



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PROSES PEMBUATAN MEDIA ORDER INTERNAL UNTUK PENJUALAN IKLAN PADA DIVISI SALES DI INEWS MEDIA GROUP



SASKIA AYU PUTRI SETYOSARI
NIM: 2305311113
TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan D3 Politeknik Negeri Jakarta

PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS**

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Saskia Ayu Putri Setyosari
NIM : 2305311113
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Proses Pembuatan Media Order Internal Untuk
Penjualan Iklan Pada Divisi Sales Di iNews Media
Group

Depok, 26 Juni 2026

Kepala Program Studi

Pembimbing Akademik


Risya Zahrotul Firdaus, M.Si

NIP. 198609082020122006


Fachri Aditya, M.M

NIP. 199102062022031005

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga



Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si.

NIP. 198007112015041001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMNISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Saskia Ayu Putri Setyosari
NIM : 2305311113
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Laporan Tugas Akhir : Proses Pembuatan Media Order Internal Untuk Penjualan Iklan Pada Divisi Sales Di iNews Media Group

Telah berhasil dipertahankan di hadapan tim penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 17 Juni 2026
Waktu : 09.15 – 10.15 WIB

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Fachri Aditya, M.M.
NIP. 199102062022031005

Penguji I : Sujiwo Priambodo, S.E., M.M.
NIP. 198204262014041001

Penguji II : Ratri Kurniasari, M.Ak
NIP. 199109152022032007

(.....)
(.....)
(.....)

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir berjudul “Proses Pembuatan Media Order Internal Untuk Penjualan Pada Divisi Sales Di iNews Media Group” dengan baik.

Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan jenjang Diploma III pada Program Studi Administrasi Bisnis di Politeknik Negeri Jakarta. Dalam pengerjaan tugas akhir ini tentunya tidak lepas dari doa, dukungan moral, semangat, serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, melalui kata pengantar ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Risya Zahrotul Firdaus, M.Si., selaku Kepala Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Fachri Aditya, M.M., selaku Dosen Pembimbing Magang Politeknik Negeri Jakarta.
5. Seluruh Dosen Administrasi Niaga, khususnya dosen pengajar Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat kepada penulis selama perkuliahan, serta seluruh Staff Administrasi Jurusan Administrasi Niaga.
6. Bapak Andhie dan Mba Glays, selaku Mentor Magang iNews Media Group.
7. Seluruh keluarga tercinta Bapak Gatot Setyo Negoro, Ibu Ni Gusti Ayu Nyoman Sunarsari selaku kedua orang tua penulis dan Sekar Ayu Citra Setyosari selaku kakak kandung penulis yang senantiasa selalu mendukung, mendoakan, dan memberikan dorongan semangat kepada penulis.
8. Rekan-rekan AB 6D yang selalu ada dan membantu penulis saat dikampus.

Dalam penulisan dan penyusunan laporan tugas akhir ini, tentunya masih banyak kekurangan dan kesalahan karena keterbatasan kemampuan penulis. Untuk itu,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penulis mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak demi perbaikan yang bersifat membangun atas tugas akhir ini.

Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, 26 Juni 2026

Saskia Ayu Putri Setyosari





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan.....	4
1.4 Manfaat Penulisan.....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 Konsep Administrasi Penjualan (Sales Administration).....	6
2.2 Peran dan Tanggung Jawab Divisi Sales	7
2.3 Konsep Dokumen Media Order Internal.....	8
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	12
3.1 Sejarah Perusahaan.....	12
3.2 Visi Misi Perusahaan.....	15
3.3 Struktur Organisasi.....	15
3.4 Aktivitas Perusahaan.....	18
BAB IV PEMBAHASAN.....	21
4.1 Proses Pembuatan Media Order Internal Pada Divisi Sales di iNews Media Group	21



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.2 Hambatan dan Solusi Pada Proses Pembuatan Media Order Internal Pada Divisi Sales di iNews Media Group.....	35
BAB V PENUTUP	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Logo iNews Media Group.....	14
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi Radio Divisi Sales & Marketing	16
Gambar 4. 1 Flowchart Pembuatan Media Order Internal.....	24
Gambar 4. 2 Dokumen Purchase Order	25
Gambar 4. 3 Dokumentasi request paket secara digital	26
Gambar 4. 4 Dokumen Package Order (Package Approval Klien)	26
Gambar 4. 5 Dokumentasi request Prorate by WhatsApp	27
Gambar 4. 6 Dokumen Prorate.....	28
Gambar 4. 7 Dokumentasi distribusi prorata	29
Gambar 4. 8 Dokumentasi template Media Order Internal.....	30
Gambar 4. 9 Dokumen Media Order Internal	30
Gambar 4. 10 Dokumentasi distribusi ke divisi traffic	31
Gambar 4. 11 Dokumentasi revisi Media Order Internal.....	32
Gambar 4. 12 Dokumen Campaign Detail.....	33

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Jaringan Radio PT MNC Radio Network	20
---	----





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	45
Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara	46
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	54
Lampiran 4 Dokumen Package Order.....	54
Lampiran 5 Dokumen Prorate.....	55
Lampiran 6 Dokumen Media Order Klien	55
Lampiran 7 Dokumen Media Order Internal	56
Lampiran 8 Hasil Turnitin.....	56

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2025), jumlah penduduk Indonesia saat ini tercatat sebanyak 285 juta jiwa. Menghadapi kondisi lonjakan populasi yang sangat besar tersebut, penyediaan sarana serta infrastruktur persebaran informasi yang baik menjadi kebutuhan mutlak bagi seluruh lapisan masyarakat. Kondisi jumlah penduduk yang banyak dan membutuhkan informasi tersebut pada akhirnya mendorong tingginya kebutuhan masyarakat terhadap media informasi serta hiburan yang dapat diakses secara cepat dan luas. Selain itu, perkembangan teknologi komunikasi saat ini juga menyebabkan arus informasi menjadi semakin dinamis, sehingga perusahaan media penyiaran dituntut untuk mampu menyajikan informasi secara efektif guna mengikuti perkembangan kebutuhan publik yang heterogen.

