BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 RINCIAN KEGIATAN

Selama melakukan kegiatan PKL ada kegiatan yang bersifat rutin dan ada pula yang bersifat insidentil . Kegiatan rutin adalah kegiatan yang dilakukan sehari-hari serta kegiatan yang sering dilakukan selama PKL berdasarkan penjabaran kerja yang dijelaskan pembimbing pada awal PKL, misalnya yaitu menempati posisi front office, membantu pembimbing menjadi *assistant shooting*. Kegiatan insidentil yaitu kegiatan yang tidak dilakukan setiap hari dan dilakukan apabila ada *event*, kegiatan insidentil hanya dilakukan pada saat diperlukan, bersifat situasional, menerima pendaftaran calon peserta program yang sedang diadakan. Selama melakukan kegiatan PKL, penulis dibimbing oleh seorang pembimbing yang menduduki divisi *Content Program, PR and Promotion Manager* . Maka jadwal tersebut antara lain :

Table 1.2

Jadwal Kegiatan Selama PKL

No	Hari & Tanggal	Aktivitas	Keterangan	
			Rutin	Insidental
1.	Senin, 02-08-2010	• Penentuan posisi kerja penulis oleh Humas PJTV		✓
		• Pengarahan mengenai jam kerja dan peraturan selama PKL		✓
2.	Selasa, 02-08-2010	• Perkenalan dengan seluruh karyawan dari setiap divisi di PJTV		✓
		• Menempati *Front Office*	✓	
		• Membantu proses *shooting* program “Mendadak Da’i”	✓	
3.	Rabu, 03-08-2010	• Menempati *Front office*, menerima telepon masuk dan menjamu tamu	✓	
		• Menemani pembimbing menemui klien di Ampera Jl. Dewi Sartika untuk tanda tangan kontrak kerja	✓	
		• Membantu proses shooting	✓	

		program “Referensi Aisyah”		
4.	Kamis, 05-08-2010	• Menempati *Front Office*	✓	
		• Melayani pendaftaran calon peserta program “Mendadak Da’I”		✓
		• Membantu *shooting* program “Mendadak Da’i”	✓	
5.	Jumat, 06-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Menemani pembimbing ke kantor Galamedia, Pikiran Rakyat FM, dan Masjid Agung Bandung untuk melaksanakan proses *lobby* dan negosiasi dengan klien	✓	
		• Membantu proses shooting program “Referensi Aisyah”	✓	
6.	Senin, 09-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Menerima pendaftaran calon peserta program “Mendadak Da’I”		✓
7.	Selasa, 10-08-2010	• Menempati *Front office*		

		• Menemani pembimbing ke Galazema Magazine untuk melaksanakan *lobby* dan negosiasi kerja dengan klien	✓	
		• Membantu *shooting* program "Mendadak Da'i"	✓	
8.	Rabu, 11-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Melayani pengambilan hadiah untuk pemenang kuis interaktif		✓
		• Membantu staff keuangan untuk mendata ulang *Purchasing Order* ke PJTV		✓
		• Membantu proses shooting program "Referensi Aisyah"	✓	
9.	Kamis, 12-082010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Menemani pembimbing ke Galazema Agency untuk melaksanakan *lobby* dan negosiasi kerja dengan klien	✓	
		• Membantu *shooting* program "Mendadak Da'i"	✓	

10.	Jumat, 13-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Membuat kata-kata mutiara untuk ulang tahun kota Bandung sesuai instruksi pembimbing		✓
		• Membantu proses shooting program "Referensi Aisyah"	✓	
11.	Senin, 16-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Menemani pembimbing ke kantor Galamedia, Pikiran Rakyat FM, dan Masjid Agung Bandung untuk tanda tangan surat kontrak kerjasama dengan klien	✓	
12.	Selasa, 17-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Menempati *Front office*	✓	
		• Membantu *shooting* program "Mendadak Da'i"	✓	
13.	Rabu, 18-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Menemani pembimbing ke Galazema Magazine untuk	✓	

		tanda tangan surat kontrak kerjasama dengan klien		
		• Membantu proses *shooting* program "Referensi Aisyah"	✓	
14.	Kamis, 19-08-2010	• Menempati *Front office*		
		• Membantu *shooting* program "Mendadak Da'i"	✓	
15.	Jumat, 20-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Menemani pembimbing ke Galazema Agency untuk tanda tangan suat kontrak kerjasama dengan klien	✓	
		• Membantu proses shooting program "Referensi Aisyah"	✓	
16.	Senin, 23-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Membantu staff keuangan untuk mendata ulang *Purchasing Order* ke PJTV		✓
17.	Selasa, 24-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Membantu *shooting* program "Mendadak Da'i"	✓	

