

AKTIVITAS *ACCOUNT EXECUTIVE* DI DIVISI IKLAN SURAT KABAR HARIAN JOGJA



Disusun

Yudha Rahma Wijaya (110904504)

Dosen Pembimbing : A. Beny Pramudyanto, M.Si

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

TAHUN 2017

HALAMAN PERSETUJUAN
LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN

Dengan Judul

**AKTIVITAS *ACCOUNT EXECUTIVE* DI DIVISI IKLAN SURAT KABAR HARIAN
JOGJA**

Disusun Oleh:

YUDHA RAHMA WIJAYA

NPM

11 09 04504

Diajukan guna melengkapi syarat-syarat kelulusan jenjang Kuliah Strata 1
Program Studi Ilmu Komunikasi, Kosentrasi Studi Pemasaran dan Periklanan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disetujui Oleh,

Dosen Pembimbing



A. Beny Pramudyanto, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN

Dengan Judul

AKTIVITAS ACCOUNT EXECUTIVE DI DIVISI IKLAN SURAT KABAR HARIAN

JOGJA

Disusun Oleh:

Yudha Rahma Wijaya

NPM

11 09 04504

Telah diuji dan disahkan pada

Hari/Tanggal : 3 maret 2017

Waktu : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Ujian FISIP UAJY

Mengetahui

A. Beny Pramudyanto, M.Si

Pembimbing/Penguji I



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FAKULTAS
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Ranggabumi Nuswantoro, MA

Penguji II

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2017

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Yudha Rahma Wijaya
NPM : 11 09 04504
Program Studi : Komunikasi Pemasaran dan Periklanan
Judul Laporan KKL : Aktivitas *Account Executive* Di Divisi Iklan
Surat Kabar Harian Jogja.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini benar-benar saya kerjakan sendiri secara orisinil dan otentik.

Apabila kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dan pernyataan ini, maka saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi.

Pernyataan ini saya buat dengan keadaan kesadaran diri dan tidak ada tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 16 maret 2017

Saya yang menyatakan,



Yudha Rahma Wijaya

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Esa atas segala penyertaan dan kasih karunia-Nya, sehingga penulis bisa menyelesaikan Kuliah Kerja Lapangan dan penulisan Laporan KKL dengan judul **“AKTIVITAS ACCOUNT EXECUTIVE DI DIVISI IKLAN SURAT KABAR HARIAN JOGJA ”**. Laporan KKL ini disusun untuk memenuhi persyaratan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Atma Jaya Yogyakarta.

Penyusunan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini di dukung oleh beberapa pihak sehingga penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, karena tanpa berkat-Nya penulis tidak akan bisa sampai sejauh ini. Tuhan yang selalu memberikan kekuatan dalam proses membuat laporan ini.
2. Keluarga penulis, Papa dan Mama tercinta yang telah memberikan dukungan semangat dan doa-doa setiap saat. Hingga dapat menyelesaikan laporan KKL ini.
3. Bapak A. Beny Pramudyanto, M.Si dosen pembimbing penulis, terimakasih karena telah menjadi dosen pembimbing yang sabar dalam memberikan arahan untuk menyelesaikan laporan KKL ini.
4. PT Aksara Dinamika Yogyakarta yang telah memberi saya kesempatan untuk melakukan Kuliah Kerja Lapangan.
5. Kepada ibu Lavena Ika Susanti selaku pembimbing pelaksana kuliah kerja lapangan,ibu Sripujiningsih selaku *Manager Iklan* PT. Aksara Dinamika dan ibu Rina Yurini selaku Manager Station radio Star Jogja 101.1 Fm Yogyakarta yang telah membantu penulis selama pelaksanaan di lapangan. Serta dukungan ibu sehingga penulis dapat menyelesaikan laporannya

6. Kepada karyawan *account executive* PT Aksara Dinamika Yogyakarta, Mas aditya Prasmana, Mba Amelia Rizky, Mba Briana Nova, Mba Aries terimakasih atas kerjasama dan pengalaman yang telah diberikan kepada penulis, sehingga dapat membuat laporan KKL ini.
7. Kepada Karyawan *Graphic Design*, Mas Sakti Setyawan dan Mas Fatih Terimakasih atas bantuan, kerjasama dan pengalaman selama proses kuliah kerja lapangan sedang berlangsung.
8. Kepada Seluruh Karyawan PT Aksara Dinamika Yogyakarta yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu terimakasih atas Bantuan dan kerjasama selama proses kuliah kerja lapangan berlangsung
9. Kepada teman-teman FISIP angkatan 2011 dan semua pihak yang turut membantu dan memotivasi saya dalam pembuatan laporan kuliah kerja lapangan ini “ Terima kasih banyak semuanya”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa hasil penulisan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini masih jauh dari sempurna, karena itu penulis sangat mengharapkan kesediaan pembaca untuk memberikan kritik dan saran demi sempurna-nya laporan Kuliah Kerja Lapangan ini. penulis berharap semoga Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini dapat membantu dan bermanfaat bagi penulis dan pihak fakultas khususnya pihak lain yang berkepentingan pada umumnya.

Yogyakarta, 7 januari 2017

Penulis

Yudha Rahma Wijaya

DAFTAR ISI

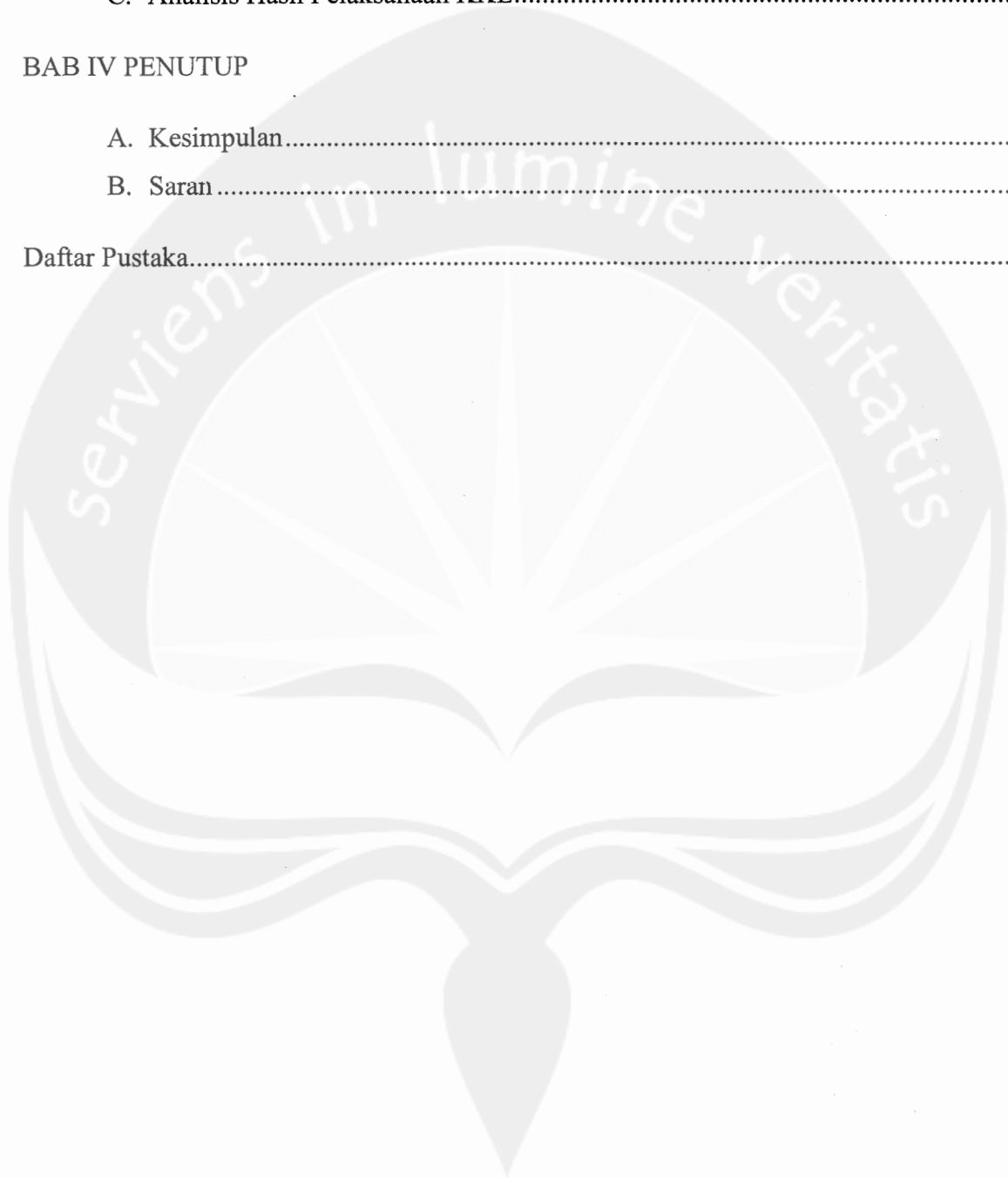
Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	viii
Daftar Tabel dan Bagan	ix
Daftar Lampiran	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Kuliah Kerja Lapangan	5
D. Manfaat Kuliah Kerja Lapangan	6
E. Kerangka Teori	6
BAB II DESKRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN	
A. Gambaran Umum Surat Kabar Harian Jogja	19
B. Profil Media Harian Jogja	20
C. Rubrikasi	22
D. Visi dan Misi PT Aksara Dinamika Yogyakarta	25
E. Struktur Organisasi Divisi <i>Marketing</i> PT Aksara Dinamika Yogyakarta	26
F. Wewenang dan Tugas Tanggung Jawab <i>Staff Marketing</i> PT Aksara Dinamika Yogyakarta	26

BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN

A. Deskripsi Hasil Kuliah Kerja Lapangan.....	31
B. Deskripsi Kerja Mahasiswa.....	41
C. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL.....	51

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
Daftar Pustaka.....	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 1.1. Logo Surat Kabar Harian Jogja.

Gambar 1.2. Diagram Struktur Organisasi Harian Jogja.

Gambar 1.3. Bagan kinerja *account executive* di surat kabar Harian Jogja

Gambar 2.1. *lay Out* Iklan *advertorial* lomba pentas Seni.

Gambar 2.2. Sertifikat peserta lomba pentas seni.

Gambar 2.3. Spanduk acara final lomba pentas seni.

Gambar 2.4. Plangkat Juara Malam Final Lomba Pentas Seni Pertunjukan.

Gambar 3.1. Iklan kolom.

Gambar 3.2 Banner iklan.

Gambar 3.3 Iklan kuping.

DAFTAR TABEL

Tabel

Tabel 1. Ketentuan harga pemasangan iklan tahun 2016.

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel

Tabel 1. Monitoring Iklan.

Tabel 2. Laporan Penjualan *Telemarketing*.

Tabel 3. *Run Down Schedule* Acara Malam Final Lomba antar Paguyuban Pasar.

Tabel 4. Check List Kebutuhan Acara Malam Final Lomba antar Paguyuban Pasar.

Gambar

Gambar 1. Mendokumentasikan perlombaan pentas seni antar payuban pasar Giwangan Barat.

Gambar 2. Foto bersama Klien Dinas Pengelolaan Pasar Pemerintahan Kota Yogyakarta

Gambar 3. Pertunjukan Seni Paguyuban Pasar Bering Harjo Tengah

Gambar 4. Tarian pembukaan malam final lomba seni pertunjukan antar paguyuban pedagang pasar

Gambar 5. Pertunjukan seni malam final lomba seni antar paguyuban pedagang Pasar giwangan

Gambar 6. Pertunjukan seni malam final paguyuban pedagang pasar Pathuk

Gambar 7. Pertunjukan seni malam final paguyuban pedagang Pasar Pujukusuman

Gambar 8. Mendirikan *Stand Ticket Box* di Bundaran Kridosono

Gambar 9. Suasana Kemeriahan Acara Ulang Tahun Harian Jogja yang ke 8

Gambar 10. Kunjungan Arisan pengasong bersama Wakil Pimpinan Perusahaan Pak Lahyanto Nadie

Gambar 11. Suasana Pertemuan pengusaha Mebel dengan wakil pimpinan perusahaan Pak Lahyanto Nadie

Lembar Surat Penawaran Iklan Harian Jogja

Lembar *Claim Reward*

Lembar Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan di Harian Jogja

Surat Keterangan Pelaksanaan Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Media cetak merupakan suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual, media ini terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, atau foto, dalam tata warna dan halaman putih (Kasali :1992,99). Fungsi utamanya yaitu menghibur dan memberikan informasi serta digunakan sebagai medium periklanan. Maka dari itu apabila kita melihat iklan pada surat kabar hal itu merupakan sebuah bentuk promosi yang diungkapkan melalui gambar, bentuk, warna, dan aksara dan melibatkan teknik proses percetakan secara tenggang dan saling menunjang.

Surat kabar di Indonesia terbit dalam berbagai bentuk yang jenisnya tergantung kepada frekuensi terbit, bentuk, kelas ekonomi pembaca, peredarannya skala nasional atau hanya daerah, serta penekanan isi (ekonomi, kriminal, agama atau umum, dan sebagainya) karena begitu beragamnya surat kabar, ditinjau dari segi-segi diatas, maka di pasar beredar banyak ragam surat kabar dengan karakteristik berbeda-beda.

Fungsi akan surat kabar tidak hanya sebatas pada penyebaran informasi mengenai berita-berita aktual yang terjadi di lingkungan kita melainkan sebagai penyedia informasi akan barang atau jasa bagi para pembaca yang membutuhkan melalui pemasangan iklan di surat kabar. Selain itu, persaingan antar pengelola media cetak sangatlah ketat dalam

merebutkan kue iklan dan tentunya membuat para pengelola media cetak untuk menciptakan sebuah inovasi dan ide yang berbeda dengan surat kabar lainnya untuk menarik perhatian para pengiklan. Maka dari itu, dibutuhkannya peran *account executive* dalam perusahaan media untuk membantu perusahaan dalam menginformasikan mengenai kelebihan dan keuntungan dalam memasang iklan di mediannya

Konsekuensi perebutan kue iklan di dalam perusahaan media cetak terutama surat kabar merupakan sebuah tantangan bagi *account executive* dalam menghubungkan antara pengiklan dengan perusahaan media-nya agar segmen khalayak dari pengiklan lebih terarah, serta memanfaatkan jenis karakteristik, kelebihan dan keuntungan dalam mengiklankan di surat kabar-nya. Surat kabar seringkali menjadi media utama dalam periklanan pada suatu produk atau jasa. Berikut ini beberapa faktor yang terdapat didalam surat kabar (Kasali,1992:100) :

1. Jangkauan distribusi surat kabar tidak dibatasi. Jangkauan distribusi surat kabar dapat menjangkau khalayak regional, nasional dan lokal.
2. Jangkauan media lain, seperti radio, televisi dibatasi. Media radio dan televisi dibatasi dengan perangkat elektronik serta frekuensinya agar dapat menikmati siaran langsung para *audience* harus memiliki alat elektronik tersebut terlebih dahulu dan frekuensi tersebut ada
3. Harga satuan surat kabar murah dan dapat dibeli secara eceran.

Keberadaan iklan di dalam industri surat kabar sangatlah penting karena dengan adanya iklan dapat menekan harga jual yang diakibatkan oleh tingginya biaya produksi.

Maka, dari itu iklan menjadi salah satu pendapatan bagi perusahaan media cetak. Di dalam industri surat kabar pendapatan terbagi menjadi dua yakni sirkulasi penjualan surat kabar dan penjualan slot iklan yang pada umumnya pada bagian peiklanan menjadi sumber pendapatan karena apabila hanya mengandalkan hasil sirkulasi tidak akan dapat menutupi biaya produksi dan biaya operasionalnya.

Di dalam sebuah perusahaan media cetak surat kabar terdapat bagian yang melakukan kegiatan pemasaran yakni *divisi sales department* dan *marketing* yang di dalam terdapat divisi *account executive*. Pengertian akan *account executive* adalah seorang yang di tunjuk oleh perusahaan jasa periklanan sebagai petugas penghubung (*liaison officer*) dalam melayani klien (Kasali, 1992:29). *Account executive* tidak hanya terdapat pada biro iklan saja tetapi juga terdapat pada perusahaan media cetak yang fungsi dan tugasnya tidak jauh berbeda dengan *account executive* di biro iklan pada umumnya.

Tugas *account executive* di perusahaan media menurut Bella Arini, *account manager – sales & marketing dept RCTI* menjelaskan tugas dan fungsi *account executive* di media antara lain mencari klien yang akan memasang iklan di media tersebut dan melakukan negosiasi mengenai harga hingga mendapatkan kesepakatan dengan klien (www.mediapublica.co.2013). Hal ini menjadi salah satu tantangan bagi *account executive* di media harus memiliki kemampuan negosiasi serta komunikasi persuasif yang baik agar para pengiklan memasang iklan pada medianya dan dapat menjelaskan harga yang dibayar oleh klien tidak menimbulkan kerugian karena iklan tersebut tercetak diseluruh wilayah yang terjangkau oleh medianya.

Account executive di dalam industri surat kabar merupakan penghubung antara media dan klien yang mewakili kepentingan media tempatnya bekerja serta mewakili kepentingan kliennya. Menurut Frank Jefkins (1996 :74) seorang *account executive* di media pers dituntut untuk mampu memahami kebutuhan dan keinginan klien, serta mampu mengkomunikasikannya kepada divisi-divisi lain yang terlibat dalam pembuatan iklan pesanan klien. peran akan *account executive* sangat dibutuhkan dalam hubungan antara media dengan klien agar tercipta terjalin sebuah loyalitas pengkilan terhadap mediana yang menjadi tujuan jangka panjang dari perusahaan tersebut.

Di dalam membangun sebuah hubungan yang lancar antara pihak media dengan kliennya dibutuhkan strategi komunikasi interpersonal yang baik dalam bertatap muka dengan klien. Menurut R Wayne Peace komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung (Cangara,1998:32). Komunikasi interpersonal dikemas dalam bentuk verbal atau non verbal dengan memperhatikan pertimbangan situasi, kondisi, dan keadaan penerima pesan dan dapat mempengaruhi pihak-pihak yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut dalam memberi inspirasi, semangat, dan dorongan agar dapat merubah pemikiran, perasaan, dan sikap sesuai dengan topik yang dikaji bersama.

Persaingan antar perusahaan media cetak yang sangat ketat serta meningkatnya konsumsi media online atau internet di daerah Sleman dan Bantul Jawa rata-rata mencapai 34% lebih tinggi daripada wilayah luar Jawa yang sebesar 32% (www.nasional.sindonews.com, 2015) menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan industri media

cetak untuk lebih berinovasi untuk menarik minat pembaca. Dalam hal ini peran akan *account executive* sangatlah penting dalam membantu perusahaanya dalam menyakinkan kliennya agar beriklan pada medianya.

Alasan penulis memilih Harian Jogja sebagai tempat untuk kuliah kerja praktek karena Harian Jogja merupakan surat kabar umum lokal yang melayani komunitas yang berada di wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dengan populasi 3,4 juta jiwa dengan cangkupan peredaran yang luas meliputi kota Jogja, Sleman, Bantul, Kulonprogo, Gunung Kidul dan Surat kabar Harian Jogja merupakan bagian dari PT Aksara Dinamika Jogja yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis media cetak dan anak perusahaan dari kelompok bisnis indonesia salah satu penerbit surat kabar ekonomi dan bisnis nasional yang memiliki berbagai macam lini bisnis lainnya seperti PT Aksara Pos Indonesia, PT Solo Grafika Utama, PT Grafika Utama, Star Jogja FM, Solopos Fm dan lain-lainya.

B. Perumusan Masalah

Bagaimana aktivitas *account executive* di divisi periklanan surat kabar Harian Jogja ?

C. Tujuan Kuliah Kerja Lapangan

Kuliah Kerja Lapangan ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas *account executive* di divisi periklanan surat kabar Harian Jogja dan profesi mengenai *account executive* di perusahaan media secara langsung yang dapat menambah kemampuan mahasiswa sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja.

D. Manfaat Kuliah Kerja Lapangan

1. Secara akademis, kuliah kerja lapangan dapat bermanfaat untuk menambah kemampuan, pengalaman serta pengetahuan dan wawasan mahasiswa mengenai dunia kerja dibidang periklanan khususnya aktivitas *account executive*.
2. Secara teoritis, kuliah kerja lapangan bermanfaat untuk melihat hubungan kesesuaian antara penggunaan teori aktivitas *account executive* yang didapatkan saat kuliah dengan pengalaman yang berlangsung di dunia kerja khususnya di bidang periklanan.

