BAB IV
KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Dalam proses pelaksanaan Kerja Praktek yang dilakukan selama tiga bulan (27 Maret hingga 18 Mei 2012). Praktikan mendapat berbagai pengetahuan dan pengalaman kerja serta berbagai permasalahannya.Hal itulah yang melatarbelakangi praktikan, untuk berusaha mengaplikasikan berbagai ilmu dan pengetahuan yang telah diperoleh selama mengikutii kegiatan perkuliahan Desain Komunikasi Visual, yang dalam kaitannya berhubungan dengan penyampaian media informasi yang digunakan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang *broadcasting*/radio.Tak jauh dari itu semua, selama proses kegiatan Kerja Praktek ini berlangsung , praktikan juga belajar bagaimana cara berorganisasi dengan sesama rekan kerja, karena hal tersebut merupakan hal yang penting dalam sebuah keberhasilan sistem kerja.

- **Manfaat Kerja Praktek**

  Selama prosesnya banyak sekali manfaat yang didapat praktikanselama melaksanakan kegiatan kerja praktek, terutama pengetahuan dan pengalaman baru terhadap dunia kerja yang sesungguhnya. Yang secara tidak langsung dapat melatih kemampuan praktikan untuk dapat mengaplikasikan berbagai ilmu yang telah didapat selama kegiatan perkuliahan di Universitas, terhadap pekerjaan yang didapat selama kegiatan Kerja Praktek berlangsung. Selain itu praktikan juga belajar bagaimana cara bersosialisasi dan bekerja sama dengan sesama rekan kerja, dimana

hal itu merupakan sebuah kunci untuk mencapai keberhasilan dari suatu proyekpekerjaan.

Dalam hal ini praktikan sebagai mahasiswa jurusan Desain Komunikasi Visual UNIKOM, yang telah dibekali dengan berbagai materi kuliah yang bersangkutan dengan Kegiatan Kerja Praktek, berpendapat bahwa prosesKerja Praktek yang telah dilakukan oleh praktikan, masih berkaitan dengan materi perkuliahan Desain Komunikasi Visual. Dimana pada saat itu praktikan menyelesaikan berbagai media promosi yang dibutuhkan oleh divisi *Off Air* di tempat praktikan bekerja.

Adapun kesimpulan yang diambil dari media promosi tersebut, diantaranya :

1. Iklan majalah sebagai media promosi *Off Air* merupakan media yang baik untuk dapat menarik calon konsumen baru.
2. Merupakan media yang dapat mengembangkan atau mengubah citra atau personalitas dari sebuah *brand* (Perusahaan). Dimana *brand* (Perusahaan) terkadang mengalami keterpurukan dimata konsumen
3. Merupakan media yang potensial untuk dapat mengembangkan persepsi positif dari calon *konsumen* yang diharapkan untuk dapat menjadi *konsumen* potensial dikemudian hari.
4. Merupakan media yang tepat untuk dapat menjaga *eksistensi* perusahaan (radio) di dunia *Broadcasting.*