

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PADA DIVISI
PEMASARAN DAN PROMOSI MEDIA *PROPERTY&BANK***

ACHMAD RIZKI SATRIO

1702518010



Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu prasyarat untuk mendapatkan gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

**FIELD WORK PRACTICAL REPORT OF MARKETING AND
PROMOTION AT PROPERTY&BANK MEDIA**

ACHMAD RIZKI SATRIO

1702518010



**Field Work Practical arranged to meet one of the requirements to get title of
Ahli Madya at Faculty of Economics Universitas Negeri Jakarta**

DIII MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

LEMBAR EKSEKUTIF

Achmad Rizki Satrio, 1702518010. Laporan Praktik Kerja Lapangan pada Divisi Pemasaran dan Promosi Media Property&Bank. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Laporan ini disusun dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai kegiatan Praktik Kerja Lapangan pada Media *Property&Bank* yang dilakukan selama 43 hari kerja. Mulai 10 Agustus – 9 Oktober 2020.

Dalam Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, Praktikan ditempatkan pada Divisi Pemasaran dan Promosi. Selama kegiatan praktik kerja lapangan Praktikan melakukan beberapa pekerjaan, yaitu mengajukan permohonan wawancara dan menawarkan layanan jasa iklan pada media *Property&Bank* dan *MyHome* melalui surat elektronik dan juga telepon, melakukan tindak lanjut dan eksekusi melalui telepon kepada target perusahaan, membuat publikasi desain hari besar nasional serta unggahan tentang berita terbaru yang berkaitan dengan properti dan perbankan pada akun media sosial *Instagram Property&Bank* beserta grupnya, yaitu *LSP-Area*, dan *Myhome*, kemudian membuat video *Behind The Scene* pada saat acara-acara tertentu seperti pelaksanaan webinar atau agenda “Ngopsor” bareng jurnalis.

Melalui Praktik Kerja Lapangan ini Praktikan dapat menarik kesimpulan bahwa PKL bertujuan untuk menambah wawasan, pengetahuan, serta keterampilan dan juga pengalaman kerja yang mana tidak didapatkan dalam perkuliahan.

Kata kunci: Praktik Kerja Lapangan, Pemasaran dan Promosi, Media *Property&Bank*.

EXECUTIVE SUMMARY

Achmad Rizki Satrio, 1702518010. Field Work Practical Report in the Marketing and Promotion Division of Media Property&Bank. DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economics. Universitas Negeri Jakarta

This report is prepared with the aim of providing information about the Field Work Practices activities at Media Property&Bank which held for 43 days. From 10 August - 9 October 2020.

In this field work practice, the practitioner is placed in the Marketing and Promotion Division. During the Field Work Practice activities, the practitioner does some work, specifically submitting interview requests and offering advertising services on the Property&Bank and MyHome media via e-mail and telephone, doing follow-up and execution by telephone to target companies, making publication designs for National holidays and posts about the latest news related to property and banking on the Property&Bank Instagram social media accounts and their groups, namely LSP-Area, and Myhome, then make Behind The Scene videos at certain events such as webinar implementation or called "Ngopsor" agenda with journalists.

Through this Field Work Practice, the practitioner can draw the conclusion that PKL aims to increase insight, knowledge, and skills as well as work experience which is not obtained in lectures.

Keywords: Field Work Practices, Marketing and Promotion, Property&Bank Media.

LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR
Laporan Praktik Kerja Lapangan

Judul : Laporan Praktik Kerja Lapangan Pada Divisi Pemasaran
dan Promosi Media Property&Bank

Nama Praktikan : Achmad Rizki Satrio

Nomor Registrasi : 1702518010

Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran

Menyetujui,

Pembimbing



M. Edo Suryawan Siregar, S.E, M.B.A

NIP. 197201252002121002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi
D3 Manajemen Pemasaran



Dra. Sholikhah, M.M

NIP. 196206231990032001

Seminar pada tanggal.....

LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dra. Sholikhah, M.M

NIP. 1962006231990032001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Sholikhah, M.M</u>		4 Februari 2021
NIP. 1962006231990032001		
Penguji Ahli		
<u>Shandy Aditya, BIB., MPBS.</u>		3 Februari 2021
NIP. 198404082019031003		
Dosen Pembimbing		
<u>M. Edo S. Siregar, S.E., M.B.A.</u>		9 Februari 2021
NIP. 197201252002121002		

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, karunia, serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Praktik Kerja Lapangan ini tepat pada waktunya. Adapun laporan ini disusun berdasarkan hasil kegiatan praktik kerja lapangan yang telah dilaksanakan Praktikan selama 43 hari kerja, mulai dari Agustus sampai Oktober 2020. Kegiatan praktik kerja lapangan ini dilaksanakan di media *Property&Bank*.

Sungguh maha mulia Allah dengan segala kesempurnaannya, maka dari itu sebagai seorang Praktikan tentunya menyadari bahwa dalam laporan ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu Praktikan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca agar kedepannya dalam penulisan laporan akan menjadi lebih baik lagi. Shalawat serta salam tidak lupa Praktikan curahkan untuk junjungan besar nabi Muhammad SAW beserta para keluarga, dan sahabatnya yang telah membantu dan menyampaikan sebuah petunjuk bahwa benar adanya syariah agama Islam yang sempurna dan merupakan satu-satunya karunia terbesar di seluruh alam semesta. Dalam penyusunan laporan ini tidak terlepas dari dukungan orang-orang yang sangat saya istimewakan terutama untuk ayah dan ibu saya, serta tidak lupa kepada kerabat serta sahabat saya yang selalu memberi motivasi serta doa yang tak terhitung kepada saya. Untuk itu Praktikan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. M. Edo Suryawan Siregar, S.E., M.B.A. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu Praktikan dalam proses penulisan laporan praktik kerja lapangan ini.
2. Dra. Sholikhah, M.M. selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran.
3. Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
4. Bapak Ir. H. Indra Utama yang telah memberikan kesempatan kepada Praktikan untuk melaksanakan PKL di media *Property&Bank*.
5. Ayah dan Ibu saya yang telah berjuang sehingga saya dapat berada dan belajar di perguruan tinggi saat ini.
6. Serta teman-teman sekalian baik dari program studi DIII Manajemen Pemasaran 2017 & 2018 dan juga teman-teman di lingkungan eksternal kampus yang telah memberikan banyak sekali dukungan yang tulus dan ikhlas.

Demikian yang dapat saya sampaikan, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi Praktikan maupun bagi akademik itu sendiri, serta apabila terdapat kesalahan pada laporan ini Praktikan memohon maaf yang sebesar-besarnya.

Jakarta, 24 Desember 2020

Achmad Rizki Satrio

DAFTAR ISI

LEMBAR EKSEKUTIF	i
EKSECUTIVE SUMMARY	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SEMINAR	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL.....	3
C. Kegunaan PKL	4
D. Tempat PKL	5
E. Jadwal Waktu PKL.....	6
BAB II TINJAUAN UMUM ORGANISASI.....	9
A. Sejarah Organisasi	9
B. Struktur Organisasi.....	10
C. Kegiatan Umum.....	16
BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN.....	33
A. Bidang Kerja.....	33
B. Pelaksanaan Kerja.....	34
C. Kendala yang dihadapi	54

D. Cara Mengatasi Kendala	56
BAB IV KESIMPULAN	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	64

DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel I.1	Jadwal Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan.	7
Tabel II.1	Daftar Harga Produk Jasa Pada Media <i>Property&Bank</i> .	21

DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II.1	Logo Media <i>Property&Bank</i> .	9
Gambar II.2	Struktur Organisasi <i>Property and Bank</i> .	10
Gambar II.3	Media kit <i>Property&Bank</i> .	17
Gambar II.4	Pelaksanaan Kegiatan Ngopsor.	19
Gambar II.5	Produk Majalah Cetak.	20
Gambar II.6	Produk Majalah Digital.	20
Gambar II.7	Instagram Media <i>Property&Bank</i> .	23
Gambar II.8	Facebook Media <i>Property&Bank</i> .	24
Gambar II.9	Indonesia <i>Property&Bank</i> Award Ke-14.	24
Gambar II.10	Formulir Informasi Iklan.	26
Gambar II.11	Ruang Musala dan Tempat Wudu.	29
Gambar II.12	Ruang Studio I dan Peralatan Pendukung.	30
Gambar II.13	Ruang Studio II dan Peralatan Pendukung.	31
Gambar III.1	Diagram Alur Pembuatan Surat Korespondensi	35
Gambar III.2	Contoh Paket & Surat	41
Gambar III.3	Daftar Kontak Target Perusahaan Perbankan	42
Gambar III.4	Daftar Kontak Target Perusahaan Properti	44
Gambar III.5	Diagram Alur Desain Unggahan	45
Gambar III.6	Desain Unggahan Hari Besar Nasional	48
Gambar III.7	Desain Unggahan Hari Besar Nasional	49

Gambar III.8	Desain Unggahan Berita Terbaru	50
Gambar III.9	Diagram Alur Pembuatan <i>Behind The Scene</i>	51

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Permohonan Izin PKL	64
2	Bukti Sertifikat Pelaksanaan PKL	65
3	Daftar Hadir Pelaksanaan PKL	66
4	Penilaian PKL	69
5	Rincian Kegiatan Selama PKL	70

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang PKL

Saat ini perkembangan teknologi dan informasi pada era digital begitu pesat dan menjadi suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan saat ini. Penemuan dan penyempurnaan teknologi dan informasi menyebabkan kemudahan dalam berbagai bidang, salah satunya dalam hal penyelesaian pekerjaan sehari-hari. Dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi saat ini membuat perusahaan-perusahaan baik di Indonesia maupun di dunia mengalami persaingan yang sengit saat ini. Salah satu hal penting yang harus diperhatikan di dalam organisasi perusahaan dengan adanya kemajuan dalam bidang teknologi saat ini adalah kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) itu sendiri.

Banyak hal yang dapat membuat Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki kualitas yang baik, salah satunya adalah pengalaman dan kompetensi pekerja di dalam suatu organisasi perusahaan. Kompetensi dan pengalaman merupakan hal yang penting bagi Sumber Daya Manusia (SDM) di perusahaan, adapun dalam melakukan pengembangan kualitas tenaga kerja atau Sumber Daya Manusia (SDM) dapat dilakukan dengan cara memberikan pelatihan bagi para tenaga kerja di perusahaan serta bagi mahasiswa dapat melalui kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Dengan memberikan kesempatan pelatihan tersebut baik pada para tenaga kerja maupun mahasiswa, perusahaan tersebut telah berkontribusi terhadap

pengembangan kompetensi dan pengalaman bagi kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) baik di lingkungan perusahaan maupun di lingkungan masyarakat dalam hal ini adalah mahasiswa. Perusahaan tersebut juga telah berinvestasi pada masa depan perusahaan karena dengan adanya pelatihan tersebut diharapkan para pekerja dan mahasiswa dapat memberikan manfaat lebih baik dalam lingkup perusahaan maupun masyarakat pada umumnya. Praktik Kerja Lapangan (PKL) sendiri merupakan penerapan bagi kalangan mahasiswa/i dengan maksud memberikan pembelajaran sekaligus pengalaman bekerja yang mana tidak di dapatkan di universitas sebagai bekal ketika nanti mahasiswa/i berhadapan pada dunia kerja yang sesungguhnya. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini juga merupakan syarat dalam mencapai kelulusan mata kuliah Praktik Kerja Lapangan (PKL) juga sebagai prasyarat dalam mencapai gelar Ahli Madya di Universitas Negeri Jakarta pada jurusan manajemen. Praktik Kerja Lapangan (PKL) juga merupakan sarana yang efektif dalam mempraktikkan teori atau hal-hal yang telah didapat dan dipelajari pada saat berada di dalam perkuliahan.

Mahasiswa sebagai calon Sumber Daya Manusia (SDM) pada masa yang akan datang sudah seharusnya memiliki kompetensi serta pengalaman di bidangnya agar ketika telah selesai dalam menjalani masa perkuliahan, mahasiswa dapat langsung terjun sekaligus beradaptasi dengan mudah di lingkungan perusahaan karena mereka sebelumnya telah merasakan kondisi bekerja pada masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) serta sesungguhnya untuk dapat memasuki dunia kerja sebenarnya tidaklah cukup dengan kecerdasan intelektual saja, tetapi para generasi muda sebagai angkatan kerja juga harus memiliki kemampuan dasar seperti keterampilan

(*Skill*), sikap (*Attitude*), dan pengetahuan (*Knowledge*). Melalui Praktik Kerja Lapangan (PKL) inilah Praktikan berharap dapat memperluas kemampuan sekaligus pengetahuan seputar bidang yang dipelajari yaitu pemasaran.

B. Maksud dan Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Adapun maksud dan tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan oleh Praktikan adalah:

1. Mempelajari bidang pekerjaan pemasaran yang dilakukan pada media *Property&Bank*.
2. Mengaplikasikan ilmu dan teori yang telah di dapat selama kegiatan perkuliahan berlangsung.

Tujuan dari Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang telah dilakukan Praktikan adalah:

1. Praktikan melakukan korespondensi terhadap perusahaan lain dengan tujuan untuk mengajukan permohonan wawancara dan penawaran layanan jasa iklan dari media *Property&Bank*.
2. Praktikan membuat desain unggahan pada media sosial instagram milik *Property&Bank*.
3. Praktikan membuat video dibalik layar (*behind the scene*) atas layanan jasa yang diberikan pada konsumen.

C. Kegunaan PKL

Setelah melaksanakan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan berharap dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait, diantaranya adalah:

1. Bagi Praktikan

- a. Meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan pengalaman bagi Praktikan di dalam dunia kerja sebagai bekal di masa mendatang.
- b. Sebagai sarana Praktikan dalam pengimplementasian hal-hal yang telah dipelajari selama berada di dalam perkuliahan, sekaligus membentuk karakter Praktikan dalam pengembangan perilaku untuk dapat menyesuaikan diri dalam lingkungan pekerjaan.

2. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

- a. Membantu membangun citra positif Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta terhadap perusahaan dengan kinerja Praktikan selama melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.
- b. Dapat menyesuaikan kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta khususnya pada program studi D3 Manajemen Pemasaran agar dapat menyesuaikan dengan permintaan yang di butuhkan oleh perusahaan saat ini sehingga dapat membuat lulusan yang berkualitas dan dapat bersaing.

3. Bagi media *Property&Bank*

- a. Perusahaan mendapat bantuan sumber daya manusia terdidik dalam melakukan pekerjaan sesuai bidang keahlian Praktikan, dalam hal ini adalah pemasaran tanpa harus melakukan kegiatan perekrutan menjadi karyawan.

D. Tempat Pelaksanaan PKL

Praktikan memperoleh kesempatan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di:

nama institusi : Property&Bank

alamat perusahaan : Jalan Gudang Peluru Raya Blok B1 No.24 Tebet,
Jakarta Selatan.

nomor telepon : (021) – 8370 – 6084

media sosial : *Facebook* : Majalah PropertynBank

Instagram : propertynbank_magz

situs : www.propertynbank.com

Alasan Praktikan memilih melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada media *Property&Bank* adalah karena:

- a. Praktikan tertarik untuk mengetahui bagaimana memasarkan produk jasa dalam hal promosi pada perusahaan media.

