BAB I

PENDAHULUAN

Komunikasi memainkan peranan penting dalam jaringan pertukaran. Pada jenjang dasar, komunikasi dapat memberitahu dan membuat konsumen potensial sadar akan tawaran perusahaan. Komunikasi berusaha untuk mempengaruhi konsumen saat ini dan konsumen potensial tentang keinginannya untuk masuk ke dalam hubungan pertukaran.

Pada level yang lebih tinggi, komunikasi tidak hanya mendukung transaksi, menginformasikan, mempersuasi, mengingatkan kembali atau bertindak sebagai pembeda tetapi juga menawarkan arti dari pertukaran itu sendiri.

Komunikasi massa diperuntukkan pada orang dalam jumlah banyak yang tersebar, namun tidak diatur seberapa banyaknya.Yang pasti adalah komunikasi massa bersifat umum dan bebas. Komunikasi massa harus selalu menggunakan peralatan modern untuk menyebarkan pesan, ini adalah salah satu ciri komunikasi massa yang tidak boleh ditinggalkan.. Dalam komunikasi massa, media massa adalah sarana vital dalam penyampaian dan sosialisasi komuniksasi massa. Salah satunya adalah media cetak, saya memilih salah satu harian umum sebagai objek praktek kerja lapangan. Media massa melibatkan komunikasi pemasaran yang merupakan proses manajemen melalui mana pengembangan perusahaan, penyajian dan evaluasi serangkaian pesan untuk diidentifikasi khalayak. Tujuan dari proses

tersebut adalah untuk memposisikan kembali *(repotition)* organisasi dan atau penawaran mereka, dalam benak khalayak.

Secara kolektif kegiatan tersebut merupakan bauran pemasaran *(marketing mix)*. Promosi, merupakan salah satu unsur dari bauran pemasaran dan ia bertanggung jawab untuk komunikasi pada penawaran pemasaran untuk pasar sasaran. Bauran promosi secara tradisional terdiri dari empat unsur yang diterima, yaitu : periklanan *(advertising)*, sales promosi *(sales promotion)*, hubungan masyarakat *(public relation)*, dan penjualan pribadi *(personal selling)*.

Penulis memilih Harian Umum PT. Galamedia Perkasa sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan. Hal ini dilakukan karena Harian Umum PT. Galamedia Perkasa merupakan salah satu perusahaan yang memiliki divisi Marketing Komunikasi yang dalam hal ini menangani kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan komunikasi pemasaran perusahaan.

Penempatan praktek kerja lapangan sebagai mata kuliah yang wajib diambil mahasiswa Strata 1 (S1) bertujuan untuk meningkatkan mutu dan kapasitas mahasiswa dalam rangka mencetak individu yang profesional dan siap kerja, karena dalam era globalisasi ini, hanya individu yang benar-benar memiliki keterampilan, keahlian dan pendidikan dengan kualitas baik yang mampu bersaing di dalam dunia kerja. Salah satu hal yang harus dipersiapkan dalam menghadapi perkembangan dunia yang semakin global adalah keahlian dan keterampilan. Terkadang teori yang 2diperoleh pada masa kuliah tidak selalu sama atau dapat digunakan untuk

memecahkan masalah yang ditemukan di dalam dunia kerja yang sebenarnya. Sekalipun demikian, antara teori dan praktek harus berjalan seimbang.

1.1 **Sejarah Harian Umum Galamedia**

PT. Galamedia Bandung Perkasa (Grup Pikiran Rakyat) didirikan di Bandung pada tahun 1968. Perusahaan mengkhususkan kegiatan yang bergerak dibidang penerbitan surat kabar. Nama surat kabar yang diterbitkannya adalah harian Gala. Harian Umum Gala semula muncul dari izin terbit majalah Sunda Tjampaka yang terbit oleh CV Tjampaka yang dipimpin oleh Sukandi Andrias Wasuma. Badan penerbit tersebut diserahkan sekitar bulan Agustus 1968 pada Sjamsujar Adnan, yang kemudian mengubah majalah tersebut menjadi surat kabar kabar dengan nama surat kabar mingguan Gala.

Direktur Pembinaan Pers, Departemen Penerangan Anwar Luthan (alm), mengeluarkan SIT dengan nomor 0128/SK direktur BP/SK/ tanggal 16 Oktober 1968 dengan persetujuan Menteri Penerangan H. Boediarjo. Surat Kabar mingguan Gala terbit dan diedarkan pertama kali pada hari jum'at, 20 Oktober 1968 dan secara resmi terbit pada hari minggu, 22 Oktober 1968.

