

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA
VISINEMA PICTURES**

KEVIN NUGROHO RIOVALDY

8215155321



Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2019

***INTERNSHIP REPORT
AT VISINEMA PICTURES***

***KEVIN NUGROHO RIOVALDY
8215155321***



This Internship Report was written to comply one of the requirement to get a Bachelor's Degree of Economics at Faculty of Economics of State University of Jakarta.

***BACHELOR DEGREE OF MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019***

ABSTRAK

Kevin Nugroho Riovaldy. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada Departemen *Business and Partnership (Promotion Team – Community)* Visinema Pictures. JL. Kramat No. 3C RT: 2/RW: 1, Cilandak Timur., Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12560, 16 Juli – 7 September 2018. Program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Praktik Kerja Lapangan (PKL) bagi praktikan bertujuan untuk menambah pengalaman dan wawasan baru yang tidak didapatkan dalam perkuliahan, merasakan bagaimana situasi sebenarnya dalam perusahaan, sekaligus melatih diri untuk persiapan persaingan di dunia kerja nanti. Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Departemen *Business and Partnership (Promotion Team – Community)* pada Visinema Pictures. Tugas yang diberikan kepada praktikan berkaitan dengan Mencari *Contact Person* Komunitas Keluarga dan Mengirim Permohonan Kerjasama, *Meeting* Bersama Komunitas, Membuat dan Mengirim Surat Perjanjian Kerjasama, Membuat *Marketing Communication Plan Glam Camping*, dan Mendatangi *Press Conference* dan *Gala Premier Film*.

Kata Kunci: Praktik Kerja Lapangan (PKL), Visinema Pictures, *Production House, Promotion Team, Community*

ABSTRACT

Kevin Nugroho Riovaldy. *Internship report at Business and Partnership Department (Promotion Team – Community) Visinema Pictures. . JL. Kramat No. 3C RT: 2/RW: 1, Cilandak Timur., Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12560, July 16th – September 7th, 2018. Bachelor Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.*

The internship program for praktikan aims to gain new experiences and insights that are not found in lectures, feel the real situation in the company, while training themselves to prepare for competition in the world of work later. Praktikan implements internship program in the Business and Praternship Department (Promotion Team – Community) at Visinema Pictures. The tasks given to the praktikan are related to Finding Contact Person Family Community and Sending Application for Collaboration, Meeting with Communities, Create and Sending Collaborative Agreement, Creating a Marketing Communication Plan for Glam Camping, and Attend Press Conference and Gala Premier Film.

Keywords: Internship, Visinema Pictures, Production House, Promotion Team, Community

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR

Laporan Praktik Kerja Lapangan

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan pada Visinema Pictures
Nama Praktikan : Kevin Nugroho Riovaldy
Nomor Registrasi : 8215155321
Program Studi : S1 Manajemen
Setuju untuk Ujian :

Menyetujui,
Pembimbing



Ika Febrilia, S.E., M.M.

NIP.198702092015042001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Andrian Haro, S.Si, M.M.

NIP. 198509242014041002

Seminar pada Tanggal: 7 Januari 2019

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi S1 Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Andrian Haro, S.Si, M.M.

NIP. 198509242014041002

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		

Andrian Haro, S.Si, M.M.

NIP. 198509242014041002



.....
11/2/19

Penguji Ahli

Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si.

NIP. 197206171999031001



.....
31/1/19

Dosen Pembimbing

Ika Febrilia, S.E., M.M.

NIP. 198702092015042001



.....
24/1/19

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur praktikan panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya dan juga memberikan kelancaran serta kemudahan dalam menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini sesuai jadwal sebagai bentuk pertanggungjawaban praktikan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures.

Laporan ini merupakan hasil dari kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang praktikan lakukan selama dua bulan di *Promotion Team* Visinema Pictures. Praktikan berharap, dengan disusunnya laporan ini dapat bermanfaat untuk praktikan secara khusus dan bagi para pembaca laporan ini secara umum untuk menambah pengetahuan serta dapat menjadi referensi bagi para pembaca.

Pada kesempatan ini praktikan ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi sehingga praktikan dapat melaksanakan dan menyelesaikan laporan PKL ini
2. Prof. Dr. Dedi Purwana E.S., M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta
3. Andrian Haro, S.Si., M.M., selaku Koordinator Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Ika Febrilia SE M.M., selaku Dosen Pembimbing PKL
5. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu, selama praktikan berada di bangku perkuliahan
6. Intan Maharani selaku mentor praktikan *Promotion Team* Visinema Pictures untuk bimbingan selama melaksanakan PKL
7. Teman-teman magang Visinema Pictures yang selalu menemani dan memberi masukan kepada praktikan
8. Teman-teman S1 Manajemen C 2015 yang senantiasa memberikan semangat untuk menyelesaikan laporan PKL

9. Semua pihak yang tidak dapat praktikan sebut satu persatu yang telah membantu kelancaran praktikan dalam melaksanakan PKL

Praktikan menyadari, laporan PKL ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun akan praktikan terima secara terbuka untuk menyempurnakan laporan ini.

Jakarta, Januari 2019

Praktikan

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL.....	5
C. Kegunaan PKL.....	6
D. Tempat PKL.....	8
E. Jadwal Waktu Pelaksanaan PKL.....	9
BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL	12
A. Sejarah Visinema Pictures	12
B. Struktur Organisasi Visinema Pictures.....	19
C. Kegiatan Umum Visinema Pictures	20
BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN	26
A. Bidang Pekerjaan	26
B. Pelaksanaan Kerja	27
C. Kendala Yang Dihadapi	45
D. Cara Mengatasi Kendala.....	46
E. Analisis Perbandingan Teori dan Praktik.....	49

BAB IV PENUTUP	50
A. Kesimpulan	50
B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN-LAMPIRAN	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Logo Visinema Pictures	16
2.2	Poster Film Visinema Pictures	17
2.3	Daftar Anak Perusahaan Visinema Pictures	18
2.4	Struktur Organisasi Visinema Pictures	19
3.1	<i>Contact Person</i> Komunitas Keluarga	29
3.2	Cover <i>Marketing Communication Plan</i>	30
3.3	<i>Email</i> Menawarkan Kerjasama	30
3.4	Alur kegiatan mencari <i>contact person</i> komunitas keluarga	33
3.5	Ruang <i>Meeting</i> Visinema Pictures	35
3.6	Suasana <i>Meeting</i> Visinema Pictures	35
3.7	Alur kegiatan <i>meeting</i> bersama komunitas	36
3.8	Membuat Surat Perjanjian Kerjasama	38
3.9	Mengirim Surat Perjanjian Kerjasama	38
3.10	Alur kegiatan membuat dan mengirim surat perjanjian kerjasama	39
3.11	Marketing Communication Plan Glam Camping	41
3.12	Alur kegiatan membuat <i>marketing communication plan</i>	21
3.13	<i>Press Conference/Gala Premier</i> film <i>Wiro Sableng</i>	44
3.14	<i>Chief Executive Officer</i> (CEO) Visinema Pictures	44

DAFTAR TABEL

TABEL	Judul	Halaman
1.1	Data jumlah penonton film Indonesia	3
2.1	Perbandingan Jasa <i>Production House</i> Indonesia	22
3.1	Data komunitas	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL)	51
2	Surat Penerimaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)	52
3	Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)	53
4	Lembar Penilaian Praktik Kerja Lapangan (PKL)	56
5	Surat Pemberitahuan Selesai Praktik Kerja Lapangan	57
6	Foto Praktikan Selama Praktik Kerja Lapangan (PKL)	58
7	Kegiatan Harian Praktik Kerja Lapangan (PKL)	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Rumah produksi atau biasa disebut dengan “*Production house*” (PH) adalah perusahaan pembuatan rekaman video dan atau perusahaan pembuatan rekaman audio yang kegiatan utamanya membuat rekaman acara siaran, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, untuk keperluan lembaga penyiaran.

Sebuah rumah produksi yang kegiatan sehari-harinya yang utama adalah memproduksi suatu program baik untuk acara televisi, film layar lebar, profil perusahaan, video klip, maupun iklan media elektronik. Yang kegiatannya dimulai dari perencanaan, *shooting*, *editing* sampai dengan pemasaran produk. Kegiatan *Production House* (PH) produksi yang lain yakni menyewakan alat-alat untuk memproduksi program acara (seperti kamera, mesin genset, *lighting* bahkan beberapa pekerja) dan menyediakan/ menyewakan tempat untuk penyelesaian produksi atas suatu program acara (seperti ruangan *editing* dan studio).

Secara umum, *production house* (PH) merupakan tempat memproduksi klip video dan juga film. Tempat inilah yang menjadi wadah yang menampung ide kreatif para sineas dan juga kreator video yang berada di Indonesia. Banyak sekali bermunculan *production house* (PH) dengan

spesialisasinya masing-masing, seperti video klip musik, iklan, film, FTV, sinetron, dan juga lainnya.

Sebagai tempat yang menghasilkan karya yang komersil, tentunya tempat ini juga merupakan entitas bisnis yang penghasilannya cukup menggiurkan dalam sekali proyek. Lapangan pekerjaan yang diciptakan karena hadirnya berbagai *production house* (PH) cukup banyak, karena usaha ini secara langsung bersentuhan dengan usaha di sektor lainnya, seperti catering, studio animasi, penyewaan mobil, penyewaan properti, sampai waralaba bioskop di Indonesia.

Kisaran pendapatan yang dihasilkan oleh *production house* (PH) beragam, tergantung dengan kesepakatan antara pihak manajemen *production house* (PH) dan klien. Tetapi, biasanya pendapatan rata-rata yang akan didapatkan berkisar hingga puluhan juta untuk *production house* (PH) yang masih baru, dan ratusan juta bagi *production house* (PH) yang telah berpengalaman menangani klien-klien yang besar.

Tren perkembangan industri film Indonesia saat ini menunjukkan tren yang positif dan dinilai cukup konsisten bila dilihat dari jumlah penonton yang terdata di tahun 2016 sampai 2017. Seperti yang terdapat pada tabel 1.1, dapat dilihat bahwa selama kurun waktu tiga tahun terakhir, jumlah penonton film Indonesia terus meningkat. Bagi produser film, *production house*, dan pengusaha bioskop kondisi ini merupakan masa yang membahagiakan. Dengan meningkatnya jumlah penonton film Indonesia bukan semata-mata banyaknya uang mengalir ke pundi-pundi. Indikasi lain

adalah makin cintanya masyarakat Indonesia kepada film produksi buatan anak bangsa. Indonesia sudah mampu menjadi rumah bagi film-film lokal, yang membuat film di Indonesia kian meningkat dari tahun ke tahun. Meningkatnya minat penonton film Indonesia, dan tumbuhnya perusahaan-perusahaan film baru tentunya membutuhkan layar lebih banyak lagi. Jumlah layar yang sekarang ini jumlahnya 1.500 layar di seluruh Indonesia, idealnya harus ditambah sekitar 500 layar. Dan hal ini baru terserap 10 persen dari total yang jumlah kebutuhan ideal.

Hal terpenting yang harus dibenahi adalah bagaimana membuat SDM yang berkecimpung di dunia perfilman itu memiliki pendidikan film. Peran pemerintah di sini sangat dibutuhkan untuk membuat inkubasi penulis naskah. Di mana, inkubasi penulisan skenario di tunjukan kepada orang-orang yang berminat menjadi penulis skenario. Mereka akan diberikan pelatihan dan juga pendidikan, bagaimana cara menulis skenario yang baik. Dengan skenario yang baik, film berkualitas pun akan didapatkan.

No	Tahun	Jumlah Penonton
1	2015	16,2 juta
2	2016	34,5 juta
3	2017	40,5 juta

Tabel 1.1 data jumlah penonton film Indonesia

Sumber: beritasatu.com

Dalam memasuki dunia kerja, calon-calon lulusan universitas (mahasiswa) tidak hanya dituntut untuk lulus berbekal kecerdasan intelektual namun harus memiliki kemampuan dasar. Seperti kita ketahui selama menempuh pendidikan di Universitas, mahasiswa hanya diberikan bekal ilmu teori. Kemampuan dasar yang dimaksud antara lain pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan sikap (*attitude*). Untuk mendapatkan ketiga hal tersebut, tidak semua dapat diberikan melalui kegiatan perkuliahan formal. Oleh karena itu, mahasiswa perlu melakukan Magang atau Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu mata kuliah yang ada dalam kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta (FE UNJ) yang bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif kepada mahasiswa secara nyata mengenai dunia kerja sekaligus memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang telah didapatkan selama kegiatan perkuliahan. Setiap mahasiswa FE UNJ, khususnya Program Studi Manajemen, diwajibkan untuk mengikuti program ini, karena Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan salah satu prasyarat untuk mendapatkan gelar sarjana ekonomi yang pelaksanaannya dilakukan minimal dua bulan.