- b. Terbatasnya perusahaan yang membuka lowongan magang untuk menyelesaikan tugas Praktik Kerja Lapangan di tengah pandemi *Covid-19*.

E. Jadwal Pelaksanaan PKL

Jadwal pada Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilaksanakan Praktikan berlangsung selama 43 hari kerja. Terhitung sejak 10 Agustus sampai dengan 9 Oktober 2020. Adapun jadwal Praktikan dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada media *Property&Bank* selama pandemi *Covid-19* adalah pada hari Selasa, Rabu, dan Jumat yang dimulai pada pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 17.00 WIB dikarenakan adanya kebijakan *Work From Home* yang diberlakukan perusahaan yaitu pada hari Senin, dan Kamis. Dalam tahap pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan terdapat tiga tahap yang harus dilakukan, adapun perincian ketiga tahap tersebut adalah sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini tepatnya pada bulan juli Praktikan mulai mencari informasi seputar lowongan magang atau melalui berbagai situs, aplikasi, maupun dari mulut ke mulut tentang lowongan magang yang tersedia baik itu di perusahaan milik negara atau swasta yang menerima mahasiswa untuk melaksanakan PKL di perusahaan mereka. Pada tanggal 7 Agustus 2020 Praktikan mengunjungi media *Property&Bank* untuk melakukan wawancara, dan pada 10 Agustus 2020 Praktikan telah memulai Praktik Kerja Lapangan di media *Property&Bank*.

Kemudian pada tanggal 14 Agustus 2020 Praktikan kemudian mengurus surat permohonan untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan dan terbit pada tanggal 18 Agustus 2020 kemudian langsung diserahkan pada media *Property&Bank*.

2. Tahap Pelaksanaan

Praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada media *Property&Bank* terhitung sejak tanggal 10 Agustus 2020 sampai 9 Oktober pada divisi Pemasaran dan Promosi, Praktikan bekerja penuh selama 43 hari kerja, mulai pukul 09.00 WIB sampai 17.00 WIB. Pada masa pandemi *Covid-19* ini media *Property&Bank* telah memberlakukan kegiatan *Work From Home* setiap hari Senin dan Kamis, yang berarti Praktikan hanya bekerja selama 3 hari di kantor pada setiap minggu, yaitu pada hari Selasa, Rabu, Jumat.

Berikut ini adalah data yang Praktikan lampirkan tentang ketentuan jadwal Praktik Kerja Lapangan di media *Property&Bank*:

Tabel I.1

Jadwal Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

No	Kebijakan Kantor	Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
1	Normal	Selasa, Rabu, Jumat	09.00 s.d 17.00 WIB	12.00 s.d 13.00 WIB
2	<i>Work From Home</i>	Senin & Kamis	09.00 s.d 17.00 WIB	12.00 s.d 13.00 WIB

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

3. Tahap Penulisan Laporan Kegiatan

Setelah Praktikan menjalani masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 43 hari, Praktikan diwajibkan membuat laporan terkait pelaksanaan kegiatan tersebut. Laporan ini merupakan salah satu syarat kelulusan dalam program studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas ekonomi, Universitas Negeri Jakarta. Laporan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini akan berisi perihal kegiatan dan pengalaman Praktikan selama masa Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang berlangsung di media *Property&Bank*. Adapun dalam penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini telah dilaksanakan sejak Praktikan melakukan kegiatan PKL pada media *Property&Bank*, lebih tepatnya sejak tanggal 2 Oktober 2020.

BAB II

TINJAUAN UMUM ORGANISASI

A. Sejarah Organisasi

Media *Property&Bank* telah berdiri sejak tahun 2005 dan didirikan oleh Bapak Ir. H. Indra Utama dengan rekan-rekan jurnalis yang sebelumnya telah sejak lama berkecimpung pada bidang media properti. Dengan melihat adanya potensi permintaan akan media yang sanggup menjadi penghubung antara dunia perbankan dan developer terhadap konsumen yang sampai sekarang tidak dapat terlepas, maka lahirlah media bernama *Property&Bank* yang saat ini telah berusia 15 tahun terhitung sejak tahun 2005 yang mana menjadi media properti dan perbankan pertama di Indonesia yang sanggup memenuhi berbagai kebutuhan serta keinginan masyarakat akan kebutuhan informasi pada bidang properti dan perbankan di Indonesia. Adapun terdapat logo dari media *Property&Bank* pada gambar II.1.



Gambar II.1

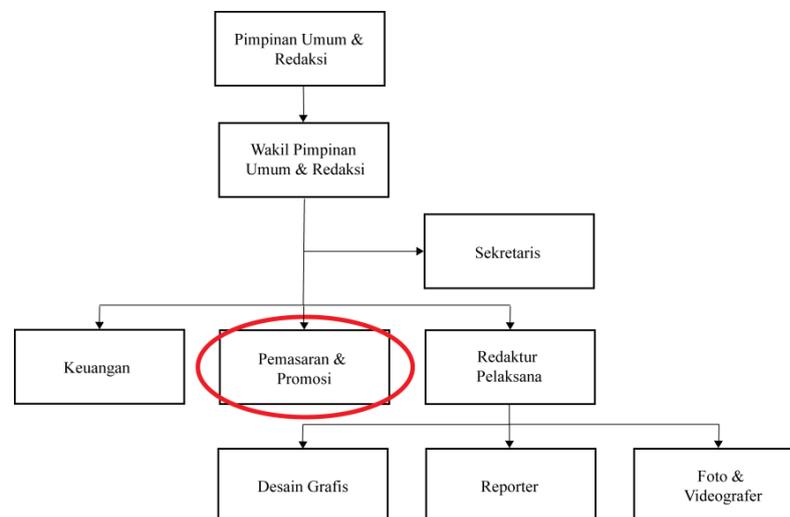
Logo Media *Property&Bank*

Sumber: Property&Bank.

Sampai saat ini media *Property&Bank* telah memperluas jangkauan media dengan membuat media lain yang bernama *MyHome*. Media ini lebih menitik beratkan seputar perumahan dalam hal ini dapat berupa desain atau model arsitektur

terbaru, merek furnitur, teknologi, bahkan sampai pada merek dari bahan-bahan dasar dalam pembuatan rumah yang tujuannya adalah untuk mempertemukan konsumen dan juga produsen atau *supplier* dalam hal seputar kebutuhan suatu rumah atau bangunan. *Property&Bank* sebagai media properti dan perbankan tidak hanya melakukan perluasan pada bidang media saja, tetapi juga membuat Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) pada bidang properti untuk menjadi perantara atau *broker* dalam jual beli properti di Indonesia yang bernama *LSP-Area*. Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) sendiri adalah suatu lembaga pelaksana kegiatan sertifikasi yang telah memperoleh lisensi dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) untuk memberikan sertifikasi tertentu pada suatu bidang pekerjaan (Utama, 2020).

B. Struktur Organisasi



Gambar II.2

Struktur Organisasi *Property&Bank*

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

Pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) Praktikan ditempatkan pada divisi Pemasaran dan Promosi yang dapat dilihat pada Gambar II.2 di atas.

Struktur pada organisasi media *Property&Bank* sendiri terdiri dari Pemimpin Umum dan Redaksi yang dibawahnya terdapat Wakil Pimpinan Umum dan Redaksi serta sekretaris yang membawahi tiga divisi yaitu Keuangan, Pemasaran & Promosi, serta Redaktur Pelaksana. Divisi Redaktur Pelaksana sendiri membawahi Divisi Desain Grafis, Reporter, serta Divisi Foto dan Videografer. Adapun penjelasan tentang tanggung jawab pada masing-masing divisi dalam struktur organisasi pada media *Property&Bank* adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan Umum dan Redaksi *Property&Bank*

- a. Bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbitan.
- b. Bertanggung jawab terhadap kualitas produk penerbitan.
- c. Memimpin rapat redaksi.
- d. Memberi arahan terhadap semua tim redaksi tentang berita yang akan di muat pada setiap edisi baik cetak maupun digital.
- e. Menyusun sttrategi bisnis dalam perusahaan.
- f. Mengevalasi kinerja seluruh divisi dalam organisasi perusahaan.

2. Wakil Pimpinan Umum dan Redaksi

- a. Membantu melaksanakan tugas-tugas serta pekerjaan yang dilakukan oleh pimpinan umum.
- b. Mengevaluasi, dan menilai hasil kinerja karyawan dalam hal pemberian *job description*.

- c. Mengawasi kegiatan operasional perusahaan baik di kantor maupun di lapangan yang akan berhubungan dengan tiap divisi yang dibawahinya.
- d. Bertanggung jawab langsung kepada Pimpinan Utama.

3. Sekretaris

- a. Menulis surat dan memo.
- b. Menyortir dokumen atau paket yang akan dikirim atau diterima.
- c. Melakukan tugas administratif, termasuk pengarsipan dan fotokopi.
- d. Mengelola media sosial sekaligus menanggapi pertanyaan dari pelanggan baik melalui telepon maupun melalui media sosial.
- e. Mengelola dan mengatur jadwal kegiatan perusahaan dengan pihak eksternal seperti jadwal proses wawancara, jadwal pertemuan, dan jadwal kegiatan pelaksanaan yang berhubungan dengan jasa iklan.

4. Keuangan

- a. Mengatur dan menjalankan keuangan perusahaan seefektif dan seefisien mungkin.
- b. Merencanakan dan menyusun anggaran perusahaan, serta mengontrol penggunaan anggaran perusahaan untuk memastikan dana yang akan digunakan dapat efektif dan efisien dalam menunjang kegiatan operasional.

- c. Mengelola fungsi akuntansi dalam proses data serta informasi keuangan untuk menghasilkan laporan keuangan yang dibutuhkan perusahaan secara akurat.
- d. Merencanakan dan mengontrol arus kas perusahaan terutama pada pengelolaan piutang dan utang.
- e. Merencanakan, mengoordinasikan, serta melaporkan pembayaran pajak pada perusahaan agar tepat waktu serta sesuai dengan peraturan yang berlaku.

5. Pemasaran dan Promosi

- a. Bertanggung jawab untuk menjaga hubungan baik dengan pihak-pihak eksternal perusahaan.
- b. Bertanggung jawab terhadap pemasaran produk jasa iklan baik dalam bentuk cetak dan digital.
- c. Bertanggung jawab dalam memasarkan produk majalah baik cetak maupun digital pada media *Property&Bank*.
- d. Memanfaatkan berbagai *platform* media sosial seperti Facebook, Instagram, serta melalui *website* sebagai alat untuk kegiatan pemasaran.

6. Redaktur Pelaksana

- a. Bertanggung jawab terhadap kinerja redaksi sehari-hari.
- b. Membuat dan bertanggung jawab terhadap perencanaan isi redaksi untuk setiap penerbitan.
- c. Menyunting judul, naskah, dan data-data pendukung pada berita yang akan dimuat pada media cetak dan digital sesuai dengan penulisan bahasa Indonesia yang baik dan benar.
- d. Membina dan membangun hubungan baik dengan pihak-pihak yang berperan sebagai sumber-sumber informasi dalam berita.

7. Desain Grafis

- a. Bertanggung jawab terhadap pembuatan kover majalah cetak dan digital.
- b. Membuat desain *layout* setiap halaman dengan naskah dan foto jika diperlukan.
- c. Membuat desain lainnya jika dibutuhkan seperti spanduk, brosur, serta latar belakang atau *backdrop* untuk acara tertentu.
- d. Membuat desain proposal serta desain undangan untuk tamu atau klien tertentu.
- e. Bertanggung jawab terhadap hasil akhir desain yaitu pencetakan.

8. Reporter

- a. Mencari dan mewawancarai sumber berita.
- b. Menulis berita dan membuat laporan atas hasil wawancara untuk redaktur pelaksana maupun atasannya.
- c. Menghadiri acara konferensi pers yang ditugaskan oleh atasan, redaktur pelaksana, maupun atas inisiatif individu.
- d. Berkoordinasi dengan fotografer dalam menyediakan foto di setiap penerbitan. .

9. Foto dan Videografer

- a. Menjalankan tugas yang diberikan oleh redaktur pelaksana atau atasannya.
- b. Melakukan pemotretan dan pengambilan video terhadap sumber-sumber berita.
- c. Melaporkan setiap kegiatan pemotretan atau pengambilan video kepada atasan.
- d. Bertanggung jawab untuk menyediakan foto-foto pendukung untuk naskah berita.
- e. Bertanggung jawab terhadap penggunaan peralatan kantor untuk menunjang kegiatan lapangan seperti kamera, baterai, *tripod*, dan lain-lain.

C. Kegiatan Umum

1. *Product*

Produk dalam (Alma, 2013, hal. 139) adalah segala bentuk atribut baik berwujud maupun tidak yang didalamnya terdapat unsur-unsur terkait atribut tersebut seperti harga, merek, pelayanan, maupun kualitas yang dibuat dengan maksud untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumennya. Adapun produk yang ditawarkan oleh media *Property&Bank* adalah berupa jasa pada bidang periklanan, yaitu:

a. *Media Kit* untuk jasa iklan

Media Kit sendiri adalah sebutan untuk daftar menu layanan jasa yang ada pada media *Property&Bank*. *Media kit* pada pokoknya berisi jenis-jenis jasa iklan beserta harganya, namun didalamnya juga terdapat juga penjelasan tentang profil perusahaan, segmentasi pasar, jaringan distribusi atau sirkulasi, spesifikasi majalah, serta alamat dan kontak media *Property&Bank*, yaitu telepon, fax, surat elektronik, dan *website*. *Media kit* ini dibuat semata-mata dengan tujuan untuk mempermudah konsumen dalam memahami perusahaan dan produk yang disajikan yang mana merupakan hal pokok yang dibutuhkan oleh konsumen sebelum konsumen tersebut mengonsumsi suatu produk khususnya dalam hal jasa. Berikut Praktikan lampirkan gambar *media kit* yang dibuat oleh media *Property&Bank* pada gambar II.3.

PropertyBank MEDIA KIT

www.propertybank.com

MELAJU DENGAN 7 CIRI KHAS:

- Lebih kritis dalam mengikuti perkembangan bisnis Property & Perbankan
- Didukung oleh jurnalis properti handal yang telah dikenal dari 15 tahun mengelola bisnis media properti.
- Sangat mengenal karakter masyarakat konsumen maupun pelaku bisnis properti sehingga betul-betul memahami apa yang menjadi kebutuhan pasar.
- Isi informasi dan analisa lebih jernih karena tidak terkontaminasi oleh berbagai kepentingan, sehingga mampu menjadi inspirasi yang mengakomodasi berbagai kebutuhan masyarakat pembaca maupun pelaku bisnis.
- Selalu mengikuti etika dan aturan main jurnalistik
- Inovatif dalam penyajian, baik redaksional maupun desain
- Bersifat second opinion untuk memenuhi hak konsumen dan pelaku bisnis dalam memenuhi informasi yang seimbang (balance).