Surat Kabar mingguan Gala pertama kali dicetak dipercetakkan Jakarta Pers, Jalan Gunung Sahari Ancol, Jakarta. Percetakkan ini dikelola oleh lima orang dengan tiga orang direktur yang ditempatkan di Bandung, termasuk pemimpin umum atau Redaksi. Di Jakarta Sofyan Lubis memegang jabatan sebagai Redaktur Pelaksana dan Chaeruddin sebagai korektor. Selama dicetak di Jakarta,

peredaran Gala melebihi 50% dari jumlah oplah cetak, yakni 20.000 eksemplar. Beberapa waktu kemudian, berpindah cetak ke Bandung, oplah Gala meningkat mendekati oplah tertinggi saat diterbitkan di Jakarta. Perkembangan ini menjadi dorongan pengelola Gala untuk meningkatkan periode terbit menjadi dua kali seminggu. Keputusan ini segera terlaksana setelah Gala memperoleh SIT baru.

Pada 27 Desember 1971, surat kabar mingguan Gala berubah menjadi surat kabar harian dengan SIT nomor 0113/Per-3/SK/Dirjen PG/71, 28 Desember 1971. Edisi pertama terbt tanggal 21 Desember 1971 sebagai nomor perkenalan. Sejak terbit pertama kali sebagai surat kabar mingguan . Gala di terbitkan oleh CV. Tjempaka sampai perusahaan ini menghentikan kegiatan produksinya pada tanggal 31 Desember 1971. Sebelumnya telah berdiri sebuah perusahaan penerbit, yakni PT Galamedia yang menerbitkan surat kabar mingguan Gala.

Seiring dengan aktivitas CV. Tjempaka, PT Galamedia mengajukan permohonan kepada Menteri Penerangan untuk memperoleh SIT penerbit Gala, disertai akta penghentian kegiatan CV. Tjempaka dan pengambilan SIT atas nama SIT CV tersebut. Setelah empat tahun terbit sebagai surat kabar harian, tepatnya mulai tanggal 26 Agustus 1975 Dirjen PPG/Deppen memberi izin kepada Gala untuk menambah jumlah halaman. Sejak terbit menjadi harian, akhir tahun 1971 sampai 1978, oplah Gala jauh dibawah ketika terbit dua kali seminggu, kecuali saat musim kampanye pemilu 1979, oplah Gala mencapai lebih dari 20.000 eksemplar yang kemudian turun kembali dibawah angka minimum.

Setelah akhir tahun 1981, penampilan redaksional dan perwajahan berita harian gala dibenahi total sehingga surat kabar ini menemukan jati dirinya yang khas. Berbeda dengan penampilan yang lain, harian ini tidak bersaing dengan harian yang lain, terutama dalam pemasaran. Setelah terbit lebih dari 13 tahun sebagai harian, oplah Gala mencapai 118.500 eksemplar ketika musim pembunuhan misterius pada tahun 1982-1983, oplah surat kabar harian diatas mencapai 100.000 eksemplar merupakan oplah terbesar penerbitan surat kabar harian daerah se-Indonesia saat itu. Sebenarnya, jumlah oplah masih bisa ditingkatkan sampai 150.000 eksemplar kalau saja mesin cetak mampu mencetak sebanyak itu.

Keberhasilan Gala mencapai oplah dan pemasaran yang sangat bagus ini bukan semata-mata adanya berita-berita kriminal melainkan hasil pembenahan penampilan redaksional dan perwajahan yang dilakukan setelah kembali menggunakan nama Gala. Berhasilnya Gala memiliki penampilan redaksional dan perwajahan yang khas ini mampu menyedot segmen pembaca tersendiri dan mendapat tanggapan positif dari berbagai pihak. Dengan kondisi ini, Gala dianggap mencapai sasaran misinya yaitu untuk kepentingan masyarakat dan juga tidak bersaing dengan surat kabar lainnya yang telah memiliki ciri dan atribut tersendiri.

Pada tahun 1985 berlaku peraturan menteri penerangan RI nomor 61/1984 tentang penghapusan SIT diganti menjadi SIUP mengacu kepada undang-undang pokok Pers nomor 21/1982. Dengan izin baru SIUP tersebut, jumlah halaman

Gala resmi menjadi 12 halaman dan terbit di Jawa Barat yang memperoleh SIUP dengan nomor 009/SK/Menpen/SIUPPA-7/85, 8 November 1985.

