1,200,000	2,400,000
TVC	any posisi	30"	4	1	4	2,000,000	8,000,000
RUNNING TEXT	*	15"	2	1	2	700,000	1,400,000
SUPER IMPOSE	*	10"	2	1	2	600,000	1,200,000
ADLIBS	penyebutan nama product	*	2	1	2	4,000,000	8,000,000

Gambar II.3

### Daftar Harga Spot Iklan

Sumber : Data diolah oleh Praktikan

**c. *Place***

LPP TVRI terletak di Jalan Gerbang Pemuda No. 8 Senayan, Jakarta Pusat. Lokasi ini cukup strategis karena terletak di dekat gedung KEMENPORA, DPR, dan GBK. Akses transportasi umum juga mudah karena terintegrasi dengan Transjakarta.

**d. *Promotion***

Promosi oleh LPP TVRI menggunakan strategi bauran promosi iklan, personal selling dan promosi penjualan. LPP TVRI menggabungkan strategi promosi dan menyesuaikan dengan kebutuhan mitra/*agency*.

a. Iklan (*advertising*)

Dalam iklan yang dilakukan, LPP TVRI menggunakan strategi pemasangan *X-banner*, spanduk, *sticker lift* dan papan reklame yang berada di sekitar area LPP TVRI.

b. *Personal selling*

*Personal selling* yang dilakukan oleh LPP TVRI adalah *Account Executive* yang menawarkan secara langsung kepada calon mitra/*agency* agar tertarik untuk berkerjasama.

c. Promosi penjualan

Promosi yang dilakukan oleh LPP TVRI meliputi pemberian *souvenir* kepada mitra/*agency* jika TVRI mengadakan kegiatan-kegiatan di luar kantor seperti contohnya adalah *Marketing Gathering*. *Souvenir* tersebut dikelola oleh bidang Pengembangan dan Usaha, biasanya *souvenir* tersebut berupa bingkisan totebag yang berisi kaos, mug, notes hingga *payung* berlogo TVRI.

## BAB III

### PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

#### A. Bidang Kerja

Seksi pengembangan usaha ini yang berfungsi sebagai peningkatan terhadap citra perusahaan, melalui pengaturan siaran iklan, memilih sponsor serta melakukan kerja sama. Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Pemasaran yang dilakukan oleh TVRI yaitu dengan cara memenuhi kebutuhan khalayak dengan cara memilih program acara yang ditayangkan untuk memberikan informasi, mengajak, mengingatkan serta memberikan pendidikan. Karena TVRI mempunyai program acara yang bertujuan untuk mencerdaskan bangsa.

Sesuai dengan program studi yang dipilih di Universitas, LPP TVRI menempatkan praktikan di Seksi Pengembangan Produk dan *Website*. Praktikan ditempatkan di cabang LPP TVRI yaitu di daerah Jakarta Pusat yang lebih terfokus kepada strategi pemasarannya untuk mendukung bagian pemasar yaitu Pengembangan Produk dan *Website*. Dalam pelaksanaan kerja praktikan mendapatkan fasilitas untuk menunjang kinerja praktikan dalam pengerjaan kegiatan diperusahaan.

## **B. Pelaksanaan Kerja**

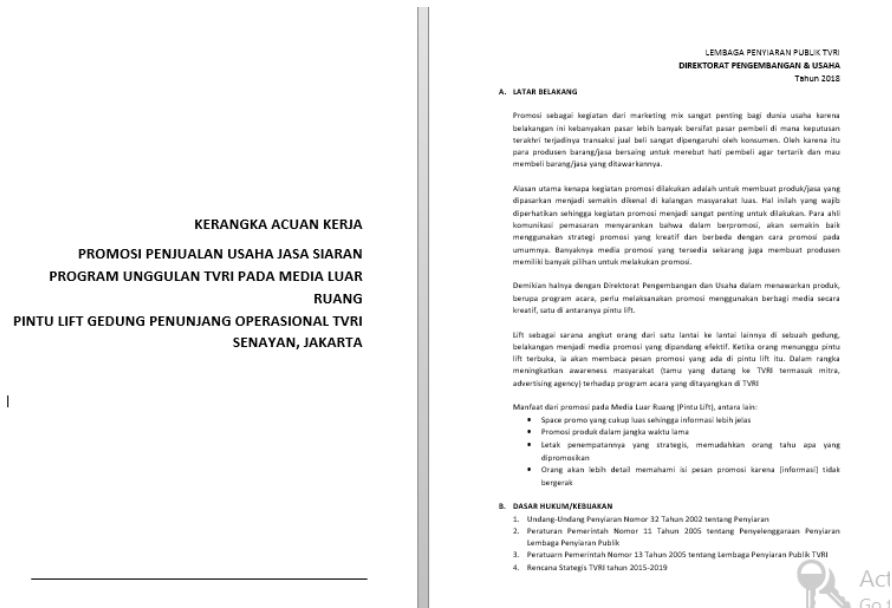
Praktikan melaksanakan PKL di LPP TVRI Jakarta Pusat. Praktikan di tempatkan pada Seksi Pengembangan Produk dan *Website*. Kegiatan PKL yang praktikan lakukan berlangsung selama 40 hari, mulai 2 Juli sampai dengan 31 Agustus. Praktikan melaksanakan PKL selama lima hari dalam seminggu, yaitu hari Senin sampai dengan Jumat, dari pukul 09.00 sampai dengan 16.00 WIB.

