

LAPORAN AKHIR KULIAH KERJA LAPANGAN

**OPTIMASI PEMASARAN PADA TOKO WANDA NURSERY
MELALUI MEDIA ONLINE**



DISUSUN OLEH:

Yusransyah Fahrezi Hasugian

178530069

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2020

LAPORAN AKHIR KULIAH KERJA LAPANGAN

**OPTIMASI PEMASARAN PADA TOKO WANDA NURSERY
MELALUI MEDIA ONLINE**



DISUSUN OLEH:

Yusransyah Fahrezi Hasugian

178530069

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini saya buat dengan sejujurnya dan telah diterima oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, tanggal 13 Juli 2020 sampai tanggal 12 Agustus 2020.

Medan, 14 Agustus 2020

Mahasiswa Pelaksana KKL

Dosen Pemb. Lapangan



(Yusransyah Fahrezi)



(Armansyah Matondang S.Sos., M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karuniannya-Nya sehingga kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini hingga penyusunan laporan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktu yang telah ditentukan. Sholawat serta salampun kami haturkan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW dan para sahabatnya, yang telah memberikan tauladan baik sehingga akal dan fikiran penyusun mampu menyelesaikan Laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini, semoga kita termasuk umatnya yang kelak mendapatkan syafa'at dalam menuntut ilmu.

Dalam kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan dan penyusunan laporan Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) diantaranya :

1. Bapak Armansyah Matondang S.sos., M.Si selaku dosen pembimbing KKL
2. Ibu Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm selaku kaprodi Jurusan ilmu komunikasi
3. Ibu Wanda Elyana Damanik,SP selaku Pembimbing lapangan
4. Serta pihak-pihak lain yang telah membantu dari pelaksanaan KKL hingga tersusunnya laporan ini.

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini, saya susun berdasarkan apa yang telah kami jalankan selama melaksanakan KKL di toko Wanda yang dilaksanakan selama 30 hari yaitu, mulai tanggal 13 juli hingga 12 Agustus 2020

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) merupakan sebuah implementasi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu darma pendidikan dan pengajaran yang telah dilaksanakan pada kegiatan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL), darma penelitian yang masih dalam proses dan darma pengabdian masyarakat yang dilaksanakan dalam KKL. Hal tersebut merupakan salah satu syarat yang harus ditempuh mahasiswa dalam menempuh program pendidikan S1, yang telah ditetapkan oleh pihak akademik. Dengan demikian mahasiswa wajib

melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan dan menyusun laporan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan.

Dalam penyusunan laporan ini, kami menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi susunan serta cara penulisan laporan ini, karenanya saran dan kritik yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan ini sangat kami harapkan.

Akhirnya, semoga laporan ini bisa bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan juga bermanfaat bagi penyusun pada khususnya.

Medan , 12 Agustus 2020

Yusransyah Fahrezi Hasugian

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv

BAB I

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Bidang yang Diminati.....	2
1.3 Alasan Memilih Lokasi PKL.....	2

BAB II

1.1 Waktu Pelaksanaan KKL	3
1.2 Lokasi Pelaksanaan KKL	3
1.3 Gambaran Umum Wanda Nursery.....	3

BAB III

1.1 Pelaksanaan PKL.....	4
1.2 Tugas-tugas selama PKL.....	4
1.3 Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan	4
1.3.1 Identifikasi Tugas Yang Relevan.....	4
1.3.2 Identifikasi Keterampilan Baru Yang Diperoleh	5
1.4 Identifikasi Kendala Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan.....	5

BAB IV

1.1 Analisis Terhadap Aktivitas KKL 6

1.2 Pemasaran Media Online 6

1.3 Strategi Pemasaran Media Online..... 6

1.4 Bergabung Dalam Media Sosial, Semisal Facebook Dan Instagram 7

PEMBAHASAN

1.1 Optimasi..... 8

1.2 Pengertian Sosial Media Marketing..... 9

1.3 Hambatan-Hambatan Dalam Social Media Marketing..... 10

1.4 Keuntungan Pemasaran Media Sosial..... 11

BAB V

A. KESIMPULAN 12

B. SARAN..... 12

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area adalah salah satu program studi yang mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan kegiatan Kuliah kerja lapangan (PKL). Kuliah kerja lapangan ini dimasukkan sebagai mata kuliah wajib pada Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area pada semester VI dengan bobot 3 SKS.

