

**KEMENTERIAN, RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
PALCOMTECH**

**PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**IKLAN TELEVISI KOMERSIAL PERUMAHAN TAMAN PURI  
ARTHA PADA PT. GUNUNG MAS PENDAWA**



**Diajukan Oleh :  
ABDUR ROHIM  
021110041**

**Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Mata Kuliah  
Praktik Kerja Lapangan Dan Syarat Penyusunan Skripsi**

**PALEMBANG**

**2016**

KEMENTERIAN, RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
PALCOMTECH

---

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING PKL

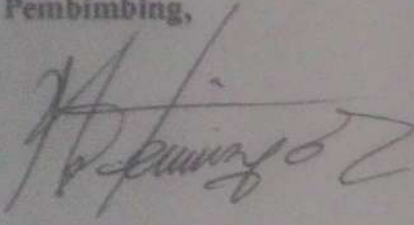
NAMA : ABDUR ROHIM  
NOMOR POKOK : 021110041  
PROGRAM STUDI : SISTEM INFORMASI  
JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU ( S1 )  
KONSENTRASI : PEMROGRAMAN DAN DESAIN  
JUDUL LAPORAN : IKLAN TELEVISI KOMERSIAL  
PERUMAHAN TAMAN PURI ARTHA  
PADA PT. GUNUNG MAS PENDAWA

Tanggal : 1 Juli 2016

Mengetahui,

Pembimbing,

Ketua

  
Yasermi Syahrul, S.Pd., M.Sn



  
Benedictus Effendi, ST., MT.

NIDN : 0208058801

NIP : 09.PCT.13

KEMENTERIAN, RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER  
PALCOMTECH

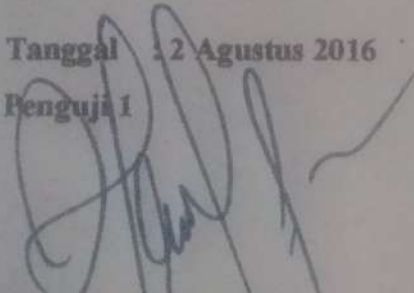
---

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI PKL

NAMA : ABDUR ROHIM  
NOMOR POKOK : 021110041  
PROGRAM STUDI : SISTEM INFORMASI  
JENJANG PENDIDIKAN : STRATA SATU( S1)  
KONSENTRASI : PEMROGRAMAN DAN DESAIN  
JUDUL LAPORAN : IKLAN TELEVISI KOMERSIAL  
PERUMAHAN TAMAN PURI ARTHA PADA  
PT. GUNUNG MAS PENDAWA

Tanggal : 2 Agustus 2016

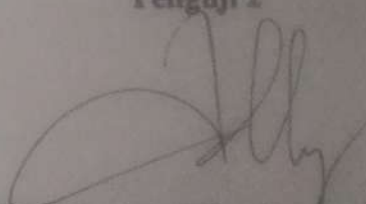
Penguji 1

  
Hendra Hadiwijaya, S.E., M.Si.

NIDN : 0229108302

Tanggal : 2 Agustus 2016

Penguji 2

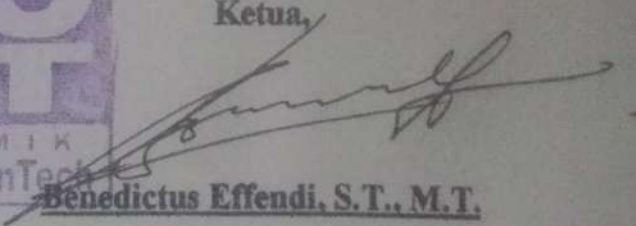
  
Eka Prasetya Adhy Sugara, S.T., M.Kom.

NIPN : 0224048203



Menyetujui :

Ketua,

  
Benedictus Effendi, S.T., M.T.

NIP : 09.PCT.13

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. LatarBelakang

Iklan merupakan suatu alat untuk mempromosikan produk atau jasa yang dijual. Iklan dapat berupa pameran, selebaran dan lain sebagainya. Jadi secara umum iklandapat diartikan sebagai upaya atau usaha untuk memberi informasi kepada konsumen. Informasi ini dapat berisi tentang produk atau jasa dan juga produsennya. Informasi ini disampaikan sebanyak-banyaknya untuk disampaikan kepada target yaitu konsumen. Iklan akan bermanfaat jika terdapat pasar ataupun konsumen untuk di jadikan target.

Menurut Hanifa (2014 :56) pengertian televisi sendiri ialah sebuah media telekomunikasi terkenal sebagai penerima siaran gambar bergerak beserta suara. Televisi juga dapat diartikan sebagai media yang menggabungkan unsur visual dan audio, sehingga penyampaian pesan utama iklan dapat efektif dan lebih menarik perhatian masyarakat.

PT. Gunung Mas Pendawamerupakanperusahaan yang bergerak di bidang*developer*(pengembangperumahan) memberikan produk perumahan berupa kavling siap bangun. Dimana dengan produk semacam ini, diharapkan kualitas bangunan menjadi sebagai mana yang diinginkan, serta jaminan kualitas dan bentuk atau model bangunan seprti yang di harapkan, dengan tidak

meninggalakan unsur pelayanan yang relatif memuaskan dan sesuai dengan yang di butuhkan oleh masyarakat saat ini.