Sebelum praktikan diberi tugas yang akan praktikan laksanakan selama PKL, terlebih dahulu praktikan diberi tahu hak dan kewajiban praktikan selama melaksanakan PKL, kemudian praktikan dikenalkan dengan karyawan yang ada di Seksi Pengembangan dan Usaha.

Berikut adalah penjelasan dan rincian kegiatan yang dilakukan praktikan selama dua bulan pada Seksi Pengembangan Produk dan *Website*

### **1. Membantu membuat KAK (Kerangka Acuan Kerja)**

Dalam melaksanakan PKL praktikan diberi tugas membantu melengkapi pembuatan rencana kegiatan yang akan dilakukan perusahaan. Praktikan diminta oleh Kepala Pengembangan dan Usaha untuk membuat landasan kegiatan pembuatan barang promosi berupa *sticker lift* yang akan di tempel di tiap pintu *lift* gedung LPP TVRI. Kerangka Acuan Kerja merupakan lembar permohonan tertulis yang berfungsi sebagai izin untuk pengadaan kegiatan yang akan berlangsung kedepannya.



### Gambar III.3

### Laporan KAK

*Sumber: Data diolah oleh Praktikan (Diambil pada tanggal 11 Juli 2018)*

## 2. Membuat Desain Flyer Program Siaran

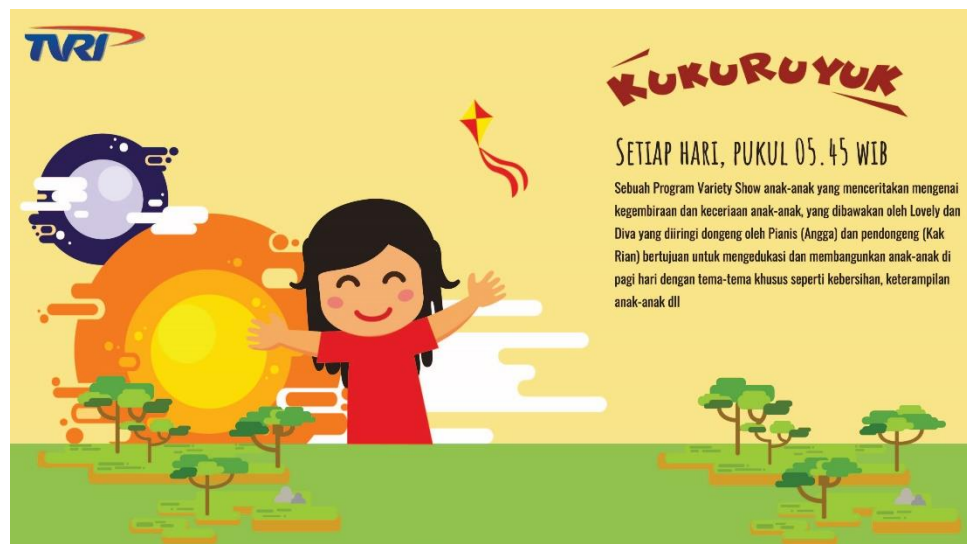
Kegiatan Praktikan mendesain *flyer* bertujuan untuk di pasarkan kepada mitra/*agency* sebagai media promosi yang akan ditawarkan pemasaran agar menarik masa mitra/*agency* memasang spot iklan di program acara TVRI. Praktikan selama PKL diberi tugas mendesain program *variety show* anak-anak yaitu “Kukuruyuk” dan program “Kabar dari Tani”.



**Gambar III.4**

### Hasil Desain Flyer Program Kabar dari Tani

*Sumber: Data diolah oleh Praktikan (Diambil pada tanggal 23 Juli 2018)*



**Gambar III.5**

### Hasil Desain Flyer Program Kukuruyuk

*Sumber: Data diolah oleh Praktikan (Diambil pada tanggal 16 Agustus 2018)*

### 3. Membuat Konten Kuis dan Pengumuman Pemenang Kuis Asian Games

Strategi promosi digunakan oleh TVRI sebagai pendekatan terhadap masyarakat. Adanya Kuis selama Asian Games, TVRI memberikan hadiah sejumlah uang kepada masyarakat yang telah menonton tayangan Asian Games 2018 yang siarkan oleh TVRI. Praktikan diminta membuat desain *template* sebagai bahan publikasi pemenang kuis tersebut yang akan dipublikasi melalui Sosial Media *Instagram*.



**Gambar III.6**

#### Hasil Desain Template Kuis

*Sumber: Data diolah oleh Praktikan (Diambil pada tanggal 27*

*Agustus 2018)*



#### 4. Membuat Undangan dan menyebarkannya kepada mitra dalam kegiatan *Marketing Gathering TV Day* bulan Agustus

Praktikan dalam beberapa kesempatan dipercaya untuk membuat desain. Praktikan diberi tugas membuat desain undangan dalam kegiatan *Marketing Gathering TV Day*. Setelah selesai praktikan mengirimkan undangan melalui *Email Blast*. Tugas mengirim *email* kepada mitra menjadi tanggung jawab pengirim jika selama menginput data nama mitra berbeda dengan alamat *email* yang dituju akan berakibat fatal. Praktikan diminta untuk teliti.