Program Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan mahasiswa diharapkan dapat lebih mengenal, mengetahui, dan berlatih menganalisis kondisi lingkungan dunia kerja yang ada sebagai upaya untuk mempersiapkan diri dalam memasuki dunia kerja tersebut. Mahasiswa juga

dapat mengetahui apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh perusahaan di bidang yang mahasiswa pilih. Selain itu, jika mahasiswa tersebut memiliki penilaian kinerja yang baik dari perusahaan atau instansi tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), maka bukan hal yang mustahil mahasiswa tersebut memiliki kesempatan untuk bergabung dengan perusahaan tempatnya bekerja setelah lulus nantinya.

Dalam hal ini kemudian praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada perusahaan Visinema Pictures berupa rumah produksi sebuah film, dan praktikan ditempatkan di *Business & Partnership Department (Promotion Team – Community)*.

B. Maksud dan Tujuan PKL

Adapun maksud dan tujuan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) antara lain:

1. Sebagai salah satu persyaratan kelulusan bagi mahasiswa tingkat akhir;
2. Mewujudkan sosok praktisi yang terampil, kreatif, dan jujur serta mampu dan bertanggung jawab terhadap pribadi, masyarakat bangsa dan Negara;
3. Memperkenalkan praktikan dengan lingkungan kerja yang sebenarnya secara langsung;
4. Menerapkan ilmu-ilmu teoritis yang sesuai praktikan dapat saat belajar di perguruan tinggi untuk dapat di aplikasikan di lingkungan kerja;

5. Melatih tanggung jawab sebagai individu untuk mampu bekerja dalam sebuah tim; dan
6. Mempelajari proses *Marketing* Visinema Pictures dengan pihak eksternal melalui *Promotion Team*.

Sedangkan tujuan praktik kerja antara lain:

1. Memperoleh pengetahuan dalam hal bagaimana cara pemasaran sebuah film;
2. Memperoleh pengalaman untuk dapat mengimplementasikan secara langsung ilmu yang telah di dapatkan pada perkuliahan;
3. Meningkatkan keterampilan dalam bidang pemasaran; dan
4. Membandingkan teori dan penerapan ilmu manajemen, khususnya bidang konsentrasi pemasaran.

C. Kegunaan PKL

Adapun kegunaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) antara lain:

1. Bagi praktikan
 - a) Mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja yang nyata;
 - b) Melatih keterampilan sesuai dengan pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan di Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
 - c) Mengembangkan daya pikir, kreativitas, dan keberanian serta;

- d) Kemampuan berkomunikasi yang dibutuhkan dalam dunia kerja; dan
- e) Menambah wawasan pengetahuan, dan pengalaman selaku generasi yang terdidik untuk siap terjun langsung di masyarakat khususnya di lingkungan kerja.

2. Bagi Universitas Negeri Jakarta

- a) Menghasilkan sumber daya manusia atau lulusan yang berkompetensi, terlatih, dan *professional*
- b) Sebagai sarana pengenalan, perkembangan ilmu pengetahuan, dan teknologi khususnya jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran untuk menghasilkan tenaga-tenaga terampil sesuai dengan kebutuhan dan
- c) Sebagai bahan masukan dan evaluasi program pendidikan di Universitas Negeri Jakarta untuk menghasilkan tenaga-tenaga terampil sesuai dengan kebutuhan.

3. Bagi Visinema Pictures (Perusahaan)

- a) Menumbuhkan kerjasama yang saling menguntungkan dan bermanfaat antara pihak fakultas dengan perusahaan;
- b) Memungkinkan instansi perusahaan untuk merekrut mahasiswa atau mahasiswi Universitas Negeri Jakarta yang berkualitas untuk ditempatkan ke dalam perusahaannya; dan

- c) Realisasi dan adanya misi sebagai fungsi dan tanggung jawab sosial dan kelembagaan.

D. Tempat PKL

1. Tempat Praktik Kerja lapangan

Praktikan memperoleh kesempatan untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada:

Nama Perusahaan : Visinema Pictures

Tempat : JL. Kramat No. 3C RT: 2/RW: 1, Cilandak Timur.,
Pasar Minggu, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus
Ibukota Jakarta 12560

Nomor Telepon : (021) 7892766

2. Alasan Pemilihan Visinema Pictures

Alasan Praktikan memilih Visinema Pictures sebagai tempat Praktik Kerja Lapangan (PKL) karena Visinema Pictures merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa hiburan yang sangat berpengalaman. Praktikan tertarik dengan bidang yang dijalani oleh perusahaan ini dan ingin mengetahui bagaimana cara kerja dari Visinema Pictures dalam memberikan film-film terbaik dan khususnya cara kerja pada *Promotion Team*. Praktikan juga belajar dari *Promotion Team* dimana Praktikan ditempatkan selama Praktik Kerja Lapangan (PKL).

E. Jadwal Waktu PKL

Jadwal waktu praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures adalah 2 bulan (40 hari) terhitung dari 16 Juli 2018 sampai dengan 7 September 2018, dan dimulai pukul 10.00 WIB sampai dengan pukul 18.00 WIB dari hari Senin sampai dengan Jumat.

Dalam prosesnya praktikan melakukan beberapa persiapan pelaksanaan PKL dan dibagi menjadi tiga tahap yaitu:

1. Tahap persiapan PKL

Pada tanggal 10 Juli 2018 praktikan meminta surat keterangan mengikuti PKL di bagian administrasi Fakultas Ekonomi gedung R, lalu praktikan meminta persetujuan kepada koordinator prodi S1 Manajemen bapak Andrian Haro, S. Si, MM. Lalu setelah di setujui dan di tanda tangan praktikan menyerahkan surat tersebut ke BAAK untuk dibuatkan surat permohonan PKL ke Visinema Pictures pada tanggal 17 Juli 2018.

Pada tanggal 20 Juli 2018, praktikan mengambil surat izin yang telah jadi dan langsung menuju Visinema Pictures untuk segera diberikan kepada *Human Resources Departement* (HRD) Visinema Pictures atas surat permohonan izin Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Pada tanggal 14 Juli, praktikan mendapat kabar dari Visinema Pictures bahwa praktikan diterima untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di perusahaan tersebut dan dimana untuk datang pada tanggal 16 Juli 2018 untuk melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures, dan ditempatkan di *Promotion Team*.

2. Tahap Pelaksanaan PKL

Setelah mendapat panggilan untuk datang pada tanggal 16 Juli 2018, praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dimulai pada tanggal 16 Juli dan berakhir pada tanggal 7 September 2018 dan dilaksanakan dari hari Senin sampai dengan Jumat. Pelaksanaan kerja yang dilakukan di Visinema Pictures, dimulai pada jam 10.00 WIB sampai dengan 18.00 WIB.

3. Tahap Pelaporan

Pada saat kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selesai, praktikan diwajibkan untuk membuat laporan tentang kegiatan yang praktikan laksanakan selama Praktikan Kerja Lapangan (PKL). Pembuatan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) merupakan syarat kelulusan bagi setiap mahasiswa tingkat akhir seperti yang sedang praktikan tempuh saat ini, yaitu pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Praktikan membuat

laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sesuai dengan buku pedoman dan petunjuk dari dosen pembimbing. Penyusunan laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dimulai dari tanggal 7 Oktober sampai dengan laporan hasil kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selesai disusun.

BAB II

TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL

A. Sejarah Perusahaan

Memasuki dekade 2000-an, kamera digital semakin banyak digunakan oleh rumah produksi yang memberikan dampak positif bagi perfilman Indonesia. Semakin banyak rumah produksi yang berani bermunculan dengan terbangunnya iklim komunitas film-film independen. Semangat tersebut melahirkan banyak generasi sineas muda Indonesia termasuk di dalamnya adalah Angga Dwimas Sasongko yang memulai karirnya di perfilman tanah air pada usia 19 tahun. Kemudian Angga memberanikan diri untuk memproduksi dan menyutradarai film panjang pertamanya yang berjudul *Foto, Kotak, dan Jendela* (2006). Setelah menimba ilmu di jurusan Penyiaran Universitas Indonesia, ia banyak menyutradarai video klip dan iklan komersial, Angga lalu memberanikan diri untuk membuat rumah produksi bernama Visinema Pictures pada tahun 2008.

Pada awal tahun 2008 Angga Dwimas Sasongko membuat perusahaan rumah produksi sendiri dengan mencari investor untuk mendirikannya. Perusahaan rumah produksi tersebut bernama Visinema Pictures dengan bermodal dua meja dan menyewa sebuah garasi di daerah Jatipadang, Jakarta Selatan.

Kegelisahan Angga Dwimas Sasongko akan keinginannya membuat rumah produksi sendiri berdasarkan pengalaman selama dirinya masih bekerja sebagai sutradara untuk rumah produksi lain. Independensi menjadi alasan utama dalam mencapai tujuannya dalam berkarya. Angga kemudian perlahan menata rencananya untuk mendirikan perusahaannya sendiri.

Kegelisahan Angga semakin menemukan titik terang ketika beliau bertemu Anggia Kharisma sebagai teman bertukar pikiran yang kemudian menjadi istri sekaligus pendiri Visinema Pictures.

Visinema Pictures berdiri pada tahun 2008, Angga Dwimas Sasongko mengajak seorang sahabat lamanya yang bernama Anggia Kharisma untuk bergabung membangun perusahaan rumah produksi Visinema Pictures bersama dengannya. Anggia Kharisma mulai menekuni profesi sebagai produser film di Visinema Pictures, yakni dengan mengawali debutnya melalui film panjang pertamanya yang berjudul *Cahaya Dari Timur: Beta Maluku* pada tahun 2014. Film tersebut kemudian memenangkan kategori Film Terbaik dan Aktor Terbaik untuk pemeran utamanya, Chicco Jerikho dalam ajang Festival Film Indonesia yang biasa disebut Piala Citra pada tahun 2014. Prestasi tersebut menempatkan Anggia Kharisma dalam jajaran produser terbaik di Indonesia.

Visinema Pictures melalui perjalanan panjang sebelum akhirnya berhasil mewujudkan film pertamanya. Angga Dwimas Sasongko bersama timnya menghidupi rumah produksi ini dengan memproduksi iklan komersil, video klip, dan video profil perusahaan selama kurang lebih enam tahun. Salah satu karya awal mereka adalah video klip lagu berjudul Malam Biru yang dinyanyikan oleh Sandhy Sandoro untuk *original soundtrack* film *Hari Untuk Amanda* pada tahun 2010.

Kata kunci “merespon pasar” menjadi pijakan Visinema Pictures untuk mulai bersaing di industri perfilman Indonesia. Kegiatan promosi film sudah meninggalkan cara lama dimana penonton masih bersifat pasif. Situasi pemasaran film di Indonesia yang sudah memasuki babak baru digitalisasi media menjadi tantangan yang perlu dijawab oleh Visinema Pictures.

Digital marketing, communication and distribution to connect with the new audience on digital platform. Adalah salah satu misi yang diinterpretasikan sebagai komunikasi pemasaran melalui media digital secara terintegrasi yang secara garis besar bertujuan untuk menghasilkan dampak yang lebih besar dan lebih baik dalam koordinasi pesan pemasaran.

Apabila ditinjau secara lebih taktis strategi ini akan menyeimbangkan pendekatan *public relations* dan komunikasi melalui media konvensional dengan kalender jadwal rilis film yang dimiliki oleh Visinema Pictures. Sedangkan dalam mencapai tujuan tersebut, Visinema Pictures selalu mengoptimalkan pengumpulan dan analisis data yang dapat

mengelaborasi jangkauan melalui berbagai bentuk *platform* dalam hal pendistribusian konten serta meningkatkan pengalaman komunikasi organisasi.

Pada tahun 2014 juga Visinema Pictures memulai mengembangkan strategi promosi untuk film *Filosofi Kopi the Movie* yang dirilis pada tahun berikutnya, sehingga lahir *konsep First User-Generated Movie in Indonesia* dengan menggunakan aplikasi yang pada saat itu bertujuan untuk tes pasar calon penonton film tersebut.

Pada saat itu merasa cukup puas dengan antusiasme orang-orang yang mengikuti program “Ngeracik Filkop” melalui aplikasi di *smartphone* yang ternyata efektif dalam menjaring interaksi dengan para pengguna aplikasi tersebut sehingga Visinema Pictures setidaknya sudah mendapatkan data calon penonton film *Filosofi Kopi the Movie* (2015). *Strategi User-Generated Content* tersebut juga berbuah manis dengan berhasil meraih penghargaan *Best Use of Social Media Marketing* dalam ajang festival periklanan nasional yakni Citra Pariwisata 2015. Menempatkan Visinema Pictures dalam jajaran agensi digital terbaik keempat di tahun itu.