Di tengah perkembangan industri media yang semakin pesat, media elektronik seperti radio dan televisi masih memiliki peran penting sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi. Tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, radio dan televisi juga menjadi media periklanan yang dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan untuk memasarkan produk maupun jasa. Khusus pada media penyiaran radio, karakteristiknya yang bersifat auditif, fleksibel, dan memiliki kedekatan lokal yang tinggi membuat radio tetap menjadi pilihan utama bagi para pengiklan (*advertiser*) untuk menjangkau segmentasi pasar yang spesifik secara langsung di sela-sela aktivitas harian pendengar. Persaingan antarperusahaan media radio yang semakin ketat membuat setiap stasiun siaran harus mampu mengelola kegiatan operasional dan administrasi niaga secara baik agar proses penayangan iklan dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan kebutuhan klien.

Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang media penyiaran, iNews Media Group memiliki berbagai kegiatan operasional yang

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berkaitan dengan penjualan dan penayangan iklan pada lini bisnis medianya, termasuk jaringan siaran radio. Dalam pelaksanaannya, divisi sales memiliki peran penting dalam menjalin kerja sama komersial dengan klien maupun *agency*. Kegiatan penjualan tersebut tidak hanya berkaitan dengan pencapaian target pendapatan perusahaan, tetapi juga melibatkan proses administrasi yang terstruktur agar penayangan iklan dapat berjalan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan.

Salah satu dokumen penting dalam kegiatan administrasi penjualan iklan radio adalah Media Order Internal (MOI). Berbeda dengan media visual, tata usaha iklan radio memiliki karakteristik yang sangat dinamis karena ruang iklan dihitung berdasarkan *slot* durasi *spot* (satuan detik) yang melekat pada jam program acara tertentu. Media Order Internal digunakan sebagai dokumen acuan baku dalam proses penayangan iklan radio, yang memuat berbagai rincian informasi seperti data legalitas klien, periode tayang, jumlah *spot*, penentuan alokasi program siaran (*Prime Time* atau *Reguler Time*), rincian keuntungan kontrak (*benefit*), hingga nilai nominal hasil penjualan iklan. Dokumen tersebut menjadi penghubung mutlak antara divisi *sales* dengan divisi lain, khususnya divisi *traffic*, agar proses penjadwalan dan penayangan materi audio iklan dapat dilakukan secara tepat waktu tanpa risiko tumpang tindih (*overlapping*). Oleh karena itu, proses pembuatan Media Order Internal memerlukan ketelitian dan ketepatan tinggi dalam penginputan data, karena kesalahan dalam pengisian dokumen dapat langsung memengaruhi proses operasional penayangan iklan di udara.

Namun, dalam pelaksanaan operasional di lapangan, terdapat beberapa permasalahan yang kerap menghambat efektivitas proses pembuatan Media Order Internal. Masalah pertama muncul dari faktor eksternal, di mana data lembar pesanan awal (*order sheet*) yang dikirimkan oleh pihak klien atau *agency* sering kali salah dan tidak sesuai dengan format standar perusahaan. Kondisi tersebut memaksa staf administrasi penjualan melakukan konversi data manual yang menyita waktu kerja (*re-work*) dan memicu risiko keterlambatan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berkas masuk (*late order*) ke divisi traffic. Masalah kedua bersumber dari faktor internal berupa timbulnya kesalahan penginputan data (*human error*) akibat proses data *entry* dari kertas *prorate marketing* ke sistem MOI masih dilakukan secara manual. Staf administrasi kerap mengalami kekeliruan dalam mengetik tanggal penanggalan jadwal (*timeline*), jumlah total kuantitas *spot*, serta nilai anggaran (*budget*) iklan yang melenceng dari data akuntansi asli. Dampak dari kesalahan input tersebut berisiko mengganggu penjadwalan siar. Masalah ini semakin diperparah dengan adanya kendala teknis di mana durasi program acara radio sering mengalami kelebihan waktu siar (*over duration*) yang secara otomatis menggeser jam tayang reguler berikutnya, sehingga merusak susunan tata letak *slot* iklan klien yang telah dikunci di dalam media order.

Berdasarkan kegiatan magang yang dilakukan pada divisi *sales* di iNews Media Group, penulis memperoleh kesempatan untuk memahami secara langsung proses pembuatan Media Order Internal dalam kegiatan administrasi penjualan iklan radio. Dalam pelaksanaannya, penulis menemukan bahwa proses pembuatan Media Order menyinkronkan kompilasi data komersial dari divisi *marketing* serta tuntutan ketepatan jadwal dari divisi *traffic*. Mengingat kompleksnya data dan risiko hambatan operasional yang terjadi, proses pembuatan Media Order menjadi elemen yang sangat krusial untuk dipahami karena berkaitan langsung dengan kelancaran kegiatan bisnis dan kepuasan klien perusahaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai “Proses Pembuatan Media Order Internal untuk Penjualan pada Divisi Sales di iNews Media Group” sebagai judul tugas akhir.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan latar belakang tersebut, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana proses pembuatan Media Order Internal pada Divisi *Sales* di iNews Media Group?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b. Apa saja hambatan dan solusi yang terjadi selama proses pembuatan Media Order Internal pada Divisi *Sales* di iNews Media Group?