E. Kerangka Teori

Perkembangan teknologi di era globlisasi mengakibatkan masyarakat dalam mengakses sebuah informasi dapat melalui berbagai macam media seperti media cetak, media elektronik dan media online. Berbagai macam media ini sering digunakan sebagai alat untuk mengkomunikasikan sebuah informasi mengenai produk ataupun jasa yang disebut dengan iklan.

a. Pengertian Media

Pengertian mediadi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia merupakan alat komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk yang terletak di antara dua pihak seperti orang, golongan, dan sebagainya (www.kbbi.web.id.n.d). Dalam pengertian sehari-hari dapat diartikan sebagai media massa. Menurut Apriadi Tamburaka (2012 : 13) media massa merupakan sarana penyampaian komunikasi dan informasi yang

melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara luas pula.

Media massa dikelompokkan menjadi media cetak dan media elektronik. Media cetak merupakan media komunikasi yang menggunakan sarana kertas atau kanvas sedangkan media elektronik merupakan media komunikasi menggunakan alat elektronik atau menggunakan tenaga elektromekanik seperti radio televisi, smartphone (Noor,2010:12). Dari masing-masing media tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Perkembangan media yang sangat cepat dan bermunculannya berbagai macam perusahaan media yang baru memicu sebuah persaingan yang ketat antar media. Persaingan yang ketat membuat perusahaan media untuk berpikir dua kali dalam mencari peluang dan mengejar klien agar dapat memanfaatkan mediana. Oleh sebab, itu media memiliki bagian penjualan yang bertujuan menjual halaman atau program agar perusahaan tetap bertahan ditengah-tengah persaingan bisnis antar media.

Menurut Henry Faisal Noor (2010:15) karakteristik media dari segi ekonomi yaitu bisnis media mengelola dua kelompok pasar yang berbeda dan menghasilkan dua jenis produk dalam waktu yang sama. Bisnis media yang mengelola dua kelompok pasar yaitu pasar produk yang dihasilkan berupa pembaca, pendengar, pemisa dan pasar pemasang iklan. Bisnis media menghasilkan dua jenis produk yang sam berupa isi (*content*) dan konsumen (*audience*). Para konsumen ini akan menghasilkan peringkat *rating* yang akan menarik perhatian para pemasang iklan.

Persaingan bisnis antar media menyebabkan berbagai macam perusahaan media cetak membuat sebuah inovasi yang dapat menarik perhatian para pembacanya dengan menambah kualitas di medianya yang dapat meningkatkan harga penjualan *space* iklan. Menurut Rhenald Kasali (1992:31) tarif yang dikenakan oleh media berdasarkan dua macam yaitu kualitas dan permintaan. Kualitas berdasarkan mutu cetak/warna/acara yang menarik oleh penulis atau pembawa acara yang terkenal dan permintaan berdasarkan tempat atau waktunya yang strategis dan banyaknya pembaca/ditonton orang, maka permintaan sponsor untuk acara atau halaman tersebut tinggi sekali.

b. Pengertian Media Cetak

Menurut Rhenal Kasali (1992:99) media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan pesan-pesan visual yang terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, foto dalam tatanan warna dan halaman putih. Fungsi akan media cetak seperti halnya dengan radio dan televisi yakni memberi informasi dan menghibur. Namun, memiliki perbedaan dengan media elektronik dalam halnya memperoleh sebuah penghargaan karena media cetak dapat berarti sebuah dokumen atas segala hal yang dikatakan oleh orang lain dan rekaman peristiwa yang ditangkap oleh jurnalis yang diubah dalam bentuk kata-kata, gambar, foto dan sebagainya sehingga orang yang bekerja di dalam media tersebut mendapat penghargaan jurnalistik yang dapat meningkatkan kredibilitas perusahaannya.

Media cetak digunakan juga sebagai media periklanan yang terdapat pada surat kabar dan majalah. Surat kabar sebagai salah satu media cetak yang diandalkan dalam

duniaperiklanan karena menggabungkan beberapa informasi yang ditangkap dengan foto sebagai ilustrasi di gabung dengan kata-kata yang dirangkai oleh jurnalis untuk penyampaian informasi dari sebuah kejadian.

Menurut Rhenald Kasali (1992 : 101) surat kabar di indonesia dapat diklasifikasikan menjadi empat bagian yaitu menurut frekuensi penerbitan, ukuran, sirkulasi, format isi, kelas sosial pembacanya sebagai berikut :

1. Frekuensi Penerbitan

Berdasarkan frekuensi penerbitnya dibedakan atas surat kabar harian dan mingguan. Oleh pengiklan frekuensi surat kabar sering diperhatikan untuk melihat usia surat kabar tersebut dalam peredaran. Usia berita surat kabar harian hanya berlangsung satu hari apabila lewat dari harinya maka berita tersebut dianggap basi karena para pembaca cenderung enggan membaca dan beralih ke surat kabar lainnya sedangkan untuk koran mingguan berisi mengenai artikel yang tidak cepat basi serta memberikan kedalaman isi. Oleh karena itu usia peredaran surat kabar ini lebih panjang.

2. Ukuran

Surat kabar umumnya terdiri dari dua jenis yaitu surat kabar tabloid yang pada umumnya terdiri dari lima atau enam kolom yang masing-masing memiliki lebar sekitar 5 cm dan panjang dari atas kebawahnya sekitar 35 cm. Ukuran ini membuat surat kabar tabloid tampil seperti majalah yang tidak dijilid. Kemudian, surat kabar dalam bentuk standar umumnya memiliki ukuran dua kali lipat tabloid dengan ukuran delapan sampai

Sembilan kolom ke samping. Namun demikian, banyak koran standar yang mengurangi jumlah kolomnya menjadi hanya enam kolom. Lebih dari 90% surat kabar yang beredar di Indonesia adalah surat kabar yang berbentuk standar.

3. Sirkulasi

Surat kabar adalah media komunikasi massa yang menjangkau khalayak regional, nasional, maupun lokal. Sirkulasi dalam surat kabar menjelaskan mengenai jumlah surat kabar yang terjual.

4. Format Isi

Penekanan isi dalam surat kabar terdapat pada rubrik yang menjadi kekuatan suatu media dengan tingkat popularitas tertentu yang dapat diperbandingkan dengan rubrik sejenisnya di media lainnya dan rubrik tersebut mencerminkan golongan pembacanya..

5. Kelas Sosial Budaya

Dilihat dari kelas sosial pembacanya, surat kabar dibedakan menjadi dua jenis yaitu *High Brow Newspaper* dan *Boulevard Newspaper*. *High brow newspaper* merupakan surat kabar yang ditujukan golongan menengah keatas sedangkan *Boulevard Newspaper* surat kabar yang ditujukan golongan menengah kebawah.

Surat kabar juga mempunyai beberapa kelebihan dalam menjangkau khalayaknya sebagai berikut (Kasali, 1992 : 107) :

a. *Market coverage*

Surat kabar dapat menjangkau daerah-daerah perkotaan sesuai cakupan pasarnya.

b. *Comparison shopping (catalog value)*

Surat kabar dapat dijadikan sebuah referensi untuk memilih barang sewaktu belanja karena pesan yang termuat secara tertulis dapat dibawa kemana-mana dan dapat disimpan.

c. *Positive consumer attitudes*

Konsumen umumnya memandang surat kabar memuat hal-hal aktual yang perlu segera diketahui khalayak pembaca.

d. *Flexibility*

Pengiklan dapat memilih pasar (cangkupan geografis) yang akan diprioritaskan. dengan demikian, para pemasar dapat memilih media mana yang cocok dalam memasarkan produk ataupun jasanya.

C. Pengertian Iklan di surat kabar

Menurut Rhenald Kasali pengertian akan iklan merupakan pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media (1992: 9). Iklan dalam sebuah perusahaan media merupakan sumber pendapatan yang dapat mencukupi kebutuhan ekonomi demi mempertahankan kelangsungan hidupnya. Sedangkan, Periklanan merupakan pesan-pesan penjualan yang paling persuasif yang diarahkan kepada calon pembeli yang paling potensial atas produk barang atau jasa tertentu dengan biaya yang semurah-murahnya (Jefkins, 1997:5). Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa iklan atau periklanan merupakan sebuah

penyampaian pesan melalui media tertentu dan cara-cara tertentu untuk mempengaruhi khalayak luas agar tertarik dengan barang ataupun jasa yang di iklan.

Iklan juga dapat difungsikan sebagai menambah suatu informasi akan suatu produk. Menurut Terence A. Simp (2000: 357) terdapat fungsi-fungsi dalam periklanan sebagai berikut :

1. Memberi informasi (*informing*).

Periklanan membuat konsumen sadarkan merek-merek baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif.

2. Mempersuasi (*persuading*).

Iklan yang efektif akan mampu mempersuasi atau membujuk pelanggan untuk mencoba produk atau jasa yang diiklankan.

3. Peningat (*reminder*).

Iklan menjaga merek perusahaan agar tetap segar dalam ingatan para konsumen sehingga konsumen tetap membeli dan menggunakan produk tersebut.

4. Memberikan nilai tambah (*adding value*).

Periklanan memberi nilai tambah pada merek dan mempengaruhi persepsi konsumen. Periklanan yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergensi, dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.

5. Mendampingi (*assisting*)

Periklanan hanyalah salah satu bagian dari bauran komunikasi pemasaran. Periklanan berperan sebagai pendamping yang memfasilitasi upaya-upaya lain dari perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran. sebagai contoh periklanan digunakan sebagai alat komunikasi untuk meluncurkan promosi.

Periklanan seringkali menjadi biaya terbesar dalam anggaran pemasaran perusahaan sehingga wajar apabila efektifitasnya menjadi perhatian utama. Pengujian adalah alat utama yang digunakan para pengiklan untuk memastikan dana periklanan mereka dibelanjakan dengan baik sebelum , kita melakukan periklanan sangat perlu dilakukan sebuah riset periklanan untuk menjadikannya sebuah periklanan yang efektif.

Riset periklanan tersebut dibagi menjadi dua tipe. Pertama, riset media dengan fokus informasi tentang sirkulasi koran, majalah, cakupan siaran televisi dan radio, serta profil khalayak. Kedua, riset pesan yang bertujuan mengungkap seberapa efektif pesan periklanan terkomunikasikan kepada orang-orang dan seberapa baik pesan tersebut mempengaruhi perilaku orang-orang. Maka dari itu, pemilihan akan sebuah media dalam beriklan sangatlah penting agar tersampainya sebuah pesan dengan target sasaran yang diinginkan oleh pengiklan.

Pada penulisan ini akan terfokus pada pembahasan pada salah satu media cetak yaitu surat kabar. Menurut Picard dalam Albaran (1996:27) menjelaskan bahwa industri media mempunyai fungsi *dual product market*, artinya media tidak hanya memproduksi satu

barang tetapi juga berperan pada pasar jasa dalam hal ini adalah penjualan “space” iklan. Sumber pendapatan di perusahaan media secara umum terdapat enam jenis yaitu iklan, konsumen berlangganan, subsidi pemerintah, sponsoship, bayaran dari pilihan konsumen dan penjualan produk dengan tunai (Noor,2010:171). Di dalam surat kabar iklan menjadi sumber pendapatan yang utama. iklan yang terdapat pada surat kabar pun memiliki berbagai macam bentuk dan jenisnya.

Menurut Henry Faizal Noor (2010:178) iklan yang ditayangkan pada media cetak surat kabar dan majalah berbentuk iklan yang berupa gambar berisi mengenai produk seperti poster yang biasa terpampang dari sebuah produk yang diiklankan. Iklan ini menggunakan ruang terbatas dan memuat informasi yang pendek mengenai produk yang diiklankan dan iklan yang berupa kisah yang menarik (*advertorial*) berisi mengenai informasi umum dan informasi khusus yang berupa *content product knowledge* mengenai produk yang diiklankan. Iklan dengan bentuk ini menggunakan ruang yang lebih luas minimal satu halaman. Sedangkan, menurut jenisnya iklan yang terdapat pada surat kabar sebagai berikut (Widyatama, 2005:80):

- 1) Iklan baris menampilkan pesan iklan yang ditulis dalam wujud perbaris, iklan baris tidak lebih dari 3-4 baris dengan luas tidak lebih dari satu kolom . Iklan ini berukuran sangat bervariasi, tapi biasanya minimal 2 kolom.
- 2) Iklan Kolom yaitu iklan ini memiliki lebar satu kolom, namun lebih tinggi di bandingkan dengan iklan baris, iklan ini di gunakan untuk para

pengiklan yang membutuhkan space yang lebih luas dari pada iklan baris.

- 3) Iklan Display yaitu iklan ini mampu mendisplay (memperlihatkan) ilustrasi berupa gambar-gambar baik foto maupun grafis dalam ukuran besar. Ukuran akan luas iklan display disediakan pengelola media.
- 4) Iklan *Public Notices* merupakan iklan ini berupa laporan keuangan pemerintah, pernyataan publik mengenai bisnis dan hubungan personal.

d. Account executive

Menurut Rhenald Kasali (1992:31) setiap perusahaan media yang layak terdapat manajer iklan dan manajer pemasaran yang bertujuan memasarkan halaman atau waktu program acara di media tersebut dan peran *account executive* di dalam media tersebut sebagai *client service executive* yang ditunjuk oleh perusahaan jasa sebagai petugas penghubung (*liaison officer*) dalam melayani klien serta memberikan saran-saran untuk klien ditanganinya dan mempelajari tuntutan yang dikehendaki klien terhadap iklannya.

Peranan *account executive* sangat besar dalam perusahaan maupun institusi manapun. *Account executive* merupakan ujung tombak yang menentukan maju mundurnya suatu perusahaan. Perusahaan akan maju bila mencapai angka penjualan produk atau jasa yang tinggi. Artinya, jika *account executive* dapat mencapai target penjualan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

Account executive di perusahaan media merupakan orang yang bertanggungjawab dalam mempresentasikan proposal iklan dan meminta persetujuan pemasang iklan di mediana. Menurut Morissan (2010:246) tugas dan tanggungjawab umum seorang *account executive* dalam sebuah perusahaan sebagai berikut :

1. Mencapai target penjualan perusahaan.

Account executive memiliki target penjualan yang harus dicapai untuk kemajuan perusahaan yang harus ditentukan oleh pemimpin perusahaan.

2. Cara menilai keberhasilan seorang *Account executive* dalam melaksanakan tugasnya dengan mengukur keberhasilan pencapaian target penjualan yang umumnya dievaluasi dalam waktu berkala, misalnya target bulanan, triwulanan, atau tahunan.

3. Membuat program *marketing* perusahaan.

seorang *account executive* dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari harus membuat program kerja *marketing* produk perusahaan. Program kerja *marketing* akan menjadi panduan *Account executive* diperusahaan dalam mencapai tujuan target penjualan produk.

4. Memperkenalkan produk atau jasa perusahaan kepada klien.

Tugas utama *account executive* adalah memperkenalkan produk kepada klien atau lebih tepatnya, harus tahu bagaimana memperlakukan produk atau jasa dalam kaitannya dengan klien atau konsumen.

5. Mempromosikan produk atau jasa perusahaan kepada klien. Seorang *account executive* harus bisa mempromosikan produk atau jasanya kepada klien agar

menarik minat klien atau konsumen untuk membeli produk dan membangun kerja sama dengan klien.

6. Mencari klien baru.

Account executive bertanggung jawab untuk memajukan bisnis perusahaan. Oleh karena itu, memperbaharui dan menambah klien-klien baru bagi perusahaan akan berarti bisnis baru bagi kemajuan perusahaan.

7. Mempertahankan klien-klien lama. Selain, mencari klien-klien yang baru, tugasnya mempertahankan klien-klien yang sudah ada supaya klien tidak berpindah kepada pihak kompetitor perusahaannya.

8. Membina hubungan dengan klien perusahaan. Saat ini pesaing bisnis semakin berat di era globalisasi, cara-cara konvensional sudah tidak berlaku. Segalanya memerlukan kreativitas dan inovasi-inovasi baru.

Tugas seorang *account executive* juga harus dapat menjalin kerja sama dengan pengiklan dan mempertahankan pengiklan agar rutin beriklan di mediana dan terciptanya sebuah *Relationship Marketing*. Menurut Philip Kotler (2001:7) *relationship marketing* bertujuan membangun dan memelihara sebuah hubungan yang memuaskan antara kedua belah pihak demi kelangsungan, keinginan dan bisnis masing-masing. Oleh karenanya, *account executive* tidak hanya mencari klien yang baru saja tetapi juga menjaga sebuah hubungan dengan para klien yang telah ada. Di dalam membuat sebuah hubungan *relationship marketing* antara *account executive* dengan para klien diperlukan beberapa hal yang diperhatikan sebagai berikut (Kotler,2001:26) :

1. Attracting Customer

Seorang *account executive* dalam meningkatkan penjualan dan keuntungan produknya dengan cara menarik minat dan perhatian konsumen agar dapat diprospek sehingga terjalin sebuah hubungan jangka panjang

2. The need Customer Retention

Membangun sebuah hubungan dengan klien tidak hanya menarik perhatian tetapi perlu diperhatikan sebuah kepuasan klien terhadap produk atau jasa dengan menjaga kualitas produk dan peningkatan pelayanan dari waktu-waktu sehingga membuat klien tidak berpindah pada kompetitor lainnya

BAB II

DEKSRIPSI OBJEK KULIAH KERJA LAPANGAN

A. Gambaran Umum Surat Kabar Harian Jogja.

Di tahun 2016 ini, surat kabar Harian Jogja memasuki usia yang ke delapan. Surat kabar harian jogja ini merupakan sebuah media cetak yang dikelola oleh PT Aksara Dinamika Yogyakarta. Di dalam Sejarah terbentuknya PT Aksara dinamika Jogja sebagai sebuah perusahaan media cetak di Indonesia tidak lepas akan perusahaan induknya yaitu *Bisnis Indonesia Group of Media*.

Surat kabar Harian Jogja pertama kali terbit pada tanggal 20 Mei 2008 yang di dalam peluncurannya dihadiri oleh Sri Sultan Hamengku Buwana X dan GKR Hemas serta sejumlah komisaris dan Direksi Bisnis Indonesia maupun Direksi Solopos untuk menyambut penerbitan perdana koran yang dimotori Y.A. Sunyoto, Y. Bayu Widagdo, Adhitya Noviard, dan Engky Harnani.

Di dalam perkembangannya, Harian Jogja menjadi media pilihan masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) karena bcriitanya yang akurat, bcrimbang dan dinamis. Koran ini dikelola oleh profesional muda yang mumpuni di dunia jurnalistik. Surat kabar Harian Jogja memiliki segmen pembaca yang berkelas, profesional dan berpendidikan. Informasi yang disajikan lengkap tentang Jogja, Sleman, Bantul, Gunung Kidul, Kulonprogo, Purworejo, Klaten, dan Magelang. Kemudian, di tahun 2019 Harian Jogja memiliki stasiun radio *Star Jogja FM* (didukung 26 karyawan) yang kini melibatkan 100 karyawan

dan memiliki unit usaha yang bergerak dalam bidang penyedia jasa *Event Organizer* dan *Marketing Service*.

Segmentasi Pembaca yang disasar oleh PT Aksara Dinamika yaitu kelompok kalangan menengah atas dengan rata-rata usia 31- 40 tahun yang berprofesi sebagai pekerja swasta, wiraswasta, pegawai negeri sipil dengan rata-rata pendidikannya untuk kalangan SMA 31%, kalangan Diploma 13%, kalangan Sarjana 40%, dan lainnya 15%.