1. Logo Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Visinema Pictures

Sumber: Arsip Visinema Pictures.

Diatas merupakan logo perusahaan dari Visinema Pictures yang berupa seekor anjing di dalam sebuah bingkai persegi panjang. Bingkai persegi panjang tersebut menyerupai sebuah layar lebar yang biasanya digunakan untuk sebuah pemutaran film di dalam bioskop. Terdapat gambar seekor anjing jenis *Shih Tzu*, adalah seekor anjing peliharaan milik Angga Dwimas Sasongko, yang bermaksud sebagai obyek sebuah film. Lalu dibawah bingkai persegi panjang yang menyerupai layar lebar bioskop tersebut, terdapat nama dari perusahaan yaitu Visinema Pictures.

2. Film Visinema Pictures



Gambar 2.2 Poster Film Visinema Pictures

Sumber: Arsip Visinema Pictures.

Berikut merupakan bukti poster film dari Visinema Pictures dalam perjalanannya selama 10 tahun atau bisa disebut 1 dekade. Film yang telah di produksi oleh Visinema Pictures yaitu Cahaya Dari Timur (Beta Maluku) pada tahun 2014, Filosofi Kopi The Movie pada tahun 2015, Surat Dari Praha pada tahun 2016, Bukaan'8 pada tahun 2017, Filosofi Kopi 2 Ben dan Jody pada tahun 2017, Love For Sale pada tahun 2018, Keluarga Cemara pada tahun 2019, dan Terlalu Tampan 2019.

3. Anak Perusahaan Visinema Pictures



Gambar 2.3 Daftar Anak Perusahaan Visinema Pictures

Sumber: Arsip Visinema Pictures.

Visinema Pictures membuat beberapa anak perusahaan dibawah naungan Visinema Group. Anak perusahaan tersebut diantaranya:

1) Visinema Content

Visinema Content merupakan anak perusahaan yang berfokus dalam bidang iklan komersial, seperti iklan sebuah produk atau jasa dan juga membuat iklan komersial dalam bentuk *TV series* yang biasanya di pasarkan melalui *youtube*.

2) Skriptura

Skriptura merupakan anak perusahaan yang berfokus dalam bidang menyusun sebuah naskah atau *story development*. Yang nantinya akan digunakan dalam film atau iklan komersial.

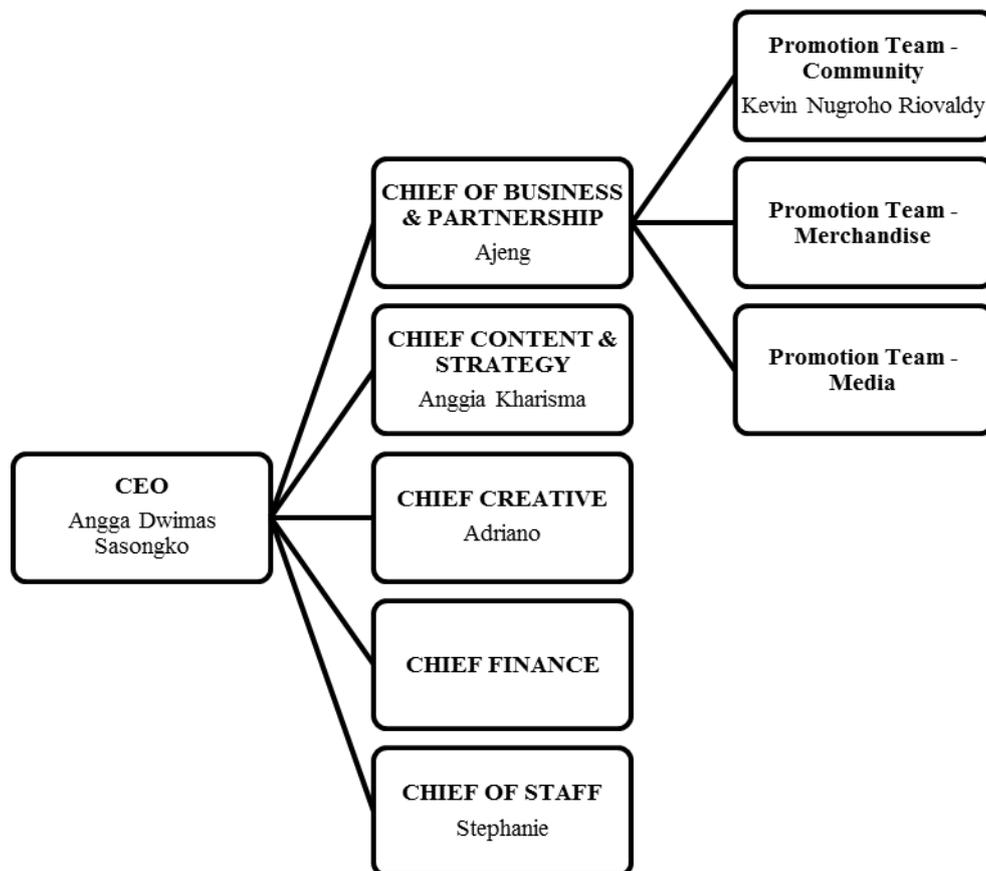
3) Visinema Music

Visinema Music merupakan anak perusahaan yang befokus dalam bidang *produce* sebuah lagu untuk keperluan *soundtrack* film, *soundtrack TV Series*, dan keperluan komersial. Serta.

4) Visinema Think

Visinema Think merupakan anak perusahaan Visinema Pictures yang masih dalam tahap *on progress*/dalam tahap pengembangan.

B. Struktur Organisasi



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Visinema Pictures

Sumber: diolah oleh praktikan.

Visinema Pictures dipimpin oleh Angga Dwimas Sasongko sekaligus *Chief Executive Officer (CEO)* dari Visinema Pictures. Adapun kepala divisi yang terdapat pada Visinema Pictures yaitu *Chief of Business & Partnership* yang dipimpin oleh Ajeng selaku kepala, *Chief Content & Strategy* yang dipimpin oleh Anggia Kharisma selaku kepala, *Chief Creative* yang dipimpin oleh Andriano selaku kepala, *Chief Finance*, dan *Chief of Staff* yang dipimpin oleh Stephanie selaku kepala.

Praktikan ditempatkan dalam *Promotion Team* yang berada di bawah *Chief Business & Partnership*. Secara umum, tugas praktikan dalam divisi ini adalah mempromosikan film produksi dari Visinema Pictures kepada berbagai bidang klien untuk mendukung dan menjalin kerjasama antar perusahaan, komunitas, media, *public figure*, dll.

C. Kegiatan Umum Perusahaan

Visinema Pictures adalah sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang jasa *entertainment* yaitu sebuah perusahaan rumah produksi dengan memproduksi film, iklan komersil, video klip, dan video profil. Visinema Pictures juga memiliki kata kunci “merespon pasar” .

Digital marketing, communication and distribution to connect with the new audience on digital platform. Adalah salah satu misi yang diinterpretasikan sebagai komunikasi pemasaran melalui media digital secara terintegrasi yang secara garis besar bertujuan untuk menghasilkan dampak yang lebih besar dan lebih baik dalam koordinasi pesan pemasaran.

Dalam memasarkan jasa Visinema Pictures, diperlukan suatu pendekatan yang mudah dan fleksibel yang biasa disebut sebagai bauran pemasaran. Bauran pemasaran adalah suatu strategi penjualan atau promosi yang bersifat unik serta dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang saling menguntungkan untuk pasar yang dituju.

Product (The Services) merupakan produk yang dapat memberikan manfaat, memenuhi kebutuhan konsumen, dan dapat memuaskan konsumen. Sesungguhnya pelanggan tidak membeli barang atau jasa, tetapi membeli manfaat dari sesuatu yang ditawarkan. Visinema Pictures menawarkan jasa untuk memproduksi sebuah film, memproduksi sebuah iklan, dan video klip musik. *Promotion* merupakan suatu aktivitas dan materi yang dalam aplikasinya menggunakan teknik, dibawah pengendalian penjual/produsen, yang dapat mengkomunikasikan informasi persuasif yang menarik tentang produk yang ditawarkan oleh penjual/produsen, baik secara langsung maupun melalui pihak yang dapat mempengaruhi pembelian. Visinema Pictures mempunyai program promosi untuk menawarkan kerjasama dengan film produksinya kepada beberapa jalur, seperti menjalin kerjasama dengan berbagai komunitas di Indonesia, media TV, media radio, *merchandise*, mall, sekolah, dan *public figure*. kemampuan karyawan itu sendiri, agar sesuai perkerjaan pada setiap karyawan.

Indonesia telah mempunyai banyak perusahaan yang bergerak pada jasa hiburan khususnya *production house*. *Production house* di Indonesia mempunyai berbagai macam jasa untuk memproduksi suatu proyek. Berikut

perbandingan dari berbagai *production house* di Indonesia beserta proyek yang mereka produksi.

No	Production House	Film	Iklan	FTV / Series	Video Clip Music	Sinetron
1	Visinema Pictures	v	v	v	v	-
2	StarVision	v	-	v	-	v
3	MD Entertainment	v	-	v	v	-
4	LifeLike Pictures	v	-	-	-	-
5	Soraya Intercine Films	v	-	-	-	v
6	Screenplay Films	v	-	-	-	-
7	SinemArt	v	-	v	-	v
8	Multi Vision Plus	v	-	-	-	v
9	Rapi Films	v	-	v	-	v
10	Miles Films	v	-	-	-	-

Tabel 2.1 Perbandingan Jasa *Production House* Indonesia

Sumber: diolah oleh praktikan.

Price atau penentuan harga produk sangat menentukan dalam kesuksesan proses penjualan. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Oleh karena itu, Visinema Pictures memudahkan konsumen dengan menetapkan harga sesuai dengan keinginan konsumen. Harga yang dibayarkan oleh konsumen tidak sia-sia karena disesuaikan dengan apa saja yang diinginkan oleh konsumen. Hal ini yang membedakan Visinema Pictures dengan pesaingnya yang bergerak dalam bidang *production house*, karena perusahaan ini telah melakukan penetapan harga pada awal kerjasama yang telah diinginkan oleh konsumen.

Visinema Pictures berlokasi di tengah kota Jakarta yang tempatnya strategis dan sangat mudah dijangkau. Pemilihan lokasi yang strategis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Visinema Pictures berlokasi di Cilandak Jl. TB. Simatupang yang dikenal sebagai salah satu kawasan perkantoran di daerah Jakarta.

Visinema Pictures juga mendistribusikan filmnya ke berbagai bioskop di Indonesia. Distribusi film adalah proses untuk membuat sebuah film menjadi tersedia untuk dilihat oleh penonton. Hal ini biasanya merupakan tugas distributor film profesional, yang akan menentukan strategi pemasaran untuk film, media dimana film dapat dipamerkan atau dibuat tersedia untuk dilihat, dan yang dapat menetapkan tanggal rilis dan hal-hal lainnya. Film dari Visinema Pictures akan di pameran secara langsung kepada masyarakat melalui bioskop yang biasanya akan di distribusikan ke Cinema XXI, CGV Cinemas, dan Cinemaxx.

Dibanding perusahaan pesaing lainnya, Visinema Pictures mendistribusikan ke seluruh bioskop Indonesia yang tidak hanya kota besar di Indonesia, distribusi juga meliputi ke kota kecil lainnya. Hal ini merupakan suatu keunggulan Visinema Pictures dibandingkan perusahaan lain, agar film dari Visinema Pictures dapat dipamerkan kepada seluruh masyarakat Indonesia.

Kegiatan promosi bisnis merupakan bagian dari strategi pemasaran yang sangat dibutuhkan suatu perusahaan. Dalam hal promosi, Visinema Pictures melakukan program promosi untuk menawarkan kerjasama

dengan film yang akan di produksi kepada berbagai jalur, seperti menjalin kerjasama dengan berbagai komunitas di Indonesia, media TV, media radio, *merchandise*, mall, sekolah, dan *public figure*.

Hal ini merupakan keunggulan Visinema Pictures disbanding perusahaan pesaing, karena mengadakan kerjasama dengan berbagai jalur tersebut membuktikan Visinema Pictures terpercaya dan mempunyai kreabilitas yang tinggi.

1) Jasa Visinema Pictures

a) Film

Produksi film adalah salah satu produksi pertama sekaligus produksi utama yang di produksi oleh Visinema Pictures sebagai fokus dari latar belakang perusahaan.

Film yang telah di produksi oleh Visinema Pictures:

- 1) Cahaya Dari Timur (Beta Maluku) pada tahun 2014,
- 2) Filosofi Kopi The Movie pada tahun 2015,
- 3) Surat Dari Praha pada tahun 2016,
- 4) Bukaan'8 pada tahun 2017,
- 5) Filosofi Kopi 2 Ben dan Jody pada tahun 2017,
- 6) Love For Sale pada tahun 2018,
- 7) Keluarga Cemara 2019, dan
- 8) Terlalu Tampan 2019.

b) Iklan Komersil

Produksi iklan komersil adalah salah satu produksi kedua yang di produksi oleh Visinema Pictures yang dikelola oleh Visinema Content berfokus pada iklan komersil.