**Gambar III.7**

#### **Hasil Desain Undangan**

*Sumber: Data diolah oleh Praktikan (Diambil pada tanggal 31 Juli 2018)*

## 5. Mengikuti Kegiatan *Marketing Gathering TV Day*

Selama penyusunan kegiatan, Praktikan diberikan kesempatan mengikuti kegiatan *Marketing Gathering* oleh Kepala Pengembangan Produk dan *Website* bernama Ibu Wahyuni. Praktikan berkesempatan bertemu dengan mitra-mitra yang dikumpulkan pada acara tersebut. Kegiatan *gathering* dilaksanakan sebagai upaya Seksi Pengembangan dan Usaha untuk memaparkan kerjasama yang ditawarkan LPP TVRI terkait program unggulan TVRI.



**Gambar III.8**

**Presentasi *TV Day* oleh Pak Helmi Yahya**

*Sumber: Dokumentasi Pribadi (Diambil pada tanggal 8 Agustus 2018)*

## 6. Membuat Laporan Nielsen Juli-Agustus

Kegiatan menginput data *rating share* seluruh program menjadi aktivitas rutin tiap minggu yang dilakukan oleh praktikan selama PKL di LPP TVRI. Mengkompilasi *rating share* untuk mengetahui evaluasi dalam

mengembangkan produk baru (*channel distribution/derivatif*) apa saja yang mempunyai peluang untuk dikembangkan berdasarkan target pasar. Segmen pasar yang dimaksud adalah *gender*, usia dan tingkat pendidikan berdasarkan demografis dan psikografis.

TOP PROGRAM TVRI - JULI			
No	Description (grouped)	Level 2 <sup>Variable</sup>	Share
1	ICC:BENFICA VS JUVENTUS(L)	Sport:Match	3.68
2	ICC:MAN CITY VS LIVERPOOL(L)	Sport:Match	2.49
3	WAYANG KULIT	Entertainment:Traditional	2.38
4	ICC:AC MILAN VS MAN UTD(L)	Sport:Match	1.89
5	ICC:ARSENAL VS PSG(L)	Sport:Match	1.80
6	ICC:BENFICA VS SEVILLA(L)	Sport:Match	1.77
7	PELANTIKAN PRASETYA PERWIRA	Special:Special Event	1.71
8	ICC:MAN CITY VS B DORTMUND(L)	Sport:Match	1.66
9	ICC:BAYERN M VS PSG(L)	Sport:Match	1.59
10	SHALAT JUMAT	Religious:Preach/Dialog	1.57
TOP PROGRAM TVRI - AGUSTUS			
No	Description (grouped)	Level 2 <sup>Variable</sup>	Share
1	ICC:BENFICA VS JUVENTUS(L)	Sport:Match	7.25
2	AG 2018:ARAB S VS IR IRAN(L)	Sport:Match	3.28
3	LAPORAN INTERNASIONAL	News:Hard News	3.24
4	ASIAN GAMES 2018(L)	Sport:Match	3.12
5	HARMONI INDONESIA 2018	Special:Special Event	3.00
6	ICC:AC MILAN VS BARCELONA(L)	Sport:Match	2.94
7	DARI GELANGGANG KE GELANGGAN(L)	Sport:Match	2.88
8	SELIDIK	News:Feature	2.83
9	UPACARA PEMBUKAAN 18TH ASIAN G	Sport:Special Event	2.72
10	ICC:R MADRID VS ROMA(L)	Sport:Match	2.64

**Gambar III.10**

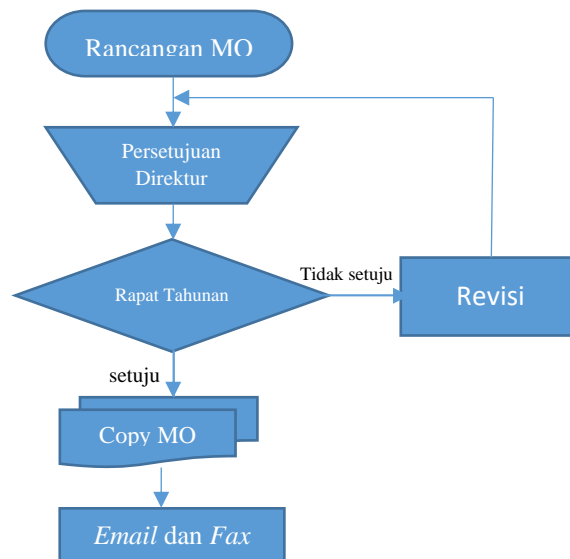
***Rating Share Top 10 Program Juli-Agustus***

Sumber : *Data diolah oleh Praktikan (Diambil pada tanggal 31 Agustus 2018)*

**7. Membuat Rancangan *Media Order***

*Media Order* adalah dokumen perjanjian dengan pelanggan yang dibuat oleh *Account Executive*. Berisikan jenis jasa yang dipilih, area, bentuk, waktu, durasi, dan harga yang telah disepakati perusahaan dengan pelanggan. *Media Order* merupakan dokumen yang dibuat berdasarkan *Purchase Order* yang diberikan oleh pelanggan. Praktikan ditugaskan

merancang dan menyebarkan surat *media order*. Rancangan *media order* yang telah diterima oleh Direktur Pengembangan dan Evaluasi kemudian disebarkan kepada setiap stasiun TVRI daerah seluruh Indonesia melalui *email* dan *fax*.