18.	Rabu, 25-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Membantu proses shooting program "Referensi Aisyah"	✓	
19.	Kamis, 26-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Membantu staff keuangan untuk mendata ulang *Purchasing Order* ke PJTV		✓
20.	Jumat, 27-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Membantu proses shooting program "Referensi Aisyah"	✓	
21.	Senin, 30-08-2010	• Menempati *Front office*	✓	
		• Membantu staff keuangan untuk mendata ulang *Purchasing Order* ke PJTV		✓
		• Perpisahan penulis dengan seluruh karyawan PJTV		✓

Sumber : Daftar hadir praktek kerja lapangan 2020

2.2 URAIAN KEGIATAN PKL

2.2.1 Deskripsi dan Contoh Aktivitas rutin Selama PKL

Kegiatan yang dilakukan selama penulis melakukan praktik kerja di bagian PR Parijz Van Java TV adalah sebagai berikut :

Kegiatan rutin yang dilakuakn sehari-hari meliputi :

a. *Telephoning* (menerima telepon)

   Pada kegiatan ini prosedur kerja yang dilakukan adalah sebagai berikut:

   Mengangkat telepon-menyaa dengan kalimat sebagai berikut " Parijz Van Java Televisi, slamat siang.." – menanyakan berasal dari mana dan akan berbicara dengan siapa lalu menyampaikan kepada yang bersangkutan. Jika pihak yang yang menelepon melakukan konfirmasi mengenai PKL atau penelitian, maka penulis diharuskan dapat menanganinya dengan informasi yang dimiliki penulis mengenai perihal tersebut, baik itu jadwal kosong untuk PKL atau prosedur akan melakukan PKL di PJTV. Begitu pula jika ada penelepon yang menanyakan seputar jadwal kegiatan shooting PJTV, penulis harus menguasai mengenai setiap program yang sedang berlangsung di PJTV. Setiap melakukan kegiatan telephoning ini, penulis harus selalu siap dengan buku catatan dan alat tulis untuk mencatat pesan yang akan disampaikan kepada yang di tuju.

b. Front Office

   Penulis mendapatkan posisi di *front office* yaitu menerima telepon serta melayani tamu yang datang. Apabila ada tamu yang datang penulis melayani dan menyakan perihal keperluan tamu tersebut dan memberikan informasi yang diperlukan. Apabila tamu memiliki keperluan dengan karyawan PJTV maka penulis mempersilahkan duduk di ruang tunggu lalu menyambungkan dengan orang yang dimaksud. Penulis juga harus memiliki keramahan dan kerapihan karena pada posisi ini penulis berhadapan dengan banyak orang. Dalam posisi ini penulis banyak ditanyakan mengenai hal-hal yang terjadi

selama satu hari dan penulis harus tahu apa yang terjadi. Pada Posisi ini penulis juga sering membuatkan surat tanda terima dimana form nya telah disediakan, penulis hanya tinggal menulis seputar keperluan tamu, misalnnya peminjaman barang dan penerimaan dokumen, penulis tidak boleh lupa mencatat dari instansi mana dokumen tersebut, apa materi yang terdapat didalamnya serta siapa pengirim dokumen tersebut lalu penulis melegalkan dengan tanda tangan penulis.

c. *Asistant* pembimbing pada *shooting*

Pada kegiatan ini penulis turut serta dalam kegiatan yang dilakukan oleh pembimbing, dalam hal ini pembimbing mengajak penulis untuk belajar dan melihat bagaimana proses *shooting* dilakukan, Penulis bertugas sebagai *asistant* pembimbing dimana penulis membantu memberikan apa yang diperlukan. Penulis mengikuti *shooting* "mendadak dai" dimana program teresbut adalah program yang bersifat keagamaan karena praktek kerja dilakukan berteapatan dengan bulan ramadhan. Pada *shooting* mendadak dai penulis mengantarkan kontestan dai masuk ke ruang shooting dan membantu meletakkan *michropon* pada kontestan.