B. Profil Media Harian Jogja

Harian Jogja merupakan media dengan konten umum, lokal dan terbitnya harian. Surat kabar ini terbit setiap tujuh kali dalam seminggu terdiri dari 24 Halaman serta memiliki oplah sebanyak 28.000 eksemplar/hari. Wilayah distribusi surat kabar Harian Jogja terbagi dalam beberapa wilayah di Yogyakarta dan 5 kabupaten sebagai berikut ini :

1. Wilayah distribusi daerah Kulon Progo sebesar 9 %
2. Wilayah distribusi daerah Sleman sebesar 20 %
3. Wilayah distribusi daerah Bantul sebesar 15 %
4. Wilayah distribusi daerah Yogyakarta sebesar 32 %
5. Wilayah distribusi daerah Gunung Kidul sebesar 19 %
6. Wilayah Distribusi di Kabupaten Magelang, Klaten, Purworejo sebesar 5 %

Karakter pembaca yang membeli secara eceran dengan harga Rp 3000/koran dan rata-rata 1 koran dibaca oleh 5 orang. Pembaca aktif Harian Jogja 140.000 orang yang terdiri dari kalangan menengah atas dengan rata-rata usia 31- 40 tahun yang berprofesi pekerja

swasta, wiraswasta, pegawai negeri sipil dengan rata-rata pendidikannya untuk kalangan SMA 31%, kalangan diploma 13%, kalangan sarjana 40%, dan lainnya 15%. Berikut ini spesifikasi media cetak di Harian Jogja :

- a) Isi Koran : Umum Lokal, terbit pagi
- b) Edisi terbit : 7 kali terbit dalam seminggu
- c) Halaman Terbit : 24 halaman
- d) Ukuran Halaman : 325 mm x 540 mm
- e) Jumlah Kolom : 8 kolom
- f) Lebar Kolom : 38 mm
- g) Jarak antar kolom : 3 mm
- h) Jenis kertas : CD Newsprint
- i) Halaman berwarna : Setiap Hari, Sesuai Permintaan
- j) Harga eceran : Rp 3000/ eceran
- k) Harga langganan : Rp 69.000
- l) Tiras : 28 Eksemplar/ hari
- m) Distribusi edar : Kulon Progo, Bantul, Sleman, Muntilan gunung kidul



Harian Jogja

Berbudaya. Membangun Kemendirian

Gambar 1.1 Logo Harian Jogja

C. Rubrikasi

Surat kabar Harian Jogja memiliki 24 halaman ruang dengan berbagai macam jenis rubrikasi yang memuat informasi berbeda - beda setiap harinya dan terbagi menjadi dua sesi berikut ini berbagai konten rubrikasi di surat kabar Harian Jogja :

a) Rubrikasi pada seksi pertama memuat berita yang terjadi di tingkat regional, nasional dan internasional sebagai berikut ini :

1. Rubrikasi Utama

Rubrikasi utama yang memuat berita yang bersifat *Headline News* yang terjadi disekitar wilayah Yogyakarta atau nasional dan juga biasanya terdapat iklan kuping.

2. Indonesia 24 Jam

Rubrikasi Indonesia 24 jam memuat berita mengenai peristiwa yang terjadi di Indonesia selama 24 jam terakhir.

3. Buka Mata

Rubrikasi buka mata memuat berita mengenai isu-isu sosial yang terjadi masyarakat Yogyakarta.

4. Internasional

Rubrikasi internasional terdapat di halaman keempat yang memuat berita mengenai isu dan peristiwa penting yang terjadi di dunia internasional.

5. Pagelaran

Rubrikasi pagelaran memuat berita mengenai seni dan budaya sekitar daerah Yogyakarta.

6. Young

Rubrikasi young terbagi menjadi 2 halaman. Di halaman koran tersebut memuat berita mengenai trend yang berkembang di kalangan anak muda.

7. Sambungan

Rubrikasi ini terdapat pada halaman ke delapan memuat berita sambungan dari berita sebelumnya.

8. Olahraga

Rubrikasi ini memuat berita mengenai peristiwa olah raga yang terjadi di seputar dunia, nasional dan lokal.

9. Hiburan

Rubrikasi hiburan memuat mengenai berita *entertainment* mancanegara maupun nasional.

b) Rubrikasi pada seksi kedua memuat kumpulan berita yang terjadi di daerah di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta seperti Jogja, Sleman, Kulon Progo, Bantul, Gunung Kidul, serta bagian Jawa Tengah seperti Magelang, Purworejo, Solo dan Banyumas. Berikut ini Beberapa Rubrikasi yang terdapat pada seksi kedua :

10. Jogja

Rubrikasi ini memuat berita yang terjadi di sekitar wilayah Jogja.

11. Sleman

Rubrikasi ini memuat berita yang terjadi di sekitaran wilayah Sleman.

12. Bantul

Rubrikasi ini memuat berita yang terjadi di sekitaran wilayah Bantul.

13. Kulon Progo

Rubrikasi ini memuat berita yang terjadi di sekitaran wilayah Kulon Progo

14. Gunung Kidul

Rubrikasi ini terdapat di halaman ketujuh belas yang memuat berita yang terjadi di sekitaran wilayah Sleman.

15. Aspirasi

Rubrikasi ini memuat berbagai macam opini masyarakat dan surat pembaca di sekitar wilayah Yogyakarta sekitar.

16. Humaniora

Rubrikasi ini memuat berita halaman atau kolom yang menyajikan berita-berita yang mencakup aspek penting yang erat kaitannya dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia seperti pendidikan, teknologi seni dan budaya dan lain-lainnya.

17. Iklan

Rubrikasi terbagi menjadi 3 halaman yang memuat iklan yang berupa Iklan baris dan iklan kolom.

18. Ekonomi Bisnis

Rubrikasi ini terbagi menjadi 2 halaman yang memuat berita ekonomi yang silih berganti setiap hari misalnya pada hari senin ekonomi kreatif, selasa bisnis properti, rabu bisnis otomotif , jumat hotel dan resto.

D. Visi dan Misi PT Aksara Dinamika Jogja

Sebuah perusahaan dalam menentukan arah kerjanya tercermin pada visi dan misinya.

Berikut ini visi dan misi di PT Aksara Dinamika Jogja sebagai berikut :

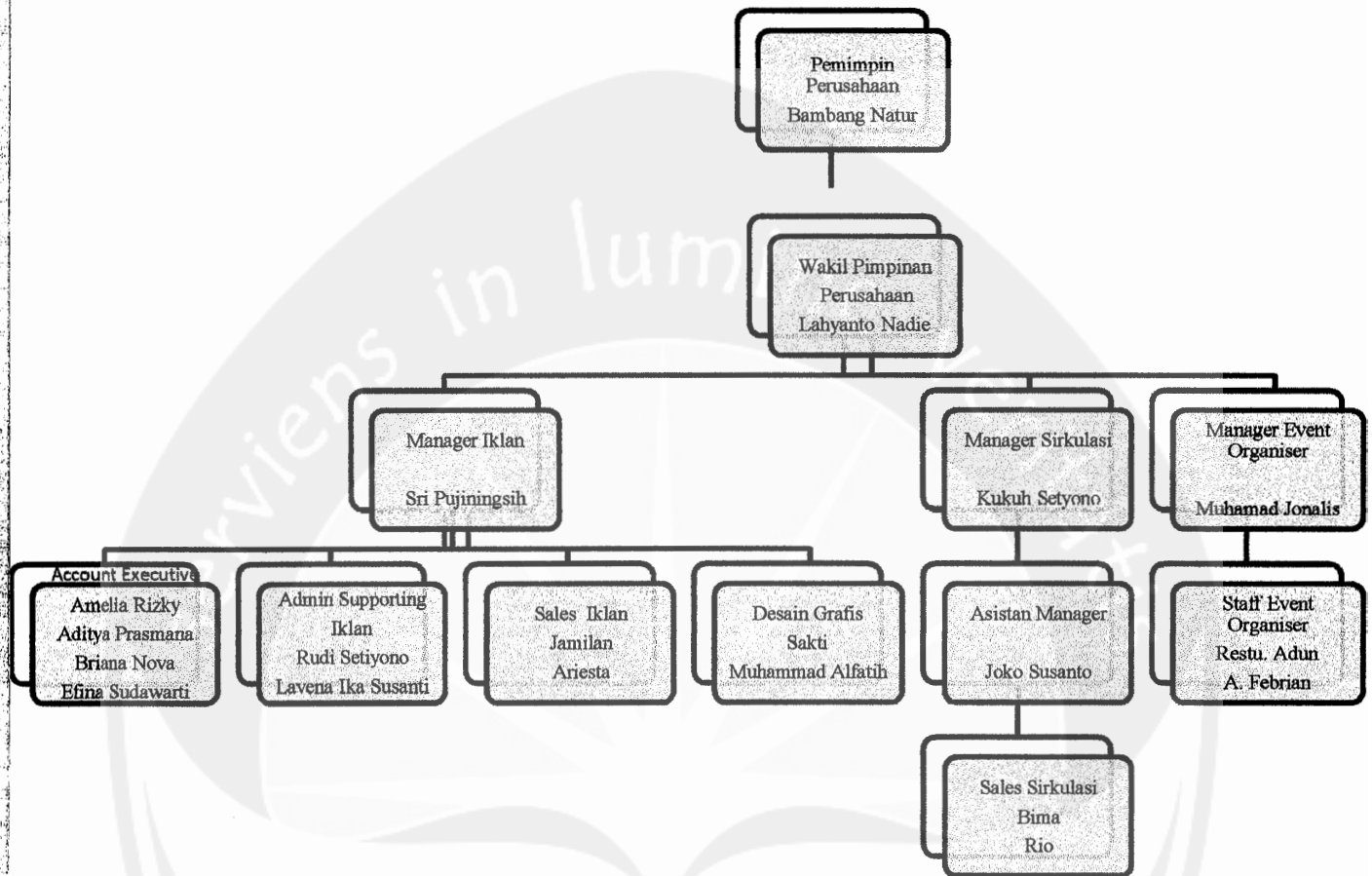
a) Visi

Mengawal dinamika dan nilai luhur budaya masyarakat Yogyakarta dan sekitarnya.

b) Misi

1. Memberikan pilihan bagi komunitas Yogyakarta yang makin majemuk.
2. Memacu semangat masyarakat untuk membangun wilayah secara mandiri.
3. Menyebarkan romantisme kejogjaan bagi warga yang pernah memiliki keterpautandengan wilayah ini.
4. Meningkatkan daya kritis masyarakat untuk mencapai cita-cita menuju bangsa yang cerdas

E. Struktur Organisasi Divisi *Marketing* PT Aksara Dinamika Jogja



Gambar 1.2. Diagram Struktur Organisasi Harian Jogja

F. Wewenang dan Tugas Tanggung Jawab Staff *Marketing* PT Aksara Dinamika

Yogyakarta

1. Pimpinan perusahaan
 - a) Memimpin perusahaan dengan menerbitkan kebijakan-kebijakan perusahaan.
 - b) Memilih, menetapkan, mengawasi tugas dari karyawan dan kepala bagian (manajer).

- c) Menyetujui anggaran tahunan perusahaan.
 - d) Menyampaikan laporan kepada pemegang saham atas kinerja perusahaan.
2. Wakil pimpinan perusahaan
- a) Mengkoordinasi manager-manager di setiap bidang dalam menjalankan fungsinya.
 - b) Mengkoordinasi manajer pengkaderan dalam peningkatan kualitas dan kuantitas anggota.
 - c) Membantu pimpinan perusahaan dalam menjalankan tugas-tugasnya di wilayah Yogyakarta.
3. Manager iklan
- a) *Memonitoring kinerja account executive.*
 - b) Merencanakan konsep dan strategi pemasaran Perusahaan.
 - c) Memberikan penilaian atas kinerja *account executive.*
 - d) Mengatur pembagian kerja klien *account executive* berdasarkan wilayah dan instansinya.
 - e) Mengatur penjadwalan tayang atas iklan di dalam halaman surat kabar.
 - f) Membuat daftar harga pemasangan iklan di surat kabar dari tahun ke tahunnya.
 - g) Memberikan target penjualan kepada setiap *account executive.*
 - h) Melakukan persetujuan kerjasama dengan klien berdasarkan kesepakatan yang telah disetujui bersama.
4. Manager sirkulasi

- a) Bertanggung jawab dalam hal distribusi surat kabar Harian jogja diseluruh wilayah yogyakarta.
- b) Bertanggung jawab atas oplah atau target penjualan koran di wilayah Yogyakarta.
- c) Melakukan riset pengembangan atas kondisi pangsa pasar di wilayah Yogyakarta.
- d) Mencari pangsa pasar potensial untuk dijadikan mitra kerja.
- e) Meningkatkan penyaluran distribusi surat kabar harian.

5. *Manager event organiser*

- a) Membuat ide atau konsep acara berdasarkan brief sebelumnya dengan klien
- b) Mengawasi jalannya acara yang sedang berlangsung.
- c) Mengambil keputusan atas kendala teknis yang terjadi di lapangan.
- d) Mengatur pembagian teknis kerja staff *event torganizer*.
- e) Membuat laporan berupa pengeluaran dana yang dibutuhkan kepada Klien.

6. *Staff event organiser*

- a) Mengatur segala hal yang berkaitan dengan produksi seperti lokasi *event*, perijinan lokasi, keamanan .
- b) Mencatat kebutuhan klien dan sponsor dalam penyelenggaraan *event*.
- c) Mengatur vendor atau supplier dalam penataan panggung dll di lokasi *event*.
- d) Melaksanakan dan mengatur konsep acara yang telah dibuat oleh manager *event organizer*.
- e) Membuat Laporan atas keberlangsungan sebuah *event* yang telah diadakan.

7. *Account executive.*

- a) Mencari klien potensial berdasarkan pembagian wilayah dan instansi yang telah dibagi oleh manager iklan.
- b) Membuat surat penawaran yang ditujukan kepada Klien Potensial.
- c) *Follow up* klien atas surat penawaran yang telah dibuat.
- d) Membuat kesepakatan antara klien dan perusahaan atas penayangan iklan.
- e) Memberikan bukti tayang iklan kepada klien.
- f) Membuat laporan mingguan berupa target dan capaian yang diperoleh kepada perusahaan.
- g) Membuat *claim reward* sebulan sekali atas aktivitas dan pencapaian yang diperoleh dalam waktu sebulan.

8. *Admin supporting iklan*

- a) Mempersiapkan *form order* tayang iklan untuk *account executive*.
- b) Memasukan entry data klien kedalam data base perusahaan.
- c) Mempersiapkan bukti iklan untuk klien.
- d) Melayani pemasangan iklan baris dan iklan kehilangan.
- e) Membantu manager iklan dalam mengatur halaman pemasangan iklan.

9. Sales iklan

- a) Bertanggung jawab dalam penjualan halaman iklan baris surat kabar harian jogja
- b) Mendorong penjualan halaman iklan kolom lokal yang terdapat pada rubrikasi iklan rawit yang diperuntukan kepada masyarakat luas.

G. Pembagian jam kerja Divisi *marketing* di PT Aksara Dinamika Yogyakarta

Hari	Aktivitas	Jam Kerja
Senin – Jumat	Kerja Sesi Pertama	08.00 WIB – 12.00 WIB
	Istirahat	12.00 WIB – 13.00 WIB
	Kerja Sesi Kedua	13.00 WIB – 16.00 WIB
Sabtu	Senam	07.00 WIB – 08.00 WIB
	Istirahat	08.30 WIB – 09.00 WIB
	Rapat Divisi <i>Marketing</i>	10.00 WIB – 13.00 WIB

Pembagian jam kerja Divisi *Marketing* sesuai dengan peraturan yang telah ditetapkan oleh PT Aksara Dinamika Yogyakarta sesuai dengan jabatan dan tugasnya masing-masing divisi *marketing*. Perusahaan Aksara Dinamika Yogyakarta di pimpinan langsung oleh wakil pimpinan perusahaan beserta 3 manager yang bertugas sesuai dengan bidangnya masing-masing.

Pertama manager iklan bertugas untuk merencanakan konsep dan strategi pemasaran perusahaan dan membangun relasi yang baik dengan pihak-pihak yang terlibat dalam perusahaannya. Kedua, manager sirkulasi bertugas mendistribusikan peredaran koran sampai di agen loper dan pelanggan koran Harian Jogja di seluruh wilayah Yogyakarta kemudian, untuk bagian redaksi dan manager *event organizer* bertugas untuk memberikan konsep ataupun ide untuk berlangsungnya sebuah acara di Harian Jogja maupun klien sedangkan untuk bagian redaksi dipimpin oleh pimpinan redaksi yang membawahi redaktur pelaksana dan redaktur.

BAB III

HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN

A. Deskripsi Hasil Kuliah Kerja Lapangan

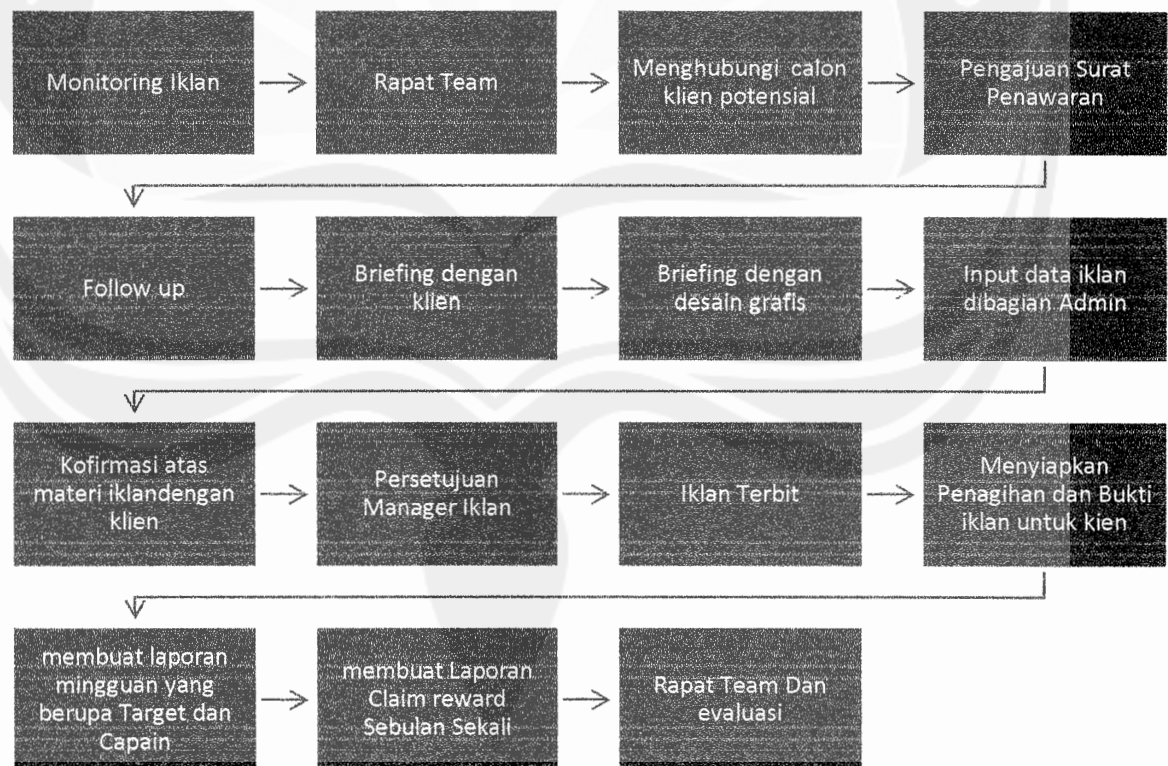
Penulis dalam rangka melakukan Kegiatan Kuliah Kerja Lapangannya memilih PT Aksara Dinamika Yogyakarta untuk memenuhi proses kegiatan perkuliahan di Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang di mulai pada tanggal 15 maret 2015 hingga 11 Juni 2016. Selama kurun waktu tersebut penulis mendapatkan pengalaman di bidang *marketing* divisi periklanan.

Perusahaan PT Aksara Dinamika Yogyakarta dalam menjalankan surat kabarnya di Yogyakarta mempunyai 3 unit usaha yang tergabung di dalam satu departement *marketing* yaitu bagian sirkulasi, bagian iklan dan bagian *event* organizer yang setiap Bagiannya dipimpin oleh manager yang bertanggung jawab langsung kepada wakil pinpinan perusahaan. Ketiga bagian unit usaha tersebut saling bekerja sama dalam mencari pendapatan untuk perusahaannya. Selama proses kegiatan kuliah kerja lapangan berlangsung penulis berada di bagian *marketing* divisi periklanan.

PT Aksara Dinamika Yogyakarta di bagian *marketing* divisi periklanan terdiri dari *account executive*, *sales iklan*, *admin supporting iklan* dan *graphic design* yang dikepalai oleh manager iklan. Manager iklan ini bertugas mengatur dan mengelola wahana iklan serta memberikan arahan kepada *account executive* dalam menjalankan

kegiatannya. *Account executive* di dalam tugasnya saling bekerja sama di dalam tim dengan setiap bagian divisi periklanan ataupun di bagian luar departemennya. Namun, ada kalanya bekerja secara sendiri dalam menangani kliennya masing-masing. Setiap *account executive* bertugas dalam hal mencari iklan yang terbagi dalam beberapa wilayah di Yogyakarta seperti kota Sleman, Kulon Progo, Bantul, Gunung Kidul, dan sub bidang tertentu seperti bidang pemerintahan daerah, pendidikan, perhotelan, restoran, industri otomotif, pasar dan perbankan. Pembagian wilayah tugas *account executive* berdasarkan rapat yang dilakukan seminggu sekali. Di dalam perusahaan Aksara Dinamika Yogyakarta penulis mengamati terdapat sebuah alur kinerja *account executive*.