**Gambar III.11**

**Diagram alir proses rancangan *Media Order***

*Sumber : Data diolah oleh Praktikan*

**TVRI** HASIL NEGOSIASI  
NO. : ...../NEG/1.6/TVRI/....(tahun)

Kerjasama :  Produksi  Penyiaran  Produksi & Penyiaran  
 Program  Booking Tema Program  
 TVC / PSA / Advertorial / Running Text dan Jenis Sponsorship lainnya

1. Nama Perusahaan  
 Nomor Akte pendirian Perusahaan  
 Tanggal Berdirinya  
 NIK  
 NPIWP

2. Alamat Perusahaan  
 No. Jalan  
 Alamat Email

3. Nama Jabatan  
 No. Jalan  
 Nama Belalalai Lelacye  
 No. Jalan

4. No. Purchase Order (PO) Mitra

5. Judul Iklan / Program

6. Jenis Sponsorship

No.	Jenis Sponsorship	Dur	Jarak	Volume	Jumlah
a.	CBB/CBB (Per 3'+5')				
b.	TVC (30', 45', 30', 15')				
c.	PSA (30', 45', 30', 15')				
d.	Bumper In (BI)/Bumper Out (BO) (Per 5'+5')				
e.	Super Impose (Per 10')				
f.	Running Text (Per 15')				
g.	Back Drop / Main Drop (Per Program)				
h.	Side Wing Drop (Per Program)				
i.	Floor Drop (Per Program)				
j.	Template (Per 10')				
k.	Wallpaper (Per 15')				
l.	Tag on Promo (Per 5', Max 60')				
m.	Slogans Wall (Per 1', Max 5')				
n.	Advertorial (Per 1')				
o.	Video Clip Music (Per 3' per lagu)				
p.	Built In Sponsor (Per Program)				
q.	Anchor (Per Program)				
r.	Looking (Per Program)				
s.	Squeeze Frame (Per 15')				
t.	Time Signal (Per 5')				
u.	Bumper Musik & Voice Over (Per 5')				
v.	Filler (Per 5', Max 5')				
	Total				

7. Wujud Penyesuaian  
 a. Produksi  
 Hari & Tanggal  
 Biaya

b. Revisi  
 Hari & Tanggal  
 Biaya

8. Nilai Penyesuaian  
 a. Tarif Produksi  
 b. Biaya Revisi  
 c. Diskon : .....% (sesuai dengan surat persetujuan Direktur/Kepala NCU, tanggal.....)  
 d. Benefit : ..... (sesuai dengan surat persetujuan Direktur/Kepala NCU, tanggal.....)  
 e. Jumlah yang dibayar : PBB/PAB (tanggal....., asosiasi.....) / LB

9. Cara Pembayaran

10. Kecepatan Menunggu  
 Dengan menandatangani kesepakatan dalam negosiasi ini, Saudara menyetujui secara bulat-bulat ketentuan yang ada di balok-balok (tabung tempo dan dead).

Kepala, Penjualan Pemasaran  
 Staran dan Lalu Lintas Usaha

Kepa, Penjualan dan Pemasaran Staran

Jakarta, Pelugas Penjualan

(.....) (.....) (.....)  
 Nama Perusahaan Menyetujui : LPP Televisi Republik Indonesia  
 (.....) (.....) (.....)  
 Direktur Pengembangan dan Usaha

Gambar III.12

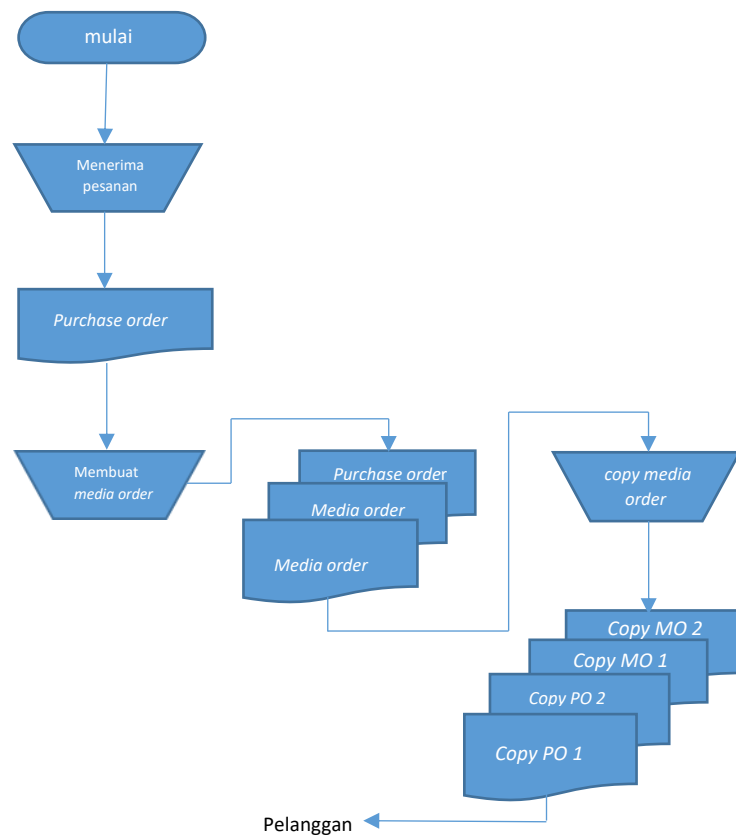
### Rancangan Media Order

Sumber : Data diolah oleh Praktikan (Diambil pada tanggal 29 Agustus 2018)