Adapun kuliah kerja lapangan tersebut dimaksudkan untuk memperkenalkan mahasiswa kepada realitas dunia kerja khususnya di bidang ilmu komunikasi. Bagi mahasiswa, kegiatan PKL harus dirasakan sebagai pengalaman belajar yang baru untuk menerapkan semua bekal ilmu yang telah diterima dalam berinteraksi dengan lingkungan kerja agar memperoleh pemahaman bagaimana menempatkan diri sesuai dengan bidang kerja yang dipilih.

Melalui program kuliah kerja lapangan/ Magang ini setiap mahasiswa memiliki kesempatan untuk memahami serta merasakan bagaimana pekerjaan yang sesungguhnya terjadi di lapangan. Mahasiswa kemudian akan memadukan antara teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan dengan praktek di lapangan. Perpaduan antara teori dan praktek di lapangan inilah, yang akan memacu jiwa dan mental setiap mahasiswa untuk senantiasa siap menghadapi dunia kerja yang dinamis dan kompetitif.

Disamping dapat mempraktekkan pengetahuannya di lapangan, mahasiswa juga dapat menimba pengalaman kerja dari para pegawai yang berada di tempat kerja praktek baik secara teknis maupun non teknis. Selain itu mahasiswa juga akan mengalami proses perkembangan kemampuan berkomunikasi guna mempersiapkan diri memasuki dunia kerja profesional. Dengan mengikuti Kuliah kerja lapangan ini mahasiswa

nantinya diharapkan akan siap dan mampu untuk menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

1.2 Bidang yang diminati.

Dalam pelaksanaan Kuliah kerja lapangan ini, mahasiswa diberikan kebebasan oleh Prodi untuk memilih sendiri perusahaan/ instansi/UMKM yang akan dijadikan sebagai tempat PKL serta bidang yang menjadi minat mahasiswa PKL. Dalam hal ini penulis memilih bidang **Pemasaran online** mengambil lokasi KKL di toko Wanda Nursery.

Bidang ini dipilih karena penulis ingin mengetahui cara kerja dan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan oleh toko Wanda Nursery sebagai salah satu toko bunga di daerah madirsan.

Penulis juga ingin mengetahui bagaimana kinerja toko Wanda Nursery dalam melaksanakan promosi.

1.3 Alasan memilih lokasi PKL

Wanda Nursery adalah salah satu toko bunga yang ada di daerah Madirsan, Tg. Morawa.

Penulis tertarik untuk memilih lokasi PKL ini karena penulis ingin melihat bagaimana cara sebuah toko melakukan pemasaran dan jasa membuat tamannya.

Sebagai toko bunga yang lumayan besar penulis berharap dapat menimba ilmu dari toko ini sehingga nantinya pengalaman yang didapatkan selama masa PKL dapat berguna untuk program studi ilmu komunikasi dan bagi penulis sendiri. Ketertarikan dalam penelitian ini dilandasi karena adanya keinginan untuk mendorong UMKM ke pemasaran media online.

BAB II

LOKASI KEGIATAN

1.1 Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Kegiatan Praktik kerja lapangan yang dilakukan penulis adalah selama sebulan, tepatnya pada tanggal 13 juli 2020 sampai dengan tanggal 12 Agustus 2020.

1.2 Lokasi Praktik Kerja Lapangan

Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan pada salah satu toko bunga yang ada di Tanjung Morawa yaitu Wanda Nursery.