Alur kinerja aktivitas *account executive* sebagai berikut :



Gambar 1.1. Bagan kinerja *account executive* di surat kabar Harian Jogja

Dari gambar di atas dapat di lihat bahwa kinerja *account executive* tahap pertama melakukan *monitoring* iklan. *Monitoring* iklan merupakan sebuah aktivitas *account executive* mengamati media surat kabar lokal yang beredar di wilayah Yogyakarta seperti tribun, kedaulatan rakyat, radar jogja dan bernas. *Monitoring* ini bertujuan untuk mengidentifikasi calon pengiklan potensial yang nantinya dapat dijadikan target untuk memasang iklannya di harian jogja. Kemudian daftar list *monitoring iklan* tersebut di bahas dalam rapat mingguan untuk memfokuskan arah kerja *account executive* dalam mencari ataupun menghandle kliennya.

Tahapan kedua *account executive* menghubungi klien guna memperkenalkan dirinya kepada klien sekaligus mengajukan surat penawaran. Selanjutnya, *follow up* merupakan tindakan lanjut *account executive* atas pengajuan surat penawaran yang telah diberikan kepada kliennya mengenai konfirmasi ada niat untuk memasang iklan di medianya dan melakukan briefing bersama klien mengenai iklan yang akan di pasang dalam bentuk mentah atau sudah jadi.

Tahapan ketiga memproduksi iklan tersebut baik sudah jadi ataupun mentah ke dalam bentuk iklan cetak. Di dalam proses pembuatan iklan dalam bentuk mentah *account executive* menyampaikan kembali konsep iklan yang diinginkan oleh kliennya kepada bagian *design graphic*. Setelah iklan tersebut jadi melakukan konfirmasi kepada klien dan manager iklan atas iklan cetak yang sudah dibuat untuk disetujui dan iklan tersebut terbit.

Tahapan keempat mempersiapkan bukti penayangan iklan dan penagihan biaya. Bukti penayangan iklan di perusahaan Aksara Dinamika berupa koran yang sudah dikumpulkan

oleh *account executive* yang nantinya akan diserahkan kepada klien. Di dalam tahapan ini *account executive* juga membuat laporan atas target yang telah dicapai dalam kurun waktu seminggu dan *claim reward* merupakan laporan aktivitas kegiatan *account executive* dalam berelasi dengan klien yang nantinya akan dievaluasi di dalam rapat team selain, mengikuti alur kinerja di dalam perusahaan. *Account executive* juga mempunyai tugas dalam meningkatkan penjualan halaman iklan dan menjaga relasinya dengan klien. Berikut ini beberapa tugas *account executive* di perusahaan Aksara Dinamika Yogyakarta berdasar pengamatan penulis dalam meningkat penjualan halaman iklan pada medianya :

1. Mencari klien

Account executive dituntut untuk mencari klien baru untuk memperluas jaringan pengiklan dengan cara *monitoring* iklan dan berdasarkan rapat tim *account executive* yang sudah ditentukan oleh manager iklan. *monitoring* iklan bertujuan untuk mengidentifikasi calon klien potensial yang memasang iklannya di media kompetitor serta dapat juga sebagai referensi dalam menentukan target market pemasang iklan.

Tindak lanjut *monitoring* iklan yakni menghubungi calon klien potensial yang sudah memasang iklan di media kompetitor. *Account executive* di surat kabar Harian Jogja dalam menghubungi calon klien potensial dilakukan dengan cara menelpon pihak klien tersebut dan mengajukan sebuah proposal yang isinya mengenai profil media, keuntungan memasang iklan di Harian jogja serta surat penawaran paket iklan yang akan ditawarkan kepada calon klien. Pengajuan proposal ini diharapkan dapat menjadi

sebuah acuan dasar klien dalam memutuskan untuk memasang iklan di harian jogja dan juga digunakan sebagai media promosi .

Media promosi yang dilakukan *account executive* dalam meningkatkan penjualan iklannya dengan memberikan potongan harga dalam memasang iklan sesuai dengan keputusan manager iklan dan memberikan voucher gratis kepada pemasang iklan yang loyal dalam menggunakan medianya sebagai sarana untuk mengiklankan produk dan jasanya

2. Melayani klien yang memasang iklan

Pada umumnya apabila klien membutuhkan dan berminat untuk memasang iklan pada medianya. Klien tersebut secara langsung dapat menghubungi *account executive*. Sebuah hubungan baik dapat terjalin diantara *account executive* dengan pihak klien. Apabila, *account executive* dapat melayani keinginan klien dengan baik. Pelayanan yang baik dapat dilakukan sebagai *account executive* dengan cara memberikan kemudahan dalam memberikan sebuah informasi yang dibutuhkan klien seperti harga paket iklan dan keuntungan yang didapatkan apabila menggunakan jasa medianya.

Pelayanan jasa pemasangan iklan di surat kabar Harian Jogja cukup mudah klien dapat langsung menelpon pihak *account executive* tanpa harus datang ke kantor Harian Jogja yang nantinya pihak *account executive* akan menindak lanjuti dengan mengunjungi klien untuk melakukan konfirmasi mengenai jenis iklan yang diinginkan oleh klien ditandai dengan *form order* dan sekaligus menerima materi iklan baik yang sudah jadi ataupun mentah dari pihak klien. Apabila, materi iklan tersebut mentah masih berupa

potong-potongan gambar klien akan menjelaskan lebih lanjut kepada *account executive* mengenai visualisasi iklan cetak di inginkannya.

3. Memberikan *brief* iklan kepada bagian produksi iklan

Account executive juga bertugas memberikan arahan singkat kepada bagian *graphic design* mengenai iklan yang diinginkan oleh kliennya dalam hal ini *account executive* harus dapat memamparkan kembali dengan jelas akan keinginan klien tersebut seperti tata letak visual, ukuran, jenis *font* dan *background* warna. Namun ada kalanya klien memberikan materi dalam bentuk jadi sehingga dapat langsung diproses menjadi iklan cetak saja. Di dalam proses pembuatan iklan yang masih berupa data mentah *account executive* membantu *graphic design* dalam merancang iklan tersebut dan apabila tahapan produksi tersebut sudah selesai. *Account executive* akan melakukan konfirmasi kepada klien bersangkutan akan menerima atau perlu direvisi kembali karena sering terjadi perubahan materi iklan sewaktu-waktu sesuai dengan keinginan klien. Apabila terjadi sebuah perubahan materi *account executive* akan menerima *brief* ulang secara singkat dan memberikan arahan perubahan tersebut kepada *graphic design* dalam hal ini tugas *account executive* berperan sebagai penghubung antara klien dengan bagian pihak produksi *design graphic*.

4. Menentukan dan mengawasi jadwal penerbitan iklan.

Penentuan waktu akan penerbitan iklan antara klien dan *account executive* berdasarkan kesepakatan awal yang tertuang di dalam nota *form order*. Selanjutnya, *account executive* melakukan konfirmasi ke bagian *admin supporting* iklan. Tugas admin

supporting iklan ini akan menindak lanjutkan bagian redaksi dan *graphic design* yang menangani tata letak *layout* iklan. Namun adakalanya, *account executive* harus mengecek secara langsung mengenai tata letak iklan beserta waktu penerbitan iklan yang ditanganinya karena sering kali terdapat kesalahan yang disebabkan kelainan pada pihak *admin supporting* iklan dalam melaksanakan kinerjanya mengenai jadwal penerbitan iklan. Di samping hal itu, *account executive* juga melakukan konfirmasi kepada klien mengenai materi iklan tetap sama atau ganti dengan materi iklan yang terbaru. Penentuan akan jadwal penayangan iklan di surat kabar Harian Jogja terkadang mengalami kendala dalam hal penentuan halaman iklan beserta waktunya karena iklan yang masuk terlalu banyak yang terkadang terjadi tumpang tindih antara iklan yang satu dengan yang lain dan mengakibatkan pemasangan iklan mengalami penundaan waktu tayang iklan.

5. Memberikan bukti penayangan iklan terhadap klien

Memberikan bukti penayangan iklan yang berupa surat kabar. Surat kabar dijadikan sebagai alat untuk pembuktian penayangan iklan. Oleh karena itu, *account executive* selalu menyimpan surat kabar yang menayangkan materi iklan kliennya. Pembuktian iklan sangatlah diperlukan untuk memenuhi permintaan dari pihak klien yang sebelumnya telah memberikan materi iklan tersebut kepada *account executive* bahwa iklan tersebut benar-benar sudah diterbitkan di dalam halaman medianya dan dalam hal ini dapat juga dijadikan sebuah alat untuk berelasi dan berkomunikasi dengan klien agar hubungan antara klien dan *account executive* dapat terjaga dengan baik. Apabila, *account executive* dapat meningkatkan hubungan baiknya maka klien tersebut tidak segan-segan untuk

memberikan sebuah informasinya mengenai pengeluaran dana publikasi atau iklan yang dikeluarkannya .

6. Mengurusi penagihan biaya iklan.

Account executive selain memberikan bukti iklan juga mengurus pembayaran biaya pemasangan iklan kepada klien dalam bentuk surat invoice yang ditujukan pada klien. Surat invoice difungsikan sebagai tanda bukti transaksi antara klien dan *account executive* yang dikeluarkan oleh bidang keuangan. Cara pembayaran di dalam pemasangan halaman iklan di dalam iklan Harian Jogja ada 2 cara yaitu dengan melakukan *cash money* dan *barter*. Pembayaran dengan *cash money* membayar dengan uang muka terdahulu berdasarkan harga ketentuan dari pemilik medianya dan apabila iklan tersebut sudah ditayangkan maka dibayarkan secara lunas sedangkan barter dapat dilakukan apabila terdapat nilai jual yang sama antara produk ataupun jasa klien yang ditawarkan dengan halaman iklan di perusahaan media. Biasanya para pengiklan dibidang sektor wisata perhotelan dan kuliner jarang membayar dengan *cash money* tetapi menggunakan barter voucher karena voucher menginap dan kuliner dapat dijual kembali oleh perusahaan aksara dinamikas kepada masyarakat umum yang membutuhkan atau sebagai alat untuk mempromosikan medianya kepada klien dan untuk mengetahui secara jelas mengenai penghitungan secara *cash money* sebagai berikut :

Tabek Ketentuan harga pemasangan iklantahun 2016 di surat kabar Harian Jogja :

Kategori Iklan	Hitam Putih	Berwarna	Keterangan
----------------	-------------	----------	------------

Display	20.500/mmk	33.000/mmk1	Iklan berwarna minimal 200 mmkl
Kolom	11.500/mmk1	-	Minimal 1 x 30 mmkl maksimal 1 x 100mmkl
Baris	7.000/mmk1	-	Minimal 2 baris Maksimal 10 baris
Duka Cita Sosial	10.000	13.000/mmk1	-
Halaman 1		80.000/mmk1	Bawah Lipatan Maksimal 8 x270 mm
Halaman 1	-	100.000/mmk1	Atas lipatan Maksimal 8 x 150 mmkl
Creative ad	26.500/mmk1	42.000/mmk1	Min Hitam putih 2 x 50 mmkl berwarna 300 mmkl
Bundling	26.000/mmk1	50.000/mmk1	Termuat 2 media solopos dan harian jogja
Display Solopos	24.000/mmk1	43.000/mmk1	-

Sumber : Dokumen Harian Jogja

Misalnya :Seorang klien menerima surat penawaran dari *account executive* dan ingin memasang iklan display hitam putih di medianya dengan ukuran 3 Kolom x 100 mm untuk terbit 6 kali tayang maka penghitungan :



Biaya iklan = 300 mm x 20.500/mmkl x 6 kali terbit – biaya pemotongan 20 % - PPN 10 % . Hasilnya berjumlah 26.568.000 untuk 6 kali terbit.

Penghitungan akan biaya pemasangan iklan biasanya sudah di tawarkan sebelumnya di surat penawaran. Karena terkadang biaya pemasangan iklan yang terlalu tinggi perusahaan membuat kebijakan harga dengan menawarkan paket iklan khusus yang ditentukan oleh perusahaannya. Sedangkan, barter dapat terjadi apabila klien dan perusahaannya memiliki nilai jual yang sama. Contohnya hotel Grand zuri ingin memasang iklan paket khusus dengan ukuran 2 kolom x 100 mm waktu tayang 1 x terbit seharga 700 ribu dengan barter voucher inap di Grand Zuri yang nilai harganya sama. Keputusan akan boleh atau tidaknya barter antra pihak klien dengan perusahaan menunggu persetujuan dari pihak manager iklan. Selanjutnya, *account executive* berhubungan langsung dengan department keuangan untuk proses penagihan dimana nota penagihan diterbitkan.

7. Membuat laporan mingguan

Seorang *account executive* setiap minggunya membuat laporan mengenai target pencapaian penjualan yang dicapai seorang *account executive* serta sasaran target pemasar yang ingin dicapai di minggu berikutnya dan kendala – kendala apa saja yang dihadapinya selama seminggu. Laporan mingguan ini ditujukan kepada perusahaannya sebagai pertanggung jawaban seorang *account executive* mengenai tugas-tugasnya yang dilakukan selama seminggu dan apabila terdapat kendala dibagian bidangnya maka hal itu diselsaikan secara bersama-sama oleh divisi iklan Harian Jogja.

8. Membuat claim reward.

Seorang *account executive* harus membuat laporan *claim reward* yang dilakukan sebulan sekali. *Claim reward* merupakan laporan yang berupa evaluasi aktivitas yang telah dilakukan oleh seorang *account executive* selama sebulan dan akan dilakukan sebuah penilaian oleh kepala bagian Manager Iklan. Penilaian kinerja *account executive* tidak berdasarkan pada tinggi rendahnya penjualan yang di capainya saja tetapi juga ketekunan dan sikapnya selama bekerja serta relasinya kepada klien.

Aktivitas sebagai *account executive* secara garis besar merupakan sebuah penghubung antara pihak perusahaan dengan kliennya serta perwakilan perusahaan dalam menawarkan dan melayani klien sekaligus juga menjadi perwakilan klien dalam memaparkan kebutuhan, keinginan dan bahkan komplain terhadap perusahaannya. Untuk lebih memahami aktivitas *account executive* dapat diuraikan kinerjanya sebagai berikut :

B. Deskripsi Kerja Mahasiswa

Penulis Dalam melaksanakan Kuliah kerja lapangan di PT Aksara Dinamika Yogyakarta berada di bagian divisi iklan Harian jogja sebagai *admin supporting* dan berpindah-pindah tugasnya sesuai dengan permintaan yang diinginkan oleh perusahaan. Selama proses kuliah kerja lapangan berlangsung manager Iklan Bu Sri Pujiningsih menunjuk Bu lavena Ikas Susanti sebagai pembimbing lapangan.

Proses pelaksanaan kuliah kerja lapangan penulis berlangsung pada tanggal 15 maret – 11 juni 2016 selam 90 hari lamannya, diharapkan dalam proses KKI berlangsung ini penulis dapat membantu perusahaan dalam rangka ulang tahun HUT Harian Jogja ke 8

dan acara gebyar pasar tahun 2016 di seluruh wilayah Yogyakarta dan lain-lainnya. Berikut ini beberapa tugas yang dilakukan oleh penulis:

1. *Monitoring* iklan

Istilah mengenai *monitoring* juga disebut sebagai pengawasan. *Monitoring* di Harian Jogja bertujuan untuk melakukan pengawasan terhadap iklan yang ditangani kompetitornya serta sebagai alat untuk mengidentifikasi calon klien potensial dalam memasang iklan di media kompetitornya seperti judul iklan, alamat lengkap klien, jenis iklan berupa hitam putih atau berwarna dan ukurannya. Untuk lebih jelasnya lihat pada lampiran.

Monitoring tersebut dilakukan dalam kurun waktu sebulan penuh dengan tujuan untuk mengetahui klien – klien yang ditangani oleh kompetitor. Tindak lanjut akan *monitoring* iklan dapat menjadi arahan atau referensi *account executive* dalam menentukan target audience yang akan di sasar dalam menawarkan pemasangan halaman iklan. *Monitoring* iklan ini dilakukan terhadap empat media cetak lokal yang terdapat di wilayah Yogyakarta seperti kedaulatan rakyat, tribun, radar jogja dan bernas. Penulis melakukan *monitoring* iklan setiap harinya dalam kurun waktu 90 hari.

2. Melakukan *telemarketing*

Penulis Juga melakukan *telemarketing* yang dibimbing oleh mba ariesta sebagai Sales Iklan di bidang *telemarketing*. *Telemarketing* merupakan penawaran akan produk perusahaan dengan media telepon. *Telemarketing* di dalam Harian Jogja

menawarkan iklan baris yang terdiri dari 4 baris dengan tayang 1 bulannya seharga 100 ribu rupiah.

Selama proses *telemarketing* berlangsung penulis dibimbing untuk mempunyai lafal berbicara yang jelas seperti cepat atau lambat berbicara, pengucapan huruf vokal dan konsentrasi dalam menjawab umpan balik dari penerima telepon agar penerima telepon dapat mengerti apa yang sedang diucapkan. Setelah melakukan *telemarketing* penulis diharapkan menuliskan laporan mingguan mengenai penjualan iklan baris yang dilakukannya.

Penulis dalam melakukan *telemarketing* di surat kabar harian jogja dalam kurun waktu 2 minggu. Selama melakukan *telemarketing* berlangsung penulis menemukan permasalahan beberapa orang masih ragu-ragu terhadap penawaran iklan baris melalui media telepon dikarenakan penawaran tersebut dapat disalahgunakan oleh orang yang mengaku sebagai pegawai Harian Jogja serta beberapa dari orang tersebut merasa terganggu dan kurang nyaman dengan berbicara melalui telepon maka dari itu kebanyakan orang akan menjawab akan menghubungi kembali atau akan berkunjung langsung ke kantor PT Aksara Dinamika Yogyakarta.

3. Melakukan kunjungan klien dinas pengelola pasar pemerintahan kota yogyakarta

Selama mengunjungi klien Dinas pengelola Pasar Pemerintah Kota Yogyakarta (DINLOPAS) penulis dibimbing oleh Bu Sripujiningsi selaku manager iklan di surat kabar Harian Jogja dan Bu Rina Yurini selaku manager radio station Starjogja

101.1 Fm. Starjogja Fm dan Harian Jogja masih dalam satu naungan perusahaan PT Aksara Dinamika Yogyakarta. Klien dinlopas merupakan klien bersama antara Harian Jogja dan Starjogja Fm dalam hal pemasangan iklan di radio maupun pemasang iklan di media cetak mengenai acara gebyar pasar seluruh kota Yogyakarta yang diikuti oleh 22 paguyuban pasar. Berikut ini daftar lomba pentas seni paguyuban pasar 2016 :

- | | | |
|-----------------------------|-------------------------------|-----------------------|
| 1. Pasar Pauthy | 10.Pasar Serangan | 19.Pasar Pujokusuman. |
| 2. Pasar Beringharjo Barat | 11.Pasar Telo Karangajen | 20. Pasar Gading. |
| 3. Pasar Demangan | 12.Pasar Ngasem | 21. Pasar Pathuk. |
| 4. Pasar Pakuncen | 13.Pasar Sentul | 22. Pasar Terban. |
| 5. Pasar Beringharjo Tengah | 14. Pasar Kranggan | |
| 6. Pasar Beringharjo Timur | 15. Pasar Pingit | |
| 7. Pasar Giwangan Barat | 16. Pasar Legi Patang Puluhan | |
| 8. Pasar Giwangan Timur | 17. Pasar Prawirotaman | |
| 9. Pasar Kota Gede | 18.Pasar Pace | |

Acara Gebyar pasar ini dimulai pada tanggal 22 maret – 5 mei 2016 di seluruh kota yogyakarta. Acara Gebyar pasar ini bertujuan untuk menarik perhatian dan mengajak khalayak luas untuk belanja di pasar tradisional serta mempererat hubungan antara paguyuban pasar dengan Dinas Pengelola Pasar Kota Yogyakarta.

Penulis selama acara berlangsung bertugas mendokumentasikan acara tersebut berupa foto dan video, Melakukan absensi pemain lomba pementasan antar paguyuban pasar dan among tamu, membuat rekapitulasi nilai yang telah dilakukan oleh para juri. Selama kunjungan berlangsung penulis mengamati dan mendengarkan apa yang diinginkan oleh pihak Dinas Pengelolaan Pasar Pemerintahan Kota Yogyakarta.