#### 8. Mengarsip Purchase Order

Mekanisme *Purchase Order* di tempat praktikan saat ini adalah sebuah seksi atau bagian yang bekerjasama dengan Seksi *Account Executive* yang menerbitkan *Media order* dengan mitra/agency. pihak mitra/agency membuat dan menyerahkan *purchase order*. Selanjutnya, *media order* dibuat sesuai dengan konten yang tertera. Jika sudah *Account Executive* memberikan berkas kepada Seksi Pengembangan

Usaha dengan membuat *copy* berkas 2 kali. Yang asli untuk bagian keuangan dan satunya lagi untuk arsip Seksi Pengembangan dan Usaha.



**Gambar III.13**

**Diagram alir proses sistem yang berjalan**

*Sumber : Data diolah oleh Praktikan*

### **C. Kendala Yang Dihadapi**

Selama praktikan mengikuti kegiatan Praktik Kerja Lapangan kendala yang dihadapi praktikan, yaitu penyesuaian diri. Ketika Praktikan memulai pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan selama 1 bulan pertama masih merasa belum berbaur dengan karyawan LPP TVRI.

### **D. Cara Mengatasi Kendala**

Berinteraksi dengan karyawan-karyawan salah satu cara praktikan mengatasi kendala penyesuaian diri. Interaksi sosial adalah hubungan antara individu satu dengan individu lain, individu satu dapat mempengaruhi individu yang lain atau sebaliknya, sehingga terdapat hubungan yang saling timbal balik. Hubungan tersebut dapat terjadi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok atau kelompok dengan kelompok (Walgito, 2007). Praktikan berinteraksi sosial saat jam istirahat siang, pada waktu tersebut praktikan saling bertukar pikiran melalui jam makan siang di kantin TVRI.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah menyelesaikan kegiatan Praktik Kerja Lapangan selama 40 hari masa kerja di LPP TVRI, praktikan mendapatkan beberapa kesimpulan. Berikut adalah kesimpulan yang didapat setelah pelaksanaan PKL:

1. Praktikan memahami dan mengerti analisa yang dilakukan TVRI untuk menentukan produk utama sebagai program unggulan yang diminati segmen pasar dengan mengidentifikasi demografis dan psikografis melalui *software Microsoft Excel*, Praktikan mengolah Laporan Nielsen Juli-Agustus sehingga mengetahui program unggulan berdasarkan *rating share*.
2. Praktikan mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan TVRI kepada konsumen. TVRI melakukan *Marketing Gathering TV Day*, membuat kuis pada kegiatan *Asian Games 2018* yang dipromosikan melalui *instagram*, dan membuat barang promosi berupa *sticker lift* dan *souvenir* dengan logo TVRI atau program unggulannya.



## **B. Saran**

Beberapa saran yang ingin praktikan sampaikan adalah:

1. Untuk perusahaan

LPP TVRI lebih mengurangi penggunaan kertas untuk arsip surat di bagian *copy file* dan menambah ruang untuk menyimpan arsip surat yang saat ini masih belum dimiliki oleh Seksi Strategi Pengembangan Usaha.

2. Untuk Universitas

Universitas sebaiknya mempunyai kerjasama dengan perusahaan untuk mendukung fasilitas mahasiswa berupa tempat praktik ke perusahaan agar mahasiswa tidak kesulitan mencari tempat praktik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buku pedoman *Praktik Kerja Lapangan* Universitas Negeri Jakarta. 2012. Jakarta
- LPP TVRI. *Tentang TVRI*. 2018. <http://tvri.go.id/page/sejarah> (Diakses tanggal 4 Oktober 2018)
- LPP TVRI. *Layanan Informasi*. 2018. <http://tvri.go.id/page/struktur-organisasi#> (Diakses tanggal 4 Oktober 2018)
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta 2004. PT. Prenhallindo.
- Walgito, Bimo. *Psikologi kelompok*. Yogyakarta 2007. Andi Offset.