Iklan komersil yang telah di produksi oleh Visinema Pictures:

- 1) Pond's: Cahaya Cantik Raisa,
- 2) Tribe & XL: Killer Express,
- 3) Aqua: Temukan Indonesiamu,
- 4) Blibli.com: Big Fans of Good Life,
- 5) Aprrofl: Anti Piracy Campaign,
- 6) Toyota: The Goodwill,
- 7) FOXS: Sparkling Story, dan
- 8) Pond's: Mother's Day.

c) *Series*

Produksi *series* adalah salah satu produksi ketiga yang di produksi oleh Visinema Pictures yang dikelola oleh Visinema Content berfokus pada *series*.

- 1) Filosofi Kopi The Series,
- 2) AXE: Axelerate The Series,
- 3) AXE: Axelarate The Documentary, dan
- 4) AXE: Axelarate The Series – Kostan AX/3.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang kerja

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di *Business & Partnership Department* Visinema Pictures. Di dalam *Business & Partnership Department* terdapat 3 bidang *Promotion Team* yaitu: *Promotion Team (Community)*, *Promotion Team (Merchandise)*, dan *Promotion Team (Media)*, dimana praktikan disini bekerja sebagai *Promotion Team (Community)*.

Secara umum seorang *promotion team (community)* merupakan posisi yang memegang peran yang penting, karena tanpa adanya *promotion team (community)* film Visinema Pictures tidak akan dapat menjalin kerjasama dengan berbagai macam komunitas di Indonesia yang berhubungan dengan film yang akan ditayangkan oleh Visinema Pictures. *Promotion Team (Community)* adalah posisi karyawan yang bertugas sebagai orang yang mempromosikan film dan untuk menjalin kerjasama antara berbagai macam komunitas di Indonesia. Maksud menjalin kerjasama dengan berbagai macam komunitas di Indonesia ini adalah untuk bersama-sama mempromosikan film dan mendukung film yang berhubungan dengan komunitas tersebut. Selain itu komunitas yang menjalin kerjasama dengan Visinema Pictures secara langsung juga akan mendapatkan *feedback* dari film yang akan di produksi oleh Visinema Pictures.

Praktikan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures diharapkan dapat membantu seluruh karyawan yang berada pada *Business & Partnership Department* khususnya di *Promotion Team (Community)*. Praktikan melaksanakan lima pekerjaan pada *Promotion Team (Community)* antara lain Mencari *Contact Person* Komunitas dan Mengirim Permohonan Kerjasama Melalui *Email* Kepada Komunitas, *Meeting* Bersama Komunitas, Membuat dan Mengirim Surat Perjanjian Kerjasama, Membuat *Marketing Communication Plan Glam Camping*, dan Mendatangi *Press Conference* dan *Gala Premiere Film*.

B. Pelaksanaan kerja

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 40 hari, terhitung mulai tanggal 16 Juli 2018 dan berakhir pada tanggal 7 September 2018. Praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada jam operasional Visinema Pictures yaitu 10.00 – 18.00 WIB dan istirahat pada pukul 12.00 – 13.00 WIB.

Selama melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL), praktikan mendapatkan tugas yang belum pernah dipelajari sebelumnya diperkuliahan sehingga menuntut praktikan untuk lebih aktif dan memahami situasi pekerjaan sesungguhnya. Berikut ini uraian tugas-tugas yang dikerjakan di *Promotion Team (Community)* Visinema Pictures sebagai berikut:

1. Mencari *Contact Person* Komunitas Keluarga dan Mengirim Permohonan Kerjasama

Saat menjalani praktik kerja lapangan di Visinema Pictures praktikan mendapatkan tugas pertama mencari *contact person* untuk kelengkapan data *media relation and partnership*. Data *media relation and partnership* diperlukan untuk mempromosikan dan menjalin kerjasama produksi film yang akan tayang dari berbagai pihak di antaranya media tv, media radio, *merchandise*, mall, komunitas, sekolah, dan *public figure*.

Praktikan mendapatkan tugas mencari *contact person* berbagai komunitas di Indonesia yang berhubungan dengan keluarga, anak, dan ibu untuk menjalin kerjasama dengan film yang akan tayang yaitu *Keluarga Cemara*. Film ini merupakan salah satu sinetron yang sempat menjadi sinetron keluarga terkenal pada tahun 90an. Visinema Pictures mengangkat kembali sinetron keluarga tersebut dengan menjadikannya sebuah film layar lebar dengan judul sama untuk mengingatkan kepada keluarga-keluarga di Indonesia bahwa keluarga adalah semangat untuk melihat sebagai rumah, tempat pulang, tempat bermain, dan bertumbuh. Seperti kata-kata yang sering kita dengar yaitu “harta yang paling indah adalah keluarga”.

No	Nama Komunitas	Tentang	PIC	No HP
1	Najelaa Shihab	pendidikan adalah belajar, bergerak, bermakna		816102146
2	Rumah Parenting	Aktif Keluarga	ine	8572864373
3	Ibu Professional	Pendidikan anak dan keluarga, kualitas diri sebagai ibu	yani	87696364959
4	Ausdi Parenting School	Program pembentuk sifat dan sikap pribadi anak		85363232324
5	Mommies Daily	instagram konten ibu dan anak		82217194646
6	Parenting Indonesia	kesamaan orang tua dan anak, semua tentang keluarga		
7	Hai Bunda	keselamatan psikologi		
8	Liburan Anak	Kids & Parents Events		8170041976
9	Keselamatan Keluarga	pancain dan tips keselamatan di rumah, sekolah dan lingkungan keluarga Indonesia		
10	Female Daily	berita tentang kesehatan wanita		
11	Komunitas Parenting	cara mendidik anak		
12	Funky Parenting	edukasi dan konsultasi parenting		
13	Dear Mom	komunitas ibu-ibu masa kini		
14	Mommy 101	perawatan bayi yang harus ibu ketahui		
15	Parentalk	artikel keluarga		
16	Bunda Tali	Parenting Marriage		85329666110
17	Islamic Parenting Books	Buku Parenting Islam		81290289414
18	Ini Bubby	tentang ibu dan anak		8986434417
19	Ita bisa	cerita orang baik di Indonesia dan galang dana		81315532353
20	Mengaji Ibu	media dan kesehatan		
21	Gerakan Ayah hebat Indonesia	tentang bapak-bapak		
22	Productive Mamas	Motherhood Blog, Vlog, & Event		
23	Tiga Generasi	Pendidikan dan Keluarga		81222332270

Gambar 3.1 Contact Person Komunitas Keluarga

Sumber: diolah oleh praktikan.

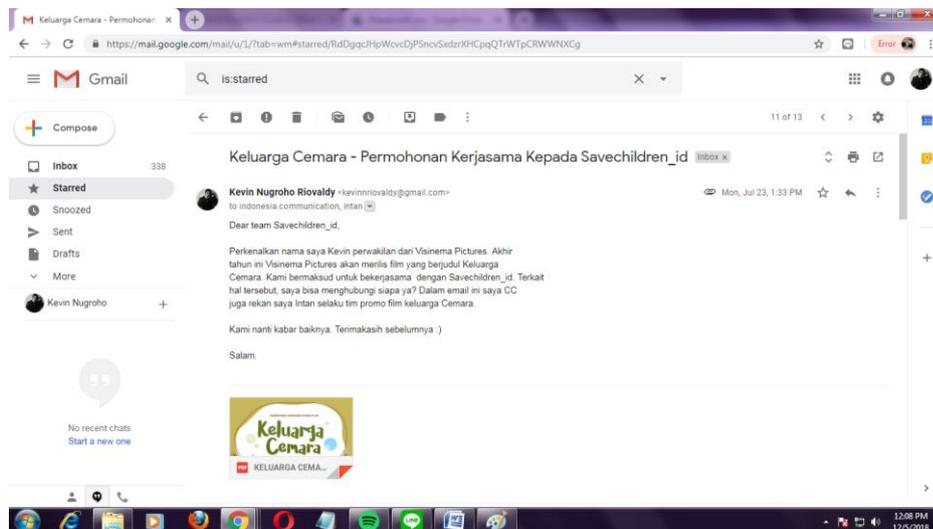
Email atau Surat elektronik adalah sarana kirim mengirim surat melalui jalur jaringan komputer (misalnya Internet). Dengan surat biasa umumnya pengirim perlu membayar per pengiriman (dengan membeli perangko), tetapi surat elektronik umumnya biaya yang dikeluarkan adalah biaya untuk membayar sambungan Internet.

Untuk tugas ini praktikan mengirimkan *marketing communication plan* atau bisa juga disebut dengan proposal dalam bentuk *PowerPoint* kepada berbagai komunitas di Indonesia untuk menjalin kerjasama dengan film Visinema Pictures pada produksinya. Saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures praktikan mendapatkan proyek film yang akan di tayang pada awal bulan Januari 2019 yang berjudul *Keluarga Cemara*, jadi praktikan mengirimkan *marketing communication plan* pada komunitas yang berhubungan dengan keluarga, orang tua, dan anak-anak.



Gambar 3.2 Cover *Marketing Communication Plan*

Sumber: arsip Visinema Pictures.



Gambar 3.3 *Email Menawarkan Kerjasama*

Sumber: diolah oleh praktikan.

Dalam mengerjakan tugas ini praktikan mendapatkan masukan atau saran dari mentor, yaitu praktikan diajarkan mengirimkan *email* yang benar untuk menjalin kerjasama, diajarkan bertutur bahasa yang sopan dalam

email, mempromosikan suatu proyek, dan bersikap seramah mungkin kepada klien dari komunitas yang akan diajak kerjasama. Dan praktikan mendapat respon sangat baik ketika menjelaskan tujuan kerjasama dengan berbagai komunitas.

No	Komunitas	Email
1	Najelaa Hihab	najelaa.shihab@gmail.com
2	Mommies Daily	fibra@femaledaily.com
3	Parenting Indonesia	contact@parenting.co.id
4	Hai Bunda	haibundacom@gmail.com
5	Female Daily	hello@femaledaily.com
6	Komunitas Parenting	goodlifecommunity2016@gmail.com
7	Funky Parenting	konsultasi@funkyparenting.net
8	Dear Mom	ask@ivg.co.id
9	Mommy 101	cs.mommy101@gmail.com
10	Islamic Parenting Books	bukuparentingislam@gmail.com
11	Ini Buddy	damayantikurnia@gmail.com
12	Kita Bisa	support@kitabisa.com
13	Menjadi Ibu	Dr.ratih@menjadiibu.com
14	Keluarga Kompak	Contact.keluargakompakid@gmail.com
15	Pureeland	info@pureeland.com
16	UNICEF Indonesia	Jakarta@unicef.org
17	Ibu Pedia	contact@ibupedia.com
18	Cerita Ibu Cerdas	ceritaibucerdas@gmail.com
19	Family Learning Center	info@leaderlab_indonesia.com
20	Save the Children	Indonesia.communication@savethechildren.org

Tabel 3.1 data komunitas

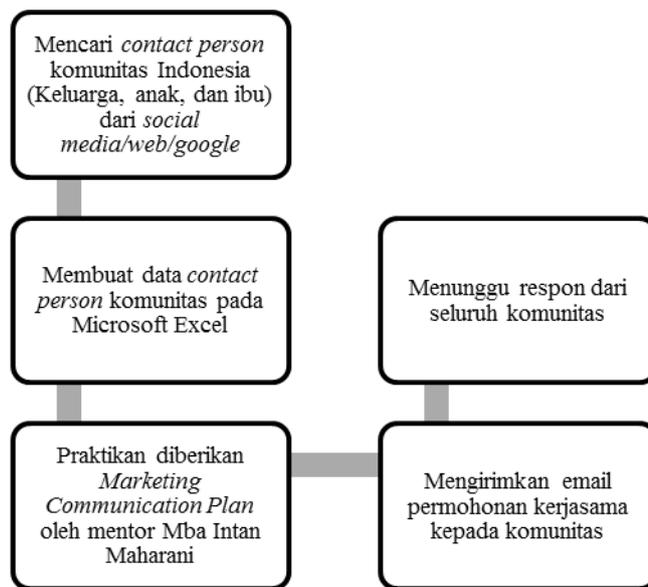
Sumber diolah oleh praktikan

Dari 20 komunitas keluarga, ibu, dan anak di Indonesia yang telah kirim *email* permohonan kerjasama, ada 12 komunitas yang merespon email permohonan kerjasama yang telah dikirimkan yaitu Mommies Daily, Dear Mom, Mommy 101, Kita Bisa, Menjadi Ibu, Ibu Pedia, Save the Children, Cerita Ibu Cerdas, Productive Mamas, UNICEF Indonesia, Rumah Parenting, dan Funky Parenting.