Alamat: Bangun Sari Baru, Deliserdang, Kecamatan Tanjung Morawa, Sumatra Utara

1.3 Gambaran Umum Wanda Nursery

Wanda Nursery bergerak dalam bidang penjualan bunga hias grosir dan eceran. Toko ini juga menyediakan jasa pembuatan taman. Tanaman yang di jual pun beragam seperti bunga gantung, anggrek, keladi dan masih banyak lagi .

BAB III

PELAKSANAAN PROGRAM

1.1 Pelaksanaan PKL

Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan selama 1 bulan, terhitung dari tanggal 13 juli 2020 sampai tanggal 12 Agustus 2020. Dengan jadwal 7 hari kerja 1 hari off. Dimulai pada pukul 09:00 sampai 16:00 WIB. Selama PKL Penulis ditempatkan pada bagian pemasaran bertugas menangani masalah promosi dalam social media, dan membuat konten.

1.2 Tugas – tugas selama PKL

Selama melaksanakan Kuliah kerja lapangan di toko Wanda Nursery, penulis telah melakukan berbagai kegiatan dan beberapa tugas yang telah diberikan. Tugas dan kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama PKL antara lain:

- A. Mengirim dan menerima pesan yang berada di
 - Instagram
 - Google business
 - Facebook
- B. Membuat konten foto,video untuk google bussines, Instagram dan facebook

1.3 Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

1.3.1 Identifikasi Tugas Yang Relevan

Selama pelaksanaan kuliah kerja lapangan penulis merasa bahwa tugas – tugas yang diberikan oleh pihak Wanda nursery telah sesuai dengan disiplin ilmu yang penulis pelajari selama masa perkuliahan. Contohnya saat ditugaskan untuk membuat konten penulis tidak terlalu menemukan kendala yang berarti dikarenakan selama masa perkuliahan penulis sudah diajarkan bagaimana cara fotografi dan editing yang menarik sehingga menimbulkan ketertarikan.

1.3.2 Identifikasi Keterampilan Baru Yang Diperoleh

Selama melaksanakan PKL penulis juga mendapatkan beberapa keterampilan baru dan pengalaman baru di dunia bisnis retail dalam hal komunikasi pemasaran, karena sebagian besar pekerjaan sudah pernah diajarkan dan didapatkan pada saat perkuliahan pada Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area. Salah satu keterampilan baru yang diperoleh saat PKL adalah :

Penulis mendapatkan keterampilan Content Marketing yaitu menarik konsumen dengan beragam informasi yang telah disediakan di website pelaku bisnis. Informasi yang dibuat bisa berupa artikel atau text, video, gambar atau bahkan hasil riset tertentu. informasi yang disediakan harus memiliki keterikatan atau relevan dengan usaha bisnis yang dimiliki oleh pelaku usaha. ini sebab keterampilan ini tidak hanya bisa digunakan dalam dunia pekerjaan tetapi juga dapat diterapkan dalam kehidupan sehari - hari penulis. Kedepannya keterampilan ini dapat diunakan sebagai modal dasar dalam berwirausaha.

1.4 Identifikasi Kendala Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan

Pada umumnya pelaksanaan Kuliah kerja lapangan tidaklah semudah yang penulis bayangkan karena penulis menemukan beberapa kendala saat pelaksanaan Kuliah kerja lapangan. Kendala yang di dapat oleh penulis seperti bungung membalas pesan yang menanyakan hal detail sebuah barang dan banyaknya pesan yang masuk

BAB IV

1.1 Analisis Terhadap Aktivitas KKL

Pada bagian ini penulis akan membahas dan menganalisis aktivitas-aktivitas yang dilaksanakan selama PKL dengan teori dan pendapat tokoh yang diperoleh selama kuliah atau dari berbagai referensi.

