BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Sejarah Singkat AsiaPR

"*The world's future will be in Asia.*" AsiaPR berpengang teguh pada kalimat tersebut. Sebagai bagian dari Asia, masyarakat Indonesia juga akan menjadi masyarakat yang kuat secara ekonomi, dan sosial.Dengan menggunakan landasan tersebut, AsiaPR mencoba untuk merubah atau mentransformasikan semangat Asia dalam industri komunikasi dan *public relations* di Indonesia. AsiaPR merupakan kependekan dari Asia *Public Relations Firm,* salah satu divisi dari PT. Quantum Asia Corpora, sebuah perusahaan integrasi konsultan dalam jasa menejemen dan hukum. AsiaPR berdedikasi untuk memperkuat citra positif klien melalui penerapan strategi efektif dalam program komunikasi dan *public relations.* Didirikan oleh praktisi Marketing, *Public Relations,* dan *Finance* yang telah memiliki pengalaman lebih dari 15 tahun di bidangnya, maka AsiaPR berdiri sebagai firma *Public Relations* yang menggunakan *brand approach* sebagai menu utama. AsiaPR tidak lagi melihat kredibilitas sebagai citra hanya sebatas baik dan buruk, tapi sudah lebih *detail* dengan menggunakan pendekatan citra yang ada pada *brand.* Lebih jauh lagi, AsiaPR juga memanfaatkan *public relations* untuk mendorong terjadinya penjualan. AsiaPR memilih citra perusahaan dalam 5 tahapan penting sebagai berikut :

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

1. *Brand Awareness* ➔ Membangun *brand awareness* mengenai keuntungan perusahaan yang sesuai dengan nilai-nilai yang ada dalam target audiens.
2. *Brand Equity* ➔ Untuk menguatkan *brand differentiation* perusahaan anda, sehingga target audiens bisa melihat keunggulan-keunggulan yang berbeda dibandingkan dengan perusahaan lain atau kompetitor. Selain itu, target audiens juga menjadi paham betul pada titik mana nilai-nilai perusahaan anda bisa mendukung tata nilai yang mereka miliki.
3. *Brand Loyalty* ➔ Kesetiaan publik terhadap perusahaan kita bisa diartikan dalam banyak hal. Mereka begitu senang, bahkan bangga untuk bisa memiliki hubungan dengan perusahaan kita, sehingga menjadikan perusahaan kita sebagai topik pembicaraan yang positif dalam keseharian mereka. Tidak kalah pentingnya, karyawan perusahaan sebagai internal publik, pada setiap kesempatan terus membicarakan keunggulan perusahaan kita dengan sukarela, dan pembicaraan itu diluar *job desciption* mereka.
4. *Brand Endorser* ➔ Tanpa meminta biaya apapun, alangkah indahnya apabila orang-orang lain mendorong orang lain untuk ikut bangga seperti dirinya sendiri. Mereka mendorong untuk melakukan hubungan dengan kita, dan juga membeli produk-produk perusahaan. Inilah tahapan dimana kami menciptakan *Third Party Endorser,* orang-orang yang dengan sukarela menjadi *endorser,* karena mereka merasa

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

memiliki kesamaan nilai dan harapan yang akan diraih dengan perusahaan kita. Publik merasa memiliki satu visi dengan perusahaan kita.

5. *Brand Evangelist* ➔ Tahapan pencitraan dimana target audiens sudah menjadikan perusahaan kita sebagai bagian dari hidupnya. Mereka adalah para pembela hidup, yang akan pasang badan ketika ada pengganggu, bersiap membantu ketika perusahaan tertimpa krisis, bahkan merelakan badannya untuk ditato nama perusahaan kita.

Dengan skala pencitraan tersebut diatas, AsiaPR akan membantu perusahaan anda untuk menjangkau reputasi yang lebih kuat; tidak hanya sekedar reputasi baik dan buruk. Oleh sebab itu, kami tidak sekedar membantu anda berhubungan dengan media massa. AsiaPR dikenal sebagai firma *Public Relations* yang memiliki strategi handal dalam bidang *Buzz Public Relations, Cyber Public Relations, Brand Community, Internal Loyalty, Integrated CSR,* dan *Market Education.*

Maka tidaklah mengherankan begitu berdiri di tahun 2004, AsiaPR langsung dipercaya untuk memegang beberapa perusahaan global dan nasional, seperti misalnya : Coca-Cola, Unilever, Toyota, Daihatsu, XL, Telkomsel, United Nations for HIV/AIDS (Unaids), International Labour Organization (ILO).