Namun dari 12 komunitas tersebut, hanya ada 5 komunitas yang menyetujui untuk melakukan kerjasama dengan Visinema Pictures untuk proyek film *Keluarga Cemara* yaitu Save the Children, Kita Bisa, Menjadi Ibu, Mommies Daily, dan Funky Parenting.

Lalu 7 komunitas yang awalnya telah merespon *email* permohonan kerjasama dan sudah dikonfirmasi kembali oleh praktikan, lalu komunitas tersebut tidak kembali merespon konfirmasi yang telah diberikan oleh praktikan. Dan hal ini sama dengan komunitas lain yang tidak merespon *email* permohonan kerjasama dari Visinema Pictures.

Berikut alur kegiatan praktikan saat melaksanakan mencari *contact person* komunitas keluarga dan mengirim permohonan kerjasama.



Gambar 3.4 Alur kegiatan mencari *contact person* komunitas keluarga.

Sumber: diolah oleh praktikan.

Manfaat yang diperoleh praktikan selama mengerjakan tugas ini adalah praktikan dapat mengetahui cara mengajukan permohonan kerjasama kepada klien, bertutur bahasa yang sopan dalam email, dan cara menjalin kerjasama. Praktikan juga dapat mengetahui cara melakukan pendekatan terhadap klien untuk menjalin kerjasama.

2. *Meeting* Bersama Komunitas

Meeting atau pertemuan merupakan media komunikasi kelompok untuk berkomunikasi yang bersifat tatap muka. Pertemuan sering dijadikan untuk menyatukan pemikiran guna urusan tertentu dengan tujuan untuk berkomunikasi, perencanaan, penetapan kebijakan, dan pengambilan keputusan. Sasaran akhir diadakannya pertemuan yaitu mempertemukan secara langsung untuk pencapaian tujuan tertentu.

Meeting dapat di kategorikan sebagai *Customer Relationship Management* (CRM). Menurut Alma (2010;296) *Customer Relationship Management* (CRM) adalah suatu proses dalam mendapatkan, mempertahankan dan meningkatkan hubungan pelanggan yang menguntungkan dengan tujuan untuk menciptakan nilai pelanggan, sehingga pelanggan puas dan memaksimalkan keuntungan bagi perusahaan memperoleh dalam rangka memperoleh keunggulan bersaing (*comparative advantage*), memperhatikan mutu produk agar dapat memberikan kepuasan yang prima bagi pelanggan.

Sebelum melakukan *meeting*, praktikan terlebih dahulu dijelaskan semua yang terkait dengan film *Keluarga Cemara* dan maksud tujuan untuk menjalin kerjasama seperti kolaborasi antara Visinema Pictures dengan komunitas yang terkait. Lalu selanjutnya menghubungi perwakilan atau *marketing team* dari berbagai komunitas di Indonesia yang berhubungan dengan keluarga untuk menyepakati waktu dan tempat pertemuan *promotion team* Visinema Pictures dengan tim dari komunitas terkait.



Gambar 3.5 Ruang *Meeting* Visinema Pictures

Sumber: diolah oleh praktikan.



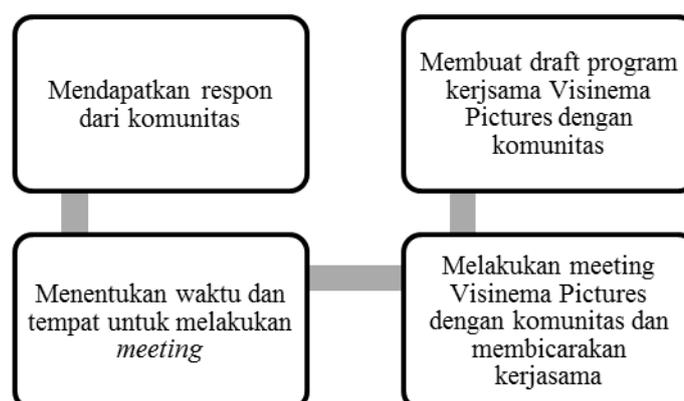
Gambar 3.6 Suasana *Meeting* Visinema Pictures

Sumber: diolah oleh praktikan.

Praktikan selama melaksanakan meeting bersama komunitas Save the Children, Menjadi Ibu, Kita Bisa, Mommies Daily, dan Funky Parenting. Meeting dapat dilakukan diberbagai tempat dan waktu yang berbeda sesuai perjanjian, diantaranya *meeting room* Visinema Pictures, *meeting room* dari kantor komunitas, restoran, dan *coffeeshop*. Selama meeting pihak Visinema

Pictures menyampaikan maksud dan tujuan untuk menawarkan kerjasama dengan pihak komunitas, dengan memaparkan beberapa poin kerjasama kepada komunitas. Manfaat yang diperoleh saat meeting berlangsung adalah kolaborasi antara Visinema Pictures dengan komunitas yang terkait seperti setiap pembelian 1 tiket yang di beli melalui GOTIX Rp 1.000 akan disumbangkan ke Save the Children, program donasi kepada Kita Bisa, menjadi *media partner* film *Keluarga Cemara* melalui *social media*, dibuatkannya artikel dari *cast* film *Keluarga Cemara* melalui *media visit* untuk *interview*, membantu membuat *video social experiment* dari *cast* film *Keluarga Cemara*, dan Visinema Pictures akan mencantumkan semua logo komunitas pada materi promo film *Keluarga Cemara* seperti Banner dan Backwall, *social media*, dan menampilkan logo komunitas pada akhir film *Keluarga Cemara*.

Berikut alur kegiatan praktikan saat melaksanakan *meeting* bersama komunitas.



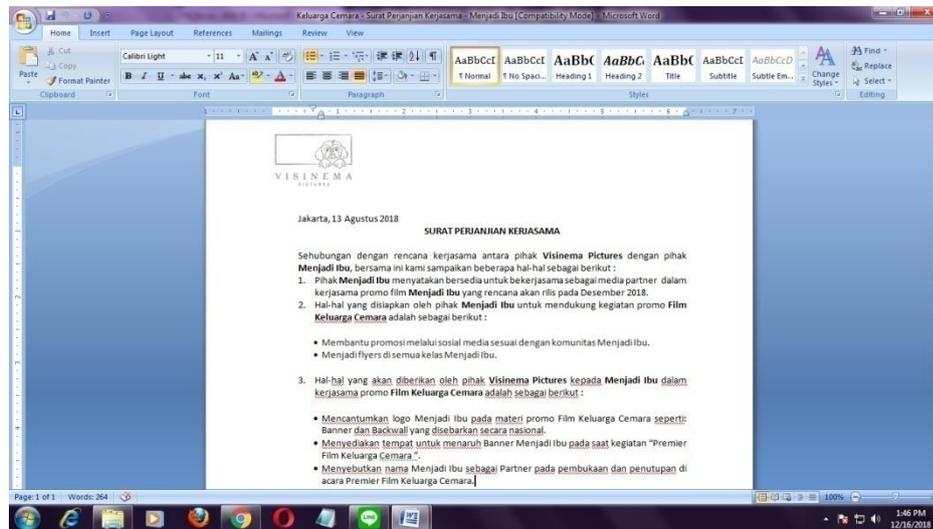
Gambar 3.7 Alur kegiatan *meeting* bersama komunitas

Sumber: diolah oleh praktikan.

Manfaat melaksanakan *meeting* dengan komunitas terkait praktikan dapat merasakan meeting yang sesungguhnya bersama klien, dapat mempromosikan suatu proyek yang sedang di kerjakan, dan dapat mempelajari cara negosiasi yang benar untuk mendapatkan suatu tujuan kerjasama.

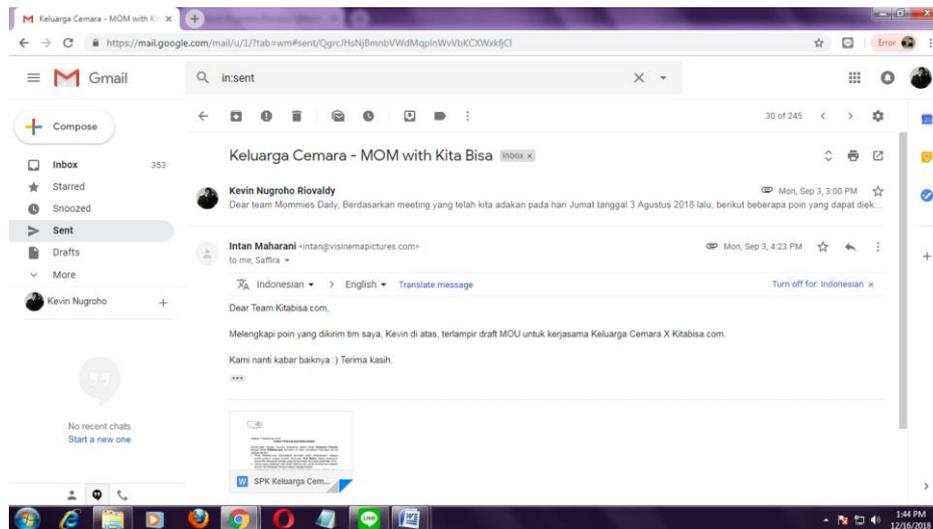
3. Membuat dan Mengirim Surat Perjanjian Kerjasama

Berhubung telah terlaksananya pertemuan *promotion team* film Keluarga Cemara dari Visinema Pictures dengan *marketing team* dari berbagai komunitas yang berhubungan dengan keluarga, anak, dan ibu untuk membahas kerjasama apa saja yang sudah disepakati. Praktikan diberi tugas oleh mentor Mba Intan Maharani untuk membuatkan *draft* dokumen surat perjanjian kerjasama yang nantinya akan dikirim kepada semua *marketing team* dari komunitas melalui *email* untuk di tanda tangani, dengan maksud sudah menyetujui semua peraturan, menjelaskan persetujuan, pertimbangan dalam kesepakatan, gambaran besar kesepakatan, dan ikatan yang sifatnya sementara.



Gambar 3.8 Membuat Surat Perjanjian Kerjasama

Sumber: diolah oleh praktikan



Gambar 3.9 Mengirim Surat Perjanjian Kerjasama

Sumber: diolah oleh praktikan

Berikut alur kegiatan praktikan saat melaksanakan membuat dan mengirim surat perjanjian kerjasama.



Gambar 3.10 Alur kegiatan membuat dan mengirim surat perjanjian kerjasama

Sumber: diolah oleh praktikan.

Saat menyelesaikan tugas ini praktikan membutuhkan waktu selama dua minggu untuk membuat dan mengirim surat perjanjian kerjasama kepada komunitas yang telah sepakat untuk kerjasama dalam mempromosikan film *Keluarga Cemara*. Selama mengerjakan praktikan meminta masukan dan sarat kepada mentor yaitu Mba Intan Maharani untuk mengkoreksinya sebelum dikirim kepada komunitas.

4. Membuat *Marketing Communication Plan Glam Camping*

Dengan adanya proyek film *Keluarga Cemara* yang sedang dipromosikan dalam berbagai *platform*, Visinema Pictures berencana mengadakan sebuah *Glam Camping*. *Glam camping* adalah sebuah *camping* untuk mengumpulkan para keluarga-keluarga Indonesia untuk camping bersama para pemain dari film *Keluarga Cemara* beserta keluarganya. Dengan maksud mengumpulkan semangat ke keluargaan, kesederhanaan, dan kebersamaan dengan nilai-nilai yang positif untuk ditularkan kepada keluarga Indonesia melewati cara yang menyenangkan.

Marketing Communication Plan adalah sebuah proposal untuk mendapatkan ijin atau persetujuan dari suatu pihak mengenai rencana atau rancangan yang akan dilakukan. *Marketing Communication Plan* atau proposal ini dibuat untuk permohonan kerjasama dengan pihak lain.