Perusahaan ini memiliki visi menjadi *developer* perumahan yang terdepan di kota Palembang dengan kawasan yang nyaman dan legalitas yang jelas serta memiliki misi selalu memprioritaskan kepuasan konsumen, memegang teguh prinsip bekerja keras, bekerja sama antar tim, menghasilkan produk perumahan dan kawasan yang nyaman dan dipusat kota, dan membangun unit rumah dengan kualitas terbaik dan tepat waktu. Gunung Mas Pendawa itu sendiri memiliki makna bekerja keras, memberikan hasil kerja yang baik, memberikan ide-ide yang baru bagi perusahaan.

PT. Gunung Mas Pendawa sendiri belum banyak dikenal oleh para konsumen dikarenakan PT. Gunung Mas Pendawa masih menggunakan media cetak sebagai sarana promosi. Sehingga diperlukan solusi yang lebih efektif dalam pengenalan yaitu melalui promosi berbasis multimedia.

Permasalahan yang diuraikan diatas mendasari penulis untuk membuat sebuah laporan Praktek Kerja Lapangan dengan judul **“Iklan Televisi Komersial Perumahan Taman Puri Artha Pada PT. Gunung Mas Pendawa”**.

## **1.2. RuangLingkup (PKL)**

Berdasarkan uraian pada latar belakang yang telah diungkapkan di atas, bahwa pembahasan yang akan dipaparkan dalam Laporan ini adalah mengenai iklantelevisiuntukpromosiPT. Gunung Mas Pendawaberdasarkan kesimpulan

yang diambil dari hasil analisis selama Praktek Kerja Lapangan ini iklan yang akan di tampilkan berupa teks, grafik, audio, gambar gerak, (video dan animasi) dengan adanya iklan televisi ini diharapkan akan meningkatkan penjualan.

### **1.3. Tujuan dan Manfaat PKL**

#### **1.3.1. Tujuan**

Tujuan dilaksanakannya Praktek Kerja Lapangan adalah sebagai berikut :

1. Untuk menerapkan pengetahuan yang di dapat selama Praktek Kerja Lapangan ke dalam dunia perkuliahan.
2. Untuk membuat media promosi PT. Gunung Mas Pendawa dalam bentuk iklan televisi.

#### **1.3.2. Manfaat**

##### **1.3.2.1. Manfaat Bagi Mahasiswa**

1. Membiasakan diri dalam menghadapi dunia pekerjaan.
2. Menerapkan pengetahuan yang didapat di dunia pekerjaan ke dalam perkuliahan.

##### **1.3.2.2. Manfaat Bagi Perusahaan / Tempat PKL**

1. Memberikan informasi tentang perusahaan yang dapat dipahami sehingga relasi perusahaan lebih meyakinkan untuk terus menjadi relasi tetap.
2. Meningkatkan citra dan sebagai aset perusahaan.

### **1.3.2.3. Manfaat Bagi Akademik**

1. Diharapkan penulisan laporan Praktek Kerja Lapangan ini dapat dijadikan referensi bagi para penulis lainnya.
2. Untuk dijadikan studi perbandingan dalam menyusun penelitian yang hampir sama atau tidak jauh berbeda.

## **1.4. Tempat dan Waktu Pelaksanaan PKL**

### **1.4.1. Tempat PKL**

Lokasi tempat Praktek Kerja Lapangan penulis bertempat di PT. Gunung Mas Pendawa, Alamat Komplek Puri Demang Raya Blok F No. 20 Demang Lebar Daun Palembang 30137 Tlp. 0816 388 179

### **1.4.2. Waktu Pelaksanaan PKL**

Waktu pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilakukan selama 1 bulan dimulai tanggal 1 Maret 2016 – 31 Maret 2016 setiap hari Senin sampai Sabtu pada pukul 08.00 sampai dengan 15.00 WIB

## **1.5. Teknik Pengumpulan Data**

Nazir (2014: 153) teknik pengumpulan data adalah prosedur sistematis dan setandar untuk memperoleh data yang di perlukan. Terdapat beberapa teknik pengumpulan yang sering dilakukan sebagai berikut:

### **1.5.1. Studi Pustaka**

Menurut sugiyono (2005 : 83) Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode

pengumpulan data yang di arahkan kepada pencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan. Hasil penulisan juga akan semakin ridibel apa bila didukung foto-foto karya tulis akademik dan seni yang telah ada.

#### **1.5.2. Observasi**

Narbuko dan Achmadi (2012 : 70), menjelaskan pengamatan atau observasi adalah alat pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki.

Berdasarkan hasil pengamatan, penulis mengidentifikasi tentang media promosi pada PT. Gunung Mas Pendawa yang hanya menggunakan media cetak berupa brosur atau *banneryang* dirasa kurang begitu mempromosikan.

#### **1.5.3. Wawancara**

Narbuko dan Achmadi (2012 : 83), Wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.