Penerbit Gala wajah baru mulai 10 November 1989, dua halaman penuh warna dan terbit 12 halaman 7 kali seminggu. Penampilan redaksional dan wajah baru ini berbeda dengan Gala Manajemen lama, perubahan secara total da drastis itu berkaitan Gala wajah baru kembali ke format lama dengan redaksional seperti sebelumnya. Pada tanggal 4 Oktober 1999, harian Gala beralih manajemen menjadi harian umum Galamedia dibawah naungan Grup Pikiran Rakyat Bandung. PT Galamedia Bandung Perkasa mempunyai satu unit usaha dalam bentuk penerbitan yaitu Harian Umum Galamedia saat masih menjadi Harian Gala, oplah yang dihasilkan sampai 3000 eksemplar. Setelah beralih menjadi harian umum Galamedia oplahnya menjadi 26.000 eksemplar.

1.1.1 Visi dan Misi PT. Galamedia Bandung Perkasa

Sebagai media masa Harian Umum Galamedia mengemban Visi dan Misi untuk menyampaiakan informasi, mendidik dan menghibur. Berikut adalah Visi dan Misi HU PT. Galamedia Bandung Perkasa

1.1.2 Visi

a. Dalam jangka panjang H.U Galamedia harus mampu menjadi salah satu surat kabar berpengaruh di wilayah pasar, terutama di kawasan Bandung Raya sebagai basis utama pengembangan pemasaran serta secara bertahap menguasai pasar di kawasan Jawa Barat.

b. Bersama H.U Pikiran Rakyat, H.U Galamedia harus mampu memimpin pasar yang dominan mengambil segmentasi berbeda, yaitu lebih fokus menbidik sasaran pasar di kelas menengah dan kelas bawah.

c. Harus di upayakan agar H.U Galamedia menjadi pilihan utama bagi masyarakat kelas menengah dan menengah bawah dalam memenuhi kebutuhan terhadap informasi.

d. Harus di upayakan agar H.U Galamedia menjadi media periklanan utama, baik untuk pelaku ekonomi ataupun masyarakat luas yang membidik sasaran pasar informasi pada tingkat masyarakat menengah dan menengah bawah.

e. Menjadikan H.U Galamedia sebagai suatu institusi bisnis yang menguntungkan di lingkungan Group Pikiran Rakyat, sehingga mampu bertahap memperbaiki kesejahteraan karyawannya serta memberikan keuntungan kepada pemilik saham.

1.1.3 Misi

a. Bersama H.U Pikiran Rakyat menguasai pasar surat kabar, baik di sektor sirkulasi maupun iklan dengan sasaran bukan saja untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya, melainkan juga agar semakin memperkecil ruang gerak perkembangan pasar pesaing.

b. Memberikan pelayanan informasi yang akurat bagi masyarakat pembaca dalam upaya turut memberikan andil dalam mencerdaskan

kehidupan bangsa. Karena itu agar penyebarannya semakin luas, penyajiannya harus dikemas secara menarik dan senantiasa mengacu kepada kebutuhan masyarakat pembaca sesuai dengan sigmentasi yang telah diterapkan

1.2 Sejarah Divisi Training Harian Umum Galamedia

Divisi training harian umum galamedia dibentuk pada tahun 2008 dengan tujuan untuk mengakomodir kegiatan-kegiatan berupa pendidikan-pendidikan, pelatihan-pelatihan, seminar-seminar, sosialisasi-sosialisasi, penyuluhan-penyuluhan dan diskusi-diskusi yang bersifat kepentingan publik dan pelayanan/pengabdian kepada masyarakat.

Divis training Bagian HU Galamedia percaya betul bahwa kegiatan-kegitan tersebut baik HU. Galamedia sebagai penyelenggara ataupun sebagai fasilitator dapat bermanfaat bagi peningkatan intelektual dan wawasan pribadi-pribadi dan bermanfaat bagi masyarakat yang lebih luas, serta pada akhirnya dapat mendukung terhadap program peningkatan sumber daya manusia (PSDM) khususnya warga Bandung-Jawa Barat sebagai kota Provinsi termaju.

1.2.1 Visi dan Misi Divisi Training Galamedia

1.2.2 Visi

Menciptakan Sumber daya manusia yang mandiri, berintelektual, dan berwawasan luas, beriman, dan bertakwa, dan bermanfaat bagi kehidupannya dan kehidupan orang banyak.