1.2 Pemasaran Media Online

Pemasaran menurut Philip Kotler adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Saat ini pemasaran tidak hanya dilakukan dengan cara memasang iklan di media massa (televisi dan radio) ataupun di media cetak seperti koran, majalah dan sebagainya. Sesuai dengan perkembangan teknologi yaitu internet, pengusaha juga memanfaatkan teknologi baru tersebut sebagai media pemasaran yang baru yang biasa disebut dengan pemasaran internet/online.

Pemasaran media online pada dasarnya adalah kegiatan komunikasi pemasaran dengan menggunakan media Internet. Pada awalnya menggunakan halaman-halaman berformat HTML yang bisa diakses oleh pengguna Internet. Itulah awal dari website yang kemudian menjadi 'rumah kedua' bagi perusahaan-perusahaan yang sudah eksis untuk menampilkan jati dirinya. Pada perkembangannya pemasaran online tidak hanya menggunakan media website, namun juga email dan aplikasi-aplikasi lain yang berjalan di atas protocol Internet.

1.3 Strategi Pemasaran Media Online

Strategi komunikasi pemasaran media online adalah melakukan aktivitas pemasaran dengan menggunakan semua fasilitas yang disediakan oleh internet dengan tujuan meningkatkan hasil penjualan dan menjalin komunikasi yang lebih baik kepada pelanggan. Pemasaran dengan internet pada dasarnya memiliki konsep yang sama, walaupun menggunakan sarana yang berbeda-beda. Oleh

sebab itu aktivitas pemasaran dilakukan tetap berpedoman pada market, produk, website, trafik dan kredibilitas (Lasmadiarta, 2010:9-19).

Para penonton televisi mulai berpindah ke Internet. Karena mereka pindah maka media iklan harus mengikutinya, dengan asumsi bahwa tujuan pemasar mana pun adalah untuk menjangkau target audiens-nya secara efektif dan efisien. Para pemasar mengakui bahwa mereka harus melakukan penyesuaian perencanaan pemasarannya untuk mengejar terus meningkatnya jumlah orang yang menghabiskan waktu di depan media online, seringkali dengan meninggalkan media yang lain.

1.4 Bergabung Dalam Jaringan Sosial, Semisal Facebook Dan Instagram

Jumlah pemilik akun di jaringan sosial tidak terbatas. Mereka berasal dari berbagai kalangan, kelompok usia, dan wilayah tempat tinggal. Di antara mereka tentu banyak yang berpotensi untuk disasar menjadi segmen pasar. Dengan memiliki akun di jaringan sosial, para pelaku bisnis akan terhubung dengan mereka dan dapat menjalin komunikasi secara intens serta melakukan kegiatan pemasaran.

PEMBAHASAN

Kegiatan penjualan yang dilakukan oleh toko bunga wanda nursery tidak terlepas dari unsur - unsur komunikasi pemasaran. Penulis akan membahas aplikasi teori internet marketing dalam unsur komunikasi pemasaran yaitu social media marketing sebagai pengaruh keputusan pembelian konsumen.

1.1 Optimasi

Optimasi adalah suatu proses untuk mencapai hasil yang ideal atau optimasi (nilai efektif yang dapat dicapai). Optimasi dapat diartikan sebagai suatu bentuk mengoptimalkan sesuatu hal yang sudah ada, ataupun merancang dan membuat sesuatu secara optimal.

A. Unsur Pokok Pemasaran Online

Internet Marketing disebut juga dengan Online Marketing yang didefinisikan sebagai bentuk usaha dari perusahaan atau organisasi dalam memasarkan produk atau jasanya serta dalam usaha membangun hubungan dengan pelanggan melalui perantara media internet Kotler dan Amstrong (2008).

Content Marketing

konten marketing merupakan alat untuk menarik prospek dan pelanggan potensial ke website, toko online (e-commerce), dan blog. Bentuk dari konten dapat berupa artikel, blog, how-to, e-book, presentasi, video atau audio.