PROFIL MEDIA

Majalah Property&Bank memang disajikan untuk menjadi Majalah Info Properti dan Keuangan pertama di Indonesia yang mengungkap berbagai kepentingan dan kebutuhan masyarakat maupun pelaku bisnis properti, sehingga majalah ini diharapkan nantinya ke depan akan mampu menjadi inspirator bagi pertumbuhan bisnis properti di tanah air, sekaligus juga rujukan untuk membangun sinergi yang kuat antara masyarakat yang menjadi konsumen dengan pelaku bisnis perbankan dan properti.

TARIF IKLAN MAJALAH PROPERTY&BANK

No	Nama	Posisi	Ukuran	Spot Terjadi	Harga	Durasi	File ext.	Catatan
1	Header Banner	Di atas sejajar dengan logo web	720x60px	1	Rp25.000.000	1 Bulan	.jpg, .png, .gif	"Tabala Tabala Di Setiap Halaman Web & Ekuiti" harus terdapat kata "spot"
2	Top Ads	Di bawah Top Story	700px	1	Rp20.000.000	1 Bulan	.jpg, .png, .gif	"Muncul di halaman depan, Berada di bawah Berita Utama & Fokus Utama menggunakan "spot"
3	Homepage Ads	Di Halaman Home Web	700px	3	Rp20.000.000	1 Bulan	.jpg, .png, .gif	"Muncul Di Halaman depan web"
4	Sidebar Ads	Di samping Body Web	300px	5	Rp20.000.000	1 Bulan	.jpg, .png, .gif	"Muncul Di Samping sisi Halaman Web"
5	Kalkulator KPR	Di samping Body Web	300px	1	Rp50.000.000	1 Tahun	Script	"Muncul Di Setiap sisi Halaman Web + mendapat tambahan 1 halaman khusus untuk tanya jawab kpr"
6	Pop-Ads	Di halaman Home Web	640x360px	1	Rp25.000.000	1 Bulan	.mp4	"Muncul saat pertama kali visitor mengunjungi web, dan berbentuk Video Player"
7	Inside Ads	Terletak di dalam artikel	700px	1	Rp25.000.000	1 Bulan	.jpg, .png, .gif	"Muncul di dalam artikel, dan dalam satu spot bisa berganti-ganti ads liardombit"

Gambar II.3

Media kit Property&Bank

Sumber: (Usmadi, Media Kit, 2020, p. Media Kit)

Adapun menu penawaran dalam jasa iklan pada media Property&Bank sendiri adalah sebagai berikut:

- 1). Cetak:
 - a). Kover depan bagian dalam
 - b). Kover belakang bagian dalam
 - c). Kover belakang bagian luar
 - d). Paket halaman (1-5)
 - e). 1 halaman dalam
 - f). Setengah halaman dalam horizontal
 - g). Setengah halaman dalam vertikal
 - h). 2 halaman kover jaket
 - i). 2 halaman iklan pariwisata

2). Digital/Web:

a). *Header banner*

b). *Top ads*

c). *Home page ads*

d). *Side bar ads*

e). *Pop ads*

f). *Inside ads*

b. Ngopsor bersama jurnalis

Selain paket *Media Kit*, media *Property&Bank* juga memiliki program layanan jasa dengan bentuk bincang digital/*talkshow* yang bernama Ngopsor (Ngopi Sore) bersama jurnalis yang akan ditayangkan melalui siaran langsung melalui media *converence Zoom Meeting* serta melalui *platform Youtube* yang di mana topik dalam pembahasan tersebut akan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dalam hal promosi baik dalam bentuk barang atau jasa.



Gambar II.4

Pelaksanaan Kegiatan “Ngopsor”

Sumber: (REPower, 2020, p. News)

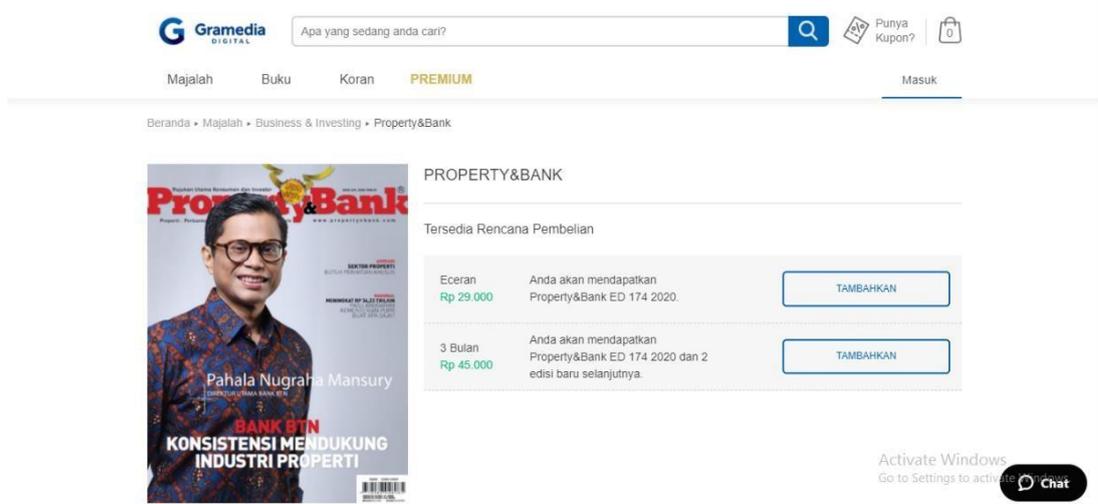
c. Majalah Cetak dan Digital

Selayaknya produk perusahaan yang bergerak dalam bidang media massa lainnya yang umumnya menjual produk dalam bentuk barang seperti majalah, koran, dan tabloid. Media *Property&bank* juga memiliki produk barang berupa majalah baik cetak dan digital yang di dalamnya memuat informasi-informasi terkini seputar bidang properti serta perbankan.



Gambar II.5
Produk Majalah Cetak

Sumber: (Kumpulan Cover 2019 / Property & Bank, n.d.)



Gambar II.6
Produk Majalah Digital

Sumber: (Usmadi, Kumpulan Cover, 2020, p. Kumpulan Cover)

2. Price

Harga merupakan jumlah nilai yang diberikan kepada konsumen atas penggunaan atau pemanfaatan layanan dalam bentuk produk maupun jasa yang diberikan oleh produsen atau pelaku usaha (Amstrong P. K., 2008, p. 185).

Media *Property&Bank* menyediakan layanan jasa yang beragam dan berkualitas dengan harga yang kompetitif disetiap lini produk yang ditawarkan. Adapun Praktikan menyertakan daftar harga produk layanan jasa yang tersedia saat ini di media *Property&Bank*.

Tabel II.1

Daftar Harga Produk Pada Media *Property&Bank*

No	Jenis	Produk	Harga (Rp)	Keterangan
1.	Media Kit Cetak (1 Edisi Majalah)	Kover depan dalam	35.000.000	21 x 27,5 cm
		Kover belakang dalam	30.000.000	21 x 27,5 cm
		Kover belakang luar	45.000.000	21 x 27,5 cm
		Paket halaman (1-5)	25.000.000	21 x 27,5 cm
		1 halaman dalam	20.000.000	21 x 27,5 cm
		Setengah halaman horizontal	10.000.000	21 x 13 cm
		Setengah halaman vertikal	10.000.000	10 x 27,5 cm
		2 Kover jaket	50.000.000	42 x 27,5 cm
		2 halaman iklan pariwisata	30.000.000	42 x 27,5 cm
2.	Media Kit Digital (1 Bulan)	<i>Header banner</i>	25.000.000	jpg, png, gif
		<i>Top ads</i>	20.000.000	jpg, png, gif
		<i>Home page ads</i>	20.000.000	jpg, png, gif
		<i>Side bar ads</i>	20.000.000	jpg, png, gif
		<i>Pop ads</i>	25.000.000	mp4
		<i>Inside ads</i>	25.000.000	jpg, png, gif
3.	Webminar	Ngopsor bersama jurnalis	5.000.000	Keterangan Produk
4.	Majalah	Cetak	45.000	
		Digital	29.000	

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

3. Place

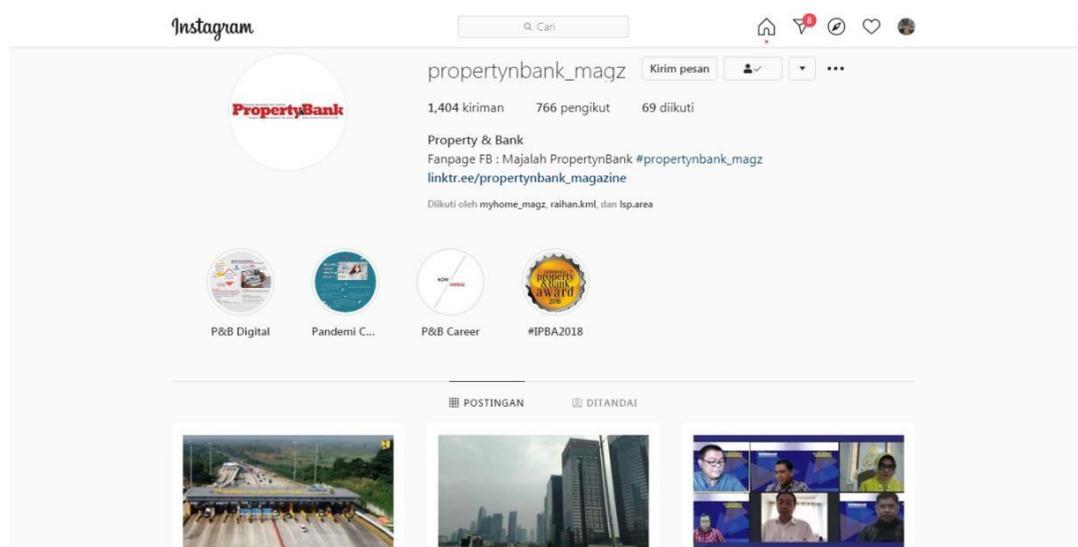
Tempat merupakan bagian penting dalam proses pendistribusian nilai yang dilakukan oleh produsen atau perusahaan kepada konsumen. Tempat meliputi kegiatan perusahaan dalam pembuatan produk sehingga dapat tersedia bagi sasaran konsumen (Amstrong P. K., 2008, hal. 63), oleh karena itu perusahaan dalam menentukan tempat atau lokasinya pasti memiliki ketentuan maupun syarat kelayakan terhadap suatu tempat atau lokasi yang akan digunakan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan tempat Praktikan menjalankan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) bernama media *Property&Bank* memiliki lokasi pada kompleks perumahan di daerah Tebet, Jakarta Selatan dengan alamat lengkap yaitu, Jl. Gudang Peluru Raya Blok B1 No.24 Tebet, Jakarta Selatan yang mana merupakan daerah yang sangat strategis karena dapat menjangkau dengan mudah wilayah Jakarta Timur, Selatan, Pusat, dan Utara sehingga memudahkan proses pendistribusian nilai dalam hal ini adalah pada keterjangkauan dari konsumen maupun pada proses distribusi media cetak atau majalah pada media *Property&Bank*.

4. Promotion

Promosi merupakan salah satu elemen dari bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk dari perusahaan (Tjiptono, 2015, hal. 387). Promosi merupakan salah satu cara menarik konsumen dalam penjualan produk,

selain dari kualitas layanan, harga, serta dampak kepuasan yang di berikan terhadap konsumen atas jasa yang diberikan oleh media *Property&Bank*.

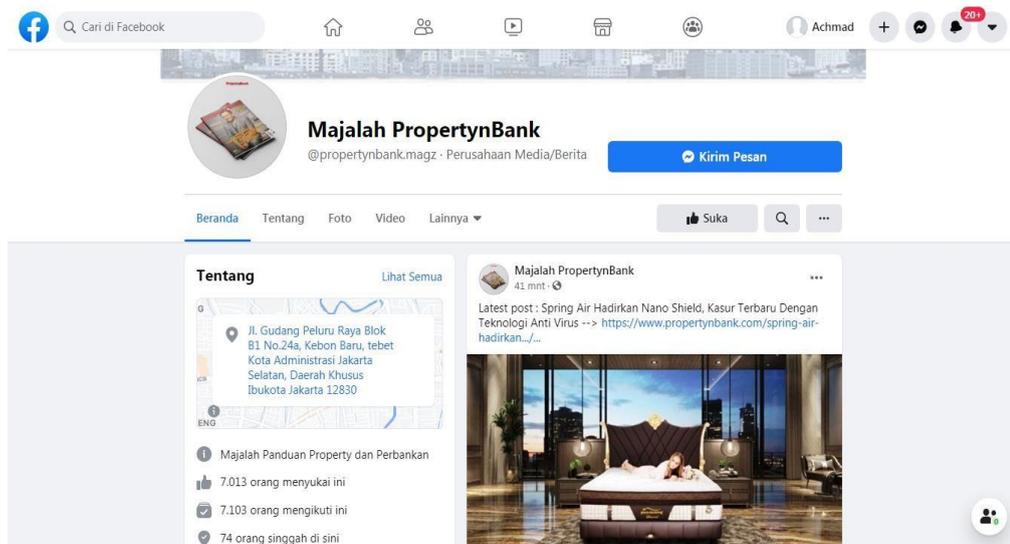
Adapun promosi yang dilakukan media *Property&Bank* dalam menjaga penjualan tetap dalam kondisi optimal adalah dengan cara memberikan potongan harga setiap pembelian produk majalah atau jasa iklan dengan jumlah atau periode tertentu, kemudian melalui media sosial seperti Instagram dan juga Facebook, selain itu juga melalui agenda mingguan yaitu pada acara “Ngopsor” bersama jurnalis, serta media *Property&Bank* juga melakukan promosi melalui kegiatan pemberian penghargaan yang dilakukan rutin setiap tahun, kegiatan tersebut bernama “*Indonesia Property&Bank Award*” yang saat ini telah menginjak usia lima belas tahun terhitung sejak tahun 2005.