1.1.1 Visi Misi AsiaPR

1.1.1.1 Visi

Visi AsiaPR adalah menjadi barometer industri PR di Indonesia.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

1.1.1.2 Misi

Misi AsiaPR adalah solusi komunikasi dengan berbasis :

- *Research*
- *Framework*
- *Innovatif*
- Kreatif

1.1.2 Mengapa AsiaPR

Dengan permulaan yang kuat, AsiaPR berdedikasi untuk melayani klien dengan lebih baik. Dengan pengalaman dalam bidang *public relations* dan komunikasi, kami melayani jasa program kampanye, marketing, mengatasi krisis, sosialisasi pemikiran, dan isu-isu sensitif melalui *training* dan pengembangan sistem yang menghasilkan *output* yang lebih baik dalam bidang komunikasi dan *public relations.* AsiaPR dapat menangani banyak isu, mulai dari isu politik, ekonomi, hingga sosial.

Tim dari AsiaPR sangat berkemampuan dalam mengorganisasi *public relations* dan program komunikasi di banyak kota di Indonesia yang melibatkan media, LSM, MNC's, pemerintah dan non pemerintah, parlemen, komunitas bisnis, karyawan, dan lain-lain. Dengan pengalaman lebih dari 15 tahun di bidang *public relations,* konsultan ini siap untuk menyediakan tidak hanya program tetapi juga nilai yang penting dalam pengembangan organisasi.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

1.1.3 Jasa

Jasa yang ditawarkan AsiaPR berkonsentrasi pada *one stop communications and public relations services,* diantaranya adalah :

a. *Corporate Communications*

   Dengan berpijak pada kebutuhan klien, jasa yang ditawatkan meliputi strategi komunikasi dan *public relations,* evaluasi yang efektif, *training,* sistem *public relations,* dan lain-lain.

b. *Crisis Management*

   Mencangkup strategi mengatasi krisis dalam *public relations,* mulai dari upaya pencegahan dan penanggulan.

c. *Event Management*

   Meliputi konsep dan desain kreatif, penasehat, implementasi dan evaluasi. *Event* yang dimaksud di sini meliputi *press gathering (press conference, press tour,* dan lain-lain.

d. *Marketing and Brand Public Relations*

   AsiaPR juga melayani jasa konsultasi dalam *marketing communications* dan *brand public relations.* Dilengkapi dengan saran, strategi, penelitian persepsi, *brand image,* edukasi pasar, *brand identity management,* dan *launching product.*

e. *Production and Placement*

   Mencangkup jasa konsultasi konsep dan desain kreatif, *copy writing,technical production,* dan *media placement* di media cetak dan elektronik.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

f. *Public Issues Management*

Public issues management meliputi *community relations, corporate social responsibility, public policy socialization,* dan kampanye politik.

Salah satu hal yang membedakan AsiaPR dengan konsultan lain adalah AsiaPR tidak hanya menggunakan media *relations, press conference,* dan *media gathering* sebagai satu-satunya alat dalam membangun citra. AsiaPR mengembangkan media lain yang dapat mencapai target dari audiens, antara lain :

a. *Cyber Media*

Dengan adanya jaringan dan komunikasi media ini, AsiaPR mampu mencapai dunia virtual yaitu dengan mempunyai media untuk ruang *cyber* yang dijalankan oleh tim *cyber* selama 24 jam, menyebarkan strategi isu, hingga mengembangkan karakter dalam *cyber media* sebagai *brand ambassador.*

b. *Buzz Anatomy*

Ketika media konvensional tidak lagi mampu mencapai kelompok tertentu, AsiaPR mengembangkan strategi "*Buzz Anatomy"*, sebagai bagian dari penyampaian informasi *image* kepada target audiens.

c. *Third Party Endorser*

Kadang kala, hubungan dengan media tidak cukup tanpa kehadiran orang ketiga dengan kompetensi yang cukup. Didukung oleh jaringan dan orang-orang yang signifikan, selebritis, *public figure*, AsiaPR

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

seringkali menciptakan orang ketiga sebagai endorser yang signifikan untuk memperkenalkan *brand*.

d. *Internal Employee*

Orang-orang jarang menyadari jika karyawan merupakan *brand ambassador* yang paling efektif untuk mengembangkan citra perusahaan. Oleh karena itu, AsiaPR mempunyai model komunikasi untuk meningkatkan keterampilan karyawan menjadi *brand ambassador* dari sebuah *brand.*

e. *Brand Community*

Komunitas merupakan kelompok kuat untuk membangun atau membunuh citra bagi masyarakat. Hubungan yang kuat antara *brand* dengan komunitas ini kemudian seringkali dimanfaatkan AsiaPR sebagai model komunikasi yang efektif.