Search Engine Marketing

Search Engine Marketing (SEM) adalah cara melakukan pemasaran online atau internet marketing hingga kampanye di internet dengan mengoptimasi mesin pencari (search engine). SEM juga memiliki tujuan untuk mendapatkan tampilan website atau blog pada halaman utama Search Engine Result Page

Email Marketing

Rangkaian kegiatan email marketing dimulai dari mengumpulkan email, dilanjutkan dengan melakukan pengiriman email secara massal, yang berisi informasi produk atau promo, yang bertujuan untuk mendatangkan penjualan dari pembeli lama maupun pembeli baru.

Online Public Relation

Public Relation seperti Hubungan Masyarakat atau Humas sebuah organisasi atau instansi. Sehingga pengertian Online Public Relation adalah kegiatan Public Relation (Hubungan Masyarakat) yang menggunakan internet sebagai media komunikasi.

1.2 Pengertian Sosial Media Marketing

Menurut Gunelius (2011:10) social media marketing merupakan suatu bentuk pemasaran langsung ataupun tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan tindakan untuk merek, bisnis, produk, orang, atau entitas lainnya dan dilakukan dengan menggunakan alat dari web sosial seperti blogging, microblogging, social networking, social bookmarking, dan content sharing.

Media sosial adalah sebuah media dalam jaringan/Daring (Online), dimana penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Media sosial meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Online Advertising / Iklan Online

Online advertising adalah metode periklanan dengan menggunakan internet dan World Wide Web dengan tujuan menyampaikan pesan pemasaran (promosi) untuk menarik pelanggan. Sarana Online advertising bisa mulai dari banner ads, Search Engine Marketing (SEM), iklan di jejaring sosial, email marketing, sampai ke iklan baris online.

1.3 Hambatan-Hambatan Dalam Social Media Marketing

- Kurangnya pemahaman tentang media sosial marketing

Kurangnya pelatihan-pelatihan yang dimiliki oleh para pelaku bisnis online (khususnya bagi yang sedang menerapkan media sosial marketing) membuat banyak pemilik bisnis hanya asal dan sembarangan melakukan promosi di media sosial.

- Kompetitor

Tantangan yang penulis rasakan adalah kompetitor. Hampir bisa dipastikan Anda akan menghadapi persaingan bisnis, apapun industri Anda. Begitu pula dengan bisnis online, Anda bukan hanya menghadapi kompetitor yang menjual produk serupa dengan bisnis Anda, tapi juga kompetitor secara umum.

- Penipuan (Fraud)

Meski saat ini sistem keamanan online sudah semakin canggih, penipuan dalam bisnis online masih banyak dijumpai. Penipuan masih bisa terjadi akibat kurangnya kehati-hatian dalam berbisnis online, baik dari pihak pembeli maupun penjual.

- Karakteristik Konsumen yang Rumit

Dalam menjalankan bisnis online, Penulis menjumpai berbagai tipe konsumen dari berbagai latar belakang yang berbeda, dan tidak semuanya bisa kooperatif. Anda mungkin akan menjumpai konsumen yang rumit, terlalu banyak bertanya, emosional, dan sebagainya.

Untuk menyelesaikan masalah ini, cara yang penulis lakukan, membuat Friendly Asked Questions (FAQ) untuk membantu konsumen menemukan jawaban atas pertanyaan yang sering ditanyakan.

1.4 Keuntungan Pemasaran Media Sosial

(Neti,2011:6) Memaparkan Perbedaan signifikan dari strategi pemasaran

konvensional adalah, sosial media marketing (ssm) menawarkan tiga keuntungan yang berbeda yaitu :

1. Sosial media marketing menyediakan jendela untuk pemasar untuk tidak

hanya mempresentasikan produk / jasa kepada pelanggan saja,tetapi juga untuk mendengarkan keluhan pelanggan dan saran.

