BAB III

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

3.1. Bidang Pelaksanaan Kerja Praktek

Selama kurang lebih 1 (satu) bulan terhitung sejak 05 Juli – 05 Agustus 2010 penulis melaksanakan kerja praktek di PT. Cipaganti Citra Graha Bandung dan penulis ditempatkan di bagian periklanan (*advertising).*

Dalam menjalankan kerja praktek ini diharapkan agar penulis dapat membantu dan mendukung proses perusahaan terutama kegiatan di bidang periklanan.

3.2. Teknis Pelaksanaan Kerja Praktek

Kegiatan–kegiatan yang dilakukan penulis selama melaksanakan Kerja Praktek di PT. Cipaganti Group Bandung adalah membantu kegiatan karyawan.

Adapun kegiatan yang dilakukan oleh penulis antara lain:

1. Menyebarkan kuesioner selama tiga hari berturut-turut di BTC Mall kepada 400 orang pelanggan Cipaganti.
2. Mengikuti *event – event social* seperti pengobatan gratis dan pendonoran darah yang dilakukan oleh PT. Cipaganti bekerja sama dengan PMI (Palang Merah Indonesia) di Hotel Aston Pasteur. *Event-event social* ini dilakukan secara rutin setiap bulan di kota Bandung.

3. Membuat proposal launching Cipaganti Otojasa *go international* yang diadakan di Yogyakarta.
4. Mengumpulkan data-data dan informasi yang dibutuhkan untuk menulis Laporan Kerja Praktek.

3.3. Hasil Pelaksanaan Kerja Praktek

3.3.1. Pelaksanaan Kegiatan Periklanan di PT. Cipaganti Group Bandung

Periklanan didefinisikan sebagai keseluruhan proses yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan penyampaian iklan. Periklanan sebagai bauran komunikasi pemasaran atau bauran promosi mempunyai sasaran pada konsumen sasaran.

A. Media periklanan yang digunakan oleh PT. Cipaganti Group antara lain:
    1. Media cetak dan media elektronik.
        a. Media cetak terdiri dari Koran Pikiran Rakyat, Koran Seputar Indonesia (Koran Sindo), majalah marketing.
        b. Media elektronik terdiri dari Metro TV, radio Ardan, internet www.detik.com.
    2. Billboard di setiap cabang Cipaganti.

B. Waktu pelaksanaan kegiatan periklanan oleh PT. Cipaganti Group antara lain:

1. Media elektronik

   Metro TV ditayangkan seminggu sekali.

   Radio Ardan dan detik.com setiap hari.

2. Media cetak

   Koran Seputar Indonesia (Sindo) dan Koran Pikiran Rakyat terbit setiap hari dan khusus untuk Koran Pikiran Rakyat meliput setiap event yang diadakan oleh PT. Cipaganti Group.

3.3.2. Hambatan-hambatan yang dihadapi dalam Pelaksanaan Kegiatan Periklanan di PT. Cipaganti Group Bandung

Hambatan-hambatan yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan periklanan di PT.Cipaganti adalah :

1. Ada pihak-pihak tertentu yang mengambil kesempatan untuk mendapatkan keuntungan dari PT. Cipaganti Group dengan melakukan kegiatan peliputan tanpa koordinasi dengan PT. Cipaganti Group.
2. Kurangnya pengkoordinasian yang baik khususnya untuk event-event yang diadakan di cabang PT. Cipaganti di wilayah se Jawa-Bali.

3.3.3. Upaya-upaya yang dilakukan PT.Cipaganti dalam Mengatasi Hambatan-Hambatan Periklanan

Upaya-upaya yang dilakukan PT.Cipaganti dalam mengatasi hambatan-hambatan dalam periklanan antara lain:

1. Membina kerja sama yang baik dengan media dan melakukan pengecekan terlebih dahulu terhadap media yang ikut meliput event yang sedang berjalan.
2. Lebih sering berkomunikasi dengan cabang-cabang Cipaganti yang berada di wilayah Jawa-Bali.