Selain berkompeten di bidang komunikasi, AsiaPR juga ahli dalam bidang *branding* dan psikologi komunikasi. Oleh karenanya, AsiaPR mengembangkan bentuk yang berbeda dalam upaya memenuhi keinginan klien. Dimulai dari :

1. *Uniqueness Business Character Audit, Brand Vision, and Information Strength*

AsiaPR akan mengaudit karakteristik perusahaan kemudian menganalisis visi bisnis dan *brand,* membangun informasi yang kuat tidak hanya yang akan diterima oleh publik tetapi juga menciptakan persepsi publik dengan cara yang sama dengan visi perusahaan.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

2. *Customized Communication Tools*

Berdasar pada hasil audit, AsiaPR mengambangkan strategi dengan alat komunikasi khusus untuk mencapai tujuan perusahaan. Dalam hal ini, AsiaPR tidak hanya melayani *press conference* maupun *media relations* saja.

3. *Communication Measurement Models*

AsiaPR menyadari bahwa hasil dari berita media tidak selalu mempunyai pengaruh yang kuat bagi target audiens. Sehingga, AsiaPR mengembangkan media komunikasi yang lebih *capable* untuk melihat banyaknya pengaruh program *PR,* dari area distribusinya, efek dari aksinya dan peningkatan penjualan.

4. *Brand Synergy*

Didukung oleh konsultan yang berpengalaman lebih dari 15 tahun, dengan jaringan yang luas, AsiaPR menawarkan program kerjasama dengan *brand* lain. Tidak hanya akan mengurangi biaya, tetapi juga menciptakan efek yang lebih kuat.

5. *Off-Air Media Campaign*

Kedekatan hubungan dengan media massa membuat program yang dibuat klien menjadi lebih efektif, hasilnya *brand* kita akan lebih mudah diterima oleh masyarakat.

AsiaPR juga memiliki layanan berkualitas yang mampu menunjang pencitraan perusahaan anda. Adapun beberapa layanan yang dikembangkan oleh AsiaPR adalah sebagai berikut :

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

a. *BrandPR Strategic*➔Merupakan strategi pencitraan secara menyeluruh yang dikembangkan untuk mencapai tujuan pencitraan sebuah merek. Adapun *BrandPR Strategic* meliputi :

   - ❖ Infrastucture Image
   - ❖ Main Program
   - ❖ Supporting Program
   - ❖ Key Performance Indicator
   - ❖ Synergizing Budget

b. *PR Audit*➔AsiaPR akan melakukan analisis mengenai kapasitas dan kemampuan kinerja merek berkaitan dengan pencitraan. Dalam audit ini juga akan dianalisis beberapa hal yang berkaitan dengan basis pencitraan dimana *PR* memiliki peran strategis dalam seluruh lini menejemen perusahaan.

c. *Media Management*➔AsiaPR akan mengembangkan merek untuk menciptakan sistem menejemen media massa yang memungkinkan terjadinya relasi jangka panjang dengan media massa, termasuk upaya untuk melakukan *media synergy, media engineering* ataupun *media database.* Secara khusus, layanan ini dilakukan oleh Asia Media Network, *sister company* AsiaPR.

d. *Anatomy Buzz*➔Membangun *word of mouth,* atau menjadikan merek sebagai *talk of the town* sebetulnya cukup dengan melihat anatomi *buzzing* dari sebuah komunitas, isu sentral apakah yang menarik dari sebuah komunitas, pada titik manakah terjadi persilangan informasi

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

(*medianhub*) antar komunitas, dan siapakah komunitas utama (*main hub)* yang mampu mempengaruhi terjadinya sebuah *talk of the town.* Untuk melihat peta perkembangan sebuah isu, termasuk efek domino yang ditimbulkan oleh sebuah komunitas, AsiaPR memiliki layanan *anatomy of Buzz* dimana kami akan membangun peta informasi sosial yang menunjukan pergerakan sebuah isu ataupun informasi sosial di masyarakat yang bermanfaat sebagai jalur perusahaan anda untuk menjadi bahan pembicaraan positif di kalangan target audiens.