1.3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan pembahasan latar belakang dan rumusan masalah, didapatkan tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Menjelaskan proses pembuatan Media Order Internal pada Divisi *Sales* di iNews Media Group.
- b. Menjelaskan hambatan dan solusi yang terjadi selama proses pembuatan Media Order Internal pada Divisi *Sales* di iNews Media Group.

1.4 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat yang diharapkan setelah melakukan penulisan tugas akhir ini sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis, tugas akhir ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk memperdalam pemahaman tentang proses administrasi dalam dunia kerja nyata, khususnya dalam pembuatan Media Order Internal di perusahaan media massa.
- b. Bagi Perusahaan, tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan positif berupa saran maupun ide untuk kemajuan perkembangan perusahaan kedepannya.
- c. Bagi Politeknik Negeri Jakarta, tugas akhir ini dapat menjadi tambahan referensi ilmiah bagi mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta, khususnya program studi Administrasi Bisnis serta sebagai bukti kontribusi nyata mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan.
- d. Bagi Ilmu Pengetahuan, tugas akhir penulis dapat dijadikan referensi juga acuan bagi pihak yang memerlukan untuk keperluan pendidikan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam proses penyusunan laporan tugas akhir, penulis menggunakan beberapa metode dalam pengumpulan data, diantaranya:

a. Metode Wawancara

Menurut Handayani (2023:23) wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan narasumber untuk mendapatkan informasi. Wawancara dapat dilakukan secara langsung/tatap muka ataupun tanpa tatap muka, yaitu melalui media komunikasi. Dalam penulisan ini, penulis melakukan wawancara dengan Mbak Gladys Faras selaku *Sales Specialist* dan Mbak Irra Triwidiyani selaku *Sales Administration* iNews Media Group yang untuk menunjang data pada penulisan laporan akhir penulis. Daftar pertanyaan wawancara dapat dilihat pada lampiran 1.

b. Metode Dokumentasi

Menurut Handayani (2023:23) dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen yang telah ada. Dokumen berupa *package order*, *prorate*, media order klien, media order internal. Dalam penulisan ini, penulis menghimpun informasi dari arsip dokumen yang terkait dengan Media Order Internal di iNews Media Group.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Proses pembuatan Media Order Internal pada Divisi *Sales* iNews Media Group dilaksanakan melalui siklus kerja komputerisasi antardivisi yang sistematis. Alur ini berjalan secara bertahap mulai dari penerimaan berkas *package approval* dari klien eksternal oleh tim *sales*, yang kemudian dijadikan rujukan bagi Divisi *Marketing* untuk mengompilasi lembar rincian *prorate* internal. Selanjutnya, Admin *Sales* mengonversi data nominal tersebut ke dalam *template* digital Media Order Internal dengan mengisi komponen fungsional berupa kolom *remarks*, *benefit*, dan *budget*. Setelah melalui pengujian validasi kelengkapan fisik dokumen yang mencakup tanda tangan resmi dan kode *ID Host* materi iklan, dokumen final didistribusikan ke Divisi *Traffic* via surel atau *group* internal, lalu ditutup dengan konfirmasi kunci slot siar berupa berkas *campaign detail*. Seluruh rangkaian operasional bagan alur (*flowchart*) di lapangan ini dinyatakan telah berjalan sepenuhnya sesuai dengan landasan teori administrasi penjualan yang ideal.

Pada proses pembuatan Media Order Internal masih menghadapi beberapa hambatan, yaitu ketidaksesuaian format data dari klien atau *agency* yang menyebabkan Admin *Sales* harus melakukan penyesuaian data secara manual, kesalahan penginputan data (*human error*) pada jadwal penayangan, jumlah *spot*, maupun nilai anggaran, serta perubahan jadwal siaran akibat *over duration* program yang memengaruhi jadwal penayangan iklan. Untuk mengatasi hambatan tersebut, Divisi *Sales* melakukan pemeriksaan dan penyesuaian data sebelum proses pembuatan Media Order Internal, menerapkan batas waktu (*deadline*) penyelesaian dokumen serta memanfaatkan Google Kalender sebagai pengingat pekerjaan. Selain itu, dilakukan verifikasi ulang terhadap dokumen dan penggunaan rumus otomatis pada Microsoft Excel untuk mengurangi kesalahan penginputan data, serta

koordinasi dengan Divisi *Traffic* apabila terjadi perubahan jadwal penayangan sehingga proses administrasi dan penayangan iklan tetap dapat berjalan dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah ditarik dari hasil evaluasi operasional, penulis merumuskan beberapa rekomendasi strategis jangka panjang yang bersifat aplikatif guna meningkatkan efisiensi kerja pada Divisi *Sales* iNews Media Group. Saran-saran berikut dirancang di luar dari solusi taktis yang saat ini sudah berjalan di perusahaan:

a. Membangun Sistem Aplikasi Khusus Pembuatan Media Order Internal Berbasis *System*