1.2.3 Misi

1. Menfasilitasi kepentingan-kepentingan publik dan pelayanan terhadap masyarakat berupa pelatihan, seminar, diskusi, penyuluhan dalam upaya meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dengan mempublikasikan, menginformasikan dan mensosialisasikannya untuk kepentingan masyarakat yang lebih luas.
2. Memediasi kepentingan-kepentingan publik dan pelayanan terhadap masyarakat berupa pelatihan, seminar, diskusi, penyuluhan dalam upaya meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dengan mengintegrasikan dukungan pemerintah, akademisi, ptaktisi maupun lembaga-lembaga pelayanan/pengabdian masyarakt lainnya.

Tabel 1.1

Pengelola Divisi Training HU Galamedia

No	Nama	Jabatan
1	Dicky Irvan Firmansyah	Ketua
2	Solihin Samad	Sie. Usaha
3	Budi Setiawan	Promosi dan Arsip
4	Ema Rachmawati	Kas Operasional dan ATK
5	Gunawan Muhammad	Protokoler dan Umum

Sumber : *Dokumentasi HU Galamedia 2010*

Staf Divisi Training:

Divisi Training HU. Galamedia merupakan bidang khusus dalam menyelenggarakan kegiatan-kegiatan (pelatihan, seminar, training, diskusi dll) yang berhubungan dengan publik dan pelayanan terhadap masyarakat, dan dalam kegiatannya dibawah tanggung jawab PT. Galamedia Bandung Perkasa.

1.2.4 Motto

Bagi setiap perusahaan, keberadaan motto merupakan bentuk keseriusan dalam dunia bisnis. Karena dengan adanya motto, dapat menggambarkan identitas perusahaan secara singkat. Demikian halnya dengan HU.Galamedia yang memiliki motto sebagai berikut:

“TAJAM – ETIS – AKURAT”

Motto HU.Galamedia seperti tertulis di atas memiliki pengertia tersendiri bagi HU.Galamedia yang mana di artikan sebagai berikut:

Tajam : Mengupas setiap realita yang terjadi tanpa pandang bulu.

Etis : Sesuai dengan kode etik, kaidah, dan norma yang berlaku.

Akurat : Memberitakan fakta dari sumber yang jelas serta dapat dipertanggungjawabkan

1.2.5 Logo

Selain motto, logo merupakan salah satu ornamen yang menguatkan identitas suatu perusahaan terlebih yang bergerak dibidang media, lebih tepatnya media massa cetak seperti logo HU.Galamedia di bawah ini.

Gambar 1.1

Logo HU.Galamedia



Sumber : Dokumentasi HU Galamedia

1.2.6 Data Tempat Penelitian

1 . Keterangan Umum

Nama Surat Kabar	: Harian Umum Galamedia
Badan Hukum	: Perseroan Terbatas
Motto	: Tajam, Etis dan Akurat
Alamat Redaksi	: Jalan Sekelimus Barat No.6 Bandung 40266. Telp (022) 7511286, Fax (022) 7505009.
Alamat Sirkulasi	: Jalan Belakang Factory No.2C Bandung 40111 Telp (022) 4210063-4205347
Percetakan	: PT. Granesia (Grup Pikiran Rakyat) Jalan Soekarno Hatta No. 147 Bandung

2. Keterangan Teknis

Penerbit	: Harian Umum (Terbit 7 kali seminggu)
Waktu Terbit	: Pagi Hari
Bahasa	: Indonesia dan Daerah
Halaman	: 12 Halaman (Rabu, 16 Halaman)
Jumlah Kolom	: 9 Kolom
Ukuran	: a. Halaman Kertas 42 X 58 cm a. Lebar Halaman Tercetak 40.5 Cm b. Tinggi Halaman Tercetak 55 cm