d. *Asistant* pembimbing pada perjanjian kerja sama dengan *client*

Pada kegiatan ini penulis diajak pergi menemui *client* untuk melakukan perjanjian kerjasama guna mengajarkan kepada penulis bagaimana proses kerjasama dilakukan dan memberikan pengalaman kepada penulis. Contoh dari perjanjian kerjasama tersebut yaitu penulis dan pembimbing serta anggota divisi *Content Program, PR and Promotion Manager* lain mengajukan sebuah kerjasama pada "Rumah Makan Ampera" yaitu untuk melakukan *barter promo* dimana antara dua pihak saling meberikan keuntungan bagi masing-maisng pihak. Salah satu divisi *Content Program, PR and Promotion Manager*

mengeluarkan kertas *Purchasing Order* lalu menuliskan perjanjian kerjasama seperti apa yang akan dilakukan, serta keuntungan seperti apa yang didapatkan, apabila kedua belah pihak setuju maka kerjasa mulai dilakukan. Selain itu penulis diajak ke salah satu rumah kegiatan keagamaan yaitu"Amani" dimana disana juga dilakukan pengajuan yang diajukan oleh PJTV yang nantinya akan disepakati oleh pihak "Amani"

Kegiatan-kegiatan yang penulis jabarkan di atas merupakan bagian dari fungsi dan tugas *Public Relation* dalam sebuah perusahaan. Hal ini berkaitan pula dengan beberapa ilmu yang dipelajari penulis selama penulis melakukan studi perkuliahan.

e. Melayani pengambilan hadiah

Selama praktek kerja berlangsungdbertepatan dengan bulan ramadhan sehingga PJTV mengadakan program acara sesuai dengan suasan bulan ramadhan yaitu mengadakan program kuis interaktif yang memerlukan partisipasi penonton. Para pemenang yang berhasil menjawab pertanyaan maka dapat datang langsung ke kantor PJTV untuk mengambil hadiah. Penulis ditugaskan untuk melayani peserta pemenang kuis yang datang untuk mengambil hadiah dengan meminta foto kopi identitas pemenang serta mencatat nama dan nomor telepon lalu mengambilkan serta memberikan hadiah kepada pemenang.

2.2.2 Deskripsi kegiatan insidentil

Kegiatan insidentil, yaitu kegiatan yang dilakukan sewaktu-waktu, seperti:

a. Memasukkan PO (*Purchasing Order*)

Penulis memasukan laporan mengenai kontrak kerjasama yang dilakukan oleh pihak PJTV dengan pihak *client*. Penulis memindahkan dan menulis ulang pada form yang telah disediakan dengan menyusun berdsarkan urutan tanggal.

b. Membantu pembimbing membuat kata mutiara

   Dalam rangka ulang tahun Kota Bandgung yang ke-200 penulis diminta untuk membatu pembimbing membuat kata mutiara tentang Koata Bandung berdasarkan instruksi pembimbing dengan mengembangkan kreatifitas penulis.

c. Melayani pengambilan hadiah

   Selama praktek kerja berlangsungdbertepatan dengan bulan ramadhan sehingga PJTV mengadakan program acara sesuai dengan suasan bulan ramadhan yaitu mengadakan program kuis interaktif yang memerlukan partisipasi penonton. Para pemenang yang berhasil menjawab pertanyaan maka dapat datang langsung ke kantor PJTV untuk mengambil hadiah. Penulis ditugaskan untuk melayani peserta pemenang kuis yang datang untuk mengambil hadiah dengan meminta foto kopi identitas pemenang serta mencatat nama dan nomor telepon lalu mengambilkan serta memberikan hadiah kepada pemenang.