Manajemen disarankan untuk melakukan digitalisasi total pada tata kelola administrasi penjualan dengan membangun sistem aplikasi pengolahan data niaga yang terintegrasi, sehingga proses input data tidak lagi menggunakan Microsoft Excel secara manual. Melalui sistem aplikasi khusus ini, draf digital Media Order Internal dapat dibuat secara otomatis karena data *prorate* dari Divisi *Marketing* dan data *package approval* dari klien sudah tersinkronisasi di dalam satu basis data (*database*). Sistem berbasis aplikasi ini juga dapat mengunci rumus *budget*, akumulasi total *spot*, serta durasi secara otomatis dan terstandar, sehingga dapat mengeliminasi risiko kesalahan perhitungan manusia (*human error*) sekaligus memotong waktu pemrosesan berkas secara signifikan.

b. Otomatisasi Jalur Distribusi Dokumen Menggunakan Sistem Folder Bersama (*Shared Network Directory System*)

Untuk mengatasi risiko dokumen terselip, manajemen disarankan untuk menghentikan pengiriman berkas secara manual via *group chat*. Sebagai gantinya, perusahaan dapat memanfaatkan infrastruktur jaringan komputer internal untuk membuat satu folder folder bersama (*Shared Drive*) yang terintegrasi secara *real-time* antara Divisi *Sales* dan Divisi *Traffic*. Admin

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sales cukup mengunggah file Media Order Internal, *prorate*, dan *package order* ke dalam folder digital khusus tersebut. Sistem direktori ini jauh lebih aman dan profesional karena dilengkapi dengan fitur notifikasi otomatis ke komputer staf *traffic* setiap kali ada berkas baru yang masuk, sehingga berkas pendukung atau materi iklan klien dijamin tidak akan terlewat atau tenggelam di ruang obrolan.



DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, PN (2022). *Prosedur Administrasi Penjualan Di Pt. Penta Valent Cabang Lampung.*, digilib.unila.ac.id.
- Anugrah, I., Sara, U., & Effendy, E. (2022). Mengelola Konsep Dasar Siaran Radio, Televisi, dan Multimedia (Internet) Bermuatan Dakwah. *Sci-Tech Journal*, 2(1), 105–119.
- Asya'Roni, R. A. (2023). *Eksistensi Radio Konvensional Radiks 99 Semarang Di Tengah Gempuran New Media Tesis.* eprints.walisongo.ac.id.
- Ayu, P., Suwandewi, M., Putu, N., & Putri, Y. K. (2025). Meningkatkan Ketepatan Dan Kemudahan Pelaporan Keuangan Melalui Penerapan Accurate Pt. Sarana Bumi Lestari. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 4(2).
- Aziz, R. A., Sansprayada, A., & Mariskhana, K. (2024). Perancangan Sistem Adminisatrasi Penjualan pada PT SurMoRin dengan Menggunakan PHP dan MYSQL. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 1641–1650.
- Badan Pusat Statistik. (2025). Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun 2025. Diakses pada 7 Mei 2026 melalui tautan: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- Juliarti, A. (2024). Strategi Manajemen Periklanan di Radio Fresh Pekanbaru. *Journal of Communication Management and Organization*, 3(2), 85–100.
- Lestari, N. E. P., Agustina, T., Zahro, N., & Andriani, R. (2022). Pelaksanaan Administrasi Penjualan Barang Pada PT Sinar Bangkit Jayalabel. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(2), 101–106.
- Lumbantobing, Gl (2025). *Peran Divisi Sales Marketing Dalam Mendukung Strategi Pemasaran Melalui Telemarketing Dan Administrasi Surat Di Hotel 1o1.* repository.mercubuana.ac.id.
- Handayani, L. T. (2023). Buku Ajar Implementasi Teknik Analisis Data Kuantitatif (Penelitian Kesehatan). Jakarta: PT. Scifintech Andrew Wijaya.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Hannisa, M (2023). *Anggaran Penjualan Sebagai Alat Bantu Administrasi Dalam Menunjang Efektivitas Pengendalian Penjualan Pada Ud. Pandan Asih.*, repository.syekhnurjati.ac.id
- Made, N., Dewi, S. S., & Yusuf, M. (2025). Penerapan Sistem Cek Stok Manual Dan Digital Untuk Mendukung Akurasi Data Persediaan Di I Look Daily Gianyar. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 4(2).
- Novianti, A. D., & Ridha, M. (2026). Warehouse Operational Administration in the Context of Increasing the Effectiveness and Efficiency of the Audio Business Unit Warehouse of PT XYZ. In *Jurnal Vokasi Indonesia* (Vol. 13, Number 2).
- Putri, PDP (2025). *Strategi Sales Marketing dalam Industri Cargo dan Digital Marketing Agency: Studi Kasus Pengalaman Magang di PT. Bayus Cargo Dan PT. Madhava Enterprises.* repository.pnb.ac.id.
- Rahmah, N. ., Rasyid, A. ., & Ritonga, S. (2023). Preferensi Mahasiswa Pendengar Radio Most Fm Medan Di Era Revolusi 4.0. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(4), 1275–1282.
- Remindauw, Y. H., & Hakim, F. N. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Manajemen Produksi Iklan Berbasis Web. *Informatika: Jurnal Teknik Informatika Dan Multimedia*, 2(2), 78–84.
- Syam, N. H. (2022). *Radio Suara Simpati Angkasa Fm Sebagai Media Layanan Informasi Publik Di Kabupaten Pinrang (Studi Program Lintas Daerah).* repository.iainpare.ac.id.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