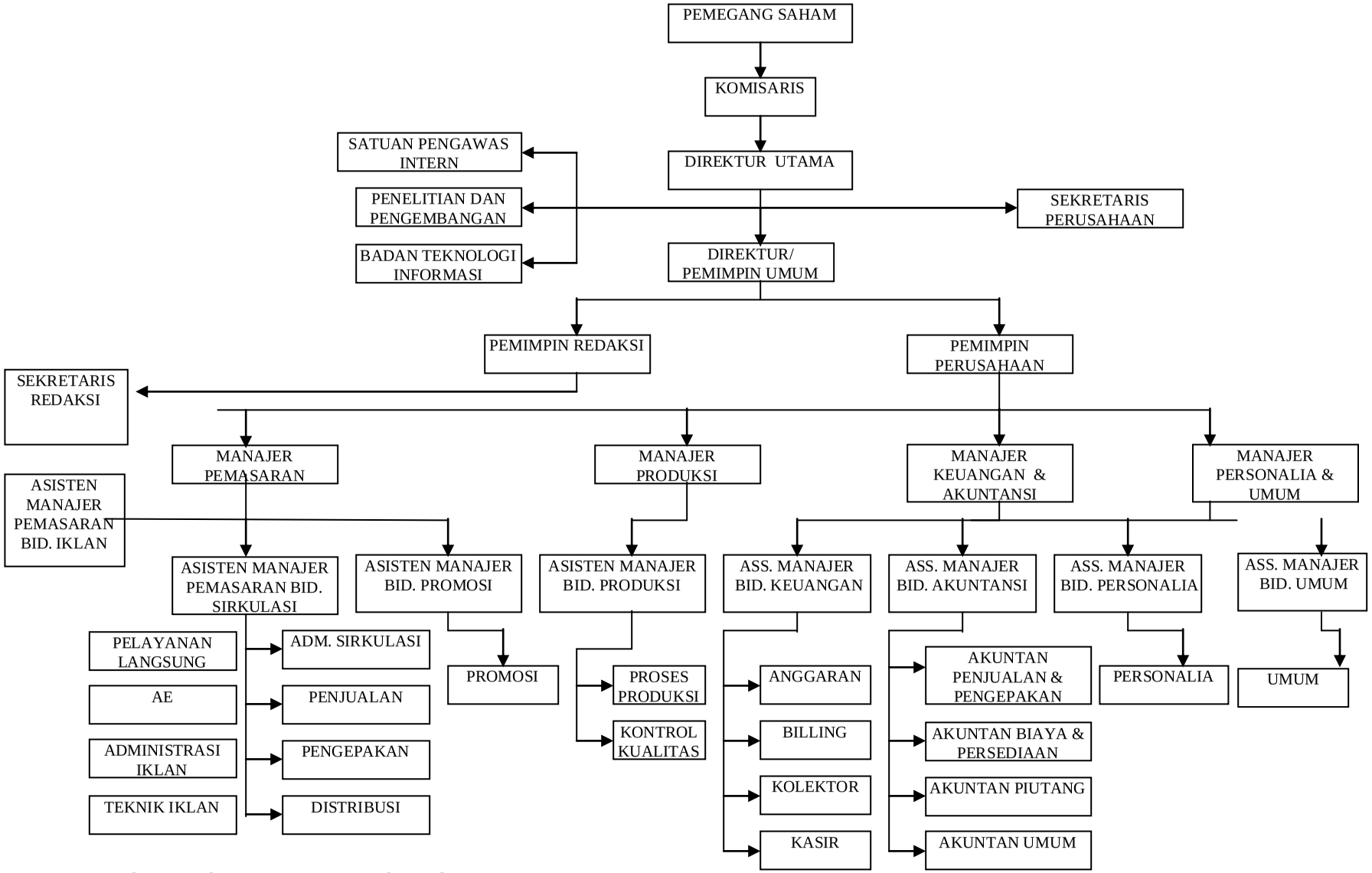
c. Lebar Kolom Perhalaman 9 X 4.2 cm

d. Lebar Kolom Iklan 4.2 cm

1.3 Struktur Organisasi Harian Umum Galamedia

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang percetakan media massa (koran) yang telah berdiri sejak lama, maka struktur organisasi Harian Umum Galamedia adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2
Struktur Organisasi Galamedia