Gambar II.7

Instagram *Property&Bank*

Sumber: (Property&Bank, Post propertynbang_magz, 2020, p. Post)



Gambar II.8

Facebook *Property&Bank*

Sumber: (Property&Bank, Beranda majalah propertynbank, 2020, p. Beranda)



Gambar II.9

Indonesia *Property&Bank* Award ke 15

Sumber: (Property&Bank, Instagram propertynbank_magz, 2020, p. Post)

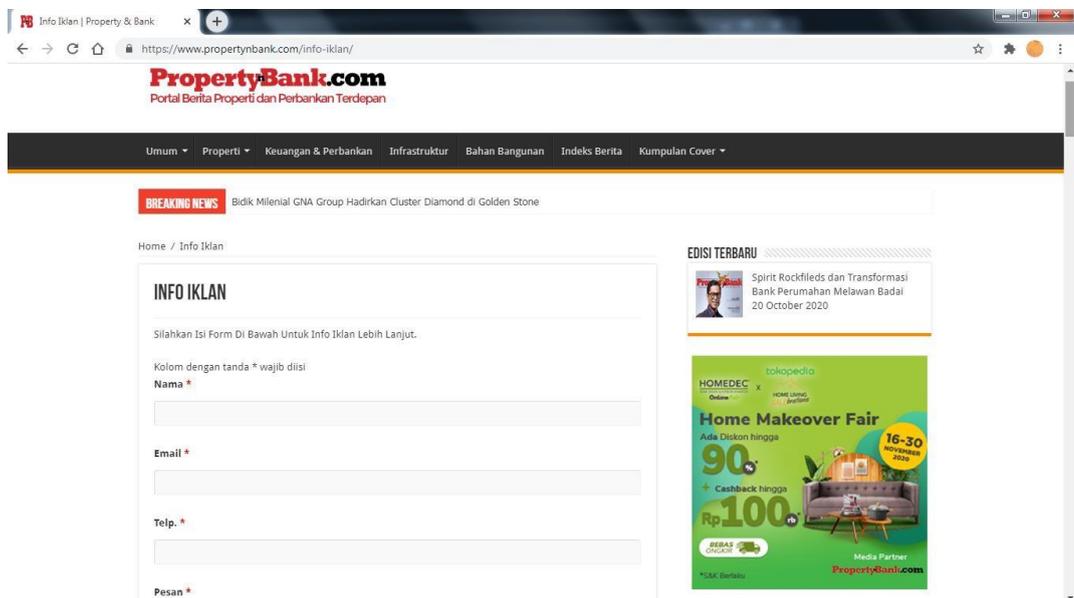
5. People

Manusia atau dalam hal ini adalah tenaga kerja merupakan keseluruhan individu yang berperan dalam pembentukan layanan jasa sehingga akan memengaruhi persepsi, loyalitas, serta tingkat kepuasan dari konsumen (Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, 2015, p. 62). Para tenaga kerja yang berada pada media *Property&Bank* merupakan tenaga-tenaga yang telah mahir di bidangnya masing-masing, bahkan tim redaksi media *Property&Bank* merupakan jurnalis-jurnalis yang telah lama terjun pada media properti di Indonesia, sehingga telah mempuni dalam menunjang kualitas dalam penyajian data pada media berita maupun dalam pelayanan pada jasa yang diberikan oleh media *Property&Bank*.

6. Process

Proses dapat di definisikan sebagai suatu bentuk aliran kerja, sistem, atau suatu dasar pada kegiatan yang dilakukan suatu perusahaan dengan maksud untuk menyampaikan layanan dalam hal ini adalah produk jasa (Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, 2015, p. 64). Pemasaran dan sistem kegiatan operasional dalam suatu perusahaan merupakan hal yang sangat penting pada pemasaran jasa, terlebih dalam melayani segala bentuk keinginan dan kebutuhan konsumen, adapun proses penjualan produk jasa pada media *Property&Bank* dimulai ketika konsumen mengakses web media *Property&Bank* untuk meminta informasi ketersediaan layanan dengan memasukan data diri, kemudian pihak *Property&Bank* melalui sekretaris akan

merespon ketersediaan layanan dan informasi lainnya seperti harga melalui telepon dan surat elektronik yang telah diberikan, ketika konsumen telah setuju akan harga dan layanan yang diberikan maka konsumen akan melakukan transaksi pembayaran. Ketika telah selesai maka sekretaris akan meminta dokumen yang dibutuhkan seperti data diri lengkap pelanggan, bukti transaksi, dan *file-file* pendukung untuk pemrosesan layanan jasa iklan. Selanjutnya ketika telah selesai dikumpulkan oleh sekretaris dokumen seperti data diri konsumen akan dimasukkan ke dalam *database*, bukti transaksi akan diberikan kepada divisi keuangan untuk pencatatan dan pemberian kuitansi, serta *file* pendukung akan diberikan kepada redaktur pelaksana untuk di tindak lanjut terkait proses pelayanan jasa iklan.



The image shows a screenshot of the PropertyBank.com website. The browser address bar displays 'https://www.propertybank.com/info-iklan/'. The website header includes the logo 'PropertyBank.com' and the tagline 'Portal Berita Properti dan Perbankan Terdepan'. A navigation menu contains links for 'Umum', 'Properti', 'Keuangan & Perbankan', 'Infrastruktur', 'Bahan Bangunan', 'Indeks Berita', and 'Kumpulan Cover'. A 'BREAKING NEWS' banner reads 'Bidik Milenial GNA Group Hadirkan Cluster Diamond di Golden Stone'. Below this, the breadcrumb 'Home / Info Iklan' is visible. The main content area features a form titled 'INFO IKLAN' with the instruction 'Silahkan Isi Form Di Bawah Untuk Info Iklan Lebih Lanjut.' and a note 'Kolom dengan tanda * wajib diisi'. The form fields are: 'Nama *', 'Email *', 'Telp. *', and 'Pesan *'. To the right of the form, there is a 'EDISI TERBARU' section with a news item about 'Spirits Rockfleds dan Transformasi Bank Perumahan Melawan Badai' dated 20 October 2020. Below the news is a large advertisement for 'Home Makeover Fair' by HOMEDEC and tokopedia, featuring a '90% Diskon' and 'Rp100 Cashback' offer, valid from 16-30 November 2020. The ad also mentions 'REBAS' and 'Media Partner PropertyBank.com'.

Gambar II.10

Formulir Informasi Iklan

Sumber: (Usmadi, Info iklan property&bank, 2020, p. Info iklan)

7. Physical Evidence

Fasilitas fisik merupakan sarana penunjang kehidupan manusia dalam kehidupan sehari-hari terutama fasilitas yang ada di suatu perusahaan merupakan suatu hal yang penting karena merupakan sarana yang akan memengaruhi kualitas dari kinerja Sumber Daya Manusia (SDM) pada suatu perusahaan tersebut. Media *Property&Bank* sendiri memiliki beberapa fasilitas penunjang untuk menjaga kualitas dari layanan yang diberikan kepada konsumen. Fasilitas tersebut seperti musala, ruang studio I, ruang studio II, serta terdapat peralatan-peralatan penunjang yang digunakan dalam proses pelayanan konsumen akan kebutuhan jasa iklan seperti, kamera, *tripod*, komputer, layar hijau, konektivitas jaringan internet, dan peralatan-peralatan penunjang lainnya.

a. Musala dan tempat wudu

Rumah atau tempat ibadah merupakan sarana yang tak terlepas dalam kehidupan bermasyarakat di Indonesia, rumah ibadah memiliki beragam bentuk karena di Indonesia terdiri atas beragam agama atau kepercayaan. Namun rumah ibadah yang paling sering dijumpai adalah berupa bangunan masjid atau musala yang memiliki fungsi tidak hanya sebagai sebatas simbol akan keberadaan suatu umat, tetapi juga sebagai sarana dalam menjalankan dan menyiarkan ajaran-ajaran yang telah diajarkan dalam agama islam, sebagai syarat atau rukun yang wajib dilaksanakan umat islam sebelum menjalankan ibadah salat adalah dengan mensucikan diri dengan berwudhu. Oleh karena itu selain terdapat tempat ibadah juga terdapat tempat khusus untuk berwudhu yang mana dilengkapi

dengan batas suci sehingga setiap orang yang hendak berwudhu harus melepaskan alas kaki yang digunakan dan menggantinya dengan alas kaki yang disediakan di musala tersebut. Kehadiran rumah ibadah pada suatu lingkungan maupun bangunan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan yang terdapat dalam jiwa seseorang yang dapat membuat seseorang yang mengalami kecemasan, ketidakseimbangan emosional, dan hal-hal lain yang berasal dari dalam diri maupun hati menjadi merasa lebih tenang dan tenteram. Penyediaan fasilitas tempat ibadah berupa musala pada media *Property&Bank* biasa digunakan oleh karyawan maupun tamu untuk menunaikan ibadah salat 5 waktu. Praktikan mengabadikan fasilitas musala dan tempat wudhu sebagai sarana penunjang dalam hal spiritual dan kepercayaan yang ada pada media *Property&Bank* melalui gambar II.11.



Gambar II.11

Ruang Musala dan Tempat Wudhu

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

b. Ruang studio & peralatan pendukung layanan

Media Property&Bank dalam menjaga kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen dalam bidang jasa iklan memiliki berbagai perangkat penunjang yang rutin digunakan dalam melayani kebutuhan dan keinginan konsumennya, perangkat tersebut berupa, layar hijau, *tripod*, kamera, komputer sebagai monitor sistem, ruangan studio I dan II, *mic*, dan konektifitas jaringan *Wifi* yang stabil di seluruh bangunan gedung, serta perangkat penunjang lainnya. Perangkat-perangkat tersebut merupakan hal-hal yang dibutuhkan dalam pelayanan jasa iklan yang

diberikan oleh media *Property&Bank*. Berikut Praktikan sertakan berbagai perangkat penunjang tersebut melalui gambar II.12



Gambar II.12

Ruang Studio I dan Peralatan Pendukung

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

Ruang studio I pada gambar II.12 sebenarnya merupakan ruang serbaguna yang diubah sementara untuk mengakomodasi kebutuhan siaran yang lebih besar selain itu juga bertujuan untuk dapat tetap menjaga jarak serta jumlah orang di ada dalam studio selama kondisi pandemi. Pada gambar tersebut terdapat peralatan pendukung seperti, kamera, komputer, layar hijau, *mic*, lampu studio, dan peralatan lainnya yang digunakan untuk menunjang kegiatan pelayanan jasa iklan. Kegiatan yang pada gambar II.12 tersebut merupakan geladi resik dan persiapan peralatan sebelum acara berlangsung. Pada saat geladi resik biasanya Praktikan bersama para karyawan membantu mengatur tata letak dari setiap peralatan, seperti

pengaturan kabel colok, lampu, kamera, meja operator, dan peralatan yang akan digunakan sebagai properti dalam siaran. Sedangkan pada operator monitor akan mengatur konektivitas sistem yang diperlukan untuk siaran, seperti konektivitas internet, konektivitas dengan media siaran seperti *Youtube, Zoom, dan Google Meet*, konektivitas kamera dan mic yang tertuju pada acara dengan media siaran yang digunakan tersebut.



Gambar II.13

Ruang Studio II dan Peralatan Pendukung

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

Ruang studio II pada gambar II.13 merupakan ruang studio yang biasa digunakan sebagai ruangan dalam pembuatan sekaligus pelayanan jasa iklan pada media *Property&Bank*, namun seiring berjalannya permintaan serta kondisi yang ada sehingga mengharuskan untuk menggunakan ruangan studio yang lebih besar untuk dapat mengakomodasi keinginan dan permintaan para konsumen. Peralatan yang ada seperti kamera, *tripod*,

komputer, mikrofon, dan kabel colok merupakan peralatan utama yang ada pada media *Property&Bank* yang digunakan sebagai pelayanan dan pembuatan jasa iklan. Saat ini ruang studio II menjadi ruang studio yang digunakan untuk pembuatan konten di media sosial *Property&Bank*, yaitu media *Youtube*.

BAB III

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

A. Bidang Kerja

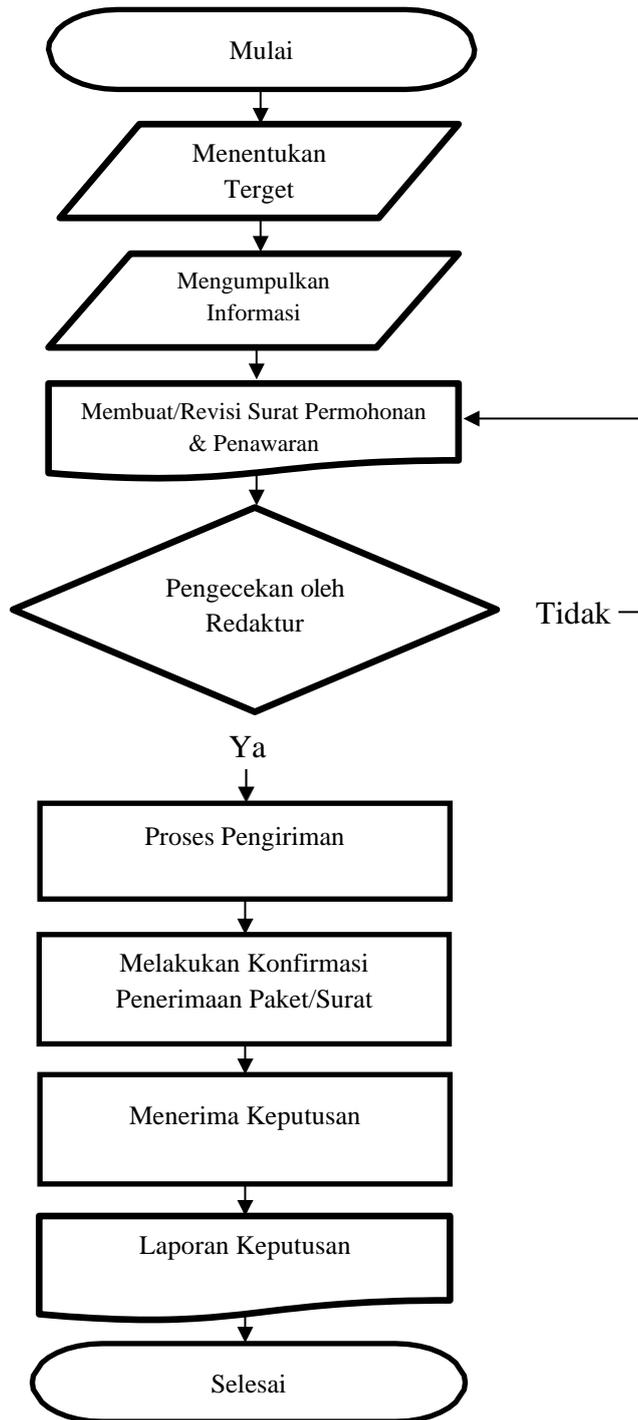
Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) berlangsung selama 43 hari dan Praktikan ditempatkan pada Divisi Pemasaran dan Promosi pada media *Property&Bank* tempat Praktikan melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL). Praktikan mendapat bimbingan dari Bapak Ir. H. Indra utama selaku Pimpinan umum & Redaksi. Adapun terdapat pekerjaan yang Praktikan lakukan pada bidang Pemasaran dan Promosi, yaitu:

1. Membuat surat untuk korespondensi terhadap perusahaan lain dengan tujuan untuk mengajukan permohonan wawancara dan penawaran layanan jasa iklan dari media *Property&Bank*.
2. Membuat desain unggahan *Instagram* tentang ucapan pada hari besar nasional dan berita terbaru yang berkaitan dengan bidang properti dan perbankan.
3. Membuat video di balik layar (*behind the scene*) pada setiap layanan jasa iklan yang diberikan kepada konsumen dengan maksud sebagai bahan untuk membantu melakukan promosi dengan testimoni ketika pelanggan bertanya tentang contoh penyelenggaraan acara.