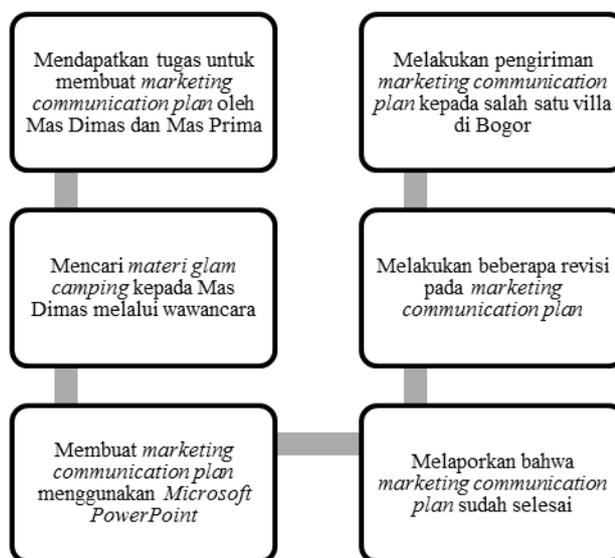
Selama masa promosi pemutaran film *Keluarga Cemara* di bioskop, akun media sosial merilis *photo competition* dengan mengajak para penonton untuk mengunggah foto keluarga versi mereka. Pengirim foto terbaik dari segi teknis maupun emosional dengan *caption* terbaik untuk selanjutnya penonton bisa mengunggah di instagram dan *tag* foto tersebut ke akun instagram film *Keluarga Cemara* lalu akan diseleksi untuk mengikuti *glam camping* tersebut bersama keluarga.



Gambar 3.11 *Marketing Communication Plan Glamp Camping*

Sumber: dikelola oleh praktikan

Berikut alur kegiatan praktikan saat melaksanakan membuat *marketing communication plan glamp camping*.



Gambar 3.12 Alur kegiatan membuat *marketing communication plan*

Sumber: diolah oleh praktikan

Mencari materi glam camping, praktikan mencoba untuk mewawancarai Mas Dimas Immanuel selaku penanggung jawab dari glam camping untuk film *Keluarga Cemara*. Saat wawancara, Mas Dimas menjelaskan semua maksud dan tujuan dilaksanakannya *glam camping* dan menjelaskan apa saja yang akan di laksanakan pada saat *glam camping* tersebut di laksanakan. Praktikan membuat *marketing communication plan* untuk *glam camping* film *Keluarga Cemara* menggunakan *Microsoft PowerPoint* untuk memudahkan pembuatan *marketing communication plan*, yang nantinya didalamnya terdapat hasil dari wawancara praktikan kepada Mas Dimas. Setelah praktikan melaporkan bahwa *marketing communication plan* sudah selesai, Mas Dimas menyampaikan beberapa tambahan untuk dimasukkan ke *marketing communication plan* seperti menambahkan beberapa foto, dan praktikan melakukan beberapa revisi untuk memasukan foto yang telah diberikan.

Saat menyelesaikan tugas ini praktikan membutuhkan waktu selama seminggu untuk menyelesaikan *marketing communication plan* dalam bentuk *PowerPoint*. Data-data yang akan dimasukkan dalam *marketing communication plan* ini, praktikan mewawancarai senior *promotion team* yang mengurus *photo competition* ini yaitu Mas Dimas dan Mas Prima.

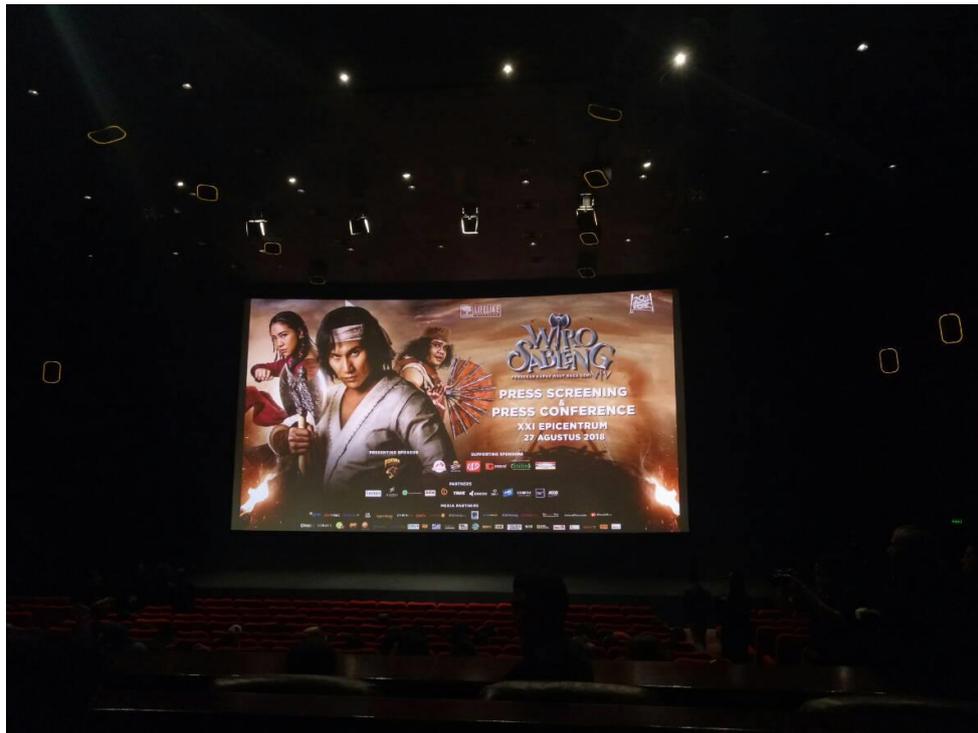
Manfaat dalam tugas membuat *marketing communication plan* yaitu praktikan dapat mengetahui cara untuk menawarkan poin-poin kerjasama yang akan ditawarkan kepada klien

5. Mendatangi *Press Conference* dan *Gala Premier Film*

Berhubung praktikan melakukan praktik kerja lapangan di salah satu perusahaan rumah produksi film yaitu Visinema Pictures, praktikan beberapa kali mendapatkan kesempatan untuk mendatangi undangan *press conference* dan *gala premier* film dari perusahaan rumah produksi film lain yang mengadakan *press conference* dan *gala premier* untuk film mereka yang akan segera tayang di bioskop.

Press Conference dan *gala premier* film ini wajib dilakukan oleh perusahaan rumah produksi film di Indonesia maupun di dunia untuk mengenalkan para pemain, sutradara, produser, penulis naskah, dan para *crew* film yang berperan penting. Yang nantinya akan ada sesi wawancara, acara hiburan, pameran, dan juga untuk nonton film bersama para pemeran yang terkait. Biasanya undangan *press conference* dan *gala premier* ini di hadiri oleh artis, *public figure*, sutradara, penulis naskah, wartawan, pengamat film, dan beberapa dari perusahaan rumah produksi film lain.

Praktikan mendapatkan kesempatan untuk mendatangi undangan *press conference* dan *gala premier* dari film *Wiro Sableng Pendekar Kapak Maut Naga Geni 212* pada tanggal 27 Agustus 2018 di Epicentrum XXI. Lalu praktikan mendapatkan tugas dari mentor saat magang Mba Intan Maharani untuk menjadi *photographer* karena sutradara dari film *Wiro Sableng Pendekar Kapak Maut Naga Geni 212* yaitu Angga Dwimas Sasongko adalah *Chief Executive Officer* (CEO) dan *Founder* dari Visinema Pictures tempat praktikan melaksanakan praktik kerja lapangan.



Gambar 3.13 *Press Conference/Gala Premier* film *Wiro Sableng*

Sumber: diolah oleh praktikan.



Gambar 3.14 *Chief Executive Officer (CEO)* Visinema Pictures

Sumber: diolah oleh praktikan.

C. Kendala Yang Dihadapi

Dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures, praktikan tentu tidak lepas dari kekurangan dan kendala selama menjalankannya. Adapun kendala yang dihadapi praktikan selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) adalah:

1. Pada awal praktikan menjalankan Praktik Kerja Lapangan (PKL), praktikan merasa sulit untuk beradaptasi dan berkomunikasi dengan karyawan di perusahaan tempat praktikan bekerja, dikarenakan praktikan belum mengenal karakter dan sifat karyawan setempat, selain itu karyawan di fungsi praktikan bekerja juga cenderung sibuk pada pekerjaannya dan terbaginya tempat pekerjaan dalam 3 rumah. Sehingga, praktikan belum menemukan kecocokan dan keleluasaan dalam pembicaraan dengan karyawan, terutama untuk menanyakan hal-hal yang belum praktikan mengerti. Banyaknya hal baru yang belum pernah praktikan ketahui selama dibangku kuliah, sehingga butuh kemampuan menganalisis yang baik yang untuk memahami hal-hal yang akan dikerjakan selama Praktik Kerja Lapangan (PKL).
2. Saat praktikan mendapatkan tugas pertama yaitu untuk menghubungi calon klien melalui *email* atau *whatsapp*, praktikan belum mengerti cara yang baik dan benar saat melakukannya dan pada praktikan mendapatkan tugas untuk melakukan presentasi saat pertemuan kepada calon klien, praktikan mendapat kesulitan karena belum pernah dilakukan sebelumnya.

3. Pemberian tugas yang tidak rutin menyebabkan praktikan mengalami kondisi yaitu terkadang di suatu waktu praktikan merasa sibuk mengerjakan tugas yang diberikan, tetapi di waktu yang lain praktikan merasa tidak ada pekerjaan.

D. Cara Menghadapi Kendala

Praktikan mencoba untuk mengatasi kendala dengan mencari solusi agar program Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang sedang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar. Berikut solusi-solusi yang praktikan lakukan agar dapat mengatasi kendala:

- 1) Praktikan mencoba memberanikan diri dengan melihat situasi untuk berkomunikasi dengan karyawan disaat waktu yang tepat dan tidak terlalu sibuk. Komunikasi sebagai bentuk interaksi manusia yang saling memengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja. Praktikan juga lebih sering berkomunikasi diluar jam kerja atau saat istirahat, untuk lebih akrab dengan karyawan, sehingga saling kenal dan tidak sungkan di kemudian waktu terkait pekerjaan. Komunikasi lisan yaitu adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang saling bertatap muka secara langsung dan tidak ada jarak atau peralatan yang membatasi mereka. Menurut Algert (2003: 1) dalam hal ini mengungkapkan pendapatnya bahwa komunikasi antar pribadi adalah suatu yang umum dalam proses komunikasi di mana menekankan adanya gagasan-gagasan, pemikiran, dan perasaan kepada

orang lain. Keterampilan komunikasi antar pribadi dapat dipelajari melalui perbaikan perilaku melalui pengetahuan, praktik, umpan balik, dan cerminan/pemantulan. Menurut Luthans dalam Antoni Susanto (2002: 124) menjelaskan bahwa komunikasi merupakan salah satu sumber kepuasan kerja yang berpengaruh terhadap kinerja karyawan. Komunikasi dapat mempengaruhi kepuasan dan kinerja karyawan adalah melalui supervisi yang baik di mana supervisor berkomunikasi dengan karyawan, memberikan pengarahan dan bantuan teknik pada karyawan. Dalam hal ini praktikan melakukan komunikasi kepada karyawan lain agar dapat beradaptasi kekeluargaan dalam pembicaraan dengan karyawan, terutama untuk menanyakan hal-hal yang belum praktikan mengerti.

- 2) Tentu praktikan selalu bertanya dan meminta opini atau pendapat kepada mentor magang Mba Intan Maharani ketika mendapatkan kesulitan saat berkomunikasi dan bertemu dengan para klien. Opini juga sering disebut dengan pendapat. Opini atau pendapat merupakan suatu sikap pikiran seseorang terhadap suatu persoalan. Menurut Nurhadi (2003: 7) pendapat adalah mengungkapkan sesuatu secara subjektif, berdasarkan pemikiran pribadi, kebenarannya kadang tidak dapat dibuktikan. Menurut Abdullah (1999: 14) opini artinya pendapat atau pandangan tentang sesuatu. Karena itu, opini bersifat subjektif karena pandangan atau penilaian seseorang dengan yang lainnya selalu berbeda. Jadi, kendati faktanya sama, namun ketika orang

beropini, antara orang yang satu dengan yang lainnya memperlihatkan adanya perbedaan. Dalam hal ini praktikan selalu meminta pendapat kepada mentor magang Mba Intan Maharani untuk melakukan pekerjaan yang belum praktikan mengerti agar lancar saat melakukan pekerjaan tersebut.

- 3) Dalam hal ini, praktikan melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan mentor magang Mba Intan Maharani agar praktikan melakukan inisiatif dalam melakukan pekerjaan, tetapi masih dalam batas kesesuaian bidang kerja. Menurut Awaluddin Djamin (2008: 86) koordinasi adalah suatu usaha kerja sama antara badan, instansi, unit dalam pelaksanaan tugas-tugas tertentu sedemikian rupa, sehingga terdapat saling mengisi, saling membantu, dan saling melengkapi. Menurut Sondang P. Siagian (1982: 110) koordinasi adalah pengaturan tata hubungan dari usaha bersama untuk memperoleh kesatuan tindakan dalam usaha pencapaian tujuan bersama pula. Koordinasi adalah suatu proses yang mengatur agar pembagian kerja dari berbagai orang atau kelompok dapat tersusun menjadi suatu kebulatan yang terintegrasi dengan cara yang seefisien mungkin. Praktikan meningkatkan intensitas koordinasi kepada mentor magang Mba Intan Maharani, karyawan setempat, dan teman-teman magang setempat.