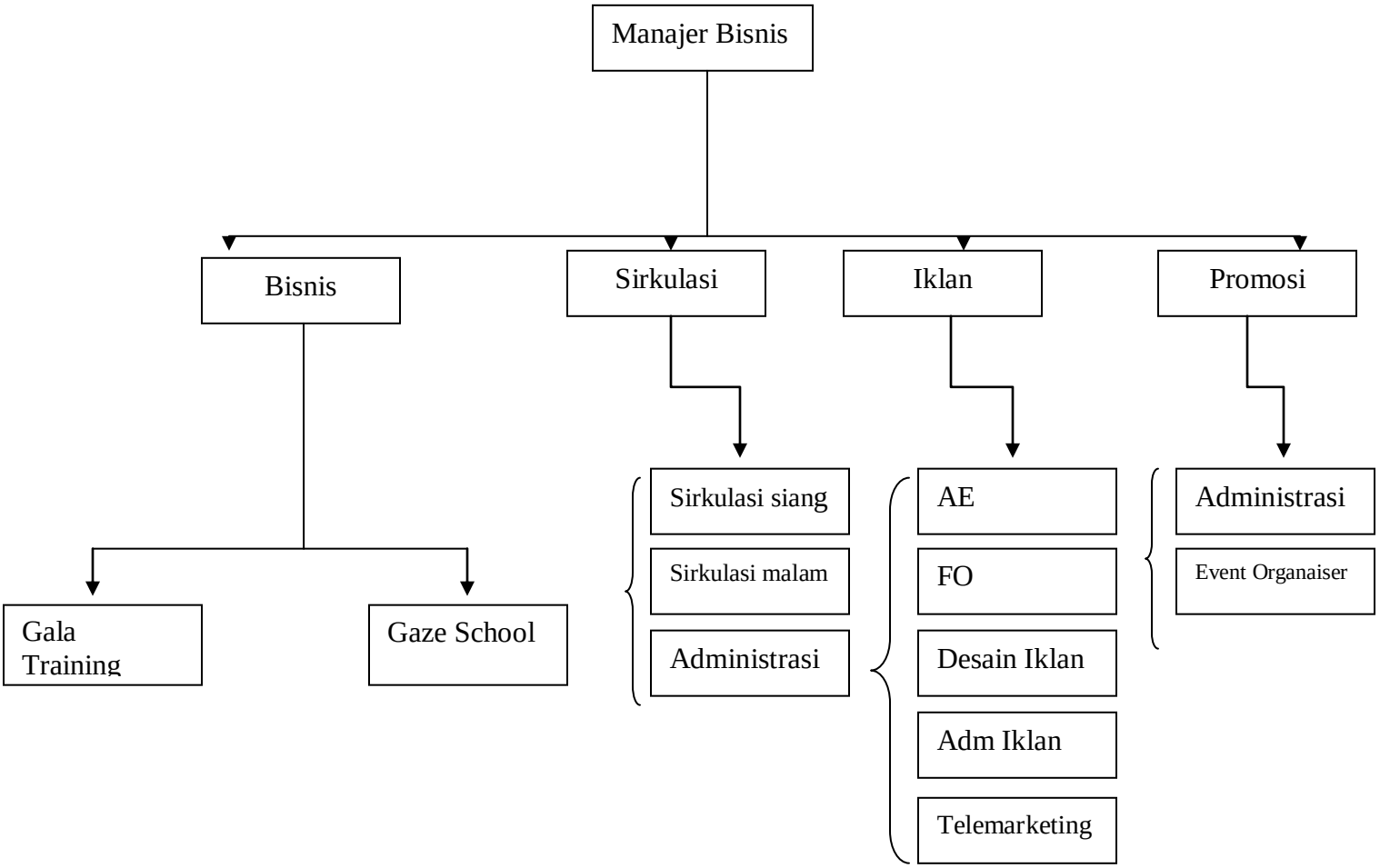
Sumber :Dokumentasi HU Galamedia

1.4. Struktur Divisi

Gambar 1.3

Struktur Organisasi Divisi Promosi

Struktur organisasi divis promosi H.U Galamedia adalah sebagai berikut:



Sumber *: Dokumentasi Harian Umum Galamedia*

Tabel 1.2

Desk Harian Umum Galamedia

No	Nama Desk
1	Halaman Utama
2	Bandung Raya
3	Ekonomi
4	Pendidikan & Agama
5	Hiburan & Pariwisata
6	Olah Raga
7	Kriminal
8	Jawa Barat

Sumber : *Dokumentasi HU Galamedia, Juni 2010*

1.5 *Job Description*

Setelah melihat daftar gambar di atas maka *job deskription* stuktur perusahaan hanya ditulis yang berhubungan dengan posisi penulis saat Praktek Kerja Lapangan saja. Berikut adalah job deskription nya:

1. Manajer Pemasaran

Merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan, mengendalikan serta mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab pada departemen pemasaran ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan. Mengelola departemen pemasaran secara professional sehingga dapat memberikan kontribusi pada tercapainya sasaran-sasaran perusahaan dengan mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan hasil produksi, sesuai dengan AD/ART perusahaan.

2. Manajer Produksi

Merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan, mengendalikan dan mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab pada departemen produksi ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan. Mengelola departemen produksi secara professional sehingga dapat mendukung tercapainya sasaran-sasaran perusahaan dengan meyajikan system informasi manajemen produksi dalam kualitas produk yang maksimal, untuk memenuhi kebutuhan manajemen sesuai dengan AD/ART perusahaan.

3. Manajer Keuangan dan Akuntansi

Merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan, mengendalikan dan mengambil keputusan dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab pada

departemen keuangan dan akuntansi, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan sesuai dengan AD/ART perusahaan.