B. Pelaksanaan Kerja

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada media *Property&Bank* pada divisi Pemasaran dan Promosi, Praktikan mendapat beberapa tugas yang diberikan. Berikut ini Praktikan lampirkan penjelasan terkait pelaksanaan tugas yang diberikan selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL):

1. Membuat surat korespondensi dengan perusahaan lain di bidang properti dan perbankan.



Gambar III.1

Diagram Alur Pembuatan Surat Korespondensi

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

Penjelasan

Alur proses dari permohonan wawancara dan penawaran layanan jasa iklan pada media Property&Bank

- Proses pertama adalah Praktikan akan menentukan target dari perusahaan dilakukan dengan cara mencari target perusahaan yang dituju melalui *Google*, perusahaan yang dituju utamanya adalah dalam bidang properti dan perbankan
- Setelah itu kemudian Praktikan akan mengumpulkan informasi & kontak dari perusahaan dilakukan dengan cara melakukan pencarian melalui *Google* dan melakukan pencatatan tentang info & kontak penting terkait perusahaan tersebut.
- Kemudian selanjutnya akan masuk ke tahap pembuatan dan revisi surat, Praktikan akan membuat surat berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan, proses pembuatan surat dilakukan melalui aplikasi *Microsoft Word*.
- Setelah surat selesai dibuat, kemudian surat akan melalui proses pengecekan kelayakan sebelum dikirim yang dilakukan oleh redaktur pelaksana untuk melihat apakah surat yang akan dikirim sudah sesuai standar penulisan atau belum, jika belum maka akan kembali ketahap sebelumnya untuk dilakukan revisi.
- Setelah surat dinyatakan layak dikirim, maka akan berlanjut pada proses selanjutnya, yaitu proses pengiriman yang dilakukan melalui media surat

elektronik dan juga melalui paket yang ditunjukkan pada sekretaris perusahaan atau kepala pemasaran perusahaan tujuan.

- Setelah surat dikirim, kemudian Praktikan akan menghubungi perusahaan guna untuk mengonfirmasi penerimaan atas surat dan paket yang telah dikirim. Setelah adanya konfirmasi dari perusahaan kemudian Praktikan akan menindak lanjuti perkembangan atas surat yang telah dikirim oleh Praktikan. Pada proses ini biasanya akan memakan waktu yang cukup lama.
- Setelah Praktikan menindak lanjuti surat yang telah dikirim setelah beberapa waktu, maka biasanya perusahaan tujuan akan memberikan keputusan terkait korespondensi tersebut. Keputusan tersebut berupa tertarik atau menolak.
- Setelah Praktikan menerima keputusan tersebut, maka akan Praktikan catat untuk dilaporkan kepada Redaktur Pelaksana/Pimpinan Umum dalam bentuk hasil akhir berupa dokumen.
- Selesai.

Praktikan mempunyai tugas untuk melakukan korespondensi terhadap perusahaan lain dengan tujuan untuk mengajukan permohonan wawancara/melakukan penawaran produk jasa dalam bentuk iklan melalui surat elektronik dan juga melalui telepon, metode pemasaran ini telah dilakukan sebelum Praktikan berada di media *Property&Bank*. Pada pelaksanaannya Praktikan mendapat bimbingan dari sekretaris perusahaan tentang bagaimana cara penulisan surat penawaran dan permohonan baik

itu untuk penawaran jasa iklan atau permohonan untuk wawancara. Pada bidang kerja ini hal pertama yang Praktikan lakukan adalah menentukan target perusahaan. Untuk korespondensi surat permohonan wawancara Praktikan mendapat data dari pembimbing praktikan, yaitu Ir. H. Indra Utama selaku pimpinan umum sedangkan untuk data korespondensi penawaran layanan jasa iklan merupakan data yang Praktikan peroleh secara mandiri melalui proses pencarian melalui bantuan media *Google*. Kemudian setelah praktikan memperoleh data yang dibutuhkan maka selanjutnya Praktikan akan mengumpulkan informasi perusahaan, biasanya berupa direksi perusahaan, alamat, alamat surat elektronik, dan nomor telepon.

Setelah Praktikan memperoleh informasi yang dibutuhkan maka selanjutnya akan masuk ke tahap pembuatan dan revisi surat yang dilakukan dengan bantuan aplikasi *Microsoft Word*. Setelah surat selesai dibuat maka selanjutnya akan Praktikan simpan dalam bentuk dokumen untuk dikirim kepada Redaktur Pelaksana untuk dilakukan pengecekan kelayakan surat sebelum dikirim. Setelah surat dinyatakan layak, maka selanjutnya Praktikan akan mengirim surat dalam bentuk surat elektronik dan juga paket. Paket ini berisi surat dan juga majalah *Property&Bank* yang memiliki hubungan pembahasan/rubrik dengan perusahaan tersebut dengan tujuan untuk menarik perhatian target perusahaan agar dapat tertarik dengan layanan jasa periklanan yang tersedia.

Setelah surat terkirim, selanjutnya Praktikan akan menghubungi perusahaan tujuan guna mengonfirmasi penerimaan surat dan paket yang telah dikirim. Setelah surat dan paket telah diterima, kemudian praktikan akan melakukan tindak lanjut atas korespondensi yang dilakukan. Praktikan melakukan tindak lanjut melalui telepon dimulai pada jam 10.00 WIB pagi sampai jam 11.30 WIB siang, kemudian melakukan panggilan kembali pada jam 13.00 WIB siang ke beberapa nomor perusahaan yang belum mengangkat telepon sampai jam 15.00 WIB sore. Tindak lanjut dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan hasil keputusan dari perusahaan tersebut, keputusan yang diberikan perusahaan berupa tertarik atau menolak inti dari korespondensi yang dilakukan Praktikan. Setelah Praktikan mendapatkan hasil keputusan maka selanjutnya akan Praktikan catat dan laporkan pada Redaktur Pelaksana/Pimpinan Utama dalam bentuk dokumen hasil tindak lanjut atas korespondensi.

Berikut Praktikan lampirkan contoh fisik berupa surat dan paket yang telah Praktikan buat selama melakukan korespondensi pada gambar III.2. Selain itu Praktikan juga melampirkan data informasi target perusahaan perbankan yang diberikan oleh Bapak Ir. H. Indra Utama pada gambar III.3 dan pada gambar III.4 untuk data informasi dari perusahaan properti yang digunakan Praktikan untuk melakukan tugas korespondensi.

No: Khusus/PnB/Banker/VIII/2020

Bapak Royke Tumilaar

Direktur Utama

PT Bank Negara Indonesia Tbk

Di Tempat

Hal: Wawancara Khusus Kondisi/Strategi/Produk Perbankan di Tengah dan Pasca Pandemi.

Salam sejahtera, semoga Bapak beserta staf senantiasa berada dalam keadaan sehat dan selalu bahagia dalam menghadapi apapun kondisi yang terjadi saat ini, khususnya pandemi yang belum berakhir.

Namun bagaimanapun kehidupan dan bisnis akan terus berputar bagaimana pun sulitnya keadaan. Sehubungan dengan kondisi ini, maka redaksi Majalah Property&Bank bermaksud meminta waktu dan kesempatan untuk bisa melakukan wawancara, pemotretan dan video dengan Bapak terkait dengan hal tersebut di atas. Kami berharap Bapak bisa meluangkan waktu kepada redaksi kami.

Hasil wawancara ini, akan kami ulas di majalah Property&Bank edisi cetak dan digital, versi web portal, tayangan myhomes.tv serta dijadikan webinar dalam program "Ngopi Sore Bareng Jurnalis" yang selalu menampilkan isu-isu menarik. Hasil wawancara dan riset terhadap lembaga keuangan yang Bapak pimpin, juga akan menjadi bahan panitia tetap penghargaan Indonesia Property&Bank Award (IPBA) ke-15 pada tahun 2020 kepada dewan Juri. Semuanya kami dedikasikan sebagai bentuk dukungan media kepada Negara, agar Ekonomi Indonesia terus bergairah.

Demikian harapan kami sudi kiranya Bapak dapat menerima permohonan kami. Atas kesediaan dan kerjasamanya kami sampaikan terimakasih.

Hormat Kami
Majalah Property&Bank (Jurnalis Media Group)

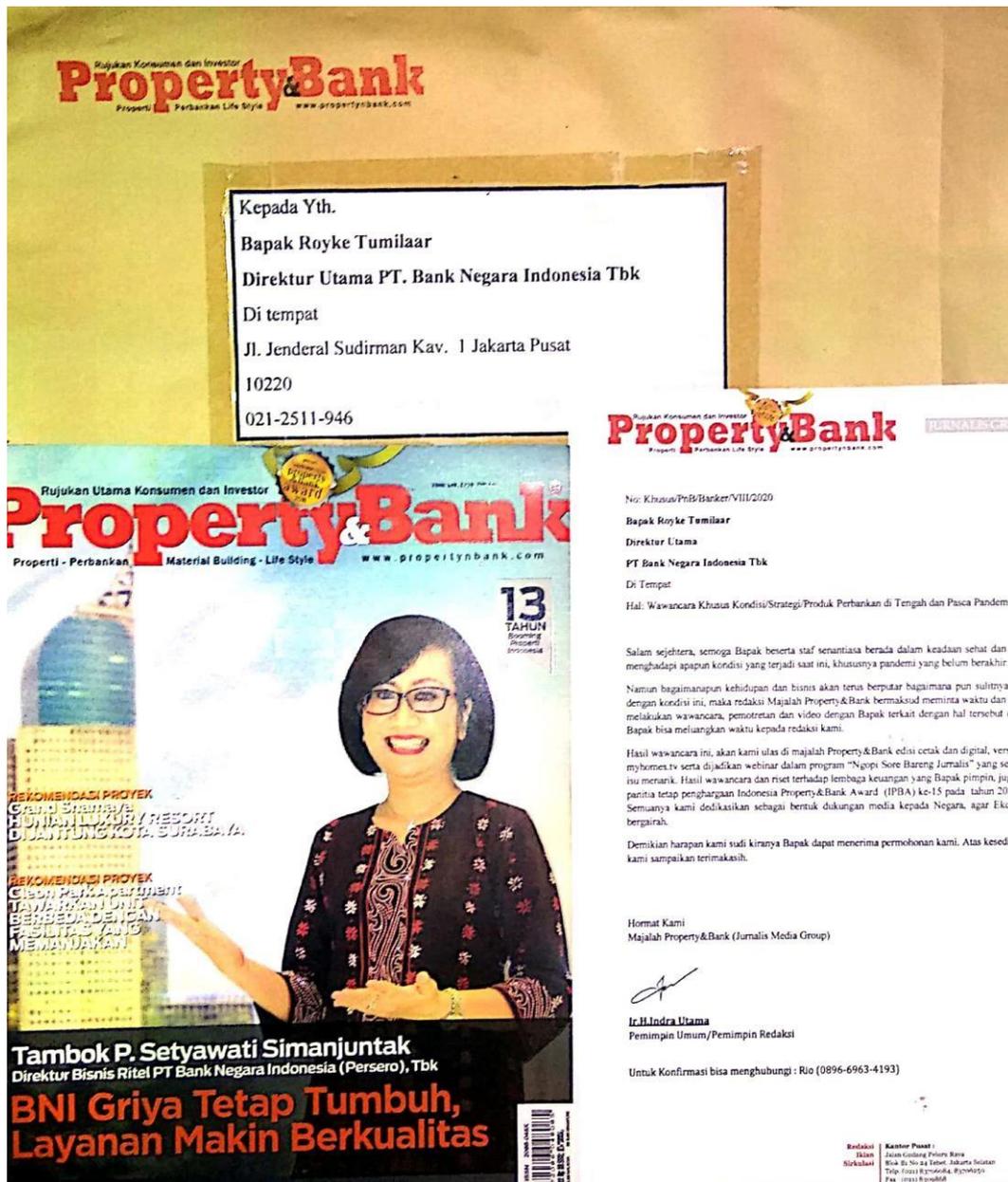


Ir. H. Indra Utama
Pemimpin Umum/Pemimpin Redaksi

Untuk Konfirmasi bisa menghubungi : Rio (0896-6963-4193)

Redaksi Iklan Sirkulasi
Kantor Pusat :
Jalan Gudang Peluru Raya
Blok B1 No 24 Tebet, Jakarta Selatan
Telp. (021) 83706084, 83706250
Fax : (021) 8309868

email :
redaksi@propertynbank.com
iklan@propertynbank.com
sirkulasi@propertynbank.com
www.propertynbank.com



Gambar III.2

Contoh Surat dan Paket

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

9** 5449

Pio

Senin 24 AGS 2020

No	Nama bank	Alamat	Telepon	Alamat Email	Direktur
1.	PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK	GEDUNG BNI JL.JEND.SUDIRMAN KAV 1 JAKARTA 10220	021-2511946/5728387	meiliana@bni.co.id	Herry Sidharta
2.	PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) TBK	JL.JEND SUDIRMAN KAV 44-46 JAKARTA 10210	021-2510244, 2510254, 5751966	corsec@bri.co.id, ir@bri.co.id, humas@bri.co.id	Sunarso
3.	PT BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO)	GEDUNG MENARA BTN JL.GAJAH MADA NO 1 JAKARTA	021-2310490, 6336789, 021-633-6129, 1500 286	btncontactcenter@btn.co.id	Pahala N Mansury
4.	PT. BANK MANDIRI (PERSERO), Tbk.	PLAZA MANDIRI, JL. GATOT SUBROTO KAV. 36-38, JAKARTA 12190	(021) 5245006, 5245858, 5245849, 752913321	cma@bankmandiri.co.id	Royke Lumilaar Hery Ewandi
5.	PT BANK ARTHA GRAHA INTERNASIONAL, Tbk	GED.ARTHA GRAHA Lt.5 (SCBD) JL.JEND.SUDIRMAN KAV.52-53 JAKARTA 12190	(021) 5152168	maryati_lestari2@yahoo.com, CO-Secretary@eg.co.id	Andy kasih
6.	PT BANK BNI SYARIAH	Gedung Tempo Pavilion 1, Jl.HR Rasuna Said Kav.11, Kuningan Jakarta 12950	(021) 021-29701946, Fax.(021) 29667935, 1500046	info@bnisyariah.co.id	Abdullah Firman Wibowo
7.	PT BANK BUKOPIN, Tbk	JL.MT.HARYONO KAV 50-51 JAKARTA 12770	7989837-7988266	meliawati@bukopin.co.id	Rivan A. Purwantono
8.	PT BANK BUMI ARTA, Tbk	JL.KH.WAHID HASYIM NO 234 LT.1-2 JAKARTA PUSAT 10250	021-2300893, 230045	hrd@bankbba.co.id	Wikan Aryono S.
9.	PT BANK CENTRAL ASIA Tbk.	JL.MH. Thamrin No.1 Menara BCA, Grand Indonesia Jakarta 10310	1500288 (021) 23588000	raymon_vonarto@bca.co.id	Jahja Setiaatmadja
10.	PT BANK CIMB NIAGA, Tbk	GRAHA NIAGA, JL.JEND.SUDIRMAN KAV.58 JAKARTA 12190	(021) 2505151, 2505252	corporate.secretary@ci mbniaga.co.id	Tigor M. Sihaan