# LAMPIRAN 1



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax (021) 4706285  
Laman www.fe.unj.ac.id




## DAFTAR HADIR PRAKTEK KERJA LAPANGAN 3 SKS

Nama : Fakhri  
No. Registrasi : 8223163054  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : LPP TVRI  
Alamat Praktik/Telp : Jalan Gerbang Pemuda No. 8  
Senayan, Jakarta 10270

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 2 Juli 2018	1. Fakhri	
2.	Selasa, 3 Juli 2018	2. Fakhri	
3.	Rabu, 4 Juli 2018	3. Fakhri	
4.	Kamis, 5 Juli 2018	4. Fakhri	
5.	Jumat, 6 Juli 2018	5. Fakhri	
6.	Senin, 9 Juli 2018	6. Fakhri	
7.	Selasa, 10 Juli 2018	7. Fakhri	
8.	Rabu, 11 Juli 2018	8. Fakhri	
9.	Kamis, 12 Juli 2018	9. Fakhri	
10.	Jumat, 13 Juli 2018	10. Fakhri	
11.	Senin, 16 Juli 2018	11. Fakhri	
12.	Selasa, 17 Juli 2018	12. Fakhri	
13.	Rabu, 18 Juli 2018	13. Fakhri	
14.	Kamis, 19 Juli 2018	14. Fakhri	
15.	Jumat, 20 Juli 2018	15. Fakhri	

Jakarta, 31 Agustus 2018  
Penilai,

  
(Wahyuni)  
Kepala Seksi Pengembangan Produk  
dan Website

**Catatan :**  
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

## LAMPIRAN 2



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285  
Laman: www.fe.unj.ac.id

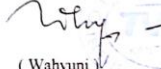


DAFTAR HADIR PRAKTEK  
KERJA LAPANGAN  
3 SKS

Nama : Fakhri  
No. Registrasi : 8223163054  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : LPP TVRI  
Alamat Praktik/Telp : Jalan Gerbang Pemuda No. 8  
Senayan, Jakarta 10270

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 23 Juli 2018	1. Fakhri	
2.	Selasa, 24 Juli 2018	2. Fakhri	
3.	Rabu, 25 Juli 2018	3. Fakhri	
4.	Kamis, 26 Juli 2018	4. Fakhri	
5.	Jumat, 27 Juli 2018	5. Fakhri	
6.	Senin, 30 Juli 2018	6. Fakhri	
7.	Selasa, 31 Juli 2018	7. Fakhri	
8.	Rabu, 1 Agustus 2018	8. Fakhri	
9.	Kamis, 2 Agustus 2018	9. Fakhri	
10.	Jumat, 3 Agustus 2018	10. Fakhri	
11.	Senin, 6 Agustus 2018	11. Fakhri	
12.	Selasa, 7 Agustus 2018	12. Fakhri	
13.	Rabu, 8 Agustus 2018	13. Fakhri	
14.	Kamis, 9 Agustus 2018	14. Fakhri	
15.	Jumat, 10 Agustus 2018	15. Fakhri	

Jakarta, 31 Agustus 2018  
Penilai,

  
(Wahyuni)  
Kepala Seksi Pengembangan Produk  
dan Website

**Catatan :**  
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

### LAMPIRAN 3



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285  
Laman: www.fe.unj.ac.id

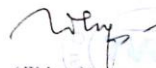


DAFTAR HADIR PRAKTEK  
KERJA LAPANGAN  
3 SKS

Nama : Fakhri  
No. Registrasi : 8223163054  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : LPP TVRI  
Alamat Praktik/Telp : Jalan Gerbang Pemuda No. 8  
Senayan, Jakarta 10270


NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 13 Agustus 2018	1. Fakhri	
2.	Selasa, 14 Agustus 2018	2. Fakhri	
3.	Rabu, 15 Agustus 2018	3. Fakhri	
4.	Kamis, 16 Agustus 2018	4. Fakhri	
5.	Jumat, 17 Agustus 2018	5. Fakhri	
6.	Senin, 20 Agustus 2018	6. Fakhri	
7.	Selasa, 21 Agustus 2018	7. Fakhri	
8.	Rabu, 22 Agustus 2018	8. —	
9.	Kamis, 23 Agustus 2018	9. Fakhri	
10.	Jumat, 24 Agustus 2018	10. Fakhri	
11.	Senin, 27 Agustus 2018	11. Fakhri	
12.	Selasa, 28 Agustus 2018	12. Fakhri	
13.	Rabu, 29 Agustus 2018	13. Fakhri	
14.	Kamis, 30 Agustus 2018	14. Fakhri	
15.	Jumat, 31 Agustus 2018	15. Fakhri	

Jakarta, 31 Agustus 2018  
Penilai,


  
( Wahyuni )  
Kepala Seksi Pengembangan Produk  
dan Website

**Catatan :**  
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

## LAMPIRAN 4



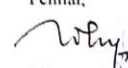
KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
**FAKULTAS EKONOMI**  
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawasungai Utara, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227-4738285, Fax: (021) 4738285  
Laman: www.fe.unj.ac.id



**PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III  
3 SKS**

Nama : Fakhri  
No.Registrasi : 8223163054  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : LPP TVRI  
Alamat Praktik/Telp : Jalan Gerbang Pemuda No. 8  
Senayan, Jakarta 10270