2.2.3 Deskripsi PR/Humas

Pada hakekatnya *Public Relations* ini merupakan metode komunikasi yang meliputi berbagai teknik komunikasi. Dimana didalam kegiatannya terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan / perusahaan dengan publiknya. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa *Public Relations* merupakan suatu fungsi management. Disini diciptakan suatu aktifitas untuk membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi suatu lembaga/ perusahaan disuatu pihak dengan *public* dipihak lain.

Berikut beberapa pengertian dari *Public Relation* :

Menurut *Public Relation News* (Bettrand R Canfield, 1964, hal 4)
"*Public Relations is the management function which evaluates public attitudes, identifies the polieses and procedures of public interest and executes a program of action to earn public understanding and acceptance*" (Public Relations adalah fungsi manajemen dimana manajemen mengevaluasi perilaku masyarakat, mengidentifikasi dan mencari tahu minat masyarakat kemudian menyusun program dan melaksanakannya untuk menciptakan pengertian di masyarakat).

Lembaga *Public Relations* di Amerika Serikat mendefinisikan : Public Relations adalah "Usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja guna membangun dan pengertian timbal – balik antara organisasi dan masyarakatnya".

Sedangkan menurut *The British Institute Of Public Relations* (Teguh Meinanda, 1989 : 36) :

Public Relations adalah "Keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya".

2.2.4 Tujuan dan Fungsi *Public Relation*

Tujuan utama dari public relation adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan (Davis, 2003).

Menurut Rosady Ruslan (2001, p.246) tujuan public relation adalah sebagai berikut:

a. Menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen.

b. Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.

c. Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan public relation.

d. Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek.

e. Mendukung bauran pemasaran.

Jefkins (2003, p.54) mendefinisikan dari sekian banyak hal yang bisa dijadikan tujuan public relation sebuah perusahaan, beberapa diantaranya yang pokok adalah sebagai berikut:

a. Untuk mengubah citra umum di mata masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.

b. Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai.

c. Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.

d. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pangsa pasar baru.

e. Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan masyarakat bursa saham atas rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atau saham tambahan.

f. Untuk memperbaiki hubungan antar perusahaan itu dengan masyarakatnya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham di kalangan masyarakat terhadap niat baik perusahaan.

g. Untuk mendidik konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.

h. Untuk meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.

i. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi resiko pengambilalihan oleh pihak lain.

j. Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru.

k. Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari.

l. Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara.

m. Untuk memastikan bahwa para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.

n. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan, agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Secara keseluruhan tujuan dari public relation adalah untuk menciptakan citra baik perusahaan sehingga dapat menghasilkan kesetiaan publik terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan

(Mulyana, 2007). Selain itu public relation bertujuan untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik (Maria, 2002).

Fungsi Public Relation

Menurut Maria (2002, p.31), "public relation merupakan satu bagian dari satu nafas yang sama dalam organisasi tersebut, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut". Hal ini sekedar memberikan gambaran tentang fungsi public relation yaitu:

1. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.

2. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.

3. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.

4. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Dapat disimpulkan bahwa public relation lebih berorientasi kepada pihak perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan, dan hasil yang lebih baik dari sebelumnya karena mendapatkan opini dan kritik dari konsumen. Tetapi jika fungsi public relation yang dilaksanakan dengan baik benar-benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi, atau perusahaan, dan suasana kerja yang kondusif, serta peka terhadap karyawan, maka diperlukan pendekatan khusus dan motivasi

dalam meningkatkan kinerjanya. Dengan singkat dapat dikatakan bahwa fungsi public relation adalah memelihara, mengembangtumbuhkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, mengatasi masalah yang muncul, atau meminimalkan munculnya masalah.

2.2.5 Peran dan tahapan komunikasi dalam *public relation*

Peran seorang *Public Relations* sangat dibutuhkan dalam sebuah organisasi / perusahaan. *Public Relations* adalah sebagai Jembatan antara perusahaan dengan publik atau antara manajemen dengan karyawannya agar tercapai *Mutual Understanding* (saling pengertian) antara kedua belah pihak. *Public Relations* bertindak sebagai komunikator ketika manajemen berhubungan dengan para karyawan.