2. Mempermudah pemasar untuk mengidentifikasi berbagai kelompok sejenis

atau juga orang yang dapat mempengaruhi kelompok, yang selanjutnya dapat membantu dalam pertumbuhan merek

3. Semua ini dilakukan dengan hampir nol biaya (dibandingkan dengan

jangkauan pelanggan konvensional program) karena sebagian besar situs jejaring sosial gratis.

BAB V

A. KESIMPULAN

Dalam pelaksanaan Kuliah kerja lapangan ini penulis mendapatkan pengetahuan secara nyata dalam menerapkan ilmu yang diperoleh pada saat perkuliahan, sehingga dapat di praktekkan secara maksimal ketika melaksanakan Kuliah kerja lapangan. Social Media Marketing sudah menjadi salah satu tools bisnis andalan pengusaha masa kini. Untuk dapat memberdayakan social media dalam bisnis, pastikan Anda harus memahami dasar-dasar pengetahuan tentangnya. Selain itu Kuliah kerja lapangan adalah sarana bagi mahasiswa untuk mengenal dunia kerja nyata sekaligus mengenal lingkungan dan kondisi kerja yang nantinya akan dihadapi mahasiswa setelah lulus kuliah.

B. SARAN

Bagi Universitas Medan Area

Saran yang dapat penulis sampaikan bagi Program studi ilmu komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politiik Universitas Medan Area sebagai penyelenggara kegiatan PKL kegiatan ini bermanfaat bagi untuk dalam menambah keterampilan mahasiswa/mahasiswa makadari itu disarankan bagi universitas medan area melakukan kegiatan PKL di tahun berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangg.

Suprono Wahyujatmiko, Irwan Yon Hadi. 2018. Manajemen Pemasaran Online Makaroni Huhhah Yogyakarta: Bisnis Teori dan Implementasi, Vol. 9, No. 2 : 100-120 :






LAMPIRAN

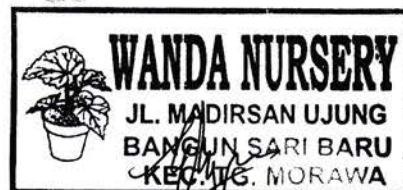
NAMA : Yusransyah Fahrezi Hasugian

NPM : 178530069

LOKASI KKL: Wanda Nursery

A.Laporan selama 1 bulan KKL

Tanggal	Catatan/Kegiatan Harian	Paraf	Kehadiran
13 Juli 2020	Pengenalan Cara Pemasaran		✓
14-17 Juli 2020	Mulai Pengambilan Foto		✓
20-24 Juli 2020	Membalas Pesan Masuk Yang Berada Di Social Media		✓
27-30 Juli 2020	Melakukan pengeditan konten yang di buat		✓
3-12 Agustus 2020	Memposting konten yang telah di buat/membalas pertanyaan dari calon pembeli		✓



Wanda Elyana Damanik,SP



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estata, Jalan PBSI Nomor 1 (061) 7368878, 7380168, 7364348, 7366781, Fax, (061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Selabud Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A (061) 8201994, Fax, (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.ums.ac.id E-mail: univ_medanarea@ums.ac.id

Nomor : 474/FIS.0/01.3/VII/2020

11 Juli 2020

Lamp. : -

Hal : Izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

Yth.

Pimpinan Wanda Nursery

Bangun sari baru, Deliserdang, Kecamatan tanjung morawa, Sumatra utara 203662

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan bapak/ibu kiranya dapat memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa/i kami dengan data sebagai berikut :

NO	NAMA MAHASISWA	NPM
1	Yusransyah Fahrezi Hasugian	178530069

Untuk memberi izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di **Wanda Nursery**. Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dimaksud guna menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa/i, dan KKL dilaksanakan pada tanggal 13 Juli s/d 12 Agustus 2020.

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam Kuliah Kerja Lapangan (KKL) serta menerbitkan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan KKL pada instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

A.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Masitho Batubara
Masitho Batubara, S.Sos, M.AP

Cc.File