4. Membantu membuat *layout* iklan advetorial lomba pentas seni pertunjukan antar paguyuban pedagang pasar.

Penulis mendapat bagian dalam membuat *layout* iklan Advertorial berupa publikasi di surat kabar lomba pentas seni. Materi iklan advertorial tersebut dibuat oleh pihak klien Dinas Pengelola Pasar dan manager iklan Sripujiningsih. Penulis dalam proses pembuatan *layout* iklan *Advetorial* mengalami kendala karena penulis tidak dapat menjalankan fitur program aplikasi yang digunakan Adobe Illustrator dan Adobe Indesign. Maka, dari itu Penulis dibimbing oleh Mas Sakti Setyawan selaku *Graphic Design* di Harian Jogja.



Gambar 2.1 *layout* iklan *advertorial* lomba pentas seni

5. Membuat sertifikat lomba pentas seni pertunjukan antar paguyuban pedagang pasar.

Penulis membuat sertifikat untuk peserta lomba pentas seni pertunjukan antar pedagang paguyuban pasar kota Yogyakarta di dalam pembuatan sertifikat tersebut penulis menggunakan *background* yang sudah ada di dalam *data base* Harian jogja hanya di lakukan pergantian tanggal,tahun dan penambahan nama paguyuban pedagang pasar menggunakan aplikasi *adobe illustrator* berikut ini gambar sertifikat peserta lomba :

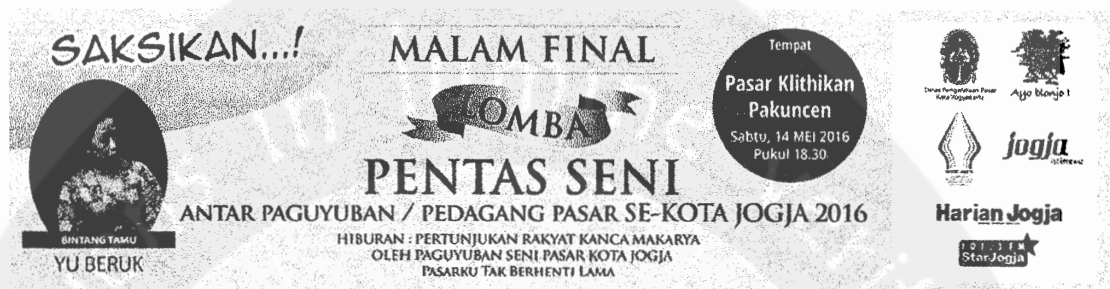


Gambar 2.2. Sertifikat Peserta Lomba Pentas Seni.

6. Membuat spanduk dan plangkat juara I, II dan III.

Penulis dalam seni pertunjukan lomba antar paguyuba pasar di minta oleh manager iklan Bu Sripujiningsih untuk membuat *design* spanduk. Selama proses pembuatan Spanduk dan Plangkat Juara I,II dan II penulis dibantu oleh Mas Sakti Setyawan selaku *graphic design* Harian Jogja yang membimbing penulis. Konsep pembuatan *design* spanduk yang berukuran 4 x 1 meter menggunakan motif

background batik serta menggunakan tokoh seniman komedian yuk beruk untuk plangkat juara tidak jauh berbeda dengan *background* sertifikat dengan ukuran kertas A 2 Berikut ini gambar spanduk dan plangkat Juara :



Gambar.2.3.Spanduk acara final lomba pentas seni ukuran 4x 1 meter



Gambar 2.4.Plangkat juara malam final lomba pentas seni pertunjukan.

7. Menyusun *run down schedule* dan *chek list* barang

Penulis ikut serta dalam proses berlangsungnya acara tersebut dan selama melakukan kunjungan penulis selaku notulen yang mencatat keinginan klien dinas pengelola pasar pemerintahan kota seperti kebutuhan akan properti, publikasi ,keamanan, kebutuhan para finalis lomba peserta dan *run down schedule* acara tersebut.

Acara malam final lomba gebyar pasar 2016 yang bertempat di Pasar Klitikan berkonsepkan pertunjukan hiburan rakyat bertujuan untuk menghibur para pengunjung pasar dan pedagang pasar untuk . Para peserta lomba pun pada malam final sengaja tidak dibatasi dengan tema dalam pertunjukan dengan tujuan menambah kreativitas peserta dalam pertunjukannya ditentukan sebuah tema dalam melakukan sebuah drama tari dibebaskan untuk mengambil tema apa saja. Acara tersebut pun berjalan lancar dan meriah.

Penyelenggaraan acara gebyar pasar ini dapat berjalan dengan baik karena jalinan kerja sama yang erat antara Harian Jogja selaku sponsorship dan penyelenggara acara Dinas Pengelola Pasar Kota Yogyakarta. Di dalam acara tersebut penulis sebagai Panitia yang bertugas sebagai dokumentasi yang nantinya akan dipublikasikan di surat kabar Harian Jogja.

8. Follow up iklan kolektif cong ads Harian Jogja.

Penulis dalam hal ini membantu *account executive* mengirimkan surat penawaran melalui email dan fax mail ke beberapa mitra kerja harian jogja dan melakukan follow up sesuai dengan arahan dari *account executive*. Iklan kolektif Congratulation ad dibagi menjadi 4 tipe berdasarkan ukurannya yaitu Tipe A berukuran 1 kolom x 79 mm , tipe B berukuran 2 kolom x 79 mm, tipe C berukuran 2 kolom x 100 mm dan tipe D berukuran 4 kolom x 160 mm. setiap tipe memiliki harga yang berbeda-beda sesuai dengan ukurannya.



Gambar 2.5 Gambar Iklan Kolektif Iklan *Congrulation ads*

Penawaran akan iklan kolektif *congrulation ads* dikirimkan melalui via faxmille yang kemudian melakukan *follow up* melalui telepon karena iklan *congrulation ads* ini hanya membutuhkan logo perusahaan dan alamatnya dan banyak perusahaan yang menggunakan iklan kolektif ini sebagai sarana untuk mengiklankan perusahaannya karena harga yang terjangkau dan tingkat keterbacaan akan logo perusahaan sangat tinggi.

9. Mendirikan stand penjualan baju untuk acara fun bike HUT Harian Jogja ke 8.

Penulis juga diminta ikut serta dalam kegiatan HUT Harian Jogja yang ke 8 di bagian penjualan baju kaos Fun bike 2016 dalam acara Hut Harian Jogja yang ke 8 yang jatuh pada tanggal 20 mei 2016. Penulis dalam mendirikan stand penjualan selalu berpindah-pindah rutanya seperti di *sunday morning* UGM, bunderan kridosono, UNY , acara *event* jalan sehat bersama tribun. Di dalam melakukan

penjualan kaos fun bike Harian Jogja penulis bersama dengan mahasiswa magang Desy Permata yang berasal dari Universitas Islam Indonesia. Kaos fun bike Harian Jogja ini berjumlah 6000 ribu kaos yang nantinya akan di distbusikan melalui agen-agen yang telah ditunjuk oleh Harian Jogja seperti radio lokal dan agen Santoso CKM.

10. Panitia perlengkapan dan *tim Supporting* di lapangan.

Tugas Penulis di kegiatan Acara Fun Bike dalam memperingati HUT Harian Jogja yang ke 8 sebagai tim *supporting* perlengkapan yang tugasnya mengatur dan menyiapkan peralatan kebutuhan sponsor seperti tenda,doorprize snack dan keamanan lingkungan. tim *supporting* untuk acara fun bike Harian Jogja berjumlah 20 orang.

Tim *supporting* bertanggung jawab baik sebelum Acara berlangsung, Acara Sedang berlangsung dan sesudah acara berlangsung. Saat sebelum Acara berlangsung tim *supporting* Perlengkapan harus menyiapkan kebutuhan acara seperti mendirikan tenda sponsor, menata tempat tenda sponsor, menghitung jumlah Snack dan mengawasi vendor yang menyiapkan panggung utama dan tenda VVIP. Saat Acara berlangsung tim *supporting* juga membantu dalam hal keamanan dibelakang panggung seperti pembagian hadiah, Sesudah acara pun bertanggung jawab dalam mengembalikan peralatan yang sudah digunakan selama kegiatan acara berlangsung

C. Analisis Kuliah Kerja Lapangan

Menurut Henry Faisal Noor (2010 :15) karakteristik media dari segi ekonomi yaitu bisnis media yang mengelola dua kelompok pasar yang berbeda dan menghasilkan dua jenis produk yang berbeda. Bisnis media yang mengelola dua kelompok pasar yaitu pertama kelompok pasar produk yang dihasilkan berupa pembaca, pendengar dan pemirsa. Kedua kelompok pasar pemasang iklan. Karakteristik di dalam surat kabar Harian Jogja merupakan sebuah bisnis media cetak yang menghasilkan kelompok pasar pembaca dan kelompok pasar pemasang iklan.

Menurut Rhenal Kasali (1992 : 99) media cetak adalah suatu media yang statis dan mengutamakan Pesan-pesan visual yang terdiri dari lembaran dengan sejumlah kata, gambar, foto dalam tatanan warna dan halaman putih.. Surat kabar harian jogja merupakan media cetak yang di dalamnya terdapat iklan yang menawarkan produk ataupun jasanya dalam bentuk foto atau gambar ilustrasi yang digabungkan dengan kata-kata yang dirangkai menjadi sebuah informasi. Surat kabar Harian Jogja dapat diklasifikasikan menjadi empat bagian menurut frekuensi terbit, ukuran, sirkulasi, format isi dan kelas sosial pembacanya sebagai berikut (Kasali 1992:101) :

1. Frekuensi Terbit

Berdasarkan frekuensi terbitnya dibedakan atas surat kabar harian dan mingguan. Surat kabar Harian Jogja termasuk surat kabar yang terbit harian dalam 7 x dalam seminggu dan dituntut untuk terus – menerus memperbarui informasi berita yang disampaikannya.

2. Ukuran

Surat kabar terdiri dari dua jenis ukuran yaitu surat kabar tabloid yang terdiri dari lima atau enam kolom yang masing-masing memiliki lebar sekitar 5 cm dan panjang dari atas ke bawah 35 cm sedangkan surat kabar bentuk standar memiliki ukuran yang lebih besar dari tabloid dalam hal ini surat kabar *Harian Jogja* merupakan surat kabar yang bentuk ukurannya standar yang memiliki ukuran halaman 325 mm x 540 mm dan jumlah kolomnya 8 kolom.

3. Sirkulasi

Surat kabar adalah media komunikasi yang menjangkau khalayak regional, nasional maupun lokal. Peredaran Surat kabar *Harian Jogja* menjangkau wilayah regional Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan sekitarnya antara lain seperti Kulon Progo, Sleman, Bantul, Jogja, Gunung Kidul, Magelang, Klaten, Purworejo. Surat kabar *Harian Jogja* mencetak 28.000 eksemplar/hari.

4. Format isi

Penekanan isi dalam surat kabar terdapat pada rubrik yang menjadi kekuatan media dengan tingkat popularitas tertentu yang dapat dibandingkan dengan rubrik sejenisnya. Rubrikasi di dalam surat kabar *Harian Jogja* terdapat berbagai macam rubrikasi yang memuat halaman tematik yang berbeda setiap hari.

5. Kelas sosial budaya.

Dilihat dari kelas sosial pembaca surat kabar dibedakan menjadi dua jenis yaitu *High Brow Newspaper* dan *Boulevard Newspaper*. *High brow newspaper* merupakan surat kabar yang ditujukan golongan menengah keatas sedangkan

Boulevard Newspaper surat kabar yang ditujukan golongan menengah kebawah. Berdasarkan segmentasi pasar surat kabar Harian Jogja tergolong dalam *High Brow Newspaper* karena memiliki audience terdiri dari kelompok kalangan menengah atas dengan rata-rata usia 31- 40 tahun yang berprofesi sebagai pekerja swasta, wiraswasta, pegawai negeri sipil dengan rata-rata pendidikan untuk kalangan SMA 31%, kalangan Diploma 13%, kalangan Sarjana 40%, dan lainnya 15%..

Berdasarkan uraian akan klasifikasi Media cetak. surat kabar Harian Jogja dapat digunakan sebagai media iklan dalam menawarkan atau mempromosikan produknya karena memiliki kelebihan dalam menjangkau khalayak sebagai berikut (Kasali ,1992:107) :

a. *Market coverage*

Surat kabar dapat menjangkau daerah-daerah perkotaan sesuai cakupan pasarnya

b. *Comparison shopping (catalog value)*

Surat Kabar dapat dijadikan sebuah referensi untuk memilih barang sewaktu belanja karena pesan yang termuat secara tertulis dapat dibawa kemana-mana dan dapat disimpan.

c. *Positive consumer attitudes*

Konsumen pada umumnya memandang surat kabar memuat hal-hal aktual yang perlu segera diketahui khalayak pembaca.

d. *Flexibility*

Pengiklan dapat memilih pasar (cangkupan geografis) yang akan diprioritaskan sehingga para pemasar dapat memilih media mana yang cocok dalam memasarkan produk ataupun jasanya.

Berbagai macam kelebihan yang terdapat pada media cetak membuat para pengiklan masih menganggap hal itu efektif dalam mempromosikan, menawarkan ataupun memberikan informasi mengenai produk kepada konsumen karena surat kabar mencakup seluruh pangsa pasar yang dimana berbagai elemen masyarakat dapat membeli surat kabar dengan harga terjangkau serta dapat menjangkau wilayah yang terpencil.

Surat kabar memuat sebuah pesan yang dapat disimpan dan dijadikan sebuah referensi dalam hal ini biasanya para pengiklan menggunakan sebagai media promosi dengan membagikan voucher diskon penjualan di surat kabar apabila pembeli menunjukkan potongan iklan yang dibacanya ke outlet yang ditunjukkan.

Pesan-pesan di dalam surat kabar bersifat aktual yang berarti benar-benar sesuai dengan peristiwa kejadian yang sedang berlangsung. Hal digunakan oleh para pengiklan untuk memberikan informasi mengenai produk atau jasanya karena informasi di dalam surat kabar dapat dipercayai dan dipertanggungjawabkan.

Para pemasang iklan secara praktis dapat memilih cakupan geografis. Setiap media cetak memiliki media profile yang terdapat cakupan wilayah distribusi serta data mengenai pembacanya dalam hal ini para pengiklan yang ingin mengiklankan produk-produk lokal dapat secara spesifik dalam menjangkau *audience* yang di inginkan.

Menurut Rhenald Kasali pengertian iklan merupakan pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media (1992:9). Media cetak surat kabar di Harin Jogja merupakan salah satu media yang sering digunakan oleh para pemasang iklan lokal dalam menawarkan produk dan jasanya. Pengiklan yang berniat memasang iklan harus membayar sejumlah dana agar iklan tersebut dapat ditayangkan oleh pihak Harian Jogja sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui bersama. Memasang iklan media cetak memiliki beberapa fungsi. Menurut Terence A simp (2000:357) fungsi – fungsi dalam periklanan sebagai berikut :

1. Memberi informasi (*informing*). Periklanan membuat konsumen sadar akan merek-merek baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta memfasilitasi penciptaan citra merek yang positif.
2. Mempersuasi (*persuading*) iklan yang efektif akan mampu mempersuasi atau membujuk pelanggan untuk mencoba produk atau jasa yang diiklankan.
3. Peningat (*reminder.*) Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen yang membuat konsumen tetap membeli dan menggunakan produk tersebut.
4. Memberikan nilai tambah (*adding value*). Periklanan memberi nilai tambah pada merek dan mempengaruhi persepsi konsumen. Periklanan yang efektif menyebabkan merek dipandang sebagai lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergensi, dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.
5. Mendampingi (*assisting*). Periklanan hanyalah salah-satu bagian dari bauran komunikasi pemasaran.. Periklanan berperan sebagai pendamping

yang memfasilitasi upaya-upaya lain dari perusahaan dalam proses komunikasi pemasaran. sebagai contoh periklanan digunakan sebagai alat komunikasi untuk meluncurkan promosi.

Fungsi periklanan dari uraian di atas menjadi salah satu alasan banyaknya pengiklan menggunakan media cetak sebagai alat untuk menawarkan produk yang bertujuan untuk memberikan informasi dan mempersuasif agar produknya dapat diketahui oleh target *audience* serta membujuknya untuk membeli produk tersebut. Selain, itu dengan adanya sebuah informasi yang diberikan oleh pengiklan terhadap *audience* dapat memberikan sebuah nilai tambah dengan menciptakan persepsi positif akan produknya sehingga membentuk *positioning* di dalam benak konsumen.

Pengiklan juga dapat menggunakan media cetak tersebut sebagai *reminder* (peringat) yang dimana *audience* dapat kembali mengingat kembali merek produk tersebut sehingga tidak kalah bersaing dengan produk kompetitor. Media cetak juga dapat menunjang strategi dalam komunikasi pemasaran sebagai media alternatif yang mendampingi saluran media utama dalam memasarkan produk.

Memasang iklan suatu produk ataupun jasa di suatu media seringkali membutuhkan dana anggaran yang besar sehingga para pemasang iklan melihat keefektifitas dan harga memasang iklan di saluran media tertentu menjadi perhatian utama bagi para pemasang iklan. Oleh karenanya, surat kabar Harian Jogja selalu memperhatikan isi konten di dalam surat kabar agar tidak kehilangan para *audience* yang akan berdampak pada menurunnya penjualan halaman iklan di medianya.

Beriklan pada media cetak harganya lebih murah dibandingkan memasang iklan di media tertentu dan dapat dijangkau oleh masyarakat luas karena terdapat ragam jenis

iklan yang dapat di gunakan oleh para pemasang iklan. Berikut ini berbagai macam jenis iklan media cetak di surat kabar Harian Jogja menurut jenisnya iklan yang terdapat pada surat kabar sebagai berikut (Widyatama, 2005:80):

- 1) Iklan baris menampilkan pesan iklan yang ditulis dalam wujud perbaris, iklan baris tidak lebih dari 3-4 baris dengan luas tidak lebih dari satu kolom. Iklan yan berukuran sangat bervariasi, tapi biasanya minimal 2 kolom. Iklan baris di surat kabar harian jogja terbagi menjadi tiga bagian iklan baris A,B dan C. Iklan baris bagian A memuat mengenai informasi lowongan pekerjaan bahan bangunan dan jasa, iklan baris bagian B memuat mengenai informasi jual beli kendaraan bermotor dan iklan baris B mengenai jual beli properti seperti tanah, bangunan dan sewa bangunan. Di dalam memasarkan Iklan baris surat kabar Harian Jogja menggunakan media *telemarketing* dengan referensi surat kabar kompetitor.
- 2) Iklan kolom yaitu iklan ini memiliki lebar satu kolom, namun lebih tinggi di bandingkan dengan iklan baris, iklan ini di gunakan untuk para pengiklan yang membutuhkan *space* yang lebih luas dari pada iklan baris sebagai berikut :



Gambar 3.1 Iklan Kolom

Iklan kolom terdapat pada halaman iklan rawit di surat kabar Harian Jogja yang bersamaan dengan iklan baris. Iklan kolom ini berukuran 1 kolom x 38 mm dengan warna hitam putih saja. Di surat kabar Harian Jogja iklan kolom ini sangat di minati oleh pengiklan lokal memasang iklan jasa ataupun produk karena harganya terjangkau.

- 3) Iklan display yaitu iklan ini mampu memperlihatkan ilustrasi berupa gambar-gambar baik foto maupun grafis dalam ukuran besar. Ukuran luas iklan display disediakan pengelola media serta pengiklan dapat memilih iklan berwarna atau hitam putih. Iklan display ini berbeda dengan iklan kolom. Iklan display mutu warna lebih terlihat tajam sehingga lebih terlihat menarik dan lebih jelas untuk di lihat. Ada pun jenis-jenis iklan display di surat kabar harian jogja berdasarkan ukurannya :

a) Banner



Gambar 3.2 Banner iklan

Iklan seperti gambar diatas terdapat pada halaman surat kabar bagian atas atau bagian bawah yang biasanya di letakan pada halaman pertama rubrikasi sesi pertama atau kedua.

b) Iklan kuping



Gambar 3.3 Iklan kuping

Iklan Kuning ini berukuran 2 kolom x 50 mm yang berada di pojok kanan atas surat kabar pada halaman berwarna dengan mutu kualitas yang terbaik.