E. Analisis Perbandingan Teori dan Praktik

Menurut Kotler dan Keller (2002: 240) pemasaran langsung (*direct marketing*) adalah penggunaan saluran langsung konsumen untuk menjangkau dan mengirimkan barang dan jasa kepada pelanggan tanpa menggunakan perantara pemasaran. Pemasaran langsung dapat menggunakan sejumlah saluran untuk menjangkau calon klien. Visinema Pictures melakukan pemasaran langsung (*direct marketing*) menjadi peluang yang tumbuh pesat untuk menjalin kerjasama dengan pihak lain.

Direct marketing yang dilakukan oleh Visinema Pictures merupakan salah satu contoh promosi dengan menggunakan bentuk-bentuk dari *direct marketing* sendiri sehingga perusahaan berharap dengan menggunakan *direct marketing* perusahaan dapat mendapat hasil positif terkait tentang keberhasilan melakukan promosi. Promosi ini terbilang penting karena perusahaan dapat memberikan informasi mengenai promosi sebuah film. Serta perusahaan dapat mengetahui dan memberikan saran tentang jenis kontrak yang cocok untuk calon klien tersebut. Bentuk-bentuk *direct marketing* yang digunakan oleh Visinema Pictures salah satunya adalah mengirimkan permohonan kerjasama.

Dalam hal ini praktikan mengirimkan *marketing communication plan* atau bisa juga disebut dengan proposal dalam bentuk *PowerPoint* kepada berbagai komunitas keluarga, anak, dan ibu di Indonesia untuk menjalin kerjasama dengan film Visinema Pictures pada produksinya khususnya untuk film *Keluarga Cemara*.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dalam hal ini praktikan dapat mengambil kesimpulan bahwa Praktik Kerja Lapangan (PKL) sangat membantu semua mahasiswa khususnya mahasiswa Manajemen karena ketika menyelesaikan studi di perguruan tinggi, mahasiswa tersebut mampu bersaing dalam dunia kerja karena sudah memiliki modal ketika Praktik Kerja Lapangan (PKL).

Lalu Praktik Kerja Lapangan (PKL) mampu menjadi wadah bagi setiap mahasiswa untuk mengaplikasikan teori-teori yang dipelajari di bangku kuliah serta mendapatkan pengalaman serta wawasan lebih tentang dunia kerja yang sebenarnya. Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL), praktikan dapat mengambil beberapa kesimpulan yaitu:

1. Selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL), praktikan dapat mempelajari secara umum aspek pemasaran atau promosi yang diterapkan oleh Visinema Pictures, khususnya dalam meningkatnya kerjasama yaitu, membuat program promosi dengan melakukan interaksi kepada calon klien.
2. Praktikan diberikan kesempatan untuk mengaplikasikan teori dan praktik yang diperoleh selama perkuliahan secara langsung melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di *promotion team*,

seperti melakukan pengiriman permohonan kerjasama, mengikuti *meeting*, dan membuat *marketing communication plan* atau proposal.

3. Dapat meningkatkan keterampilan *soft skill* yang praktikan miliki, seperti rasa percaya diri yang tinggi, lebih berpikir positif, fleksibel dan mudah beradaptasi, berorientasi tujuan dan kerjasama tim, kemampuan negosiasi, kemampuan berkomunikasi, bertanggung jawab, dan dapat diandalkan untuk berkontribusi langsung dalam mengerjakan suatu pekerjaan yang diberikan kepada praktikan.
4. Selama bekerja di Visinema Pictures, praktikan dapat membandingkan teori yang selama ini praktikan dapat di perkuliahan sesuai dengan dunia kerja sesungguhnya seperti dalam teori promosi menurut Hasan (2014:603) mengatakan bahwa promosi merupakan fungsi pemasaran yang fokus untuk mengkomunikasikan program-program pemasaran secara persuasif kepada target kerjasama untuk mendorong terciptanya transaksi atau pertukaran antara perusahaan dan klien. Teori tersebut sesuai dengan kegiatan promosi dalam mengkomunikasikan program-program pemasaran yang di terapkan Visinema Pictures.

B. Saran

Berdasarkan pengalaman selama menjalankan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures, praktikan mendapatkan beberapa pengalaman positif maupun negative yang dapat diakumulasikan sebagai sebuah saran

agar kedepannya pelaksanaan PKL jauh lebih baik lagi dikemudian hari, adapun saran yang dapat praktikan berikan yaitu:

1. Bagi Pihak Visinema Pictures

- a) Diharapkan Visinema Pictures dapat membuat Standar Operasional Prosedur (SOP) tentang program Praktik Kerja Lapangan (PKL), seperti *job description* yang jelas untuk mahasiswa Praktik Kerja Lapangan (PKL). Sehingga mahasiswa yang melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) memiliki tugas dan pekerjaan yang tetap sesuai bidang mereka.
- b) Diharapkan ketika mahasiswa melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures, disediakan tempat khusus seperti meja untuk para mahasiswa yang sedang melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Sehingga selama kegiatan berlangsung tidak mengganggu kegiatan produktivitas karyawan lain.
- c) Diharapkan ketika mahasiswa melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures, untuk terlebih dahulu diperkenalkan kepada seluruh karyawan yang ada pada departemen khususnya. Agar dapat terhindar dari rasa kecanggungan atau *miss communication*.

DAFTAR PUSTAKA

- 2018 Bisa Menjadi Tahunnya Film Indonesia. 2018.
<https://www.beritasatu.com/film/475493-2018-bisa-menjadi-tahunnya-film-indonesia.html> (Diakses Tanggal 25 Januari 2019)
- Aftoni Susanto. 2002. *Peran Budaya Organisasional Untuk Meningkatkan Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan. Jurnal: Benefit Ekonomi dan Bisnis*, FE Universitas Ahmad Dahlan, Vol.6., No.2, Desember, Yogyakarta, p. 102-129.
- Algert, N.E., 2003, “*Effective Interpersonal/Intrateam Communication*”, *Artikel: The Foundation Coalition*. www.foundationcoalition.org (Diakses Tanggal 25 Januari 2019)
- Alma, Buchari. 2010. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- FE UNJ. 2012. *Pedoman Praktik Kerja Lapangan*. Jakarta. (Diakses Tanggal 27 Oktober 2018)
- Hasibuan, Melayu S.P. 2008. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah. Edisi Revisi. Jilid 7*. Jakarta: Bumi Aksara, p. 86.
- Kotler, Philip dan K. Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga Belas Jilid 2*. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Sagian, Sondang P. 1982. *Peranan Staf Dalam Manajemen*. Jakarta: Gunung Agung, p. 110.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Surat Permohonan Izin Praktik Kerja Lapangan (PKL)



*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, PRI : 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 : 1769/UN39.12/KM/2018
Lamp. : -
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

17 Juli 2018

Yth. HRD Visinema Pictures
Jl. Kramat No.3 C Cilandak Timur
Jakarta Selatan

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

Nama : Kevin Nugroho Riovaldy
Nomor Registrasi : 8215155321
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 081296644284

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan pada tanggal 16 Juli s.d. 7 September 2018 dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terimakasih.



Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
dan Hubungan Masyarakat

Woro Sasmito, SH
NIP. 196304031985102001

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Prodi Manajemen

Lampiran 2

Surat Penerimaan Praktik Kerja Lapangan (PKL)

**SURAT MAGANG**

Nomor: 002/VP/IX/2018

Dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : Kevin Nugroho Riovaldy
Name
NIK : 8215155321
Employee Number
Alamat : Pondok Surya B/6 RT/RW 008/011
Address : Kel. Karang Tengah Kec. Karang Tengah

Telah bekerja pada PT Visinema Pictures - Kantor Pusat Jakarta Selatan

Jabatan : Community
Position

Divisi : Promotion Team
Division

Masa Kerja : 16 Juli s/d 7 September 2018
Period of Service

Yang bersangkutan telah memberikan kontribusi yang baik bagi perusahaan dan semoga selama bergabung tidak pernah melakukan tindakan yang merugikan perusahaan.

Demikian surat keterangan ini saya buat, untuk dipergunakan dengan sesuai dengan keperluan yang bersangkutan.

Jakarta, 7 September 2018

VISINEMA PICTURES
Stephanie Winardi
Head Of Operational

Jl. Cipinang Cempedak Raya No 2
 Bidara Cina, Jatnegara
 Jakarta Tim
 Indonesia

Lampiran 3

Daftar Hadir Praktik Kerja Lapangan (PKL)



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.fc.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
... SKS

Nama : Kevin Nugroho R.
No. Registrasi : 821515321
Program Studi : Manajemen S1
Tempat Praktik : Visinema Pictures
Alamat Praktik/Telp : Jl. Kramat no. 36
Gilendak Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 16 Juli 2018	1.	
2.	Selasa, 17 Juli 2018	2.	
3.	Rabu, 18 Juli 2018	3.	
4.	Kamis, 19 Juli 2018	4.	
5.	Jumat, 20 Juli 2018	5.	
6.	Senin, 23 Juli 2018	6.	
7.	Selasa, 24 Juli 2018	7.	
8.	Rabu, 25 Juli 2018	8.	
9.	Kamis, 26 Juli 2018	9.	
10.	Jumat, 27 Juli 2018	10.	
11.	Senin, 30 Juli 2018	11.	
12.	Selasa, 31 Juli 2018	12.	
13.	Rabu, 1 Agustus 2018	13.	
14.	Kamis, 2 Agustus 2018	14.	
15.	Jumat, 3 Agustus 2018	15.	

Jakarta, 6 September 2018
Penilai,

(.INTAN MAHARANI.)
VISINEMA PICTURE

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



Building
Future
Leaders

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.fc.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
... SKS

Nama : Kevin Nugroha R.
No. Registrasi : 8215155321
Program Studi : Manajemen S1
Tempat Praktik : Visinema Pictures
Alamat Praktik/Telp : Jl. Kramat no. 36
Cilandak - Jakarta Selatan

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

Jakarta, 6 September 2018
Penilai,

(INTAN MAHARANI...)

Catatan:

Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan
Mohon legalitas dengan menubuh cap Instansi/Perusahaan



Building
Future
Leaders

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.fc.unj.ac.id



DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2 SKS

Nama : Kevin Nugroho R.
No. Registrasi : 8215155321
Program Studi : Manajemen S.1
Tempat Praktik : Visinema Pictures
Alamat Praktik/Telp : Jl. Kramat no 36
Cilandak - Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 27 Agustus 2018	1.	
2.	Selasa, 28 Agustus 2018	2.	
3.	Rabu, 29 Agustus 2018	3.	
4.	Kamis, 30 Agustus 2018	4.	
5.	Jumat, 31 Agustus 2018	5.	
6.	Senin, 3 September 2018	6.	
7.	Selasa, 4 September 2018	7.	
8.	Rabu, 5 September 2018	8.	
9.	Kamis, 6 September 2018	9.	
10.	Jumat, 7 September 2018	10.	
11.	11.....	
12.	12.....	
13.	13.....	
14.	14.....	
15.	15.....	

Jakarta, 6 September 2018
Penilai,

(H. T. MAHARANI..)