e. *Under Ground CyberPR*➔Untuk target market tertentu, sosial media seperti facebook, friendster, twitter, foursquare, mailing list merupakan alat yang efektif. AsiaPR mampu mengembangkan isu secara kontinu dalam ranah sosial media dengan memanfaatkan *cyber character* yang dibangun untuk mengelola isu yang mendukung sebuah pencitraan merek.

f. *Brand Community*➔Mengembangkan sebuah komunitas yang loyal, apalagi menjadi *endorser* merek yang kuat, dibutuhkan kemampuan untuk memiliki hubungan simbiosis mutualisme dengan komunitas. Tidak terlalu memanjakan, tapi juga tidak melepas habis sebuah komunitas. AsiaPR memiliki pengalaman yang sistematis untuk mengembangkan sebuah komunitas hingga mampu mendukung pencitraan merek.

g. *Develop BrandPR In_House System*➔Ketergantungan terhadap konsultan, sebaiknya adalah ketergantungan sementara. Untuk itu lah,

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

AsiaPR akan membantu perusahaan anda untuk mengembangkan departemen *Public Relations* yang berbasis pencitraan merek sebagai bagian aktif menejemen perusahaan.

h. *Crisis/Issue Management*➔Tidak selamanya situasi tenang dan menguntungkan. Sesekali pasti muncul isu-isu negatif. Baik yang mengarah pada krisis ataupun tidak; yang harus ditangani segera. AsiaPR memiliki tim yang memiliki spesialisasi untuk penanganan isu-isu perusahaan, terutama isu-isu yang berkembang menjadi krisis.

i. *Trade Public Relations*➔Jaringan distribusi sebuah produk memiliki kekuatan besar yang sebetulnya tidak hanya menjual produk, tetapi juga mampu menciptakan pencitraan dilini panjang mereka. AsiaPR memiliki pengalaman yang mengoptimalkan jaringan distribusi untuk tujuan pencitraan merek, dan sekaligus mempercepat terjadinya pengambilan keputusan konsumen untuk membeli.

1.1.4 Klien dan *Partner*

1. Managing Partnership and Senior Consultant-Silih Agung Wasesa

   Merupakan lulusan Fakultas Psikologi Universitas Gajah Mada dengan pendidikan dan *training Public Relations* di dalam dan di luar negeri. Sebelum bergabung di AsiaPR, Silih mendedikasikan dirinya di beberapa perusahaan, antara lain Astra International, Bakrie Motor, dan InterMatrix Communications. Ia juga aktif menulis dalam kajian marketing, *brand* dan *public relations.* Kini, ia merupakan dosen senior di London School of Public Relations (LSPR) Jakarta, dan

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

menjadi dosen tamu di Universitas Atmajaya Jogjakarta, Universitas Sahid dan beberapa perusahaan. Buku yang pernah ia luncurkan berjudul "Public Relations of 36 Brands (2005), Strategi Public Relations (2010)" yang kesemua bukunya diterbitkan oleh Gramedia.

2. Operational Director and Senior Consultant-Kaezar Maulana

   Mempunyai pengalaman di bidang komunikasi dan *public relations,* ia mengawali karirnya sebagai seorang jurnalis dan editor dari sebuah majalah bisnis Indonesia. Kemudian memperluas pengalaman di bidang media, strategi *public relations*, *marketing communications, event management* dan produksi. Pengalaman pertamanya bergabung di *public relations* adalah di InterMatrix Communications dan Fortune Indonesia. Kaezar lulus dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Indonesia dengan *training* di bidang *public relations* dan komunikasi. Selain bekerja sebagai konsultan PR, ia juga menerima permintaan menjadi *trainer PR Communications* dan *Public Relations* dari beberapa perusahaan maupun lembaga.

3. Associate and Senior Consultant-Ruddy Gobel

   Selain bekerja sebagai konsultan di AsiaPR, ia adalah konsultan media untuk United Nations Joint Programme on HIV/AIDS (UNAIDS). Juga merupakan *managing director* dari InterMatrix Communications. Sering menjadi pembicara dan moderator seminar dan diskusi dalam *Public Relations* dan subjek komunikasi lainnya.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Dari tulisan yang ia buat, dia juga diminta oleh International NGO di Berlin untuk menulis tentang peran media Indonesia setelah reformasi. Merupakan lulusan S2 dari Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia yang juga menjadi dosen komunikasi di Trisakti dan London School of Public Relations (LSPR) Jakarta. Selain juga menjadi dosen tamu di Universitas Sahid dan Universitas Atmajaya Jogjakarta.