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN																														
1	Kehadiran	80	1. Keterangan Penilaian :  <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 15%;">Skor</td> <td style="width: 15%;">Nilai</td> <td style="width: 15%;">Bobot</td> </tr> <tr> <td>86-100</td> <td>A</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>81-85</td> <td>A-</td> <td>3,7</td> </tr> <tr> <td>76-80</td> <td>B+</td> <td>3,3</td> </tr> <tr> <td>71-75</td> <td>B</td> <td>3,0</td> </tr> <tr> <td>66-70</td> <td>B-</td> <td>2,7</td> </tr> <tr> <td>61-65</td> <td>C+</td> <td>2,3</td> </tr> <tr> <td>56-60</td> <td>C</td> <td>2,0</td> </tr> <tr> <td>51-55</td> <td>C-</td> <td>1,7</td> </tr> <tr> <td>46-50</td> <td>D</td> <td>1</td> </tr> </table>	Skor	Nilai	Bobot	86-100	A	4	81-85	A-	3,7	76-80	B+	3,3	71-75	B	3,0	66-70	B-	2,7	61-65	C+	2,3	56-60	C	2,0	51-55	C-	1,7	46-50	D	1
Skor	Nilai	Bobot																															
86-100	A	4																															
81-85	A-	3,7																															
76-80	B+	3,3																															
71-75	B	3,0																															
66-70	B-	2,7																															
61-65	C+	2,3																															
56-60	C	2,0																															
51-55	C-	1,7																															
46-50	D	1																															
2	Kedisiplinan	78																															
3	Sikap dan Kepribadian	78																															
4	Kemampuan Dasar	80																															
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	85																															
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	75																															
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	78																															
8	Aktivitas dan Kreativitas	78																															
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	78																															
10	Hasil Pekerjaan	78																															
<b>Jumlah</b>		<b>788</b>	2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan)  Nilai Rata-rata :  <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: fit-content; margin: 0 auto;"> <math display="block">\frac{788}{10 \text{ (sepuluh)}} = 78,8</math> </div> Nilai Akhir : <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr> <td style="width: 50%;">79</td> <td style="width: 50%;">B+</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</td> </tr> </table>	79	B+	Angka bulat	huruf																										
79	B+																																
Angka bulat	huruf																																

Jakarta, 31 Agustus 2018  
Penilai,  
  
( Wahyuni )  
Kepala Seksi Pengembangan Produk dan Website

Catatan :  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

## LAMPIRAN 5



*Building  
Future  
Leaders*

### KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PR I : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982  
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180  
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486  
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 0909/UN39.12/KM/2018  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

15 Mei 2018

Yth. Manager Kelembagaan Hukum dan HUMAS TVRI  
Gd. TVRI Jl. Gerbang Pemuda, Tanah Abang,  
Jakarta 10270

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : **Fakhri**  
Nomor Registrasi : 8223163054  
Program Studi : Manajemen Pemasaran (D3)  
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta  
No. Telp/HP : 083895460531

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan pada tanggal 1 Juli s.d. 31 Agustus 2018 dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat



Tembusan :  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Koordinator Prodi Manajemen Pemasaran (D3)

Woto Sasmoyo, SH  
NIP. 196304031985102001



## LAMPIRAN 6



LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK  
TELEVISI REPUBLIK INDONESIA  
Jl. Gerbang Pemuda No. 8 Senayan Jakarta 10270  
Telp. : (021) 570 4720, 5704740, Fax. (021) 573 3122  
www.tvri.co.id

No : 613/I.5.4.3/TVRI/2018  
Hal : **Persetujuan Praktek Kerja Lapangan**

07 Juni 2018

Yth.  
**Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat  
Universitas Negeri Jakarta  
Di Jakarta**

Menindaklanjuti surat Permohonan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Bapak/Ibu dari **Universitas Negeri Jakarta** dengan nomor: 0909/UN39.12/KM/2018 pada tanggal 15 Mei 2018 atas nama:

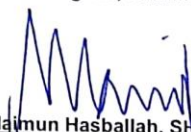
No	Nama	NIM	Jurusan
1	Fakhri	8223163054	Manajemen Pemasaran

Pada prinsipnya kami menerima di seksi **Produk/ Brand dan Website** dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Praktek Kerja Lapangan dilaksanakan selama jam kerja TVRI dan apabila dianggap perlu dapat ditugaskan diluar jam kerja.
2. Surat Keterangan sebagai bukti telah melaksanakan praktek kerja, akan diberikan setelah melaksanakan praktek kerja dengan baik, sesuai ketentuan TVRI.
3. Praktek Kerja Lapangan dilaksanakan pada tanggal **01 Juli s/d 31 Agustus 2018** di bagian **Produk/ Brand dan Website**.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Kasubbag Kelembagaan, Hukum dan Humas

  
**Majnun Hasballah, SH**  
NIP. 196708081998031002



## LAMPIRAN 7



LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK  
TELEVISI REPUBLIK INDONESIA  
Jl. Gerbang Pemuda No. 8 Senayan Jakarta 10270  
Telp. : (021) 570 4720, 5704740, Fax. (021) 573 3122  
www.tvri.co.id

No : 603/I.5.4.3/TVRI/2018  
Lamp : 1 (satu) berkas  
Hal : Permohonan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

07 Juni 2018

Yth.  
**Kepala Seksi Pengembangan Produk/ Brand dan Website  
di Tempat**

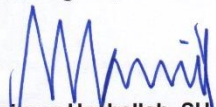
Sehubungan dengan surat permohonan dari **Universitas Negeri Jakarta** dengan nomor: 0909/UN39.12/KM/2018 pada tanggal 15 Mei 2018 tentang Permohonan Praktek Kerja Lapangan (PKL), atas nama:

No	Nama	NIM	Jurusan
1	Fakhri	8223163054	Manajemen Pemasaran

Untuk ini kami mohon bantuannya agar nama tersebut diatas dapat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) pada tanggal **01 Juli s/d 31 Agustus 2018** di seksi **Pengembangan Produk/ Brand dan Website** sesuai dengan surat konfrimasi no: 603/I.5.4.3/TVRI/2018 pada tanggal 07 Juni 2018.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Kasubbag Kelembagaan, Hukum dan Humas

  
**Majmun Hasballah, SH**  
NIP. 196708081998031002

## Lampiran 8

No.	Tanggal	Kegiatan
1	2 Juli 2018	Pengenalan pada karyawan LPP TVRI bidang Pengembangan dan Usaha
2	3 Juli 2018	Memahami aturan yang berjalan dan prosedur perusahaan
3	4 Juli 2018	Membuat arsip <i>Purchase Order</i>
4	5 Juli 2018	Membuat arsip <i>Purchase Order</i>
5	6 Juli 2018	Membuat laporan Neilsen minggu ke-1 Juli
6	9 Juli 2018	Membuat laporan Neilsen minggu ke-2 Juli
7	10 Juli 2018	<i>Telemarketing</i> email untuk media partner kuis Asian Games
8	11 Juli 2018	Membuat KAK pengadaan barang promosi <i>Sticker Lift</i> program unggulan.
9	12 Juli 2018	Membuat KAK pengadaan barang promosi <i>Sticker Lift</i> program unggulan.
10	13 Juli 2018	Membuat KAK pengadaan barang promosi <i>Sticker Lift</i> program unggulan.
11	16 Juli 2018	Membuat Desain <i>Flyer Program Kabar dari Tani</i>
12	17 Juli 2018	Membuat Desain <i>Flyer Program Kabar dari Tani</i>
13	18 Juli 2018	Membuat Desain <i>Flyer Program Kabar dari Tani</i>
14	19 Juli 2018	Membuat Desain <i>Flyer Program Kabar dari Tani</i>
15	20 Juli 2018	Membuat laporan Neilsen minggu ke-3 Juli

16	23 Juli 2018	Membuat Desain <i>Flayer Program Kabar dari Tani</i>
17	24 Juli 2018	Mengirim <i>Email Blast</i> kepada mitra/ <i>Agency</i>
18	25 Juli 2018	Membuat laporan Neilsen minggu ke-4 Juli
19	26 Juli 2018	Membuat laporan Neilson bulanan Juli
20	27 Juli 2018	Membuat Desain Undangan <i>TV Day</i>
21	30 Juli 2018	Membuat Desain Undangan <i>TV Day</i>
22	31 Juli 2018	Membuat Desain Undangan <i>TV Day</i>
23	1 Agustus 2018	Membuat laporan Neilsen minggu ke-1 Agustus
24	2 Agustus 2018	Mengirimkan email Undangan <i>TV Day</i>
25	3 Agustus 2018	Mengirimkan email Undangan <i>TV Day</i>
26	6 Agustus 2018	Mengirimkan email Undangan <i>TV Day</i>
27	7 Agustus 2018	Persiapan kegiatan <i>Marketing Gathering TV Day</i>
28	8 Agustus 2018	Mengikuti kegiatan <i>Marketing Gathering TV Day</i>
29	9 Agustus 2018	Membuat Laporan Kegiatan <i>Marketing Gathering TV Day</i>
30	10 Agustus 2018	Membuat Laporan Kegiatan <i>Marketing Gathering TV Day</i>
31	13 Agustus 2018	Membuat laporan Neilsen minggu ke-2 Agustus
32	14 Agustus 2018	Membuat Desain <i>Flayer Program Kukuruyuk</i>
33	15 Agustus 2018	Membuat Desain <i>Flayer Program Kukuruyuk</i>
34	16 Agustus 2018	Membuat Desain <i>Flayer Program Kukuruyuk</i>
35	17 Agustus 2018	Upacara Bendera di TVRI

36	20 Agustus 2018	Membuat laporan Neilsen minggu ke-3 Agustus
37	21 Agustus 2018	Membuat Desain <i>Template</i> Pertanyaan Kuis <i>Asian Games 2018</i>
38	23 Agustus 2018	Membuat Desain <i>Template</i> Pertanyaan Kuis <i>Asian Games 2018</i>
39	24 Agustus 2018	Membuat Desain <i>Template</i> pertanyaan Kuis <i>Asian Games 2018</i>
40	25 Agustus 2018	Membuat Desain <i>Template</i> Pemenang Kuis <i>Asian Games 2018</i>
41	27 Agustus 2018	Membuat Desain <i>Template</i> Pemenang Kuis <i>Asian Games 2018</i>
42	28 Agustus 2018	Membuat rancangan <i>Media Order</i> TVRI tahun 2018
43	29 Agustus 2018	Membuat rancangan <i>Media Order</i> TVRI tahun 2018
44	30 Agustus 2018	Membuat laporan Neilsen minggu ke-4 Agustus
45	31 Agustus 2018	Membuat laporan Neilsen bulanan Agustus