- a. Proses Pembuatan Media Order Internal pada Divisi Sales
 - 1) Bagaimana alur masuknya data pesanan iklan dari pihak luar (klien/agensi) sebelum diterima oleh bagian Admin Sales?
 - 2) Dokumen apa saja yang wajib dilampirkan oleh divisi lain (seperti divisi marketing) sebagai basis data awal bagi Admin Sales untuk membuat Media Order Internal?
 - 3) Bagaimana tahapan teknis dalam memindahkan dan menyesuaikan data mentah ke dalam format digital Media Order Internal perusahaan?
 - 4) Bagaimana prosedur pengesahan dokumen Media Order Internal yang telah selesai dibuat sebelum didistribusikan ke divisi *traffic*?
- b. Hambatan dalam Proses Pembuatan Media Order Internal
 - 1) Apa kendala utama yang sering dihadapi akibat ketidaksesuaian format data awal dengan format standar Media Order Internal?
 - 2) Berdasarkan pengalaman operasional, kesalahan input data (*human error*) pada komponen apa saja yang paling sering terjadi dan berisiko mengganggu penjadwalan siar?
- c. Solusi atas Hambatan Pembuatan Media Order Internal
 - 1) Bagaimana bentuk koordinasi atau ketetapan batas waktu (*deadline*) yang disepakati antardivisi untuk mengantisipasi keterlambatan berkas order iklan masuk?
 - 2) Apakah ada mekanisme pemeriksaan ganda (*double-checking*) sebelum dokumen Media Order Internal diserahkan ke divisi *traffic*?
 - 3) Menurut Anda, perbaikan sistem atau standardisasi formulir seperti apa yang perlu dikembangkan ke depan agar proses pembuatan Media Order Internal di iNews Media Group berjalan lebih optimal?

Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara

Hari/Tanggal Wawancara : Rabu, 10 Juni 2026

Narasumber/Jabatan : Gladys Faras/Sales Specialist

Divisi : Sales

Perusahaan : iNews Media Group

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

a. Proses Pembuatan Media Order Internal pada Divisi Sales

- 1) Pertanyaan pertama, bagaimana sih alur masuknya data pemasangan iklan dari pihak luar, kayak dari klien atau agensi gitu, sebelum akhirnya berkas itu diterima di meja bagian admin sales?

Jadi begini, untuk setiap *order* atau pemasangan iklan di iNews itu, awalnya kita mutlak perlu yang namanya paket *order*. Nah, di dalam paket *order* tersebut isinya itu seputar berkas perjanjian pemasangan iklan beserta rincian *budget*-nya. Nanti kalau memang posisinya sudah *deal* semua dan sudah ada tanggal penayangannya, barulah kita dari tim admin *sales* tinggal membuat Media Order (MO) internal untuk kemudian diinput ke bagian *traffic* biar proses penayangannya bisa berjalan.

- 2) Oh begitu, oke paham Mbak. Terus untuk dokumennya sendiri, berkas apa saja sih Mbak yang wajib dilampirkan dari divisi lain, contohnya dari divisi *marketing*, sebagai data acuan awal buat kita saat mau bikin Media Order Internal?

Nah, untuk pertanyaan kedua ini, data utama yang paling kita perlukan dari anak-anak *marketing* itu adalah *package order* sama berkas *prorate*. Dokumen *prorate* ini penting banget ya, karena di situ memuat rincian harga yang memang nantinya bisa kita tagihkan ke pihak klien berdasarkan kalkulasi data yang diturunkan oleh divisi *marketing*.

- 3) Berarti acuan nominalnya harus klop sama *prorate* ya, Mbak. Kalau untuk tahapan teknisnya sendiri, bagaimana cara kita memindahkan dan menyesuaikan data-data mentah tersebut ke dalam format digital Media Order Internal perusahaan?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kalau pas input ke sistem, sebenarnya ada beberapa kolom utama yang memang wajib kita isi, yaitu kolom *remarks*, kolom *benefit*, sama alokasi *budget*-nya. Jadi nanti untuk beberapa kolom tersebut, datanya kita masukkan ke dalam draf media order internal kita, dan angkanya harus disesuaikan persis dengan isi dari kertas *prorate* yang diturunkan oleh divisi *marketing* tadi.

- 4) Lalu tahap selanjutnya, bagaimana sih prosedur pengesahan dokumen Media Order Internal yang telah selesai kita buat sebelum akhirnya MO itu didistribusikan ke divisi *traffic*?

Sebenarnya prosedurnya simpel kok. Begitu drafnya selesai, tinggal kita masukkan atau kirim berkas media order itu ke bagian *traffic*. Biasanya kita kirim lewat *group chat internal*, atau bisa juga langsung via *email* resmi perusahaan. Nah, pas kirim itu jangan lupa wajib dilampirkan juga file materi iklan dari klien yang memang ingin diproses naik penayangannya.

b. Hambatan dalam Proses Pembuatan Media Order Internal

- 1) Masuk ke bagian kendala ya, Mbak. Ada gak sih kendala utama yang sering Mbak Gladys hadapi akibat adanya ketidaksesuaian antara format data awal dari klien dengan format standar MO internal kita?