Adapun peran *Public Relation* menurut Dozier & Broom (20 : 2000) antara lain :

- Penasehat Ahli *(Expert Prescriber)* Seorang praktisi *Public Relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*Communicator Fasilitator*).
- Fasilitator Komunikasi *(Communication Fasilitator)* Dalam hal ini, praktisi *Public Relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya
- Fasilitator Proses Pemecahan Masalah *(Problem Solving Process Fasilitator)* Peranan praktisi *Public Relations* dalam pemecahan masalah persoalan *Public Relations* ini

merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil rindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional.

- Teknisi Komunikasi *(Communication Technician)*Peranan *communications technician* ini menjadikan praktisi *Public Relations* sebagai *journalist in recident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi.

2.2.6 Tahapan komunikasi dalam *Public Relation*

Dalam *public relation*s terdapat hubungan komunikasi dengan pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Dalam komunikasi tersebut terdapat beberapa tahapan, Cultip dan Center membagi tahapan komunikasi ini menjadi empat, adapun tahapa-tahapan tersebut adalah :

1. *Fact – Finding*

   Tahapan ini merupakan tahapan dalam pencarian fakta mengenai situasi dan pendapat public terhadap kegiatan suatu perusahaan / lembaga.

2. *Planning and programming*

   Apabila telah diperoleh fakta pada tahapan fact – finding, maka pada tahapan selanjutnya dibuat perencanaan mengenai langkah–langkah, perumusan tujuan dan perincian waktu secara teratur.

3. *Communication*

   Tahapan ini adalah tahapan penyampaian. Damana pada tahapan ini sangat menentukan satu *planning* dan *programming*. Sebab jika penyampaiannya dilakukan secara berlainan, maka dapat menimbulkan efek yang berlainan.

4. *Evaluation*

   Pada tahapan yang terakhir ini dilakukan perbaikan – perbaikan untuk menciptakan hubungan yang harmonis diantara *public* suatu badan / lembaga / perusahaan

2.2.7 Analisa tentang Aktifitas yang dilakuakn oleh divisi *Content Program, PR and Promotion Manager* selama PKL

Dalam upaya mencapai target dan sasaran dari visi dan misi yang diterapkan, diperlukan adanya kegiatan-kegiatan yng terstruktur dan terprogram, sehingga dengan upaya-upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan efektifitas-efesiensi sumber daya secara optimal. Kegiatan yang dimaksud adalah rangkaian aktifitas program pelayanan dan perkembangan masyarakat yang tersusun dalam perencanaan program kegiatan selama satu tahun.

Adapun kegiatan tersebut di bagi menjadi dua yaitu kegiatan internal dan eksternal. Kegiatan internal yaitu mengadakan kegiatan rapat di luar kota untuk menyusun program selanjutnya yang diikuti oleh seluruh pegawai PJTV yang juga sekaligus menjadi acara pendekatan antara seluruh pegawai baik sesama karywan maupun pegawai dengan atasannya.

2.2.8 Analisa Pelayanan *Content Program, PR and Promotion Manager* Parijz Van Java TV kepada mahasiswa PKL.

Ketika penulis memilih untuk melakukan PKL di Parijz Van Java TV penulis diterima dengan baik oleh pihak *Public Relation*. Setelah penulis diterima PKL di stasiun televisi Parijz Van Java TV bagian *Public Relation* penulis diberi tugas tentunya dimbimbig dahulu agar tugas yang dikerjakan bisa dilaksanakan dengan baik.

Ada banyak kegiatan internal dan eksternal yang dilakukan oleh *Public Relation* PJTV yang melibatkan atau mengikut sertakan penulis sebagai mahasiswa PKL disana. Kegiatan yang dilakukan selama penulis melakukan PKL diantaranya diikutsertakan dalam kegiatan shootong program bulan ramadhan. Kegiatan lain yang penulis lakukan yaitu mengikuti proses perjanjian kerjasama denga perusahaan lain.

Selama PKL penulis dangat diterima dengan baik oleh seluruh para pegawai tidak hanya pegawai *Content Program, PR and Promotion Manager,* tetapi oleh seluruh pegawai PJTV, sehingga selama PKL penulis merasa nyaman dalam melakukan aktifitas pekerjaan sehari-hari dalam perusahaan.