- 4) Iklan *public notices* merupakan iklan ini berupa laporan keuangan pemerintah . Pernyataan publik mengenai bisnis dan hubungan personal. Iklan tersebut memuat informasi mengenai laporan neraca laba rugi sebuah perusahaan yangi umumkan kepada khalayak luas. Seringkali iklan ini berasal dari sektor perbankan dan pemerintahan daerah.

Berbagai macam jenis iklan berdasarkan ukuran yang ditawarkan oleh surat kabar Harian Jogja tidak lepas akan peran akan *account executive* dalam menawarkan ruang halaman iklan di medianya kepada kliennya. Menurut Rhenal Kasali peran akan *account executive* di dalam sebagai *client service*. *Account executive* yang ditunjuk oleh perusahaan jasa sebagai penghubung dalam melayani klien serta memberikan saran-saran

untuk klien ditanganinya serat mempelajari keinginan yang dikehendaki klien terhadap iklannya (1992:31).

Peran *account executive* sejalan dengan pengertian Rhenald Kasali mengenai peran *account executive* di media. Peran *account executive* di surat kabar Harian Jogja bertugas sebagai penghubung antara klien dengan pihak perusahaan serta sebagai ujung tombak perusahaan dalam mendapatkan laba berdasarkan hasil capaian penjualan yang diperolehnya.

PT Aksara Dinamika Yogyakarta memiliki beberapa unit usaha salah satunya yaitu Jogja Pro dan surat kabar Harian Jogja yang termasuk dalam bagian divisi *marketing* perusahaan tersebut. Bisnis utama PT Aksara Dinamika Yogyakarta yakni surat kabar namun dalam mendongkrak keuntungan akan perusahaannya di bentuk unit usaha lain yaitu *event organizer* Jogja Pro.

Jogja Pro merupakan salah satu bagian unit usaha yang bergerak dalam mengelola penyedia jasa *event* dan *marketing service* sedangkan *account executive* bagian dari divisi iklan di PT Aksara Dinamika Yogyakarta yang tugasnya menjual halaman iklan kepada pengiklan maupun memproduksi iklan yang diinginkan oleh klien. Hubungan antara *account executive* dengan Jogja Pro sangatlah erat dalam hal pencarian klien demi keuntungan perusahaan.

Peran akan *account executive* juga di dalam unit usaha Jogja Pro yakni menghubungkan antara pihak kliennya yang ingin membuat *event* dengan staff *event organizer* yang nantinya pihak Jogja Pro akan membuat masukan mengenai konsep acara

yang diinginkan oleh klien tersebut. Maka, dibutuhkan koordinasi yang baik antara *account executive* dengan divisi *event organizer* dalam menangani klien yang ditanganinya. Banyak acara *event* yang telah ditangani oleh Jogja pro dengan *account executive* yakni *event* pertunjukan seni antar pedagang pasar se-kota Yogyakarta, acara SBBI-JBI, seminar nasional bertema membedah potensi investasi dan pariwisata di DIY yang berwawasan lingkungan dan lain-lainya.

Pihak *account executive* menghubungkan klien Dinas Pengelola Pasar Pemerintahan Kota Yogyakarta (DINLOPAS) dengan unit usaha Jogja Pro yang selanjutnya unit usaha tersebut mempersiapkan keinginan klien dinlopas. Keberlangsungan akan acara tersebut dapat berjalan dengan baik karena terjalinnya kerja sama antara pihak *account executive* dan Jogja Pro dalam menangani klien DINLOPAS. Di dalam pembuatan *event* tersebut pihak klien tidak terlalu banyak menuntut karena keinginan klien berkonsepkan pertunjukan yang bertujuan untuk menghibur masyarakat dengan mengangkat nilai-nilai budaya lokal di Yogyakarta.

Hubungan antar *account executive* dengan Jogja Pro terkadang mengalami pasang surut karena secara internal perusahaan terjadi sebuah kompetisi yang mengakibatkan terjadinya kesalahpahaman mengenai koordinasi dalam mengatur atau membuat sebuah konsep acara di sebuah *event*. Koordinasi antara *account executive* dengan *event organizer* terletak pada konsep pembuatan acara. *Account executive* bertugas menyampaikan keinginan klien mengenai konsep acara yang diinginkan kepada *event organizer* selaku pelaksana pembuatan konsep acara tersebut di lapangannya.

Account executive selain berelasi dengan *event organizer* juga memiliki hubungan dengan divisi sales iklan mengenai pembagian porsi halaman iklan yang akan ditawarkan kepada klien. Sales iklan lebih mengedepankan penjualan jenis iklan kolom dan baris yang terdapat pada rubrikasi iklan rawit sedangkan *account executive* tugasnya lebih menawarkan jenis iklan display kepada perusahaan ataupun pemerintahan daerah, menambah jaringan klien, membina hubungan yang baik antara pihak klien dengan perusahaan serta mengawasi proses pembuatan iklan yang sedang diproduksi di bagian *Graphic Design*. Tugas dan tanggung jawab umum seorang *account executive* sesuai dengan yang dikemukakan oleh Morissan (2010:246) tugas dan tanggung jawab umum seorang *account executive* dalam sebuah perusahaan sebagai berikut :

1. Mencapai target penjualan perusahaan.

Account executive memiliki target penjualan yang harus dicapai untuk kemajuan perusahaan yang harus ditentukan Pemimpin perusahaan. surat kabar Harian Jogja dalam menentukan target capaian penjualan diarahkan pada rapat mingguan. Pencapaian sebuah target penjualan pemasangan iklan merupakan sebuah tantangan yang harus dihadapi oleh *account executive*.

2. Cara menilai keberhasilan seorang *account executive*.

Menilai keberhasilan *account executive* dengan melihat pencapaian target penjualan yang pada umumnya dievaluasi dalam waktu berkala, misalnya target bulanan, triwulanan, atau tahunan. Proses penilaian seorang *account executive* di surat kabar Harian Jogja tidak hanya dinilai dari segi tingkat penjualan saja tetapi juga dari segi kemampuannya dalam memberikan ketepatan dalam memuaskan

keinginan kliennya dan yang memberikan penilaian manager iklan dengan *claim reward* yang telah dibuat oleh *account executive*.

3. Membuat program *marketing* perusahaan.

Account executive dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari harus membuat program kerja *marketing* produk perusahaan. *Account executive* membuat perencanaan kerja selama sebulan mengenai bidang yang telah di tujukan dalam menawarkan jasa pemasangan iklan. Misalnya *account executive* ditunjuk di bidang perhotelan dan pariwisata maka seorang *account executive* membuat daftar list calon konsumen potensial yang ditargetkan dan diusulkan kepada pihak manager iklan.

4. Memperkenalkan produk atau jasa perusahaan kepada klien.

Tugas utama *account executive* memperkenalkan produk kepada klien atau lebih tepatnya, harus tahu bagaimana memperlakukan produk atau jasa dalam kaitannya dengan klien atau konsumen. *Account executive* di surat kabar Harian Jogja dalam memperkenalkan ruang halaman iklan di medianya menggunakan proposal sebagai alat untuk memperkenalkan perusahaan yang disertai dengan surat penawaran.

5. Mempromosikan produk atau jasa perusahaan kepada klien.

Account executive harus bisa mempromosikan produk atau jasanya kepada klien agar menarik minat klien untuk membeli produk dan membangun kerja sama dengan klien. Di dalam media cetak surat kabar Harian Jogja materi promosi *account executive* menggunakan pengajuan proposal berupa keuntungan dalam menggunakan media misalnya mendapatkan potongan harga, voucher gratis, hadiah

dan lain-lainya. Materi akan promosi sering berubah-ubah karena tergantung kepada keputusan manager iklan.

6. Mencari klien baru.

Account executive bertanggung jawab memajukan bisnis perusahaan dengan memperbaharui dan menambah klien-klien baru bagi perusahaan demi kemajuan perusahaan.

7. Mempertahankan klien-klien lama dan mencari klien-klien yang baru. mempertahankan klien-klien yang sudah ada.

Account executive di dalam mempertahankan klien yang sudah ada dengan cara membina hubungan kerja yang baik agar apa yang diharapkan oleh klien dapat di penuhi.

8. Membina hubungan yang baik dengan klien perusahaan.

Persaingan bisnis semakin berat di era globalisasi cara-cara konvensional pun sudah tidak berlaku di dalam segala hal memerlukan sebuah kreativitas dan inovasi-inovasi baru. *Account executive* di dalam membina sebuah hubungan tidak hanya secara formal dalam hubungan kerja tetapi juga secara informal di luar dari hubungan kerja dengan menganggap klien tersebut sebagai seorang teman.

Aktivitas *account executive* berperan juga dalam sebuah hubungan *relationship marketing* antara pihak *account executive* dengan klien. Menurut Philip Kotler (2001:7) *relationship marketing* bertujuan membangun dan memelihara sebuah hubungan yang memuaskan antara kedua belah pihak demi kelangsungan keinginan dan bisnis masing-masing. Sebuah hubungan yang baik antara pihak klien dan pihak *account executive* dapat terjalin dengan adanya sebuah hubungan yang saling menguntungkan di masing-masing

relationship marketing antara *account executive* dengan para klien diperlukan beberapa hal yang diperhatikan sebagai berikut (Kotler,2001: 26) :

1. *Attracting Customer*

Account executive dalam meningkatkan penjualan dari keuntungan produknya dengan cara menarik minat dan perhatian konsumen agar dapat diprospek sehingga terjalin sebuah hubungan jangka panjang. Menarik perhatian dan minat klien untuk beriklan di medianya merupakan sebuah tantangan bagi seorang *account executive* karena tidak semua klien merasa tertarik dengan medianya yang disebabkan sudah berlangganan memasang iklan di media kompetitornya sehingga seringkali terjadi penolakan yang berdampak pada target capaian penjualan karena semakin banyak *account executive* mendapatkan klien yang baru maka target penjualan meningkat serta menambah pendapatan perusahaannya .

Kendala yang harus dihadapi oleh *account executive* dalam memenuhi tugas dan perannya di dalam mencapai target penjualannya halaman iklan yakni kompetisi antar media dalam merebutkan calon klien potensial. Oleh karena itu, *account executive* dituntut untuk lebih berinovasi dan proaktif dalam menarik perhatian dan menyakinkan klien potensial untuk memilih medianya sebagai tempat tepat untuk memasang iklan.

Account executive di Harian Jogja memiliki-memiliki kiat-kiat tersendiri di dalam menarik perhatian klien dengan cara beriklan pada medianya dapat dilakukan dengan barter voucher. Misalnya, klien sektor perhotelan mengiklan di surat kabar Harian Jogja dengan barter voucher tanpa syarat ketentuan berlaku memiliki nilai harga yang sama dengan ketentuan harga pemasangan iklan maka dalam hal penggunaan voucher

dengan barter voucher tanpa syarat ketentuan berlaku memiliki nilai harga yang sama dengan ketentuan harga pemasangan iklan maka dalam hal penggunaan voucher tersebut akan dijual kembali oleh perusahaan PT Aksara Dinamika kepada masyarakat umum yang nantinya akan menjadi pendapatan bagi perusahaan tersebut.

2. *The need Customer Retention*

Membangun sebuah hubungan dengan klien tidak hanya menarik perhatian tetapi perlu diperhatikan sebuah kepuasan klien terhadap produk atau jasa dengan menjaga kualitas produk dan peningkatan pelayanan dari waktu-waktu sehingga membuat klien tidak berpindah pada kompetitor lainnya.

Kepuasan klien sangatlah berperan penting dalam membangun sebuah loyalitas dalam penggunaan jasanya secara berulang-ulang yang menyebabkan klien tidak ingin berpindah ke produk kompetitor. PT Aksara Dinamika Yogyakarta selalu meningkatkan mutu kualitas cetak seperti warna, tata letak serta isi konten rubrikasi yang selalu *up to date* serta meningkatkan kualitas pelayanan dalam segi ketepatan dan waktu dalam proses penggarapan iklan yang diinginkan klien.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengamatan dan pengalaman penulis selama proses kuliah kerja lapangan berlangsung aktivitas *account executive* di media surat kabar Harian Jogja lebih mengedepankan aktivitas penjualan dengan berinteraksi secara langsung dengan klien potensial untuk melakukan penawaran akan jasa pemasangan iklan dan *event organizer*. Aktivitas *account executive* terkait penjualan halaman iklan dan *event organizer* sebagai berikut :

1. Mencari klien baru untuk menambah jaringan pangsa pasar perusahaannya.
2. Memperkenalkan jasa perusahaan dengan membuat surat penawaran kepada klien potensial.
3. Melakukan *follow up* berkaitan dengan surat penawaran yang telah diberikan kepada klien.
4. Melaporkan aktivitask kegiatannya dengan *claim reward*. *Claim reward* merupakan laporan evaluasi yang dibuat oleh *account executive* atas kegiatannya kepada manager iklan.

Aktivitas *account executive* dalam memasarkan jasa pemasangan iklan terdapat sebuah kendala yang harus dihadapi yakni menarik perhatian klien agar memilih media dibandingkan media kompetitornya. Selain itu, aktivitas *account executive* juga berperan dalam menjaga relasi dengan klien. Peran *account executive* dalam menjaga relasi

dengan klien menitikberatkan kepada hubungan kerja sama yang baik antara pihaknya dengan klien. Aktivitas *account executive* dalam menjaga sebuah relasi sebagai berikut:

1. Meningkatkan hubungan dengan pelanggan yang telah ada dengan memberikan layanan yang baik dan akses informasi yang mudah mengenai jasa perusahaanya kepada pelanggannya.
2. Mempertahankan pelanggan dengan mendengarkan keluhan dan keinginan pelanggan serta berusaha untuk memenuhi keinginan pelanggan tersebut.

B. Saran

Melalui laporan KKL ini penulis ingin memberi saran atau masukan yang mungkin dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi divisi *marketing* PT Aksara Dinamika Yogyakarta dalam hal koordinasi secara internal perusahaan antara divisi iklan Harian Jogja dengan divisi *event organizer* Jogja Pro agar pelayanan kepada klien jauh lebih baik dan mempermudah akses informasi klien potensial terhadap harga paket pemasangan iklan di PT Aksara dinamika Yogyakarta melalui media online dengan menampilkan di halaman website *www.harian jogja.com* dan penggunaan akan *e-mail* sebagai alat untuk mengkomunikasikan jasa pemasangan iklan dan *event organizer* kepada klien potensial.

DAFTAR PUSTAKA

- Albaran, Alan A. 1996. *Media Economics: Understanding market, Industries and Concepts*.
Lowa: Universty Press.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*.
Jakarta : PT Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. 1998. *Principles Of Marketing*. New Jerse: Pretince
Hall, inc.
- Morissan, M. A. 2010. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta:
Kencana Prenada Media Group.
- Noor, Faizal. 2010. *Ekonomi Media*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Shimp, Terence A. 2000. *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.

Sumber Online

- www. mediapublica.co. 2013. Tugas Account executive tersedia pada
<http://mediapublica.co/2013/07/04/account-executive-fungsi-dan-perannya-di-media>.
(diakses pada tanggal 17 februari 2015)
- www. sindonews.nasional. 2015 konsumsi media tersedia pada
<http://nasional.sindonews.com/read/962806/149/media-cetak-tetap-menjanjikan-1423625418> (diakses pada tanggal 17 februari 2015)

LAMPIRAN

1. Tabel Monitoring Iklan

No	Nama Perusahaan	Judul Iklan	Alamat Perusahaan	Ukuran	Jenis	koran
1	UKDW Yogyakarta	Iklan Penerimaan Mahasiswa Baru Program Studi Sarjana Teknik Informatika, Sistem informasi, Desain Produk Teologi dll	JIDr Wahidin Sudirohusodo No 5-25 Yogyakarta 55224 Indonesia	3 Kol x 150 mm	BW	KR
2	PT Daikin Airconditioning Indonesia	Iklan AC Kelas Dunia Daikin hemat listrik 50%	Jl Magelang No 76 karangwaru - Tegalrejo Yogyakarta 55241 Ph 0274 - 551321	2 Kol x 100 mm	FC	KR
3	Dian Kencana	Iklan Telephone Cv Dian kencana Distributor Jateng dan DIY	JL Lawu No 2 (Kota Baru Yogyakarta) Telp 0274 - 566636,562841	2 Kol x 100 mm	FC	KR
4	21 Cineplex	Iklan Jadwal Film Bioskop	-	7 kol x 100mm	Bw	TRIBUN, KR
5	CGV BLITZ CINEMA	Iklan Display jadwal film bioskop dan promo Beli 1 tiket gratis 1 tiket dengan kartu bank mandiri,BCA,CIMB,BNI, BTN, BRI.	Jl Babarsari No 2 Catur Tunggal Sleman Yogyakarta	5 Kol x 100mm	Bw	KR
6	Hypermart	Iklan Liburan lebaran Seru Segera belanja dan dapatkan ribuan tiket wisata gratis	-	1 Kol x 50 mm	FC	Tribun
7	An-nahl	Iklan Promo Umroh Ramadhan USD 1.995 Awal Ramadhan, Full Ramadhan USD	JL Magelang Km 2 (Daerah Borobudur Plaza) telp 0274 - 553322	2 Kol x 100 mm	Bw	Tribun
8	AKRB Broadcasting Academy	Iklan ikuti Lomba Presenter Tv dan Penyiar Radio tanggal 21 mei 2016 Tingkat SLTA Trophy Gubernur	Jl Raya Janti No 3/47 (sayap Barat Fly Over Janti)	2 Kol x 100 mm	Bw	Tribun
9	Clandy's Grosir	Iklan Opening Soon	Jl Magelang No 133	8 kol x	Bw	Tribun

		Clany's Suryotomo Jl Mayor Suryotomo No 30 Ngupasan	Yogyakarta Telp 0274 - 624617	100 mm		
10	Hypermart	Iklan Liburan lebaran Seru menggunakan Hi Card	-	3 Kol x 200 mm	Bw	Tribun
11	Huawei	Iklan Bagi-bagi Hadiah Huawei Global Smartphone	-	3 Kol x 80 mm	FC	Tribun
12	Pt Suzuki indomobil Sales	Iklan Gebyar Geber Satria Periode mei - juni 2016	Wisma Mobil Jl Mt Haryono Kav 8 Jakarta 13330 Indonesia	3 Kol x 80 mm	FC	Tribun
13	Yayasan Pelayan kematian Budi Kasih	Iklan Dukacita Sosial Hasan Hardhosesanto (lie Swie Hien)		2 Kol x 100 mm	Bw	Tribun
14	AGAPE	Iklan Dukacita Sosial Mariana Rahardjo (Kho Pien Nio)	Jl Gajah Mada 114-118 Semarang 50138 Telp 024 - 3541401 Fax 024 - 3519224	2 Kol x 100 mm	Bw	Tribun
15	UTYFmedari 90,7 Fm	Iklan Hits Tanpa Henti 90,7 Fm	Pom -pom Bs (0274 - 486898) Kids Corner (0274 - 56193)	2 Kol x 100 mm	FC	Tribun
16	Aizza Computer	Iklan Spesial Promo Hari Pendidikan Notebook Cashback 100 - 500 Rb	Jl monjali No 78 A 0274 - 624640,624631	2 Kol x 100 mm	FC	Tribun
17	Javabed Canopy	Iklan Inovasi Kelambu Modern Dapat Menahan laju Jatuh anak dari ranjang	Pom -pom Bs (0274 - 486898) Kids Corner (0274 - 56193)	2 Kol x 100 mm	FC	Tribun
18	Raksosa	Iklan Female Radio Jogja 105,3 Fm	Jl Kaliurang Km 6 Pandega Sakti no 8 Yogyakarta Telp 0274 - 888801	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
19	Hotel Santika	Iklan pasta Promotion Monday until Thursday	Jl Jendral Soedirman No 19 Yogyakarta 55233	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
20	Grage Hotel	Iklan Grage Jogja Hotel	Jl Sosrowijayan 242 Malioboro Yogyakarta Telp 0274 - 560125	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
21	Kedai abang Dedek	Iklan Cubit Disini bikin Lidahmu bergoyang	Jl babarsari Raya (Barat SPBU Babarsari) Pojok Citrouli	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun

22	Chez Moi	Iklan lezatnya kue chez moi Muffin	Jl Sagan Kidul No 12 Yogyakarta Telp 0274 - 589251	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
23	Baleroso	Iklan Gurame Enaknya Dibakar	Jl Prambanan - piyunag Km 4,8 Madurejo 085101562828	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
24	Mirota Bakery & Resto	Iklan indonesia Home Cooking Mirota Bakery & Resto	Jl Fm Noto 7 Kota Baru Yogyakarta Telp 0274 - 518884	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
25	RM Lestari	Iklan Cabang Karang Anyar Kebumen Masakan Khas Jawa	Jl Ampta No 88 Yogyakarta Telp 0274 - 7028488 - 087839039288	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
26	Royal amburukmo	Iklan may Promotion Kambing oven	-	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
27	midtown Express	Iklan Package 350 K nett night 56 % Discount	Jl Cendrawasih No 19 Demangan Yogyakarta	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
28	Grage Hotel Yogyakarta	Iklan Stay on Sunday Rp 385. 000/nett	Jl Sosrowijayan 242 Malioboro Yogyakarta Telp 0274 - 560125	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
29	Gudeg Yu Djum	Iklan Wijilan 167 Paket oleh-oleh besek	Jl wijilan No 167 (selatan plengkung wijilan) Telp 0274 - 450989	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
30	Gudeg Mbarek Bu haji Ahmad	Iklan terkenal karena Rasanya Sejak 1960	Jl kaliurang Km 4,5 (utara Gd Pusat UGM) Yogyakarta	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
31	Maapinah	Iklan Maapinah lesehan Raja ikan bakae	Jalan Imogiri Barat Km 6,5 ngoto Bantul	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
32	Bakso Bethesda	Iklan Foodcourt foodiest	Jl Cendrawasi Demangan Baru Yogyakarta	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
33	Bal'Bebakaran	Iklan Grand Opening Diskon diskon 50 % periode 23 - 25 mei 2016	Jl Dr Sutomo No 19 Bausasran Yogyakarta (500 mm Selatan flyover lempuyangan)	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
34	Bale Ayu Resto	Iklan Paket Box Gurame Citra Rasa	Jl imogiri Timur Km 6 Yogyakarta Telp 0274 - 4396653	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
35	Banyu Mili	Iklan Resto banyu Mili	Jl Godean Km 4,5 Perum Griya Mahkota	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun

			Yk 087739011462			
36	Roemah Boemboe	Iklan bebek Gratis Ayam	Jl Wonosari Km 14 Piyungan 0274 - 2840329 (200 m Barat Pasar Piyungan)	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
37	Sate Afrika	Iklan jagonya Masakan Domba Sate Afrika	Jalan Raya Tajem maguwoharjo Sleman Yogyakarta	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
38	Bale Timoho Resto	Iklan Gurama Jogja Bale Timoho	Jl Ipda Tut Harsono no 58 Timoho yogyakarta	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
39	Ndoro Ajoe Restoe	Iklan Discount All Gurame 40 % Ndoro Ajoe Resto	Jl Kledokan Raya No 3 Seturan Depok Sleman	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
40	Ayam Taliwang Mandalika	Iklan Spesial Ayam Taliwang Mandalika	Jl Sumbirejo No 11 D Condong Catur Sleman YK (Utara Rs Condong Catur)	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
41	Pring Sewu Jogja	Iklan Restoran Taman Pringsewu	Jl Raya Magelang Km 9 mulangan Sleman Yogyakarta Telp 0274 - 867978	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
42	Batik Air	Iklan jadwal penerbangan Yogyakarta - Jakarta	-	1 Kol x 60mm	FC	Radar
43	Lion Air	Iklan jadwal penerbangan yogyakarta - surabaya - jakarta - bandung - batam - banjarmasin - balikpapan - depansar - lombok - makasar	-	1 Kol x 60mm	FC	Radar
44	PT BPR Mertoyudan Makmur	Iklan Laporan Neraca Publikasi PT BPR Mertoyudan	Jl mayjend Bambang Soegeng No 56 Telp 0293 326 953 Magelang	3 Kol x 270 mm	FC	Radar
45	PANDAWA TEXTILE	Iklan Textile dan Gordyn	Jl. Magelang Km 4 telp 0274. 561814	1 Kol x 38mm	Bw	BERNAS
46	BALE KARNA	Iklan Pengrajin Aneka Kontruksi besi yang melayani Tralis, aneka kursi, aneka mainan DLL	Jl. Nyi Condrolukito 16A Yogyakarta, 08274624738	1 Kol x 38mm	Bw	BERNAS
47	ROYAL UNAGI	Iklan Japanese Resto	Jl Magelang Km 4 Yogyakarta Telp 0274 564191	1 Kol x 38mm	Bw	BERNAS
48	GRANT	Iklan promosi Restaurant	Jl. Magelang KM 7,2	1 Kol x	Bw	BERNAS

	PACIFIC	dan Convention Hall	Yogyakarta Telp 0274 867788	38mm		
49	PT Diamond Baru	Iklan Bata Ringan CLC Litecon	Jl Magelang Km 5,8 No 18 Sinduadi Yogyakarta, Telp 0274 5304291	1 Kol x 38mm	Bw	BERNAS
50	MAY STAR RESTAURANT	Iklan Promosi restoran Dim Sum	-	1 Kol x 38mm	Bw	BERNAS

2. Tabel Laporan Penjualan Telemarketing

Tanggal	Nama Klien	Tujuan	Hasil	Rupiah
17 maret 2016	Erwin	Tanah Dijual	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Wahyudi	TANAH DIJUAL	Belum ada rencana untuk memperpanjang iklan	Rp 100.000
	Michael	TANAH DIJUAL	mempertimbangkan untuk mengiklankan di harjo	Rp 100.000
	Erwin	TANAH DIJUAL	mempertimbangkan untuk mengiklankan di harjo	Rp 100.000
	Kopir	TANAH DIJUAL	mempertimbangkan untuk mengiklankan di harjo	Rp 100.000
	Utari	TANAH DIJUAL	mempertimbangkan untuk mengiklankan di harjo	Rp 100.000
	Hasan	TANAH DIJUAL	akan menghubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Alan	TANAH DIJUAL	akan menghubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Nugroho	TANAH DIJUAL	mempertimbangkan untuk mengiklankan di harjo	Rp 100.000
	Retno	TANAH DIJUAL	akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Adi	TANAH DIJUAL	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Basil	TANAH DIJUAL	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Riyono	TANAH	Akan dihubungi	Rp 100.000

		DIJUAL	kembali melalui sms	
	Wija	TANAH DIJUAL	Memasang iklan iklan dimulai tanggal 18 - 15 april 2016	Rp 100.000
	Edi	TANAH DIJUAL	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Supriyadi	TANAH DIJUAL	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Rama	TANAH DIJUAL	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000

3. Tabel *Rundown Schedule* Acara malam Final Gebyar Pasar Pemerintahan Kota Yogyakarta

	TIME	DURATION	ACTIVITY
*	13.00 - 14.30		Persiapan Undangan untuk finalis Pasar Giwangan, Pasar Pujokusuman, Pasar Pathuk
**	14.30 - 15.00		Persiapan
1	15.00 - 17.00	120 menit	Pengisi Acara
2	18.00 - 18.30	30 menit	Musik Pembuka
3	18.30 - 18.45	15 menit	Pra Acara : Tarian Guyub Rukun
4	18.45 - 18.50	5 menit	Pembukaan MC serta Doa Bersama demi kelancaran Acara
			Sambutan Ketua Panitia
5	18.50 - 18.55	5 menit	Sambutan Kepala Dinlopas
			Penyerahan Piala Bergilir dari Pasar Pasty ke pihak panitia
8	18.55 - 19.00	5 menit	Pengumuman Tata Tertib Dibacakan Oleh Pak Margono
9	19.00 - 19.30	30 menit	Finalis 1 Pathuk
10	19.30 - 19.35	5 menit	Tarian Tradisional anak-anak
11	19.35 - 20.05	30 menit	Finalis 2 Pujokusuman
12	20.05 - 20.10	5 menit	Satu Lagu dibawakan Oleh Mba Juanti
13	20.10 - 20.40	30 menit	Finalis 3 Giwangan
14	20.40 - 21.40	60 menit	Petunra oleh Konco Makaryo "Pasarku Tak Berhenti Lama
			Pengumuman Juara Favorit oleh Kepala Dinas Kebudayaan
15	21.40 - 21.55	15 menit	Pengumuman Pemenang dan Pembagian Hadiah Juara I,II dan III
			Piala Bergilir Diserahkan Panitia
			Penutup dan Doa

4. Tabel check list kebutuhan Acara Malam Final Lomba antar paguyuban pedagang pasar.

NO	DESCRIPTION	QTY	Penanggung Jawab
1	Perijinan dari Dinas		Pak Juriadi
2	Keamanan dari dinas dan komunitas		
3	Kemanan dari Komunitas		
4	Kebersihan/tenaga kebersihan		
5	Snack / Makan malam tenaga keamanan		
1	Parkir dikoordinasikan dengan Pak agus		Pak Fauzan
1	Poster dan Spanduk untuk ditempel Pasar		Bu Asih & Bu Rina
2	Surat pemberitahuan untuk 3 komunitas parkir		Pak Juriadi
3	Surat untuk Pedagang dari Dinlopas area pinggir jalan		
1	Meja+ Meja Tamu	4	Bu Yanti dan Pak Syahirman
2	Kursi	30	
3	Tenda	2	
4	Soundsytem	4	
5	Lightning	5	
6	Listrik & Genset	1	
7	Konsumsi	30	
8	Panggung	1	
9	Personel (Penerima Tamu, Konsumsi MC)	6	
10	Tempat Transit Final		
11	Undangan	250	
12	Geber menutupi tempat Transit		
1	Clip On/ Music Gandul	9	Bu Yulianan
2	Mic Duduk	9	
3	Ukuran Panggung	6 x 8 m	
4	Meja untuk Piala	1	

Harian Jogja

Berbeda. Membangun Kemandirian

No : 267/ADJ/MAR-IKL/VIII/2016

Yogyakarta, 16 mei 2016

Hal : Penawaran Iklan Khusus Café Resto

Kepada
Yth. PARIS BAKERY CAFÉ & LOUNGE
di tempat

Dengan Hormat,

Salam hangat dari keluarga besar Harian Jogja,

Kami merupakan anak perusahaan yang tergabung dalam Big Media Group, terdiri dari Bisnis Indonesia, Solo Pos dan Harian Jogja. Sehubungan dengan HUT ke-8 Harian Jogja pada Mei mendatang. Harian Jogja memberikan penawaran pemasangan iklan display HUT ke-8 dengan spesifikasi sebagai berikut :

Harga Khusus untuk Iklan Display Ucapan Hut ke-8 Harian Jogja Rp. 350.000,00

iklan display sebesar 1 kolom x 50mm (Full Cullor)

BENEFIT TAMBAHAN :

Iklan juga akan dimuat di Harian Jogja Ekspres, Harian Jogja Kulonprogo, Harian Jogja Gunungkidul pada hari dan ukuran yang sama.

Ketentuan :

1. Harga di atas sudah termasuk Ppn 10 %, apabila ada permintaan halaman dikenakan tambahan charge sebesar 10%.
2. Harga di atas sudah termasuk harga diskon penawaran khusus
3. Tanggal pemuatan iklan : jumat, 20 mei 2016
4. Order dan materi iklan diterima paling lambat pukul 15.00 WIB dua hari sebelum pemuatan iklan
5. Pembayaran dilakukan sebelum pemuatan iklan, ditransfer melalui rekening atas nama:

PT. Aksara Dinamika Jogja : BCA Cabang Adi Sucipto 456 4819991

Mandiri Cabang Katamso 137 000 583 9663

Demikian surat ini disampaikan, untuk *follow up* lebih lanjut Sdri. Amel 087 837 878 480 atau via email : ameliarizkyh@gmail.com siap membantu. Atas perhatian dan kerjasamanya yang baik kami mengucapkan terima kasih.

Hormat kami,



Sri Pujiningsih



PT. AKSARA DINAMIKA JOGJA

Jl. AM SANGAJI No.41, JETIS, YOGYAKARTA, TELP. 0274-384919 - 3155882 Fax. 0274-564440

Harian Jogja

Berbudaya, Membangun Kemungkinan

CLAIM REWARD

Nama :
Bagian : Iklan
Jabatan : Account Executive

Bulan : Juni 2016

Tanggal	Relasi	Ket.	Waktu	Nilai
1/06/2016	Dislautkan, BKKBN, PPP, PPPA Daarul Quran, Dompot Dhuafa			
2/06/2016	DPRD DIY, Nutrifood, Wardah			
3/06/2016	Dislautkan DIY, Modern Optik, Frisian Flag, Nasdem & Parsley			
4/06/2016	Golkar DIY, PDI P DIY, Demokrat DIY, Republik Positiva, Adira			
5/06/2016	PKS, Nasdem, Inspektorat, UNY, Atma Jaya			
6/06/2016	Nutrifood, Garudafood			
9/06/2016	Kemenkumham RI, UGM, Dislautkan DIY, Golkar DIY, Demokrat & PDI P			
10/06/2016	Nestle, Garudafood, Unilever, ION's			
11/06/2016	POLDA DIY, Sanata Dharma, Pawon Ndeso, TAM, Nasdem DIY			
12/06/2016	Tupperware, Nutricia, Nutrifood			
15/06/2016	UNY, UGM, Pocari Sweat, Dompot Dhuafa, Nutricia			
16/06/2016	Indofood, Garudafood, Kemenkumham RI, Primagama			
17/06/2016	Disparta DIY, Nutrifood, Dompot Dhuafa			
18/06/2016	UGM, UNY, English First, BMT Beringharjo			
19/06/2016	Diknas DIY, UAJY, USD, UKDW			
20/06/2016	Nutrifood, English First			
22/06/2016	Modern Optik, Pawon Ndeso, Nutrifood			
23/06/2016	Javaline, UPN V YK, Garda Oto, TAM, Dislautkan DIY			
24/06/2016	Matahari Jaya, Kenari Djaja, Sanken, Sharp, LG			
25/06/2016	Dislautkan DIY, Sudirman Center, DRAPS Talent School			
29/06/2016	TAM, Garda Oto, Polytron HP			
30/06/2016	TCL, Takrib, Panasonic, Sony Indonesia, Komunikasi UPN			
31/06/2016	Kemenkumham RI, Dislautkan DIY, Quantum, UPN V YK, UNY, Nutrifood			

Dibuat Oleh,

Disetujui

(Nama Terang)

Manager Iklan



PT. AKSARA DINAMIKA JOGJA

Jl. AM SANGAJI No.41, JETIS, YOGYAKARTA, Telp. 0274-384919 - 3155882 Fax. 0274-564440

Harian Jogja

Berbudaya. Membangun Kemandirian

SURAT KETERANGAN MAGANG KERJA

Nomor : 049/ADJ/SDM/VI/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **M.M Foura Yusito**
Jabatan : Manajer SDM
Alamat : Jl. AM Sangaji No. 41 Jetis Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa :

Nama : **Yudha Rahma Wijaya**
NIM : 110904504
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Asal Universitas : Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Alamat Universitas : Jl. Babarsari No.6 Yogyakarta

Telah melakukan magang di Bagian Iklan **PT Aksara Dinamika Jogja** penerbit **Skh.Harian Jogja** sejak tanggal 15 Maret 2016 sampai dengan 11 Juni 2016.

Selama magang di **PT Aksara Dinamika Jogja**, yang bersangkutan telah memenuhi tugas dan tanggung jawab dengan baik.

Demikian surat keterangan magang ini Kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Yogyakarta
Tanggal : 15 Juni 2016
Mengetahui,


PT Aksara Dinamika Jogja

M.M Foura Yusito
Manajer SDM

Harian Jogja

Berbudaya, Membangun Kemajuan

PT. Aksara Dinamika Jogja

Jl. AM SANGAJI No.41, JETIS, YOGYAKARTA, TELP. 0274-384919 - 3155882 Fax. 0274-564440

Aktivitis Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan di harian Jogja

No	Tanggal	Aktivitas Kuliah Kerja Lapangan
1	15 Maret 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Menginput Data Iklan ke dalam Data Base
		Melakukan Telemarketing iklan Kolom dan Baris
2	16 Maret 2016	Membuat Annual Report Penjualan Iklan Baris
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
3	17 Maret 2016	Melakukan Telemarketing iklan Baris
		Membuat Annual Report Penjualan Iklan Kolom dan Baris
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
4	18 Maret 2016	Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
		Melakukan Telemarketing iklan Kolom dan Baris
		Membuat Annual Report Penjualan Iklan Kolom dan Baris
		Monitoring Iklan
5	19 Maret 2016	Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
		Melakukan Telemarketing iklan Kolom dan Baris
		Membuat Annual Report Penjualan Iklan Kolom dan Baris
6	21 Maret 2016	Membuat Annual Report Penjualan Iklan Kolom dan Baris
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
6	21 Maret 2016	Melakukan Telemarketing iklan Kolom dan Baris
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive

		Membuat Annual Report Penjualan Iklan Kolom dan Baris
7	22 Maret 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Account Executive
		Melakukan Telemarketing iklan Kolom dan Baris
		Membuat Annual Report Penjualan Iklan Kolom dan Baris
8	23 Maret 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan pasar Beringharjo Timur
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Tradisional 2016
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pertunjukan Seni Pasar tradisomal di Beringharjo Timur
		Melakukan Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data base Iklan ke Bagian account Executive
9	24 Maret 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Account Executive
		Melakukan Telemarketing iklan Kolom dan Baris
		Membuat Annual Report Penjualan Iklan Kolom dan Baris
10	26 Maret 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Account Executive
		Melakukan Telemarketing iklan Kolom dan Baris
		Membuat Annual Report Penjualan Iklan Kolom dan Baris
11	28 Maret 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Account Executive
		Melakukan Telemarketing iklan Kolom dan Baris
		Membuat Annual Report Penjualan Iklan Kolom dan Baris
12	29 Maret 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Legi Patang Puluhan
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni

		Pertunjukan Pasar Tradisional 2016
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pemain dan tamu Pertunjukan Seni Pasar tradisional Giwangan Barat
13	30 Maret 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Legi Patang Puluhan
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Legi Patang Puluhan
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Acco executive
14	31 maret 2016	Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
		Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Legi Patang Puluhan
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Legi Patang Puluhan
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
15	01 April 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
16	02 April 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
17	04 April 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
		Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Bering Harjo Barat
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah

18	05 April 2016	Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Bering Harjo Barat
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive
19	06 April 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Bering Harjo Barat
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Tela Karang kajan
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Tela Karangajen Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive		
20	07 April 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Pathuk
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Pathuk
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Tela Karangajen Pemain dan tamu Pasar Pathuk dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive		
21	08 April 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
	09 April	Monitoring Iklan

22	2016	Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
23	11 April 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
24	12 April 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Pathuk
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Pathuk
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Tela Karangkajen Pemain dan tamu Pasar Pathuk dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Acco executive
25	13 April 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Serangan
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Serangan
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Tela Karangkajen Pemain dan tamu Pasar Serangan dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Acco executive
26	14 April 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Pingit
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Pingit
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video

		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Tela Karangkajen Pemain dan tamu Pasar Pingit dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive
28	15 April 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive
29	18 April 2016	Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive
30	19 April 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Karangwaru
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Karang waru
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Pingit Pemain dan tamu Pasar Pingit dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive
31	20 April 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Prawirotaman
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Prawirotaman
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Prawirotaman Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive

32	21 April 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Pace
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Pace
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Tela Karangajen Pemain dan tamu Pasar Pace dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive
33	22 April 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Pujokusuman
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Pujokusuman
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Pujokusuman Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Account executive
34	23 April 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Acco executive
		Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Giwangan Timur
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Giwangan Timur
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Giwangan Timurn Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta

35	24 April 2016	Membagikan Pamflet Acara Fun Bike harian Jogja
		Berjualan kaos dan tiket Fun bike 2016 Diacara melangkah bersama Paramek tribun Jogja
36	25 April 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring ke dalam Data Base
		Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Terban
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Terban
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
37	26 April 2016	Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Terban Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Terban
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Terban
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
38	27 April 2016	Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Terban Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Kota Gede
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Kota Gede
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
39	28 April 2016	Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Kota Gede Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar gading
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Kota Gading
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
40		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Kota Ngasem Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan

		Pasar Ngasem
	29 April 2016	Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Kota Ngasem
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Kota Ngasem Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
41	30 April 2016	Mempersiapkan peralatan untuk kegiatan Acara Pertunjukan Pasar Kranggan
		Bertemu dengan Client Dinas Pengelolaan Pasar pemerintah Kota Yogyakarta
		Melakukan Absensi pemain dan Tamu yang datang ke seni Pertunjukan Pasar Kranggan
		Melakukan Dokumentasi berupa Foto dan Video
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Kota Ngasem Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
		Merekapitulasi Daftar Undangan Pasar Kota Kranggan Pemain dan tamu dinas pengelolaan pasar pemerintahan Yogyakarta
42	2 mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data monitoring iklan ke bagian Account executive
		Melakukan Telemarketing iklan Kolom dan Baris
		Membuat Annual Report Penjualan Iklan Baris
43	3 Mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data monitoring iklan ke bagian Account executive
44	4 mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data monitoring iklan ke bagian Account executive
		Mengikuti arisan Loper Koran Harian Jogja bersama Pak Lahyanto Nadie dan Pak Joko
		Mendokumentasikan Acara tersebut Berupa Foto
		Mengikuti Pak lahyanto Nadie dan Pak Joko Bertemu dengan Pengusaha seni mebel.
		Mendokumentasikannya berupa Foto
45		Monitoring Iklan