Catatan :

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

Lampiran 5

Surat Pemberitahuan Selesai Praktik Kerja Lapangan (PKL)

**SURAT KETERANGAN MAGANG**

Nomor : 001/VP/IX/2018

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Stephanie Winardi
Jabatan : Head Of Operational
Alamat : Jl. Kramat No. 3C Cilandak Timur 12566

dengan ini menerangkan dengan benar kepada :

Nama : Kevin Nugroho Riovaldy
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
Jurusan : Managemen
NIM : 8215155321

Bahwa yang bersangkutan adalah Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta yang telah melaksanakan kegiatan magang kerja di PT Visinema Pictures pada bagian Promotion Team atau Community, yaitu mulai tanggal 16 Juli 2018 s/d 7 September 2018

Selama magang di PT Visinema Pictures yang bersangkutan telah mempelajari tentang *Community Partnership untuk Keluarga Cemara* deal kolaborasi dengan Save The Children, Kitabisa.com, Menjadi Ibu, Mommies Daily dan *Media Coverage di Keluarga Cemara*. Dan pada saat surat ini dikeluarkan, yang bersangkutan telah melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 7 September 2018

Stephanie Winardi
Head Of Operational

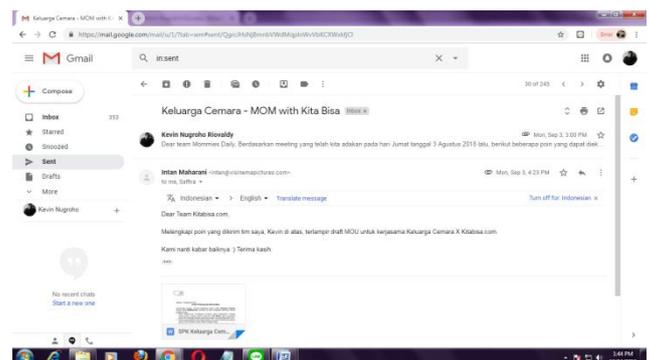
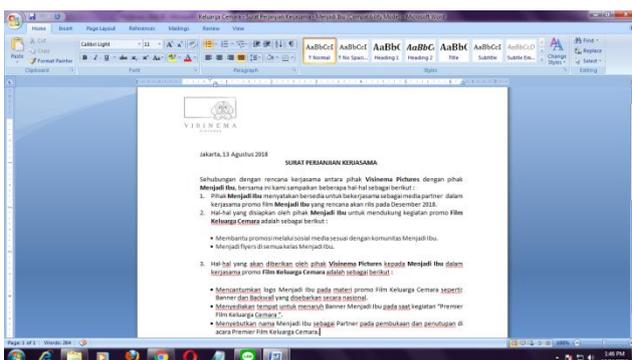
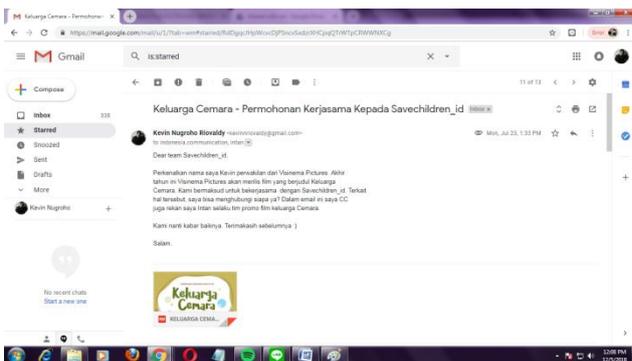
Jl. Cipinang Cempedak Raya No.2
Bidara Cina, Jatinegara
Jakarta Tim
Indonesia

Lampiran 6

Foto Praktikan Selama Praktik Kerja Lapangan (PKL)



No	Nama Komunitas	Tentang	PRC	No HP	Website
1	Yohana Sibero	pendidikan anak tentang keluarga, kesehatan		810102146	idn.com
2	Komunitas Perempuan	Anak keluarga		810209039	idn.com
3	Ibu Profesional	Perempuan anak dan keluarga, kesehatan diri sebagai ibu		879304049	idn.com
4	Akasi Parenting Group	Program parenting oleh para ibu profesional		850302054	idn.com
5	Mommies Daily	inspirasi wanita ibu dan anak		8221718445	idn.com
6	Parenting Indonesia	inspirasi orang tua dan anak, tentang keluarga			idn.com
7	ibu Bunda	inspirasi wanita profesional			idn.com
8	Liburan Anak	Kids & Parents Events		817004976	idn.com
9	komunitas keluarga	tentang dan tips parenting di rumah, sekolah dan lingkungan keluarga Indonesia			idn.com
10	Faraja Daily	berita tentang kesehatan wanita			idn.com
11	Komunitas Parenting	gala keluarga anak			idn.com
12	Furty Parenting	inspirasi dan komunitas parenting			idn.com
13	One Mom	inspirasi ibu profesional			idn.com
14	Mommy 101	inspirasi ibu yang hebat dan bahagia			idn.com
15	Parenting	inspirasi keluarga			idn.com
16	Berita Ibu	inspirasi parenting		853209910	idn.com
17	Parenting Berbagi	Berita Parenting Islam		8106202614	idn.com
18	ibu Bunda	inspirasi ibu dan anak		899040417	idn.com
19	ibu bisa	berita yang baik di Indonesia dan parenting		8101051293	idn.com
20	Mengajar Ibu	inspirasi dan parenting			idn.com
21	Generasi Anak Hebat Indonesia	berita anak hebat			idn.com
22	Putra-putri hebat	inspirasi dan parenting			idn.com
23	Tipu Generasi	Parenting dan Keluarga		8102032070	idn.com





Keluarga Cemara
DI BIOSKOP DESEMBER 2018

#KetemuKeluargaCemara
STICKER



Abah Emak Euis Ara Agil

BUNDRAN HOTEL INDONESIA
MINGGU 22 JULI 2018
07.00 - 10.00 WIB

#KembaliKeKeluarga
@filmkeluargacemara @filmkecemara

Didukung oleh
GOJEK

Keluarga Cemara
DI BIOSKOP DESEMBER 2018

KOTA JOGJA
#KetemuKeluargaCemara
STICKER



Abah Emak Euis Ara Agil

SUNMOR UGM
MINGGU 12 AGUSTUS 2018
07.00 - 10.00 WIB

#KembaliKeKeluarga
@filmkeluargacemara @filmkecemara

Didukung oleh
GOJEK



Lampiran 7

Kegiatan Harian Praktik Kerja Lapangan (PKL)

NO	HARI	TANGGAL	WAKTU		TUGAS	PIC
			MASUK	PULANG		
1	Senin	16 Juli 2018	10.00	12.00	<i>Interview</i>	Intan Maharani
					Memperkenalkan diri	
					Berkenalan dengan karyawan <i>promotion team</i>	
2	Selasa	17 Juli 2018	10.00	18.00	Dijelaskan tentang <i>jobdesk</i>	Dimas Immanuel
					Mempelajari tentang <i>jobdesk</i>	
					Meeting bersama <i>promotion team</i>	
3	Rabu	18 Juli 2018	10.00	18.00	Mempelajari tentang film " <i>Keluarga Cemara</i> "	Intan Maharani
					Membuat excel untuk data <i>contact person</i> komunitas	
					Mencari <i>contact person</i> komunitas untuk kerjasama	
4	Kamis	19 Juli 2018	10.00	18.00	Mencari <i>contact person</i> komunitas untuk kerjasama	Intan Maharani
5	Jumat	20 Juli 2018	10.00	18.00	Mencari <i>contact person</i> komunitas untuk kerjasama	Intan Maharani
6	Senin	23 Juli 2018	10.00	18.00	Mencari <i>contact person</i> komunitas untuk kerjasama	Intan Maharani
					Mengirim permohonan kerjasama	
7	Selasa	24 Juli 2018	10.00	18.00	Mencari <i>contact person</i> komunitas untuk kerjasama	Intan Maharani
					Mengirim permohonan kerjasama	
					Merespon permohonan kerjasama dengan	

					komunitas	
8	Rabu	25 Juli 2018	10.00	18.00	Mencari <i>contact person</i> komunitas untuk kerjasama	Intan Maharani
					Mengirim permohonan kerjasama	
9	Kamis	26 Juli 2018	10.00	18.00	Mengirim permohonan kerjasama	Intan Maharani
					<i>Meeting</i> bersama komunitas Save The Children di kantor Visinema Pictures	
10	Jumat	27 Juli 2018	10.00	18.00	Mengirim permohonan kerjasama	Intan Maharani
11	Senin	30 Juli 2018	10.00	18.00	Mengirim permohonan kerjasama	Intan Maharani
					<i>Meeting</i> bersama komunitas Menjadi Ibu di Bintaro Jaya XChange Mall	
12	Selasa	31 Juli 2018	10.00	18.00	Mengirim permohonan kerjasama	Intan Maharani
					Merespon permohonan kerjasama dengan komunitas	
13	Rabu	1 Agustus 2018	10.00	18.00	Merespon permohonan kerjasama dengan komunitas	Intan Maharani
14	Kamis	2 Agustus 2018	10.00	18.00	Merespon permohonan kerjasama dengan komunitas	Intan Maharani
					Membuat email dan instagram untuk film " <i>Mantan Manten</i> "	Dimas Immanuel
15	Jumat	3 Agustus 2018	10.00	22.00	Merespon permohonan kerjasama dengan komunitas	Intan Maharani
					<i>Meeting</i> bersama komunitas Kita Bisa di kantor Visinema Pictures	
					<i>Meeting</i> bersama komunitas Funky Parenting di Kota Kasablanka	

16	Senin	6 Agustus 2018	10.00	18.00	Merespon permohonan kerjasama dengan komunitas	Intan Maharani
					Diberi tugas untuk membuat <i>marketing communication plan glamp camping</i>	Dimas Immanuel, Prima Taufik
17	Selasa	7 Agustus 2018	10.00	18.00	Mengikuti proses <i>shooting</i> untuk salah 1 iklan dari komunitas Rujak Center For Urban Studies	Alvin Pradana
18	Rabu	8 Agustus 2018	10.00	22.00	<i>Meeting</i> bersama komunitas Mommies Daily di kantor Female Daily	Intan Maharani
					Merespon permohonan kerjasama dengan komunitas	
					Mendatangi undangan <i>Press Conference</i> dan <i>Gala Premier</i> film “ <i>Gentayangan</i> ” di Epicentrum Walk XXI	
19	Kamis	9 Agustus 2018	10.00	18.00	Membuat draf untuk surat perjanjian kerjasama	Intan Maharani
20	Jumat	10 Agustus 2018	10.00	18.00	Membuat draf untuk surat perjanjian kerjasama	Intan Maharani
					Pertemuan bersama anak magang dengan CEO di ruang <i>meeting</i> Visinema Pictures	Angga Dwimas Sasongko
21	Senin	13 Agustus 2018	10.00	18.00	Mencari informasi tentang <i>glamp camping</i>	Dimas Immanuel, Prima Taufik
					Membuat <i>marketing communication plan glamp camping</i>	
22	Selasa	14 Agustus 2018	10.00	18.00	Mencari informasi tentang <i>glamp camping</i>	Dimas Immanuel, Prima Taufik
					Membuat <i>marketing communication plan glamp camping</i>	

23	Rabu	15 Agustus 2010	10.00	18.00	Mencari informasi tentang <i>glamp camping</i>	Dimas Immanuel, Prima Taufik	
					Membuat <i>marketing communication plan glamp camping</i>		
24	Kamis	16 Agustus 2018	10.00	18.00	Mencari informasi tentang <i>glamp camping</i>	Dimas Immanuel, Prima Taufik	
					Membuat <i>marketing communication plan glamp camping</i>		
25	Jumat	17 Agustus 2018	-	-	Indonesia Independence Day		
26	Senin	20 Agustus 2018	10.00	18.00	Mengumpulkan <i>marketing communication plan glamp camping</i>	Dimas Immanuel, Prima Taufik	
					Membuat email dan instagram untuk film “ <i>Terlalu Tampan</i> ”		Dimas Immanuel
					Diberi tugas untuk mencari dan mendata berita tentang film “ <i>Keluarga Cemara</i> ”		Intan Maharani
27	Selasa	21 Agustus 2018	10.00	18.00	Mendata berita tentang film “ <i>Keluarga Cemara</i> ” di excel	Intan Maharani	
28	Rabu	22 Agustus 2018	-	-	<i>Eid al-Adha</i>		
29	Kamis	23 Agustus 2018	10.00	18.00	Mendata berita tentang film “ <i>Keluarga Cemara</i> ” di excel	Intan Maharani	
30	Jumat	24 Agustus 2018	10.00	18.00	Mendata berita tentang film “ <i>Keluarga Cemara</i> ” di excel		
31	Senin	27 Agustus 2018	10.00	22.00	Mendatangi undangan <i>Press Conference</i> dan <i>Gala Premier</i> film “ <i>Wiro Sableng Pendekar Kapak Maut Naga Geni 212</i> ” di Epicentrum Walk XXI	Intan Maharani	
32	Selasa	28 Agustus	10.00	18.00	Membuat Surat	Intan	

		2018			Perjanjian Kerjasama	Maharani
33	Rabu	29 Agustus 2018	10.00	18.00	Membuat Surat Perjanjian Kerjasama	Intan Maharani
34	Kamis	30 Agustus 2018	10.00	18.00	Membuat Surat Perjanjian Kerjasama	Intan Maharani
35	Jumat	31 Agustus 2018	10.00	18.00	Membuat Surat Perjanjian Kerjasama	Intan Maharani
36	Senin	3 September 2018	10.00	18.00	Mengirim Surat Perjanjian Kerjasama kepada komunitas	Intan Maharani
37	Selasa	4 September 2018	10.00	18.00	Mengirim Surat Perjanjian Kerjasama kepada komunitas	Intan Maharani
38	Rabu	5 September 2018	10.00	18.00	Mengirim Surat Perjanjian Kerjasama kepada komunitas	Intan Maharani
39	Kamis	6 September 2018	10.00	18.00	Mengirim Surat Perjanjian Kerjasama kepada komunitas	Intan Maharani
40	Jumat	7 September 2018	10.00	20.00	Mengirim Surat Perjanjian Kerjasama kepada komunitas	Intan Maharani
					Acara perpisahan atas selesainya praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Visinema Pictures	