Mandiri

Mendak

Via I u

Via AP

Via I u

Via AP/lu

Via AP

Follow up

Via AP

Via AP

Gambar III.3

Daftar Kontak Target Perusahaan Perbankan

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

Date: //

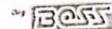
Kontak Property (check number)	
<input type="checkbox"/> 1.	Ciptan world 2 - 021-2988-888 / 2952-7200 (SPJ&AWK&K&K&K)
<input type="checkbox"/> 2.	Samira residence = 021-2997-8696 (check number)
<input type="checkbox"/> 3.	Kingland Avenue = 0878-0888-8688 0818-990-122 (WA) ✓
<input type="checkbox"/> 4.	Ciptan living apartmen = 021-5439-9885 - info@citngordencity.com ditanyalan lg = 0818-0726-2000
✓ <input type="checkbox"/> 5.	MGM Propertindo = 021-5366-0770 ✓ mgmandipi@mgm-group.co.id 021-5366-1507
✓ <input type="checkbox"/> 6.	emerald Bintaro = 021-2221-0999 021-222-1100 ✓ hi@emerald.bintaro.com
✓ <input type="checkbox"/> 7.	Agung Podomoro land = 021-5694-8888 021-5694-8888 Product@exinergy.com
<input type="checkbox"/> 8.	PT. Exinergy = 021-2942-7988 / 021-2258-4128 ↳ tanya direkti dan PR untuk kepentingan wawancara dr pnb.
<input type="checkbox"/> 10.	Hyde residence = 0812-899-899-58
<input type="checkbox"/> 11.	Trinita dinamik = 0878-8868-8860 support@trinitadynamik.com
<input checked="" type="checkbox"/> 12.	The Smith Abenslem = 087 Asaki → Minta kontak Asaki ke pic heni
<input type="checkbox"/> 13.	Trinita land = 021-8882-1403 corsec.trin@trinitiland.com
✓ <input type="checkbox"/> 14.	Collins Boulevard = 021-2221-9555

Asaki		My Home
<input type="checkbox"/> 1.	PT. JUI Shin indo -	Pemuaan kerjasama branding program
<input type="checkbox"/> 2.	PT. Mingchia Ceramic indo	Benefit:
<input type="checkbox"/> 3.	PT. Satya raya Keramik Indonesia	1. Penulisan di majalah myhome
<input type="checkbox"/> 4.	PT. Arwana Citra Mulia	dgn rubrik rekomendasi/hon/tips/ditke
<input type="checkbox"/> 5.	PT. Asri Porca warna	2. Penulisan artikel di portal web
<input type="checkbox"/> 6.	PT. Keramik Indonesia Asosiasi (KIA)	www.myhomes.tv
<input type="checkbox"/> 7.	PT. Keramik Diamond Industries	3. Video recording pada wawancara
<input type="checkbox"/> 8.	PT. Mulia Keramik Indah Raya	dan tampil di web myhome
<input type="checkbox"/> 9.	PT romm ceramic	4. Penyelenggaraan webinar yg akan
<input type="checkbox"/>	pipit.sitriani@romanceramics.com	dibagikan live pada portal web, youtube,
<input type="checkbox"/>	pipit sitriani - marketing	myhome
<input type="checkbox"/>		facebook, dengan fasilitas zoom & dengan
<input type="checkbox"/>		kegiatan 500 partisipan.
<input type="checkbox"/>		Yt myhomes.tv
		Fb myhome - myhome

To be a winner, all you need is to give all you have

1.	PT. Jui Shin Indonesia (021) 53666602 / 061-6871-238
2.	PT. Mingchin (021) 8983-3815 / (023) 3664-418 X
3.	PT. Satya raya keramindo (021) 2568-4900
4.	PT. Asri Purna warna (021) 4288 1725 / 2902-5166 ✓
5.	PT. Keramik Diamond (021) 2568-4946 / 031-7666-151 / 152 / 153 ✓ Support-kedi@PTKdi.com / jmy_eko.kdi@PTKdi.com / jmy wijaya (General Manager)
	Fredy chandra (direktur utama) / tdk ada email
6.	PT. Mulia keramik indah warna (021) 8035-708 / 8035
	PT. Gajin putra eska (021) 22567-5721 / 22/23
7.	PT. Pegada keramik terbrik (021) 5366-0301 / pt. haryo warna roff
8.	PT. Srama Sri Griya lestari (021) 8832-0688 / milin ceramic / ibu dyani Head gallery milan
9.	PT. Kobin (0321) 6818-168 X
10.	PT. Perkata primario (021) 5791-346
11.	PT. Keramindo agate niro ceramic (021) 8670-4889-0
12.	PT. Platinum Ceramic (021) 6016-450 / (031) 5312-358
13.	PT. Arisan Baya (021) 6011-606 / purchasing.kad@gychoo.com / Dani (Purchasing)
14.	PT. Granitogam (021) 3867-707
15.	PT. Jay cheng jui fuy (021) 6685-700 / hrd.cjfi@picasso-tile.com / Hrd ✓
16.	PT. Concord Industri (021) 6006823 / 6011-752 / agusthin.nis@concord.co.id / agusthin ommyer
17. X	PT. UBin kemeregan (021) 4257-412 / 4200-309
18.	PT. Gemilang mitra (021) (0852) - 1274 - 5323 / 1274 - 52324
19. X	PT. Dharma perkata (0321) 6817-788
20.	PT. Sun Power (0321) 6815-177
21.	PT. Sun multi gemilang (0822) 1274-5323 / 52324
22.	PT. VHC Keramik (021) 2288-7757
23.	PT. Sirm karya dan abadi (021) 5835-8118
24.	PT. Arman AlUrdia keramik (021) 5835-8118
25.	PT. Adya buana persada (031) 8971-033
26.	PT. Paman ceramic (0321) 6816-241 / (031) 7347-560
27.	PT. Sakti indoperta (021) 6292-966 / 44/55
28.	PT. Indo agung multifreasi (021) 6292-966 / 44/55

People become fools when they stop asking questions



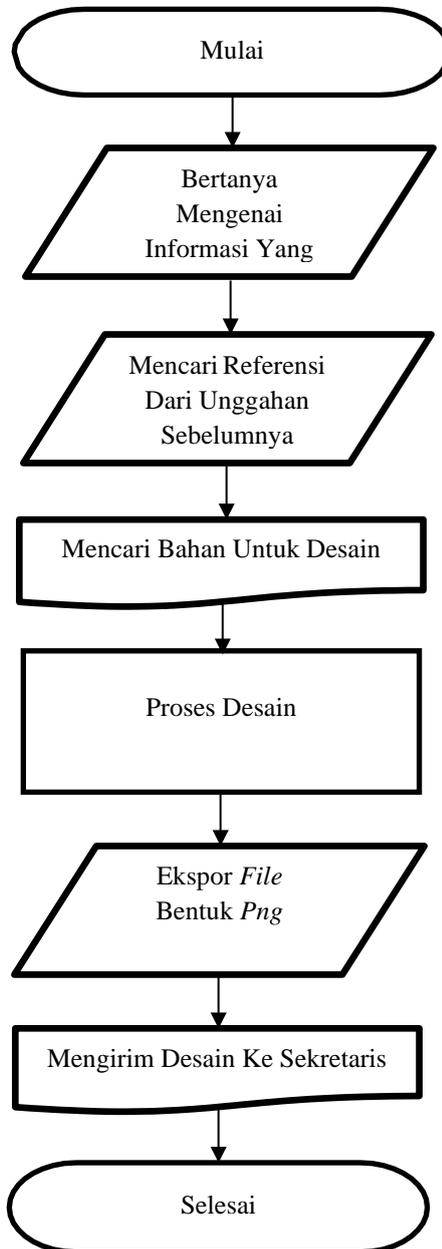
CS Scanned dengan CamScanner

Gambar III.4

Daftar Kontak Target Perusahaan Properti

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

2. Membuat unggahan *Instagram*



Gambar III.5

Diagram Alur Desain Unggahan

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

Penjelasan

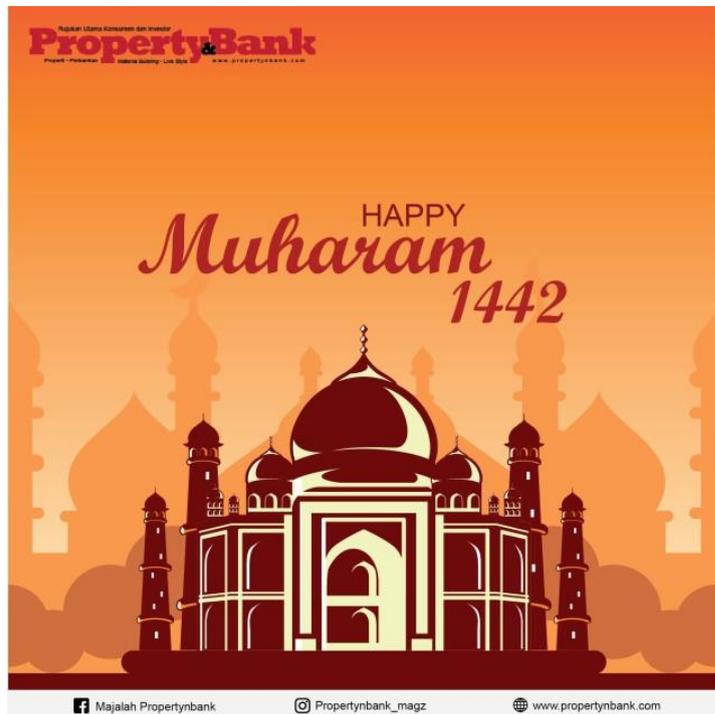
Alur proses dari desain unggahan ucapan hari besar nasional dan berita terkini pada media sosial Property&Bank

- Sebelum Praktikan membuat konten, terlebih dahulu Praktikan bertanya tentang informasi yang akan di cantumkan pada desain unggahan.
- Kemudian baru setelah itu Praktikan mencari referensi dari desain unggahan sebelumnya yang telah di buat.
- Sebelum memulai desain, Praktikan terlebih dahulu mencari bahan yang akan digunakan untuk desain, biasanya Praktikan akan menggunakan bahan desain yang berasal dari *freepik.com*, *Coolors.com* dan *Vecteezy.com*.
- Setelah Praktikan mendapatkan bahan yang dibutuhkan untuk proses desain Praktikan akan membuka aplikasi desain yang akan digunakan seperti *Adobe Illustrator (AI)* dan *Paint* jika dibutuhkan.
- Kemudian ketika selesai *file* akan diekspor dalam bentuk *png*.
- *File* yang telah selesai diekspor dalam bentuk *png* kemudian akan Praktikan kirim kepada sekretaris untuk diunggah.
- Selesai.

Pada tugas pembuatan desain unggahan media sosial *Instagram* hal yang pertama praktikan lakukan disini adalah Praktikan akan bertanya tentang informasi apa saja yang akan dicantumkan pada unggahan tersebut, informasi yang dicantumkan biasanya berupa *footer*, logo perusahaan, dan topik yang diangkat pada unggahan tersebut, apabila terdapat informasi

khusus yang diminta, maka Praktikan akan melakukan konsultasi lebih lanjut. Kemudian setelah Praktikan telah mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk desain unggahan yang akan dibuat, Praktikan akan mencari referensi dari postingan sejenis yang telah dibuat atau postingan lain yang memiliki relevansi dengan tujuan agar praktikan dapat memperoleh ide serta gambaran tentang desain unggahan yang akan dibuat, serta dengan adanya referensi dari postingan sebelumnya membuat Praktikan dapat menyelaraskan warna pada desain dengan ciri khas warna yang digunakan pada desain unggahan di media *Property&Bank*, *Myhome*, maupun LSP-Area. Setelah Praktikan memiliki referensi yang dibutuhkan maka selanjutnya Praktikan akan mencari bahan yang dibutuhkan saat membuat desain, Praktikan memperoleh bahan tersebut melalui beberapa situs, diantaranya adalah *freepik.com*, *Vecteezy.com*, dan *Coolors.com*.

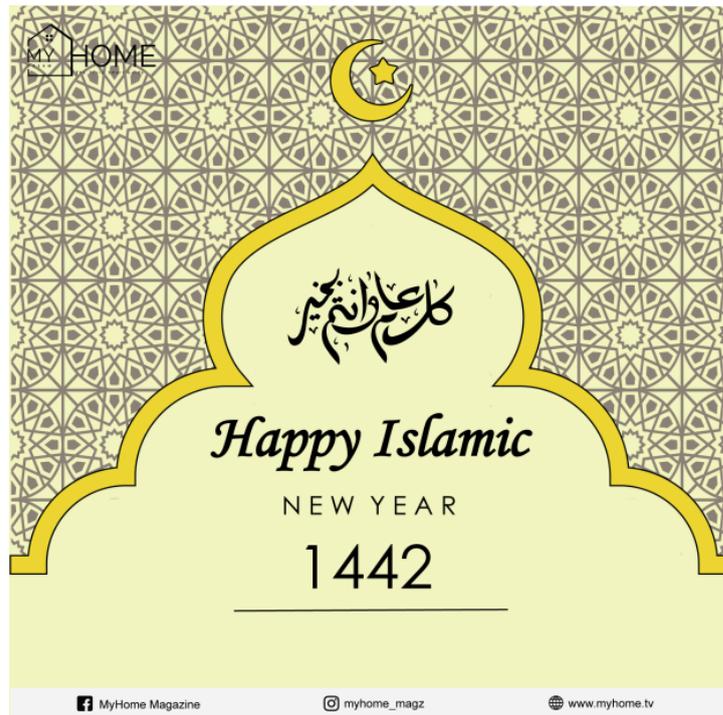
Setelah Praktikan memperoleh bahan yang dibutuhkan, kemudian Praktikan akan memulai proses desain dengan bantuan aplikasi *Adobe Illustrator* (AI) dan *Paint* jika dibutuhkan, setelah proses desain selesai selanjutnya Praktikan akan melakukan *eksport* atau mengeluarkan *file* dalam bentuk *Png*. Setelah *file* telah diekspor selanjutnya akan Praktikan simpan kedalam bentuk dokumen dan akan Praktikan kepada Sekretaris untuk di unggah. Berikut Praktikan melampirkan beberapa contoh dari desain unggahan yang pernah Praktikan buat selama melaksanakan praktik kerja lapangan pada gambar III.6, III.7, dan III.8.



Gambar III.6

Desain Unggahan Hari Besar Nasional

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).



Gambar III.7

Desain Unggahan Hari Besar Nasional

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

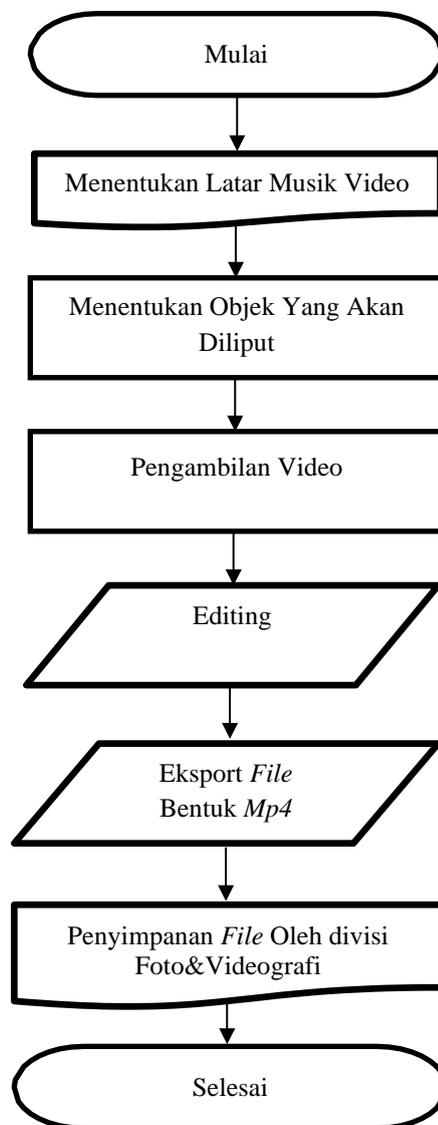


Gambar III.8

Desain Unggahan Berita Terbaru

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

3. Membuat video *Behind The Scene*



Gambar III.9

Diagram Alur Pembuatan *Behind The Scene*

Sumber: Data diolah oleh Praktikan (2020).