1.1.5 Lambang AsiaPR

Logo AsiaPR didominasi oleh warna kuning mempresentasikan warna dari Asia. Sementara warna merah pada Asia dan polkadot putih mempresentasikan warna Indonesia, yaitu merah putih. Polkadot yang diatur sedemikian rupa untuk melambangkan huruf A, yaitu Asia.

1.1.6 Klien AsiaPR

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional









KEMENTERIAN
PEMBERDAYAAN PEREMPUAN







PT VOKSEL ELECTRIC Tbk

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

1.1.7 Portofolio

Portfolio

Telekomunikasi Selular Indonesia
(Telkomsel)

"Santun Bangsaku, Satukan Indonesia"



Objective:

Sosialisai ekuitas merek Telkomsel kepada karyawan mengenai "Telkomsel Menyatukan Indonesia"



Strategic:

Mengembangkan program employee gathering yang memanfaatkan berbagai macam budaya di Indonesia dan bagaimana Telkomsel menjadi budaya-budaya tersebut sebagai kekuatan merek



Supporting:

Melakukan aktivasi kekuatan merek Telkomsel dengan menggunakan budaya daerah, artis-artis yang membumi dan event yang spektakuler

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Portfolio

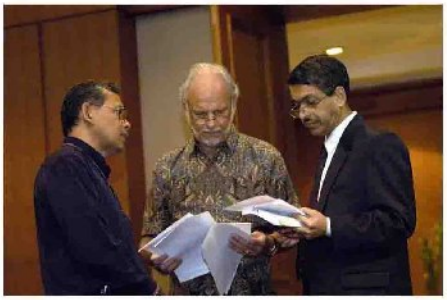
Plan International

"Write Me Down, Make Me Real"



Objective:

Memperkenalkan media massa pada partisipasi Plan International terhadap program akte kelahiran di Indonesia



Strategic:

Melakukan talk show mengenai akte kelahiran



Supporting:

Memberikan akses kepada media massa untuk mengetahui perkembangan pencatatan kelahiran di Indonesia

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Portfolio

Komisi Penanggulangan AIDS
&
The Global Fund

Seri Lokakarya
"Anti Stigmatisasi dan Diskriminasi"



Objective:

Melakukan penyadaran media massa tentang hak dan kondisi yang sebenarnya dari pengidap HIV/AIDS dan lingkungan yang mendukung



Strategic:

Melakukan road show seminar khusus untuk kalangan media massa di lima kota dengan prevalensi tertinggi HIV/AIDS



Supporting:

Memberikan akses kepada media untuk langsung melihat data dan fakta mengenai pengidap HIV/AIDS di lima kota besar

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Portfolio

Coca-Cola Bottling Indonesia
&
Garudafood

"Interuniversity Forum on Branding & PR"



Objective:

Membangun kedekatan Coca-Cola dan Garudafood terhadap mahasiswa di Jakarta



Strategic:

Diskusi interaktif, pendekatan ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengenal lebih jauh tentang strategi pemasaran dan public relations Coca-Cola dan Garudafood



Supporting:

Untuk membangun kedekatan jangka panjang hubungan mahasiswa dengan Coca-Cola dan Garudafood, diteruskan dalam bentuk interaksi melalui database peserta

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Portfolio

Coca-Cola Bottling Indonesia
&
International Labor Organization

Bincang-Bincang Seru

"Apa Sih Sebenarnya HIV/AIDS Itu"



Objective:

Sosialiasi interaktif HIV/ADIS (international program of Coca-Cola International)

Strategic:



Experiential learning, pendekatan ini memungkinkan menyampaikan informasi langsung dapat masuk dalam kognisi, afeksi dan konasi audience hanya dalam waktu tiga jam

Supporting:



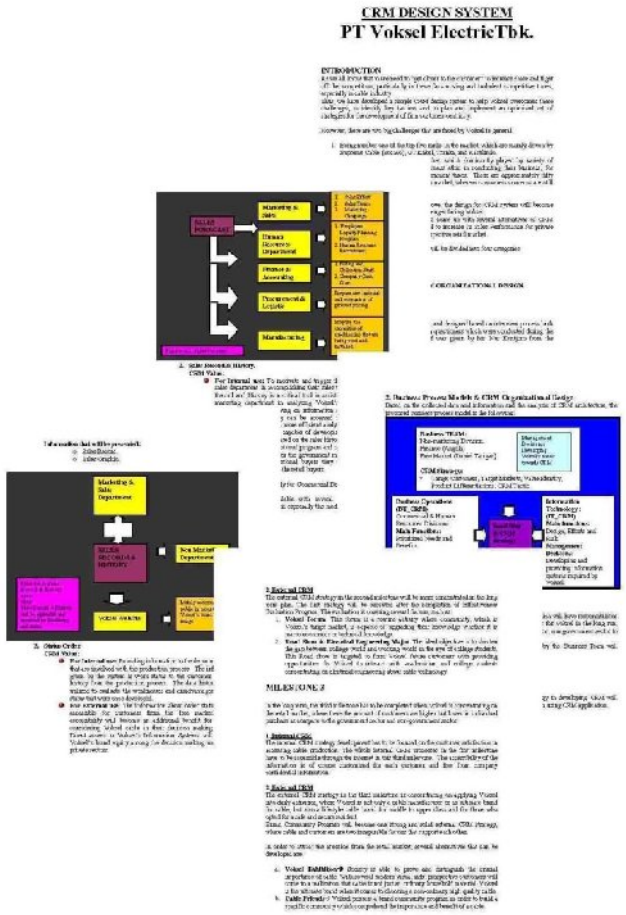
- **Interactive games dengan menggunakan dildo dan kondom**
- **Membaurkan pengidap HIV/AIDS sebagai bagian dari peserta, bukan sekedar narasumber**

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Portfolio

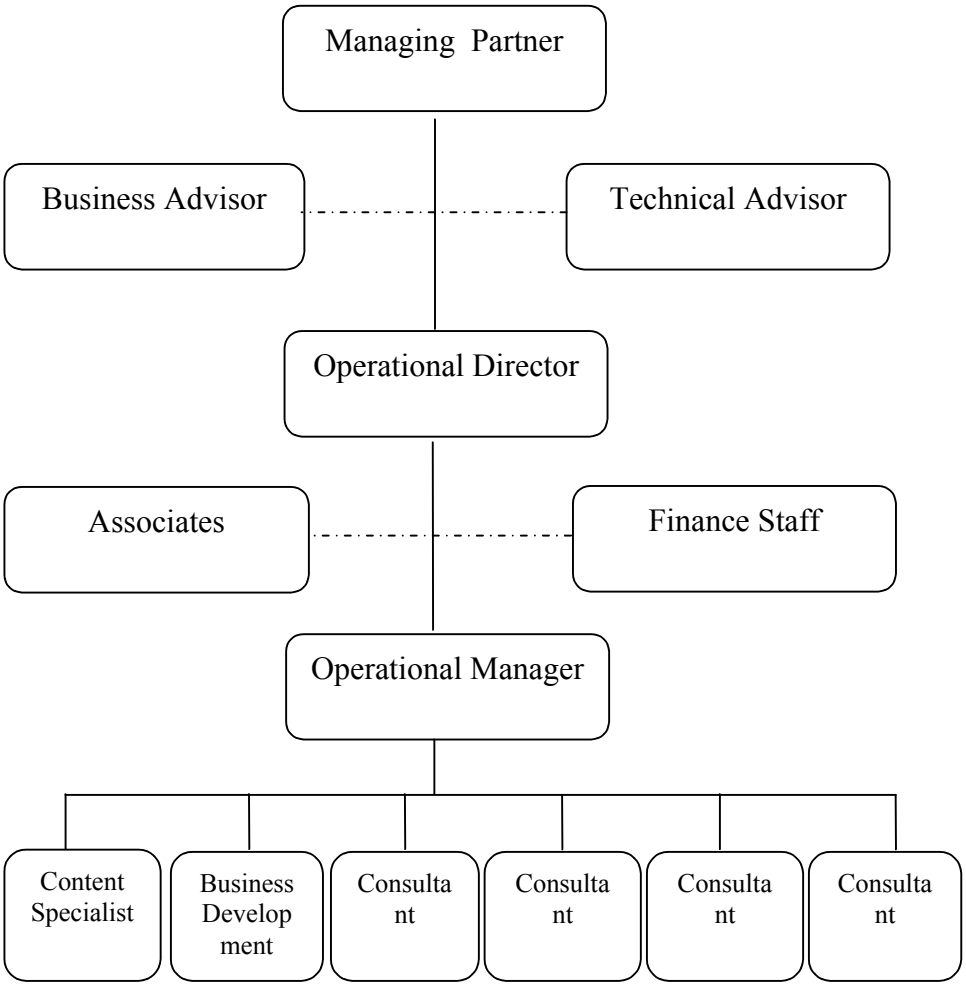
PT Voksel Electric, Tbk.