4. Manajer Personalia dan Umum

Mengelola departemen personalia dan umum secara professional sehingga dapat memberikan dukungan dan fasilitas pada pertumbuhan dan keuntungan perusahaan dengan mengembangkan, memformulasikan dan menerapkan system kebijakan dan strategi sesiau dengan AD/ART perusahaan.

5. Asisten Manajer Bidang Iklan

Membantu manajer pemasaran merencanakan, menyusun, mengkoordinasi dan melaksanakan tugas dan tanggung jawab bidang iklan, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan. Memasarkan (menawarkan, menjual) iklan di halaman H.U Galamedia untuk meraih pendapatan dan menghasilkan laba sebanyak-banyaknya dengan memegang prinsip efektif dan efisien sesuai dengan AD/ART perusahaan.

6. Asisten Manajer Bidang Sirkulasi

Membantu manajer pemasaran merencanakan, menyusun, mengkoordinasi dan melaksanakan tugas serta tanggung jawab bidang sirkulasi, ke arah kinerja perusahaan. Memasarkan H.U Galamedia untuk meraih pendapatan dan menghasilkan laba sebanyak-banyaknya dengan

selalu memegang prinsip efektif dan efisien sesuai dengan AD/ART perusahaan.

7. Asisten Manajer Bidang Promosi

Membantu manajer pemasaran dalam merencanakan, menyusun, mengkoordinasi dan melaksanakan tugas dan tanggung jawab bidang promosi, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan. Untuk menyelenggarakan promosi yang efektif dan efisien untuk memperoleh segmen pembaca, target pasar dan positioning dalam rangka mengembangkan brand image sesuai dengan AD/ART perusahaan.

8. Asisten Manajer Bidang Produksi

Membantu manajer produksi dalam merencanakan, menyusun, mengkoordinasi dan melaksanakan tugas dan tanggung jawab bidang produksi, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan sesuai dengan AD/ART.

9. Asisten Manajer Bidang Keuangan

Membantu manajer keuangan dan akuntansi merencanakan, menyusun, mengkoordinasi, melaksanakan tugas dan tanggung jawab bidang keuangan, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang telah ditetapkan sesuai dengan AD/ART perusahaan.

10. Asisten Manajer Bidang Akuntansi

Membantu manajer keuangan dan akuntansi merencanakan, menyusun, mengkoordinasi dan melaksanakan tugas dan kewajiban dalam bidang akuntansi kearah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan, sesuai dengan AD/ART perusahaan.

11. Asisten Manajer Bidang Persoanalia

Membantu manajer personalia dan umum merencanakan, mengatur, mengkoordinasikan, melaksanakan tugas dan tanggung jawab dalam bidang personalia ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan sesuai dengan AD/ART perusahaan.

12. Asisten Manajer Bidang Umum

Membantu manajer personalia dan umum merencanakan, mengatur, mengkoodinasikan, melaksanakan tugas dan tanggung jawab dalam bidang umum ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan sesuai dengan AD/ART perusahaan.

13. Pelayanan Langsung (PL)

Memberikan pelayanan jasa pemasangan iklan, baik kepada pemasang iklan maupun biro iklan, baik kepada pemasang iklan maupun biro iklan sesuai kinerja terbaik untuk mencapai target perusahaan yang ditetapkan.

14. AE (*Account Executive*)

Membantu asisten manajer pemasaran bidang iklan menjual sebanyak-banyaknya jasa pemasangan iklan di H.U Galamedia kepada perusahaan, instansi pemerintah/swasta dan masyarakat luas sesuai kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

15. Administrasi Iklan

Melaksanakan proses administrasi bidang iklan kearah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

16. Teknik Iklan

Melaksanakan teknik pemasangan iklan sesuai dengan booking space sesuai kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

17. Administrasi Sirkulasi

Melaksanakan proses administrasi bidang sirkulasi ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

18. Penjualan

Membantu asisten manajer pemasaran bidang sirkulasi dalam menyelenggarakan kegiatan operasional penjualan H.U Galamedia Ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

19. Pengepakan

Melaksanakan pengepakan Koran sesuai daftar pendistribusian dan form permintaan/perubahan jatah Koran ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

20. Distribusi

Melakukan pengiriman Koran kepada agen/pelanggan, Koran bukti iklan dan para pimpinan grup Pikiran Rakyat, tepat waktu ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

21. Staf Promosi

Melaksanakan kegiatan promosi penjualan, publikasi, hubungan masyarakat dalam upaya meningkatkan citra produk perusahaan ke arah kinerja terbaik untuk menvapai target yang ditetapkan perusahaan.