Penjelasan

Alur proses dari pembuatan behind the scene pada media

Property&Bank

- Sebelum Praktikan memulai proses pengambilan video, Praktikan akan menentukan latar musik yang akan di gunakan pada video, Praktikan biasanya akan menggunakan musik tanpa hak cipta atau *copyright* yang banyak di temui pada laman *youtube* atau melalui *file* yang disimpan.
- Setelah selesai menentukan latar musik yang akan digunakan, Praktikan terlebih dahulu akan menentukan objek mana yang akan diambil untuk pembuatan video.
- Pada pengambilan video Praktikan akan mengambil video dalam tiga sesi, yaitu pada saat persiapan acara, kemudian pengambilan video kembali pada saat acara berlangsung, dan yang terakhir adalah pengambilan video pada saat setelah acara
- Pada tahap editing ini awalnya Praktikan akan menentukan video mana yang akan digunakan, kemudian melakukan penyusunan alur video dan penyesuaian tempo video dengan latar musik.
- Setelah selesai kemudian Praktikan akan mengekspor video dalam bentuk *file mp4*.
- Setelah selesai kemudian Praktikan akan memberikan *file* tersebut kepada divisi foto dan videografer untuk disimpan.

Pada tugas pembuatan video *Behind The Scene* pada acara yang akan diselenggarakan, hal yang pertama Praktikan lakukan adalah membuat perencanaan sebelum proses pengambilan video tersebut, yang dimulai dari konsep video seperti Praktikan akan mencari atau memilih latar musik yang akan digunakan untuk mengiringi video *Behind The Scene* tersebut,

Pada tahap ini Praktikan akan menggunakan musik tanpa hak cipta sehingga dapat diunggah dimanapun, Praktikan memperoleh musik melalui media *Youtube* dan juga beberapa musik yang telah Praktikan simpan sebelumnya. Setelah selesai menentukan latar music kemudian Praktikan akan menentukan objek mana yang akan diliput, pada tahap ini merupakan tahap pemberian gambaran bagi Praktikan yang dilakukan sebelum acara berlangsung ketika semua peralatan telah ditata sedemikian rupa. Hal ini dilakukan agar pada saat acara berlangsung Praktikan tidak bingung untuk menentukan objek atau hal apa yg ingin diliput, selain itu dengan adanya gambaran objek yang telah ditentukan membuat proses pengambilan video lebih efisien. Setelah selesai dengan penyusunan konsep video kemudian Praktikan akan melakukan pengambilan video diawali pada saat persiapan acara. Setelah pengambilan video pada saat persiapan selesai, barulah kemudian Praktikan melakukan pengambilan video pada saat acara berlangsung. Setelah proses pengambilan video pada saat acara selesai, selanjutnya Praktikan melakukan pengambilan video terakhir yaitu pada saat setelah acara. Setelah proses pengambilan video untuk *Behind The Scene* telah selesai barulah Praktikan masuk ke tahap *editing*, Praktikan melakukan proses ini melalui ponsel dengan bantuan aplikasi *Kinemaster* yang dimulai dari penentuan video mana yang akan digunakan, kemudian setelah selesai menentukan video barulah Praktikan akan melakukan pemilihan video dan melakukan penyusunan alur pada video tersebut.

Setelah selesai pada tahap penyusunan alur video kemudian Praktikan melakukan penyesuaian video dengan latar musik untuk video *Behind The Scene*. Kemudian setelah tahap penyesuaian telah selesai, Praktikan akan melakukan ekspor video dalam bentuk *file mp4* atau video, setelah Praktikan selesai mengekspor video menjadi bentuk *file* tersebut barulah *file* dimasukan ke dalam dokumen dan diberi nama berdasarkan acara yang diliput. Setelah selesai *file* dalam bentuk dokumen akan dikirim ke divisi foto & videografer untuk disimpan.

C. Kendala yang Dihadapi

Dalam melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama 43 hari kerja, Praktikan memiliki beberapa kendala yang dihadapi pada kegiatan tertentu selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) diantaranya adalah:

1. Fasilitas telepon pada media *Property&Bank* terbatas

Dalam melaksanakan salah satu tugas yang diberikan kepada Praktikan, yaitu melakukan tindak lanjut pada target konsumen dalam pemasaran jasa iklan maupun permohonan wawancara yang Praktikan lakukan dengan menelepon kantor dari target perusahaan. Praktikan melakukan tindak lanjut dengan cara menelepon, akan tetapi karena fasilitas telepon kantor terbatas sehingga kurang memadai untuk Praktikan dalam menjalankan tugasnya.

2. Pembimbing Praktikan pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang sulit ditemui saat berada di kantor.

Praktikan dalam menjalankan tugas yang diberikan oleh atasan terkadang tidak mudah sehingga membuat Praktikan harus aktif dalam bertanya se jelas-jelasnya terkait tugas yang diberikan, akan tetapi pembimbing Praktikan pada saat menjalankan tugas di kantor tersebut jarang hadir, sehingga Praktikan kesulitan berkonsultasi tentang pertanyaan-pertanyaan terkait tugas yang diberikan.

3. Praktikan kurang menguasai cara komunikasi yang baik dengan calon konsumen dalam menawarkan produk.

Dalam melaksanakan tugas yang diberikan kepada Praktikan selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan, Praktikan mendapat beberapa tugas dan salah satunya adalah melakukan percakapan dengan konsumen melalui telepon baik itu untuk melakukan permohonan wawancara, penawaran jasa iklan, maupun untuk melakukan tindak lanjut atas pekerjaan yang dilakukan terhadap target perusahaan. Praktikan merasa kesulitan karena selain Praktikan masih belum memahami jenis produk jasa iklan yang disediakan juga karena kesulitan Praktikan dalam berkonsultasi dengan pembimbing Praktikan selama di sana.

D. Cara Mengatasi Kendala

Dalam setiap kendala yang dihadapi oleh Praktikan pada saat menjalankan Praktik Kerja Lapangan (PKL), Praktikan selalu mencari cara dalam penyelesaian terhadap kendala yang dihadapi Praktikan selama berada pada tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL), yaitu:

1. Dalam menghadapi permasalahan keterbatasan fasilitas telepon pada saat Praktikan melakukan pekerjaan untuk memasarkan produk jasa, membuat Praktikan harus melakukan kegiatan tersebut pada tempat resepsionis yang berada pada lantai 1 yang mana harus bergantian karena terkadang ada panggilan masuk serta luas meja yang terbatas membuat sulitnya melakukan pekerjaan dengan maksimal.

Meskipun demikian Praktikan tetap menjalankan kegiatan dengan sebaik mungkin dan semaksimal mungkin oleh karena itu inisiatif merupakan hal kunci dalam menghadapi sebagian besar masalah yang Praktikan hadapi. Inisiatif sendiri adalah kemampuan untuk menemukan beberapa kemungkinan jawaban dari suatu masalah berdasarkan atas informasi dan data yang tersedia di mana penekanannya adalah terletak pada ketepatangunaan, kuantitas, dan keragaman jawaban dalam (Munandar, 1992, hal. 47).

2. Dalam menghadapi masalah tentang pembimbing yang jarang hadir pada saat Praktikan melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) tersebut sehingga membuat Praktikan kesulitan untuk berkonsultasi.

Praktikan harus mencoba mencari penyelesaian sendiri terlebih dahulu sebelum akhirnya Praktikan bertanya, jika Praktikan masih mengalami kendala dalam pelaksanaan tugas atau pekerjaan Praktikan akan mencoba menghubungi pembimbing Praktikan melalui media sosial seperti *Whatsapp*, jika Praktikan masih mengalami kendala dengan masalah tersebut karena pembimbing sulit di hubungi, Praktikan akan berusaha mencari tahu dengan bertanya dengan karyawan yang ada di kantor pada saat itu terkait tugas yang diberikan oleh atasan.

Praktikan sebisa mungkin melakukan adaptasi dengan keadaan lingkungan pada tempat pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) sehingga Praktikan dapat melaksanakan sekaligus menyelesaikan tugas sesuai target yang telah diberikan. Adaptasi sendiri merupakan suatu penyesuaian individu dengan lingkungannya, penyesuaian dapat berarti mengubah nilai individu sesuai dengan lingkungan, maupun sebaliknya (Gerungan, 1991, p. 55)

3. Komunikasi merupakan hal penting dalam memasarkan produk pada konsumen, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi merupakan suatu bentuk interaksi manusia yang didalamnya terdapat pertukaran pikiran dan perasaan serta tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi wajah, lukisan, seni, dan teknologi (Hurlock, 1978, p. 176). Praktikan dalam menjalankan tugas pada divisi Pemasaran dan Promosi di media *Property&Bank* melakukan komunikasi baik langsung maupun tidak langsung. Kendala yang dihadapi

Praktikan ketika melakukan komunikasi secara langsung dengan konsumen adalah karena Praktikan kurang memahami produk beserta jenis-jenisnya yang Praktikan akan pasarkan, target konsumen, serta keunggulan produk jasa yang dimiliki oleh perusahaan.

Beranjak dari permasalahan yang dihadapi membuat Praktikan harus melakukan pembelajaran lebih mendalam untuk mengerti target konsumen atau pasar pada produk jasa iklan, mempelajari produk jasa iklan yang diusung beserta keuntungan yang akan diperoleh konsumen, serta Praktikan menyusun tentang gambaran kalimat yang akan Praktikan ucapkan pada saat melakukan komunikasi melalui telepon dengan konsumen. Dengan permasalahan yang ada tersebut membuat Praktikan dapat menggali lebih dalam terkait wawasan dalam dunia periklanan sekaligus dapat mengembangkan potensi dalam diri Praktikan, karena pengembangan diri merupakan hal penting dalam inti dari pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan oleh Praktikan.

BAB IV

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Selama Praktikan menjalankan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada media *Property&Bank*, Praktikan banyak sekali mendapatkan ilmu yang bermanfaat. Berikut adalah kesimpulan yang Praktikan peroleh dari hasil kegiatan tersebut, yaitu:

1. Praktikan dapat mengetahui, membuat, dan memahami tugas korespondensi yang dilakukan Praktikan terhadap target perusahaan.
2. Praktikan dapat membuat dan mengembangkan kemampuan dalam hal desain unggahan untuk media sosial *Instagram*.
3. Praktikan dapat mengasah kemampuan dalam pengambilan sampai *editing* video atas tugas video *behind the scene* dari pelayanan jasa iklan yang dilakukan media *Property&Bank*.

B. Saran

Berdasarkan pengalaman Praktikan selama menjalankan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) pada media *Property&Bank*, Praktikan memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat sekaligus menjadi pembelajaran sehingga nantinya dapat menjadi acuan dalam perbaikan sekaligus

penyempurnaan bagi pihak-pihak terkait ke depannya agar dapat lebih baik lagi.

Adapun terdapat beberapa saran yang dapat Praktikan berikan, yaitu:

1. Saran untuk mahasiswa sebagai pelaksana kegiatan Praktik Kerja Lapangan

- a. Mahasiswa sebaiknya aktif untuk mencari tahu tentang apa itu PKL, bagaimana pelaksanaannya, dan siapa yang bertanggung jawab sebagai pembimbing, selain itu mahasiswa harus mengerti dan memahami bidang pemasaran serta bidang kerja yang akan dijalani pada saat mahasiswa melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL).
- b. Mahasiswa sebaiknya dapat membekalkan diri dengan melatih dan mengembangkan kemampuan serta potensi dalam diri. Agar ketika mahasiswa melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dapat mudah beradaptasi serta memiliki manfaat nilai lebih di mata perusahaan.
- c. Mahasiswa sebaiknya telah memiliki target perusahaan sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) serta telah mempelajari bidang yang akan diambil agar ketika mahasiswa melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) mahasiswa telah memiliki tujuan serta target sekaligus dapat beradaptasi dengan mudah dengan tugas yang

diberikan karena telah mempelajari dengan baik bidang pekerjaan pemasaran yang akan diambil.

2. Saran untuk Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

- a. Ada baiknya bagi pihak universitas maupun fakultas berkoordinasi sekaligus bekerja sama dalam melakukan sosialisasi serta pembekalan sebagai gambaran bagi mahasiswa tentang pekerjaan-pekerjaan yang biasanya dikerjakan seorang pemasar maupun gambaran mengenai PKL itu sendiri dan sebaiknya diberikan pada saat sebelum semester yang terdapat mata kuliah Praktik Kerja Lapangan dalam hal ini untuk D3 adalah semester 5 dan S1 pada semester 7.
- b. Universitas sebaiknya dapat menjalin kerja sama dengan perusahaan-perusahaan yang terdapat Jakarta maupun di seluruh Indonesia baik perusahaan negeri maupun swasta yang mungkin bisa dimulai dengan membangun relasi berdasarkan perusahaan yang telah atau pernah terdapat mahasiswa Universitas Negeri Jakarta baik yang sudah bekerja maupun sekadar melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan.

3. Saran untuk media *Property&Bank*

- a. Ada baiknya media *Property&Bank* melengkapi informasi tentang biografi perusahaan secara lengkap, karena akan sangat bermanfaat baik bagi para mahasiswa yang sedang melaksanakan

Praktik Kerja Lapangan (PKL), serta bagi media *Property&Bank* itu sendiri karena dengan adanya komitmen pada visi dan misi diharapkan akan dapat menambah kepercayaan dari konsumen terhadap produk-produk yang dimiliki.