Kendala utamanya itu paling sering muncul dari sisi *budget*-nya ya, karena kadang suka kelebihan. Dalam arti, pas input rumus kalkulasinya itu salah, jadi hasil angka nominal yang tertera di lembar media order internal kita gak sesuai dengan data *prorate* asli dari *marketing*. Nah, kalau sudah kejadian kayak gitu, otomatis berkasnya harus direvisi total dan disesuaikan lagi dari awal.

- 2) Iya, kalau rumusnya meleset dikit dampaknya lumayan ya Mbak. Terus kalau berdasarkan pengalaman operasional Mbak selama ini, kesalahan input data atau *human error* pada komponen apa saja yang paling sering terjadi dan paling berisiko mengganggu penjadwalan siar?

Kalau dari pengalaman operasional aku, yang paling sering terjadi itu salah input *timeline* penayangan iklan. Soalnya, *timeline* itu kan yang menjadi

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

acuan utama bagi tim operator untuk menaikkan tayangannya iklan di udara. Nah, mungkin kendala terbesarnya sering di situ, entah adminnya salah nulis tanggal, atau bisa juga salah nulis dalam hitungan jumlah total *spot* iklannya.

c. Solusi atas Hambatan Pembuatan Media Order Internal

- 1) Wah, kalau salah tanggal siar bisa fatal ya, Mbak. Lalu untuk mengantisipasi keterlambatan berkas order iklan yang masuk, bagaimana bentuk koordinasi atau ketetapan batas waktu (*deadline*) yang disepakati antardivisi kita?

Koordinasi kita sehari-hari sebenarnya saling mengingatkan saja ya, kayak semacam *reminder* satu sama lain antar-admin. Selain itu, kita juga memanfaatkan fitur Google Kalender bersama sebagai pengingat tim kita. Jadi di situ sudah dijadwal, kapan kita harus input data MO ke divisi *traffic*, kapan batas waktu kita harus bikin drafnya, dan jadwal-jadwal penting lainnya.

- 2) Pemanfaatan Google Kalender membantu banget ya, Mbak. Oh iya Mbak, apakah sebenarnya ada mekanisme pemeriksaan ganda kayak *double-checking* gitu sebelum dokumen Media Order Internal diserahkan ke divisi *traffic*?

Kalau untuk *double-checking*, kita mengkalinya dengan memanfaatkan rumus otomatis Microsoft Excel yang sudah ada di *template* kita. Karena bagaimanapun, dari sisi *budget* itu datanya memang harus dijabarkan secara sangat detail. Soalnya kalau sampai terjadi kelebihan *budget* atau kelebihan *spot* iklan, itu dampaknya bakal berisiko panjang dan bikin repot di internal perusahaan.

- 3) Benar banget, Mbak, urusan angka sensitif sekali. Pertanyaan terakhir nih, Mbak Gladys. Menurut pandangan Mbak pribadi, bagaimana perbaikan sistem atau standardisasi formulir seperti apa yang kiranya perlu dikembangkan ke depan agar proses pembuatan Media Order Internal di iNews Media Group ini bisa berjalan lebih optimal?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Mungkin ke depannya berkas atau file-file yang kita bikin itu harus dibuat lebih mendetail lagi formatnya, seperti kejelasan kuantitas (*quantity*) spot-nya berapa dan kepastian alokasi *budget*-nya berapa. Nah, jika seandainya sudah disediakan *template* standar yang baku langsung dari pihak *management* atas, itu pasti bakal jauh lebih optimal buat kita saat memasukkan data pesanan ke divisi *traffic*.



Hari/Tanggal Wawancara : Rabu, 10 Juni 2026
Narasumber/Jabatan : Irra Triwidayani /Sales Admin
Divisi : Sales
Perusahaan : iNews Media Group

a. Proses Pembuatan Media Order Internal pada Divisi Sales

1) Pertama, aku mau tanya soal alur awalnya, Mbak. Bagaimana sih sebenarnya alur masuknya data pesanan iklan dari pihak luar, kayak klien atau agensi gitu, sebelum akhirnya data itu sampai dan diterima di meja kita sebagai Admin *Sales*?

Jadi gini, alur awalnya itu tim *sales* kita bakal menerima dokumen *package approval* dulu dari pihak klien atau agensi. Nah, begitu *package approval* ini sudah kita terima, berkasnya langsung kita oper ke divisi *marketing*. Tujuannya apa? Untuk dimintakan yang namanya *prorate package* internal mereka. Kalau dari pihak *marketing* sudah beres dan kita sudah pegang MO (*Media Order*) dari klien, dokumen *package approval*, sama hitungan *prorate*-nya, baru deh setelah itu kita proses ke divisi *traffic*. Oh iya, satu hal penting yang jangan sampai kelupaan ya, kita wajib menyertakan ID *host* materi iklannya di dalam draf Media Order Internal itu. Kalau semua sudah diproses ke *traffic*, langkah terakhirnya jangan lupa buat minta *campaign detail*-nya. Soalnya, *campaign detail* itu ibaratnya bukti final kalau *slot* iklan yang dipesan klien sudah aman dan kunci sesuai dengan media order.

2) Oh, berarti kuncinya ada di koordinasi dokumen awal itu ya, Mbak. Nah, menyambung soal dokumen tadi, berkas apa saja sih Mbak yang wajib banget dilampirkan oleh divisi lain, kayak tim *marketing* tadi, sebagai basis data awal atau modal buat kita sebagai Admin *Sales* untuk mulai menyusun Media Order Internal?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bisa dibilang modal utamanya itu cuma dua dokumen internal dari mereka, yaitu lembar rincian paket (*package*) sama draf hitungan *prorate* internal. Dua berkas itu wajib ada sebelum kamu mulai ketik draf MO.