22. Proses Produksi

Melaksanakan proses produksi mulai dari teks entri, scan foto, desain iklan/grafis, lay out halaman, proofing, print film/reproduksi, plat making serta digitalisasi produk lainnya ke arah kinerja untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

23. Kontrol Kualitas

Memeriksa kualitas bahan baku dan hasil produksi, baik sebelum, selama maupun sesudah proses produksi ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

24. Anggaran

Menyusun, mengolah data proyeksi dan realisasi anggaran dari setiap bidang ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

25. Billing

Menerbitkan faktur iklan, faktur Koran dan faktur pajak serta mengelola faktur-faktur yang belum ditagih, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

26. Kolektor

Melaksanakan penagihan piutang kepada agen dan pemasang iklan, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

27. Kasir

Menerima, menyimpan dan mengeluarkan unag perusahaan berdasarkan prosedur dan dokumen yang sah, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

28. Akuntan Panjualan dan Pengepakan

Memeriksa, mencatat dan menyimpan semua dokumen yang diterima dari asisten manajer bidang akuntansi mengenai penjualan dan perpajakan, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

29. Akuntan Biaya Beban dan Persediaan

Memeriksa, memcatat dan menyimpan semua dokumen yang diterima dari asisten manajer bidang akuntan mengenai biaya beban dan persediaan, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

30. Akuntan Piutang

Memeriksa, memcatat dan menyimpan semua dokumen yang diterima dari asisten manajer bidang akuntansi mengenai piutang usaha, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan.

31. Akuntan Umum

Memeriksa, mencatat dan menyimpan semua dokumen yang diterima dari asisten manajer bidang akuntansi mengenai aktiva tetap, pendanaan, hutang dan modal, ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

32. Personalia

Melaksanakan fungsi manajemen personalia ke arah kinerja terbaik untuk mencapai target yang ditetapkan perusahaan.

33. Sirkulasi

Sirkulasi adalah peredaran jumlah terbitan pada media cetak. Tugas bagian sirkulasi adalah menyetorkan hasil produksi ke wilayah peredaran.

34. Umum

Melaksanakan pengadaan, pemeliharaan dan menjaga sarana dan prasarana di lingkungan perusahaan secara benar dan aman.

1.6 Sarana dan Pra Sarana

Tabel 1.3

Sarana dan Pra sarana Bagian Training dan Promosi Harian Umum Galamedia

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah
1	Komputer	64 Unit
2	Printer	2 Unit
3	Internet	1 Unit
4	Server (Komputer Data)	1 Unit
5	Telepon	16 Unit
6	Faximile	1 Unit
7	Foto Copy	1 Unit
8	Televisi	2 Unit
9	Handy Talkie	2 Unit
10	Kamera Manual dan Otomatis	4 Unit
11	Kamera Digital	3 Unit
12	Kamera Saku (Pocket)	12 Unit
13	Ruang Pimred	1 Ruang

14	Ruang Assisten Redaksi	1 Ruang
15	Ruang Litbang	1 Ruang
16	Ruang Koordinator Liputan	1 Ruang
17	Ruang Redaktur	1 Ruang
18	Ruang Redaktur Foto	1 Ruang
19	Ruang Produksi dan Pracetak	1 Ruang
20	Ruang Monitoring	1 Ruang
21	Ruang Dokumentasi	1 Ruang
22	Ruang Wartawan	1 Ruang
23	Ruang Sekretariat	1 Ruang
24	Kamar Gelap	1 Ruang
25	Ruang Rapat	1 Ruang
26	Percetakan	1 Ruang
27	Ruang Tamu	1 Ruang
28	Musholla	1 Ruang
29	Halaman atau Tempat Parkir	1 Halaman
30	Toilet	4 Ruangan
31	Kendaraan Operasional	5 Unit

Sumber : *Dokumentasi HU Galamedia, Juni 2010*

1.7 Lokasi dan Waktu PKL

1.7.1 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan

Lokasi

Praktek kerja lapangan dilakukan di PT. Galamedia Bandung Perkasa yang bertempat di Jl. Belakang Facktory No. 2B-2C Banceuy Bandung 40111 telp (022) 4210063, Fax (022) 4205351, Red (022) 4205262

Waktu

Waktu pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini dilaksanakan 30 hari sesuai dengan aturan UNIKOM dan telah disepakatai oleh PT. Galamedia Bandung Perkasa yang mana waktu pelaksannannnya tanggal 2 Juli sampai 2 Agustus 2010. Dimana hari kerjanya yaitu, hari Senin-Jumat pukul 08.00-16.00.