- b. Melatih kedisiplinan karyawan perusahaan terkait kedisiplinan serta tanggung jawab baik dalam hal waktu serta dalam hal pekerjaan karena akan sangat memengaruhi penilaian terhadap perusahaan dari pengunjung eksternal maupun dari mahasiswa yang sedang melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) itu sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amstrong, P. K. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Jakarta : Erlangga.
- Amstrong, P. K. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Gerungan. (1991). *Psikologi Sosial*. Bandung : PT. Eresco.
- Hurlock, E. B. (1978). *Perkembangan Anak*. Jakarta: Erlangga.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung : Alfabeta.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Munandar, U. (1992). *Pengembangan Kreatifitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Property&Bank. (2020, 10 22). *Beranda majalah propertynbank*. Diambil kembali dari Facebook propertynbank:
https://web.facebook.com/propertynbank.magz/?_rdc=1&_rdr
- Property&Bank. (2020, 10 25). *Instagram propertynbank_magz*. Diambil kembali dari Post propertynbank_magz: (Property & Bank (@propertynbank_magz) • Foto Dan Video Instagram)
- Property&Bank. (2020, 10 20). *Post propertynbank_magz*. Diambil kembali dari propertynbank_magz: (Property & Bank (@propertynbank_magz) • Foto Dan Video Instagram)
- REPower. (2020, 10 16). *News*. Diambil kembali dari repowerasiindonesia:
<https://repowerasiindonesia.co.id/news/>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Usmadi, D. (2020, 10 28). *Info iklan property&bank*. Diambil kembali dari propertynbank:
<https://www.propertynbank.com/info-iklan/>
- Usmadi, D. (2020, 10 16). *Kumpulan Cover*. Diambil kembali dari propertynbank:
<https://www.propertynbank.com/kumpulan-cover-2019/>
- Usmadi, D. (2020, 10 14). *Media Kit*. Diambil kembali dari propertynbank:
<https://www.propertynbank.com/media-kit/>
- Utama, I. (2020, 09 26). *Biografi Media Property&Bank*. (A. R. Satrio, Pewawancara)

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Permohonan Izin PKL



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jl. Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon: Rektor : 4893854, WR.I : 4895130, WR.II : 4893918, WR.III : 4892926, WR.IV : 4893982
BUK : 4750930, Bag. Kepegawaian : 4890536, Bag. UHT : 4893726, Bag. IBMN : 4891838
BAKHUM : 4759081, Bag. Akademik dan kerjasama / Humas : 4898486 Bag. Kemahasiswaan
Biro Keuangan : 4755118, Bag. Keuangan : 4892414, Bag. Akuntansi dan Pelaporan : 4755118, Bag. Perencanaan : 4755118
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 5492/UN39.12/KM/2020
Lamp. : 1 lembar
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

18 Agustus 2020

Yth. Majalah Property & Bank
Jl.Gudang Peluru Raya Blok B1 No.24 Tebet,
Jakarta Selatan

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

Nama : Achmad Rizki Satrio
Nomor Registrasi : 1702518010
Program Studi : Manajemen Pemasaran (D3)
Fakultas : Ekonomi
No. Telp/HP : 0896-6963-4193

Untuk dapat mengadakan Praktek Kerja Lapangan pada tanggal 10 Agustus s.d.10 Oktober 2020 guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
dan Hubungan Masyarakat

Woro Sasmoyo, SH
NIP. 19630403 198510 2 001

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

Lampiran 2: Bukti Sertifikat Pelaksanaan PKL



Lampiran 3: Daftar Hadir Pelaksanaan PKL



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
 UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
 FAKULTAS EKONOMI
 Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
 Laman www.fc.unj.ac.id

DAFTAR HADIR
 PRAKTEK KERJA LAPANGAN
 SKS

Nama : Achmad Rizka Sawio
 No. Registrasi : 1702518010
 Program Studi : D3 - Manajemen Perbankan
 Tempat Praktik : Media Property & Bank
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Gedung Peluu, Banteng
 Blok. B1 NO. 24 Tabet, Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin, 10 Agustus 2020	1. <i>Pst</i>	
2.	Selasa, 11 Agustus 2020	2. <i>Pst</i>	
3.	Rabu, 12 Agustus 2020	3. <i>Pst</i>	
4.	Kamis, 13 Agustus 2020	4. <i>Pst</i>	
5.	Jumat, 14 Agustus 2020	5. <i>Pst</i>	
6.	Sabtu, 15 Agustus 2020	6. <i>Pst</i>	
7.	Rabu, 19 Agustus 2020	7. <i>Pst</i>	
8.	Jumat, 21 Agustus 2020	8. <i>Pst</i>	
9.	Senin, 24 Agustus 2020	9. <i>Pst</i>	
10.	Sabtu, 25 Agustus 2020	10. <i>Pst</i>	
11.	Rabu, 26 Agustus 2020	11. <i>Pst</i>	
12.	Kamis, 27 Agustus 2020	12. <i>Pst</i>	
13.	Jumat, 28 Agustus 2020	13. <i>Pst</i>	
14.	Senin, 31 Agustus 2020	14. <i>Pst</i>	
15.	Sabtu, 1 September 2020	15. <i>Pst</i>	

Jakarta, 1 September 2020
 Penilai,

PropertyBank
 (Indra Utama...)

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Achmad Rizki Satrio
No. Registrasi : 1702518010
Program Studi : D3 - Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : Property Bank
Alamat Praktik/Telp : Jl. Sudong, Kel. Pagar, Blok. B1,
No. 24, Tebet, Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Rabu, 2 September 2020	1. Pijp	
2.	Kamis, 3 September 2020	2. Pijp	
3.	Jumrt, 4 September 2020	3. Pijp	
4.	Senin, 7 September 2020	4. Pijp	
5.	Selam, 8 September 2020	5. Pijp	
6.	Rabu, 9 September 2020	6. Pijp	
7.	Kamis, 10 September 2020	7. Pijp	
8.	Jumrt, 11 September 2020	8. Pijp	
9.	Senin, 14 September 2020	9. Pijp	
10.	Selam, 15 September 2020	10. Pijp	
11.	Rabu, 16 September 2020	11. Pijp	
12.	Kamis, 17 September 2020	12. Pijp	
13.	Jumrt, 18 September 2020	13. Pijp	
14.	Senin, 21 September 2020	14. Pijp	
15.	Selam, 22 September 2020	15. Pijp	

Jakarta, 22 September 2020
Penilai,

Rajita Kusuma dan heritor
Property Bank
www.propertybank.com
(...Indra Utama...)

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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
Laman www.fe.unj.ac.id

DAFTAR HADIR
PRAKTEK KERJA LAPANGAN
..... SKS

Nama : Achmad Rizki Satrio
No. Registrasi : 1702518010
Program Studi : D3. Manajemen Pemasaran
Tempat Praktik : Property Bank
Alamat Praktik/Telp : Jl. Cendrageduh Raya Blok B1
No. 29 Tebet Jakarta Selatan

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Rabu, 23 September 2020	1. <i>[Signature]</i>	
2.	Kamis, 24 September 2020	2. <i>[Signature]</i>	
3.	Jumt, 25 September 2020	3. <i>[Signature]</i>	
4.	Senin, 28 September 2020	4. <i>[Signature]</i>	
5.	Selasa, 29 September 2020	5. <i>[Signature]</i>	
6.	Rabu, 30 September 2020	6. <i>[Signature]</i>	
7.	Kamis, 1 Oktober 2020	7. <i>[Signature]</i>	
8.	Jumt, 2 Oktober 2020	8. <i>[Signature]</i>	
9.	Senin, 5 Oktober 2020	9. <i>[Signature]</i>	
10.	Selasa, 6 Oktober 2020	10. <i>[Signature]</i>	
11.	Rabu, 7 Oktober 2020	11. <i>[Signature]</i>	
12.	Kamis, 8 Oktober 2020	12. <i>[Signature]</i>	
13.	Jumt, 9 Oktober 2020	13. <i>[Signature]</i>	
14.	14.	
15.	15.	

Jakarta, 9 Oktober 2020
Penilai,

[Signature]
PropertyBank
www.propertybank.com
(Indra Utama)

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

Lampiran 4: Penilaian PKL



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
 UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
 FAKULTAS EKONOMI
 Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
 Telepon (021) 4721227, Surat Elektronik fe@unj.ac.id
 Laman www.fe.unj.ac.id

PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PROGRAM DIPLOMA III SKS

Nama : Achmad Anis Satrio
 No.Registrasi : P017800
 Program Studi : D3 Manajemen Perbankan
 Tempat Praktik : Property & Bank
 Alamat Praktik/Telp : Jl. Cendek, Petuk. Korp. Blok B.1
 No. 21 Tebet, Jakarta Selatan

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN																																					
1	Kehadiran	100	1. Keterangan Penilaian : <table border="1"> <tr> <td>Skor</td> <td>Nilai</td> <td>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> 2. Alokasi Waktu Praktik : 2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan) Nilai Rata-rata : <table border="1"> <tr> <td>$\frac{925}{10 \text{ (sepuluh)}}$</td> <td>=</td> <td>92,5</td> </tr> </table> Nilai Akhir : <table border="1"> <tr> <td>92,5</td> <td>A</td> </tr> <tr> <td>Angka bulat</td> <td>huruf</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	$\frac{925}{10 \text{ (sepuluh)}}$	=	92,5	92,5	A	Angka bulat	huruf
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																																						
$\frac{925}{10 \text{ (sepuluh)}}$	=	92,5																																						
92,5	A																																							
Angka bulat	huruf																																							
2	Kedisiplinan	100																																						
3	Sikap dan Kepribadian	100																																						
4	Kemampuan Dasar	100																																						
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	85																																						
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	85																																						
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	85																																						
8	Aktivitas dan Kreativitas	100																																						
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	85																																						
10	Hasil Pekerjaan	85																																						
Jumlah		925																																						

Jakarta, 15 Oktober 2020
 Penilai,

Property Bank
 Indra Utama

Catatan :
 Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

Lampiran 5: Rincian Kegiatan Selama PKL

No	Tanggal	Kegiatan
1.	Senin, 10 Agustus 2020	Perkenalan dengan para karyawan pada media <i>Property&Bank</i>
2.	Selasa, 11 Agustus 2020	Pimpinan redaksi menjelaskan tentang produk-produk yang dibuat dan bagaimana memasarkannya
3.	Rabu, 12 Agustus 2020	Praktikan diajak untuk melihat fasilitas yang ada pada media <i>Property&Bank</i>
4.	Kamis, 13 Agustus 2020	Praktikan diminta untuk mencoba mendesain unggahan ucapan 17 Agustus menggunakan aplikasi <i>Adobe Illustrator</i>
5.	Jumat, 14 Agustus 2020	Pimpinan redaksi menilai kelayakan dari hasil contoh desain unggahan
6.	Selasa, 18 Agustus 2020	Praktikan diminta untuk mendesain unggahan 1 Muharram pada <i>Instagram Property&Bank, My Home, dan LSP Area</i>
7.	Rabu, 19 Agustus	Praktikan melanjutkan proses desain unggahan 1 Muharram dan dikumpulkan pada tanggal 20 Agustus
8.	Jumat, 21 Agustus 2020	Pemimpin redaksi menjelaskan pekerjaan pada pemasaran iklan media <i>Property&Bank</i>
9.	Senin, 24 Agustus 2020	Praktikan diminta untuk mendesain unggahan hari perumahan nasional untuk tanggal 25 Agustus
10.	Selasa, 25 Agustus 2020	Pimpinan redaksi memberikan data dan kontak target perusahaan pada bidang perbankan untuk permohonan wawancara dan penawaran jasa iklan
11.	Rabu, 26 Agustus 2020	Sekretaris mengajarkan bagaimana membuat surat permohonan dan penawaran yang baik dan benar

12.	Kamis, 27 Agustus 2020	Praktikan mencari dan mengoreksi data dan kontak yang diberikan oleh pimpinan redaksi
13.	Jumat, 28 Agustus 2020	Praktikan menyusun surat untuk permohonan wawancara dan penawaran jasa iklan
14.	Senin, 31 Agustus 2020	Praktikan mengirim surat penawaran dan permohonan kepada target perusahaan
15.	Selasa, 1 September 2020	Praktikan mengirim surat dalam bentuk paket kepada target perusahaan bersama dengan contoh majalah <i>Property&Bank</i>
16.	Rabu, 2 September 2020	Praktikan diminta untuk membantu menata dan mengatur ruangan studio untuk acara "Ngopsor"
17.	Kamis, 3 September 2020	Praktikan melakukan tindak lanjut pada target perusahaan yang telah menerima surat penawaran dan permohonan
18.	Jumat, 4 September 2020	Praktikan diminta untuk membantu mencari tempat sewa kamera bersama fotografer untuk persiapan acara "Ngopsor"
19.	Senin, 7 September 2020	Praktikan membantu proses penyelenggaraan acara "Ngopsor", dan meliput acara untuk <i>Behind The Scene</i>
20.	Selasa, 8 September 2020	Praktikan mengedit video <i>Behind The Scene</i> dari acara "Ngopsor"
21.	Rabu, 9 September 2020	Praktikan melakukan tindak lanjut pada target perusahaan yang telah menerima surat penawaran dan permohonan
22.	Kamis, 10 Sseptember 2020	Praktikan kembali melakukan tindak lanjut terkait permohonan wawancara dan penawaran jasa iklan
23.	Jumat, 11 September 2020	Praktikan diminta untuk membantu proses pembuatan konten <i>youtube</i> bersama mahasiswa magang <i>broadcasting</i>

24.	Senin, 14 September 2020	Praktikan kembali melakukan tindak lanjut terkait permohonan wawancara dan penawaran jasa iklan
25.	Selasa, 15 September 2020	Praktikan diminta untuk melakukan penawaran jasa iklan pada perusahaan di bidang properti
26.	Rabu, 16 September 2020	Praktikan mencari dan menyusun data perusahaan yang bergerak pada bidang properti secara mandiri
27.	Kamis, 17 September 2020	Praktikan mengoreksi data yang telah dikumpulkan dengan cara menelepon target perusahaan
28.	Jumat, 18 September 2020	Praktikan menyusun surat untuk penawaran jasa iklan di bidang properti
29.	Senin, 21 September 2020	Praktikan melakukan konsultasi dengan pembimbing terkait kelayakan surat yang telah dibuat
30.	Selasa, 22 September 2020	Praktikan melakukan pengiriman surat melalui <i>email</i> dan paket
31.	Rabu, 23 September 2020	Praktikan diminta untuk menata dan mengatur ruangan untuk acara rapat anggota "KPRN"
32.	Kamis, 24 September 2020	Praktikan melakukan tindak lanjut pada target perusahaan bidang properti yang telah menerima surat penawaran jasa iklan
33.	Jumat, 25 September 2020	Praktikan diminta untuk membantu mempersiapkan peralatan yang dibutuhkan saat rapat berlangsung, dan meliput acara rapat tersebut
34.	Senin, 28 September 2020	Praktikan mengedit video <i>Behind The Scene</i> dari acara rapat "KPRN"
35.	Selasa, 29 September 2020	Praktikan melakukan tindak lanjut pada target perusahaan bidang properti yang telah menerima surat penawaran jasa iklan

36.	Rabu, 30 September 2020	Praktikan diminta untuk membuat desain unggahan hari kesaktian pancasila 1 oktober untuk <i>Pnb</i> , <i>MyHome</i> , dan <i>LSP Area</i>
37.	Kamis, 1 Oktober 2020	Praktikan melanjutkan proses desain unggahan hari kesaktian pancasila 1 oktober
38.	Jumat, 2 Oktober 2020	Praktikan mulai mengumpulkan data yang diperlukan untuk menyusun laporan PKL
39.	Senin, 5 Oktober 2020	Praktikan diminta untuk membuat surat undangan kandidat penerima award tahunan berdasarkan contoh tahun lalu
40.	Selasa, 6 Oktober 2020	Praktikan merevisi surat undangan kandidat penerima <i>award</i>
41.	Rabu, 7 Oktober 2020	Praktikan mengirim surat undangan kandidat
42.	Kamis, 8 Oktober 2020	Praktikan melakukan tindak lanjut kepada calon kandidat penerima <i>award</i>
43.	Jumat, 9 Oktober 2020	Praktikan berpamitan dan berterima kasih kepada seluruh karyawan media <i>Property&Bank</i>