- 3) Siap, Mbak. Lalu untuk tahapan teknisnya sendiri bagaimana, Mbak? Terutama pas kita lagi memindahkan dan menyesuaikan data-data mentah yang bervariasi itu ke dalam format digital template Media Order Internal yang ada di sistem perusahaan?

Nah, kalau teknisnya pas kamu *data entry*, biasanya elemen data yang paling sering kita pindahkan itu ada di kolom *remark*, kolom *benefit*, sama alokasi *budget*-nya. Data-data itu semua kita masukkan satu per satu ke dalam format digital media order internal kita, terus jangan lupa nominalnya wajib disesuaikan lagi sama angka *prorate* yang sebelumnya sudah dibuat sama anak-anak divisi *marketing*.

- 4) Oke, paham Mbak. Terus kalau draf dokumen Media Order Internalnya sudah selesai kita buat nih, prosedur pengesahan atau validasinya seperti apa sih, Mbak, sebelum akhirnya berkas itu benar-benar kita distribusikan ke tim *traffic* untuk dijadwalkan?

Prosedurnya sebenarnya simpel tapi harus lengkap. Kamu harus pastikan semua dokumen pendukungnya sudah komplet diklip jadi satu. Isinya itu lembar media order yang sudah ditandatangani basah atau digital oleh tim *sales* kita dan pihak klien, terus *package approval* yang juga sudah ditandatangani klien, dan lembar kertas *prorate* dari *marketing*. Plus, seperti yang Mbak bilang di awal tadi, wajib banget dilampirkan ID *host* materinya. Kalau empat poin itu sudah lengkap semua, baru sah buat dikirim ke *traffic*.

- b. Hambatan dalam Proses Pembuatan Media Order Internal

- 1) Sekarang kita masuk ke bagian hambatan ya, Mbak. Selama operasional harian, kendala utama apa sih Mbak yang paling sering kita hadapi gara-gara adanya ketidaksesuaian antara format data awal dari agensi dengan format standar Media Order Internal kita?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Biasanya kalau klien atau agensi mengirimkan format data awalnya salah atau gak sesuai sama sistem kita, itu otomatis di sistem *sales* gak bakal bisa diproses, alias ketolak. Dampaknya, kita sebagai admin terpaksa harus kerja dua kali buat mengubah dan merapikan data itu ke bentuk format standar media internal dulu. Begitu formatnya sudah pas dan rapi, baru deh sistem mau membaca dan pesanan iklannya bisa diproses lanjut.

- 2) Iya benar banget, Mbak, lumayan menyita waktu ya. Terus kalau berdasarkan pengalaman Mbak Irra selama ini, kesalahan input data atau *human error* pada komponen apa sih Mbak yang paling sering terjadi dan punya risiko paling gede sampai bisa mengganggu penjadwalan siar radio atau TV kita?

Dari pengalaman operasional di lapangan, *human error* itu paling sering dan paling rawan terjadi pada tahap penentuan durasi program yang berujung *over* durasi. Nah, kalau sampai durasi programnya itu *over* atau kelebihan waktu, efek domino ke belakangnya gede banget. Jadwal siaran di hari itu pasti bakal bergeser semua, dan itu otomatis merembet serta merusak jadwal tayang spot-spot iklan klien yang sudah kita susun rapi di media order.

c. Solusi atas Hambatan Pembuatan Media Order Internal

- 1) Nah, untuk mengantisipasi keterlambatan berkas order iklan yang masuk, bagaimana sih bentuk koordinasi atau kesepakatan batas waktu atau *deadline* yang dijalankan antardivisi kita?

Untuk menjaga biar alur kerja aman, kita sudah punya komitmen *deadline* ketat untuk pesanan yang masuk telat (*late order*). Batas toleransi maksimal *late order* itu setiap hari dikunci di jam lima sore (17.00 WIB). Kenapa? Karena anak-anak divisi *traffic* itu punya kewajiban untuk menyusun dan mengunci *playlist* siaran buat besok pagi di jam enam sore (18.00 WIB). Jadi kalau kita lewat dari jam lima sore, otomatis gak bakal keburu.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- 2) Mbak, mau nanya soal validasi, apakah di divisi kita ini sebenarnya ada mekanisme pemeriksaan ganda atau *double-checking* khusus gitu sebelum dokumen Media Order Internal diserahkan ke anak-anak *traffic*?

Secara sistem sih sebenarnya gak ada *double-checking* yang gimana-gimana ya. Kita kuncinya lebih ke ketelitian admin saja. Begitu dokumen pendukungnya dipastikan sudah lengkap terkumpul dan sudah ada tanda tangan resmi dari tim *sales*, itu sudah sah dan langsung bisa diproses ke *traffic*.

- 3) Menurut pandangan Mbak pribadi, perbaikan sistem atau standarisasi formulir seperti apa sih yang kiranya perlu dikembangkan ke depan, supaya proses pembuatan Media Order Internal di iNews Media Group ini bisa berjalan jauh lebih optimal dan minim *error*?