	7 Mei 2016	Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base Mengirimkan Data monitoring iklan ke bagian Account executive
46	9 Mei 2016	Monitoring Iklan Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base Mengirimkan Data monitoring iklan ke bagian Account executive Mengantarkan Surat undangan ke kantor walikota Pemkot Yogyakarta Mengambil Piala bergilir di dinas Pengelola Pasar Kota Yogyakarta
47	10 Mei 2016	Monitoring Iklan Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base Mengirimkan Data monitoring iklan ke bagian Account executive Membuat Plangkat Juara I,II dan III Membuat Sertifikat Peserta lomba Pasar dibawah bimbingan oleh mas Sakti
48	11 Mei 2016	Monitoring Iklan Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base Mengirimkan Data monitoring iklan ke bagian Account executive Mencetak Spanduk ukuran 4 x 1 meter
49	12 Mei 2016	Monitoring Iklan Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base Mengirimkan Data monitoring iklan ke bagian Account executive Membuat Rundown show Schedule malam Final Pertunjukan Pasar di pasar Pakuncen Membuat Chek list barang yang dibutuhkan
50	13 Mei 2016	Monitoring Iklan Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base Mengirimkan Data monitoring iklan ke bagian Account executive
51	14 Mei 2016	Monitoring Iklan Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base Mengirimkan Data monitoring iklan ke bagian Account executive Mengirimkan Spanduk Plangkat juara dan Piala Bergilir Pasar Pakuncen

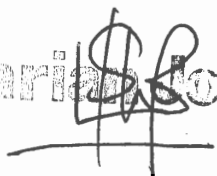
		Panitia Seksi dokumentasi Acara pertunjukan Seni pasar Antar pedagang paguyupab pasar
52	16 Mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data monitoring iklan kebagian Account executive
		Membuat surat penawaran Iklan Cong Ad Hut harjo 8
		Follow up Penawaran Iklan Cong AD HUT Harjo 8
53	17 Mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data monitoring iklan kebagian Account executive
		Membuat surat penawaran Iklan Cong Ad Hut harjo 8
		Follow up Penawaran Iklan Cong AD HUT Harjo 8
54	18 mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data monitoring iklan kebagian Account executive
		Membuat surat penawaran Iklan Cong Ad Hut harjo 8
		Follow up Penawaran Iklan Cong AD HUT Harjo 8
55	19 mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data monitoring iklan kebagian Account executive
		Membuat surat penawaran Iklan Cong Ad Hut harjo 8
		Follow up Penawaran Iklan Cong AD HUT Harjo 8
56	20 mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data monitoring iklan kebagian Account executive
		Mengikuti Acara Syukuran HUT Harian Jogja yang ke 8
57	21 mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data monitoring iklan kebagian Account executive
		Membagikan Undangan untuk mengikuti lomba mewarni ke Tk -Tk seluruh Kota Yogyakarta bersama Mas Rudi
		Menempelkan Poster – Poster lomba mewarnai di acara HUT Harian Jogja yang ke 8
58	22 Mei 2016	Berjualan kaos Acara Funbike 2016 Di Sunday morning UGM

		Membagikan Pamflet Acara fun bike 2016 dan lomba mewarnai
59	23 mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput iklan Data monitoring iklan ke dalam Data Base
		Membagikan Undangan untuk mengikuti lomba mewarnai ke Tk -Tk seluruh Kota Yogyakarta bersama Mas Rudi
		Menempelkan Poster – Poster lomba mewarnai di acara HUT Harian Jogja yang ke 8
60	24 Mei 2016	Membungkus Snack untuk Acara Hut Harian Jogja ke 8
61	25 Mei 2016	Membungkus Snack untuk Acara Hut Harian Jogja ke 8
62	26 Mei 2016	Membungkus Snack untuk Acara Hut Harian Jogja ke 8
		Mendirikan Stand mobil Jualan balai Pamungkas kridosono
63	27 Mei 2016	Membungkus Snack untuk Acara Hut Harian Jogja ke 8
		Mendirikan Stand mobil Jualan balai Pamungkas kridosono
64	28 mei 2016	Panitia Perlengkapan Acara Hut Harian Jogja K 8
		Mendirikan Tenda Untuk Sponsor
		Mengarahkan Tempat berdirinya tenda Sponsor
		Memeriksa semua tenda Telah siap untuk Acara Funbike 2016
		Mengecek Perlengkapan yang dibutuhkan Untuk Sponsor
		Memasang Barikade untuk tenda pengumpulan kupon serta pembagian Snack
65	29 Mei 2016	Memasang Backdrope lomba mewarnai dan Lomba Memasak 2016
		Membongkar tenda setelah Acara selesai
67	31 Mei 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Account Executive
68	1 Juni 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Account Executive
69	2 Juni 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Account Executive
70	3 Juni 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitorng Iklan Ke bagian Account

		Executive
71	4 Juni 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
72	6 Juni 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
73	7 Juni 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
74	8 Juni 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
75	9 Juni 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
76	10 Juni 2016	Monitoring Iklan
		Menginput Data Iklan monitoring iklan ke dalam Data Base
		Mengirimkan Data Monitoring Iklan Ke bagian Account Executive
77	11 Juni 2016	Selesai kuliah kerja lapangan dan Perpisahan

Mengetahui, Yogyakarta 11 juni 2016

Pembina Kuliah Kerja Lapangan PT Aksara Dinamika
Yogyakarta


Lavena Ika Susanti

Lavena Ika Susanti



Gambar 1. Mendokumentasikan perlombaan pentas seni antar paguyuban pasar Giwangan barat



Gambar 2. Foto bersama klien Dinas Pengelolaan Pasar Pemerintahan Kota Yogyakarta



Gambar 3. Pertunjukan Seni Paguyuban Pasar Beringharjo Tengah.



Gambar 4. Tarian pembuka lomba seni pertunjukan paguyuban pedagang pasar



Gambar 5. Pertunjukan seni malam final lomba antar paguyuban Pasar giwangan



Gambar 6. Pertunjukan seni malam final lomba antar paguyuban Pasar Pathuk .



Gambar 7. Pertunjukan seni paguyuban pedagang Pasar Pujokusuman



Gambar 8. Mendirikan Stand Ticket box di bundaran Kridosono.



Gambar 9. Suasana kemeriahan Acara Ulang tahun Harian Jogja yang ke delapan



Gambar 10. Kunjungan arisan pedagang pengasong bersama Pak lahyanto Nadie



Gambar 11. Pertemuan antara pengusaha mebel dengan Pak Lahyanto Nadie

LAMPIRAN

1. Tabel Monitoring Iklan

No	Nama Perusahaan	Judul Iklan	Alamat Perusahaan	Ukuran	Jenis	koran
1	UKDW Yogyakarta	Iklan Penerimaan Mahasiswa Baru Program Studi Sarjana Teknik Informatika, Sistem informasi ,Desain Produk Teologi dll	JIDr Wahidin Sudirohusodo No 5-25 Yogyakarta 55224 Indonesia	3 Kol x 150 mm	BW	KR
2	PT Daikin Airconditioning Indonesia	Iklan AC Kelas Dunia Daikin hemat listrik 50%	Jl Magelang No 76 karangwaru - Tegalrejo Yogyakarta 55241 Ph 0274 - 551321	2 Kol x 100 mm	FC	KR
3	Dian Kencana	Iklan Telephone Cv Dian kencana Distributor Jateng dan DIY	JL Lawu No 2 (Kota Baru Yogyakarta) Telp 0274 - 566636,562841	2 Kol x 100 mm	FC	KR
4	21 Cineplex	Iklan Jadwal Film Bioskop	-	7 kol x 100mm	Bw	TRIBUN, KR
5	CGV BLITZ CINEMA	Iklan Display jadwal film bioskop dan promo Beli 1 tiket gratis 1 tiket dengan kartu bank mandiri,BCA,CIMB,BNI, BTN, BRI.	Jl Babarsari No 2 Catur Tunggal Sleman Yogyakarta	5 Kol x 100mm	Bw	KR
6	Hypermart	Iklan Liburan lebaran Seru Segera belanja dan dapatkan ribuan tiket wisata gratis	-	1 Kol x 50 mm	FC	Tribun
7	An-nahl	Iklan Promo Umroh Ramadhan USD 1.995 Awal Ramadhan, Full Ramadhan USD	JL Magelang Km 2 (Daerah Borobudur Plaza) telp 0274 - 553322	2 Kol x 100 mm	Bw	Tribun
8	AKRB Broadcasting Academy	Iklan ikuti Lomba Presenter Tv dan Penyiar Radio tanggal 21 mei 2016 Tingkat SLTA Trophy Gubernur	Jl Raya Janti No 3/47 (sayap Barat Fly Over Janti)	2 Kol x 100 mm	Bw	Tribun
9	Clandy's Grosir	Iklan Opening Soon	Jl Magelang No 133	8 kol x	Bw	Tribun

		Clany's Suryotomo Jl Mayor Suryotomo No 30 Ngupasan	Yogyakarta Telp 0274 - 624617	100 mm		
10	Hypermart	Iklan Liburan Lebaran Seru menggunakan Hi Card	-	3 Kol x 200 mm	Bw	Tribun
11	Huawei	Iklan Bagi-bagi Hadiah Huawei Global Smartphone	-	3 Kol x 80 mm	FC	Tribun
12	Pt Suzuki indomobil Sales	Iklan Gebyar Geber Satria Periode mei - juni 2016	Wisma Mobil Jl Mt Haryono Kav 8 Jakarta 13330 Indonesia	3 Kol x 80 mm	FC	Tribun
13	Yayasan Pelayan kematian Budi Kasih	Iklan Dukacita Sosial Hasan Hardhosoesanto (Ie Swie Hien)		2 Kol x 100 mm	Bw	Tribun
14	AGAPE	Iklan Dukacita Sosial Mariana Rahardjo (Kho Pien Nio)	Jl Gajah Mada 114-118 Semarang 50138 Telp 024 - 3541401 Fax 024 - 3519224	2 Kol x 100 mm	Bw	Tribun
15	UTYFmedari 90,7 Fm	Iklan Hits Tanpa Henti 90,7 Fm	Pom -pom Bs (0274 - 486898) Kids Corner (0274 - 56193)	2 Kol x 100 mm	FC	Tribun
16	Aizza Computer	Iklan Spesial Promo Hari Pendidikan Notebook Cashback 100 - 500 Rb	Jl monjali No 78 A 0274 - 624640,624631	2 Kol x 100 mm	FC	Tribun
17	Javabed Canopy	Iklan Inovasi Kelambu Modern Dapat Menahan laju Jatuh anak dari ranjang	Pom -pom Bs (0274 - 486898) Kids Corner (0274 - 56193)	2 Kol x 100 mm	FC	Tribun
18	Raksosa	Iklan Female Radio Jogja 105,3 Fm	Jl Kaliurang Km 6 Pandega Sakti no 8 Yogyakarta Telp 0274 - 888801	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
19	Hotel Santika	Iklan pasta Promotion Monday until Thursday	Jl Jendral Soedirman No 19 Yogyakarta 55233	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
20	Grage Hotel	Iklan Grage Jogja Hotel	Jl Sosrowijayan 242 Malioboro Yogyakarta Telp 0274 - 560125	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
21	Kedai abang Dedek	Iklan Cubit Disini bikin Lidahmu bergoyang	Jl babarsari Raya (Barat SPBU Babarsari) Pojok Citrouli	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun

22	Chez Moi	Iklan lezatnya kue chez moi Muffin	Jl Sagan Kidul No 12 Yogyakarta Telp 0274 - 589251	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
23	Baleroso	Iklan Gurame Enaknya Dibakar	Jl Prambanan - piyunag Km 4,8 Madurejo 085101562828	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
24	Mirota Bakery & Resto	Iklan indonesia Home Cooking Mirota Bakery & Resto	Jl Fm Noto 7 Kota Baru Yogyakarta Telp 0274 - 518884	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
25	RM Lestari	Iklan Cabang Karang Anyar Kebumen Masakan Khas Jawa	Jl Ampta No 88 Yogyakarta Telp 0274 - 7028488 - 087839039288	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
26	Royal amburukmo	Iklan may Promotion Kambing oven	-	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
27	midtown Express	Iklan Package 350 K nett night 56 % Discount	Jl Cendrawasih No 19 Demangan Yogyakarta	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
28	Grage Hotel Yogyakarta	Iklan Stay on Sunday Rp 385. 000/nett	Jl Sosrowijayan 242 Malioboro Yogyakarta Telp 0274 - 560125	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
29	Gudeg Yu Djum	Iklan Wijilan 167 Paket oleh-oleh besek	Jl wijilan No 167 (selatan plengkung wijilan) Telp 0274 - 450989	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
30	Gudeg Mbarek Bu haji Ahmad	Iklan terkenal karena Rasanya Sejak 1960	Jl kaliurang Km 4,5 (utara Gd Pusat UGM) Yogyakarta	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
31	Maapinah	Iklan Maapinah lesehan Raja ikan bakae	Jalan Imogiri Barat Km 6,5 ngoto Bantul	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
32	Bakso Bethesda	Iklan Foodcourt foodiest	Jl Cendrawasi Demangan Baru Yogyakarta	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
33	Bal'Bebakaran	Iklan Grand Opening Diskon diskon 50 % periode 23 - 25 mei 2016	Jl Dr Sutomo No 19 Bausasran Yogyakarta (500 mm Selatan flyoever lempuyangan)	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
34	Bale Ayu Resto	Iklan Paket Box Gurame Citra Rasa	Jl imogiri Timur Km 6 Yogyakarta Telp 0274 - 4396653	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
35	Banyu Mili	Iklan Resto banyu Mili	Jl Godean Km 4,5 Perum Griya Mahkota	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun

			Yk 087739011462			
36	Roemah Boemboe	Iklan bebek Gratis Ayam	Jl Wonosari Km 14 Piyungan 0274 - 2840329 (200 m Barat Pasar Piyungan)	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
37	Sate Afrika	Iklan jagonya Masakan Domba Sate Afrika	Jalan Raya Tajem maguwoharjo Sleman Yogyakarta	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
38	Bale Timoho Resto	Iklan Gurama Jogja Bale Timoho	Jl Ipda Tut Harsono no 58 Timoho yogyakarta	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
39	Ndoro Ajoe Restoe	Iklan Discount All Gurame 40 % Ndoro Ajoe Resto	Jl Kledokan Raya No 3 Seturan Depok Sleman	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
40	Ayam Taliwang Mandalika	Iklan Spesial Ayam Taliwang Mandalika	Jl Sumbirejo No 11 D Condong Catur Sleman YK (Utara Rs Condong Catur)	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
41	Pring Sewu Jogja	Iklan Restoran Taman Pringsewu	Jl Raya Magelang Km 9 mulangan Sleman Yogyakarta Telp 0274 - 867978	1 Kol x 80 mm	FC	Tribun
42	Batik Air	Iklan jadwal penerbangan Yogyakarta - Jakarta	-	1 Kol x 60mm	FC	Radar
43	Lion Air	Iklan jadwal penerbangan yogyakarta - surabaya - jakarta -bandung - batam - banjarmasin - Balikpapan - depansar - lombok - makasar	-	1 Kol x 60mm	FC	Radar
44	PT BPR Mertoyudan Makmur	Iklan Laporan Neraca Publikasi PT BPR Mertoyudan	Jl mayjend Bambang Soegeng No 56 Telp 0293 326 953 Magelang	3 Kol x 270 mm	FC	Radar
45	PANDAWA TEXTILE	Iklan Textile dan Gordyn	Jl. Magelang Km 4 telp 0274. 561814	1 Kol x 38mm	Bw	BERNAS
46	BALE KARNA	Iklan Pengrajin Aneka Kontruksi besi yang melayani Tralis,aneka kursi,aneka mainan DLL	Jl. Nyi Condrolukito 16A Yogyakarta, 08274624738	1 Kol x 38mm	Bw	BERNAS
47	ROYAL UNAGI	Iklan Japanese Resto	Jl Magelang Km 4 Yogyakarta Telp 0274 564191	1 Kol x 38mm	Bw	BERNAS
48	GRANT	Iklan promosi Restaurant	Jl. Magelang KM 7,2	1 Kol x	Bw	BERNAS

	PACIFIC	dan Convention Hall	Yogyakarta Telp 0274 867788	38mm		
49	PT Diamond Baru	Iklan Bata Ringan CLC Litecon	Jl Magelang Km 5,8 No 18 Sinduadi Yogyakarta, Telp 0274 5304291	1 Kol x 38mm	Bw	BERNAS
50	MAY STAR RESTAURANT	Iklan Promosi restoran Dim Sum	-	1 Kol x 38mm	Bw	BERNAS

2. Tabel Laporan Penjualan Telemarketing

Tanggal	Nama Klien	Tujuan	Hasil	Rupiah
17 maret 2016	Erwin	Tanah Dijual	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Wahyudi	TANAH DIJUAL	Belum ada rencana untuk memperpanjang iklan	Rp 100.000
	Michael	TANAH DIJUAL	mempertimbangkan untuk mengiklankan di harjo	Rp 100.000
	Erwin	TANAH DIJUAL	mempertimbangkan untuk mengiklankan di harjo	Rp 100.000
	Kopir	TANAH DIJUAL	mempertimbangkan untuk mengiklankan di harjo	Rp 100.000
	Utari	TANAH DIJUAL	mempertimbangkan untuk mengiklankan di harjo	Rp 100.000
	Hasan	TANAH DIJUAL	akan menghubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Alan	TANAH DIJUAL	akan menghubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Nugroho	TANAH DIJUAL	mempertimbangkan untuk mengiklankan di harjo	Rp 100.000
	Retno	TANAH DIJUAL	akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Adi	TANAH DIJUAL	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Basil	TANAH DIJUAL	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Riyono	TANAH	Akan dihubungi	Rp 100.000

		DIJUAL	kembali melalui sms	
	Wija	TANAH DIJUAL	Memasang iklan iklan dimulai tanggal 18 - 15 april 2016	Rp 100.000
	Edi	TANAH DIJUAL	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Supriyadi	TANAH DIJUAL	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000
	Rama	TANAH DIJUAL	Akan dihubungi kembali melalui sms	Rp 100.000

3. Tabel *Rundown Schedule* Acara malam Final Gebyar Pasar Pemerintahan Kota Yogyakarta

	TIME	DURATION	ACTIVITY
*	13.00 - 14.30		Persiapan Undangan untuk finalis Pasar Giwangan, Pasar Pujokusuman, Pasar Pathuk
**	14.30 - 15.00		Persiapan
1	15.00 - 17.00	120 menit	Pengisi Acara
2	18.00 - 18.30	30 menit	Musik Pembuka
3	18.30 - 18.45	15 menit	Pra Acara : Tarian Guyub Rukun
4	18.45 - 18.50	5 menit	Pembukaan MC serta Doa Bersama demi kelancaran Acara Sambutan Ketua Panitia
5	18.50 - 18.55	5 menit	Sambutan Kepala Dinlopas Penyerahan Piala Bergilir dari Pasar Pasty ke pihak panitia
8	18.55 - 19.00	5 menit	Pengumuman Tata Tertib Dibacakan Oleh Pak Margono
9	19.00 - 19.30	30 menit	Finalis 1 Pathuk
10	19.30 - 19.35	5 menit	Tarian Tradisonal anak-anak
11	19.35 - 20.05	30 menit	Finalis 2 Pujokusuman
12	20.05 - 20.10	5 menit	Satu Lagu dibawakan Oleh Mba Juanti
13	20.10 - 20.40	30 menit	Finalis 3 Giwangan
14	20.40 - 21.40	60 menit	Petunra oleh Konco Makaryo "Pasarku Tak Berhenti Lama Pengumuman Juara Favorit oleh Kepala Dinas Kebudayaan
15	21.40 - 21.55	15 menit	Pengumuman Pemenang dan Pembagian Hadiah Juara I,II dan III Piala Bergilir Diserahkan Panitia Penutup dan Doa