"Customer Relationship Management"



CRM DESIGN SYSTEM
PT Voksel ElectricTbk.

1.2.Struktur Organisasi Badan AsiaPR



Keterangan :

——————— Garis Komando

- - - - - - - - - - - - - - - Garis Koordinasi

1.3. *Job Description* AsiaPR

Managing Partner ➔ Bertanggung jawab terhadap perusahaan.

Business Adivor ➔ Tidak mempunyai pertanggung jawaban apapun terhadap perusahaan, hanya cukup mengetahui laporan saja. Karena

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

Business Advisor berada di garis koordinasi, bukan di garis komando maka kedudukan ini hanya memberi nasihat dan masukan-masukan yang sekiranya berguna bagi perusahaan.

Technical Advisor ➔ Tidak mempunyai pertanggung jawaban apapun terhadap perusahaan, hanya cukup mengetahui laporan saja. Karena Technical Advisor berada di garis koordinasi, bukan di garis komando maka kedudukan ini hanya memberi nasihat dan masukan-masukan yang sekiranya berguna bagi perusahaan.

Operational Director ➔ Bertanggung jawab terhadap operasional perusahaan.

Associates ➔ Bertanggung jawab terhadap proyek-proyek tertentu yang terkait dengan perusahaan.

Finance Staff ➔ Bertanggung jawab terhadap urusan keuangan perusahaan.

Operational Manager ➔ Bertanggung jawab terhadap kinerja tim.

Content Specialist ➔ Bertanggung jawab terhadap semua pesan komunikasi yang terkait dengan program-program komunikasi perusahaan.

Business Development ➔ Bertanggung jawab terhadap penjualan jasa perusahaan.

Consultant ➔ Bertanggung jawab terhadap proyek-proyek perusahaan.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

1.4.Sarana dan Prasarana

Sarana dan Prasarana menjadi fasilitas kerja bagi para karyawan dalam menunjang aktifitasnya sehari-hari dalam melakukan pekerjaan. Adapun fasilitas yang dimiliki oleh AsiaPR antara lain :

Sarana dan Prasarana

NO	NAMA	JUMLAH	SATUAN
1	Komputer I	5	Unit
2	Printer HP Photo Smart C 4680	1	Unit
3	Printer HP 1400	1	Unit
4	Brankas	1	Buah
5	Telepon+Fax	1	Unit
6	Hardisck 1 Tera Seagate	1	Unit
7	Camera Canon Ixius 105	1	Unit
8	Handy Cam Samsung Cam F30	1	Unit
9	Hand Phone ZTE X176	1	Unit
10	Wireless D-Link N Routor DIR 615	1	unit
11	Modem Routor DSL 526B	1	Unit
12	Meja Komputer	3	Unit
13	Meja Komputer Knock Down	3	Unit
14	Meja Komputer Panjang	1	Unit
15	Laci Nakas	1	Unit
16	Bangku Roda	7	Unit

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional

17	Bangku Biasa	5	Unit
18	Lemari Biasa	2	Unit
19	Lemari Besar Biasa	2	Unit
20	Lemari Knock Down	1	Unit
21	Lemari Knock Down Besar	1	Unit
22	Vas Bunga	1	Buah
23	Tempat Sampah Besar	1	Buah
24	Rak Sepatu	1	Buah
25	Fishbowl	1	Buah

1.5. Lokasi dan waktu PKL

1.5.1 Lokasi PKL

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL), yang bertempatan di AsiaPR Jl. Danau Dibawah No. 40 Bendungan Hilir-Jakarta Pusat. Telp. (021) 5737110 Fax (021) 5737111.

1.5.2. Waktu PKL

Adapun Pelaksanaan PKL terhitung mulai tanggal 05 Juli 2010 sampai 05 Agustus 2010 di AsiaPR.

created with nitroPDF professional
download the free trial online at nitropdf.com/professional