Kalau menurut Mbak pribadi ya, secara umum proses dan format standar media order yang kita pakai di iNews saat ini sebenarnya sudah sangat bagus, lengkap, dan mencakup semua kebutuhan operasional. Jadi kalau dibilang perlu perbaikan sistem yang total sih menurut Mbak belum perlu ya, karena yang ada sekarang sudah berjalan *running* dengan baik. Tapi ya kalau ke depan ada pembaruan atau perubahan *template* formulir, biasanya itu mutlak dari kebijakan manajemen perusahaan saja untuk penyesuaian bisnis.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara



Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2026

Lampiran 4 Dokumen Package Order

iNews
 MEDIA GROUP

PACKAGE ORDER - MADU HIJAU

Agency : DIRECT
 Advertiser / Brand : MADU HIJAU
 Requested by/Email : GLADYS
 Package No. : 049.26/0426/GF/SK
 Period : MARI 2026
 Date Release : 6 MARET 2026
 Version : 1

Benefits	Remarks	Spot/Da Y	Total Day	Total	Rate	Total Value
RDI						
TALKSHOW	Durasi 60 Menit	1	25	25	IDR 12,000,000	IDR 300,000,000
OPENING TUNE	Penyebutan Nama Sponsor 15"	1	25	25	IDR 600,000	IDR 15,000,000
CLOSING TUNE	Penyebutan Nama Sponsor 15"	1	25	25	IDR 600,000	IDR 15,000,000
BUMPER IN	Penyebutan Nama Sponsor 15"	3	25	75	IDR 400,000	IDR 30,000,000
BUMPER OUT	Penyebutan Nama Sponsor 15"	3	25	75	IDR 400,000	IDR 30,000,000
RADIO EXPOSE - H 2 (3x/hari)	Promo Talkshow	6	25	150	IDR 1,000,000	IDR 150,000,000
INSTAGRAM FEED	Promo Talkshow	1	25	25	IDR 1,500,000	IDR 37,500,000
INSTAGRAM STORY	Promo Talkshow	1	25	25	IDR 1,000,000	IDR 25,000,000
SPOT PRODUCT	Saat Talkshow	2	25	50	IDR 1,000,000	IDR 50,000,000
SPOT PRODUCT	Prime Time	25	25	25	IDR 1,000,000	IDR 25,000,000
YOUTUBE LIVE	Saat Talkshow	25	25	25	IDR 7,500,000	IDR 187,500,000
TIKTOK	Promo Talkshow	8	25	8	IDR 5,000,000	IDR 40,000,000
TOTAL PACKAGE VALUE						IDR 905,000,000
TOTAL NETT PAID						IDR 85,585,586
VAT 11%						IDR 9,414,414
TOTAL PAID INC VAT						IDR 95,000,000
SAVING VALUE						90.54%

Term & Conditions

****This Package Valid Until****

*PAYMENT BEFORE BROADCAST

**No Revision After Deal or Signed

- Prices exclude 11% VAT

- First come first served

- All prices are subject to change without Prior Notice

- Doesn't apply to brand pitching

- Digital benefits cannot be converted into any benefits

- The campaign will run based on slot availability

Prepared by :	Acknowledge by	Approval	Approval
			
Marketing Planner	Manager Marketing	GM Marketing	Manager Sales

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2026

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Dokumen Prorate



PRORATE - DPR

Agency Advertiser / Brand Requested by/Email Package No. Period Date Release Version	: INDONESIA KATULISTIWA : DPR : GLADYS : 014/I/-26/MKT-MRN : FEBRUARI - DESEMBER 2026 : 11 FEBRUARI 2026 : 1
---	--

Benefits	Remarks	Spot/Day	Total Day	Total	Prorate	Total Value
MNC TRUJAYA NETWORK						
INSERTION	PRIME TIME PAGI & SORE			90	IDR 1,944,444	IDR 175,000,000
CAHAYA HATI CAHAYA INDONESIA						
INEWS TV						
SUPER IMPOSE	Durasi 10"			1	IDR 5,000,000	IDR 5,000,000
					TOTAL NETT PAID	IDR 180,000,000

Term & Conditions

****This Package Valid Until**

****PAYMENT BEFORE BROADCAST**

****No Revision After Deal or Signed**

- Prices exclude 11% VAT

- First come first served

- All prices are subject to change without Prior Notice

- Doesn't apply to brand pitching

- Digital benefits cannot be converted into any benefits

- The campaign will run based on slot availability

Prepared by :	Acknowledge by	Approval	Approval
 Marketing Planner	 Manager Marketing	 GM Marketing	 Manager Sales
			Client

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2026

Lampiran 6 Dokumen Media Order Klien

[illegible]

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2026



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2026

Lampiran 8 Hasil Turnitin

Page 2 of 71 - Integrity Overview

Submission ID: inv-id-3818146129734

15% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text

Top Sources

15% Internet sources
3% Publications
2% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	repository.pnj.ac.id	6%
2	Internet	eprints.ujg.ac.id	2%
3	Internet	repository.ar-raniry.ac.id	1%
4	Internet	id.wikipedia.org	1%
5	Internet	core.ac.uk	<1%
6	Internet	repository.fe.unj.ac.id	<1%
7	Internet	repository.upgrjatim.ac.id	<1%
8	Internet	www.coursehero.com	<1%
9	Internet	repository.unitag-sby.ac.id	<1%
10	Internet	repository.its.ac.id	<1%
11	Internet	123dok.com	<1%

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Page 2 of 71 - Integrity Overview

Submission ID: inv-id-3818146129734

Page 3 of 71 - Integrity Overview

Submission ID: inv-id-3818146129734