

LAPORAN KERJA PRAKTIK
AKTIVITAS KERJA DIVISI JUNIOR EXECUTIVE OF COMMUNITY
BASED TOURISM IN TRAINING (CBT TRAINING) DI PT.GEMILANG
MEDIA WISATAMA (TRAVELXISM)



OLEH:
FAMILIA BENEDICHTA PRIJANTO
19071015

PROGRAM STUDI HOSPITALITY DAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE MANADO
MANADO
2022

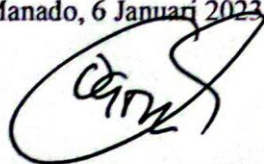
LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya telah mengikuti dan mengawasi penulisan laporan ini dan memberikan rekomendasi yang tampaknya sesuai.

Laporan ini tetap menjadi kreasi mahasiswa. Saran yang diberikan bukan untuk mengubah spesifikasi tulisan mahasiswa.

Penulis berusaha semaksimal mungkin untuk menghasilkan laporan yang baik yang dibutuhkan oleh program studi berdasarkan pengalaman belajar secara langsung yang didapat dari kegiatan Kerja Praktik.

Manado, 6 Januari 2023



Oktavianus Wayan Semuel, S.E.Par., M.M

Advisor

LEMBAR PERSETUJUAN

LAPORAN KERJA PRAKTIK

AKTIVITAS KERJA DIVISI JUNIOR EXECUTIVE OF COMMUNITY BASED TOURISM IN TRAINING (CBT TRAINING) DI PT. GEMILANG MEDIA WISATAMA (TRAVELXISM)

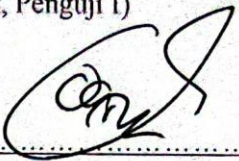
Nama : Familia Benedichta Prijanto

Nomor Induk Mahasiswa : 19071015

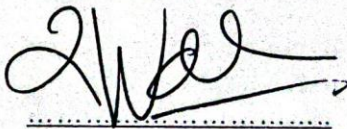
Telah diajukan dihadapan dewan penguji pada 22 Desember 2022

Dewan Penguji:


1. Oktavianus Wayan Semuel, S.E.Par., M.M. (Pembimbing, Penguji I)



2. Yelly A. Walansendow, S.E., S.ST.Par., M.Si. Dipl Cidesco (Penguji II)



3. Steven Yones Kawatak, S.E., M.Ec. (Penguji III)



Manado, 22 Desember 2022

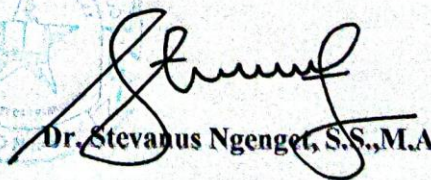
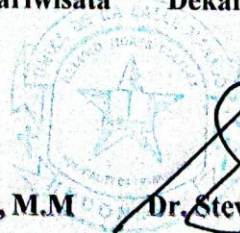
Disetujui oleh,

Ketua Program Studi Hospitality dan Pariwisata

Dekan Fakultas Pariwisata



Oktavianus Wayan Semuel, S.E.Par., M.M



Dr. Stevanus Ngenget, S.S., M.A

LEMBAR PENGESAHAN

LAPORAN KERJA PRAKTIK

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA PRAKTIK

Judul:

**AKTIVITAS KERJA DIVISI JUNIOR EXECUTIVE OF COMMUNITY BASED
TOURISM IN TRAINING (CBT TRAINING) DI PT. GEMILANG MEDIA
WISATAMA (TRAVELXISM)**

Disetujui pada tanggal 29 Desember 2022

Oleh:

PT. GEMILANG MEDIA WISATAMA (TRAVELXISM)



(Gilang Ahmad Fauzi, S.S., MDS, M.Sc)
CEO dan Founder

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat penyertaan dan tuntunannya penulis dapat menyelesaikan kegiatan magang selama 5 (lima) bulan di PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism) serta dimampukan untuk menyelesaikan pembuatan Laporan Akhir Magang dengan baik.

Kegiatan Magang merupakan salah satu syarat akademik bagi semua mahasiswa yang sedang menempuh semester 7 (tujuh) Program Studi Hospitality dan Pariwisata Fakultas Pariwisata Universitas Katolik De La Salle Manado. Juga Pembuatan Laporan Akhir Magang ini menjadi salah satu syarat bahwa mahasiswa telah melakukan kerja praktik serta menyelesaikan magang serta syarat kelulusan bagi mahasiswa. Penulisan Laporan akhir magang ini dibuat berdasarkan pengalaman dan observasi yang didapatkan penulis selama bekerja di PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism) yang berlangsung selama 5 (lima) bulan mulai dari Agustus 2022 sampai dengan Desember 2022.

Berkat dorongan dan motivasi dari beberapa pihak sehingga penulis bisa menyelesaikan pembuatan Laporan Akhir Magang dengan baik, untuk itu dengan rasa hormat, penulis mengucapkan Terima Kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Rektor Universitas Katolik De La Salle Manado Prof.Dr.Johanis Ohoitumur, MSC.
2. CEO PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism) Yogyakarta, Bapak Gilang Ahmad Fauzi, S.s., MDS, M.Sc.
3. Mentor di divisi Junior Executive of Community Based Tourism in Training (CBT Training) Bapak Eko Haryanto, M.Par., CHE.
4. Dekan Fakultas pariwisata Dr.Stevanus Ngengert, S.S., M.Par.
5. Pembimbing Akademik Sir Machiko Nugraha Indriyanto, M.Par.
6. Ketua Program Studi Fakultas Pariwisata juga selaku Dosen Pembimbing Magang dan Dosen Penguji dalam sidang ujian laporan kerja praktek Sir Oktavianus Wayan Samuel, S.E.Par., M.M.
7. Dosen Penguji Mam Yelly A.Walansendow, S.E., S.ST.Par., M.Si.dan Sir Steven Yones Kawatak, S.E., M.Ec.yang sudah memberi arahan dan saran dalam pembuatan laporan kerja praktek ini.
8. Seluruh staf dosen pengajar dalam lingkungan Fakultas Pariwisata Universitas Katolik De La Salle Manado.
9. Penanggung jawab MSIB di Universitas Katolik De La Salle Manado Sir Michael George Sumampouw, S.T., M.T.
10. Kedua Orang tua yang selama ini selalu menjadi sumber motivasi dan pemberi dorongan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan program magang dan pembuatan laporan akhir magang.
11. Saudara dan saudari Jenyfe I.Salombe, Madeleine E.G.Merentek, Jeini A.Janis, Novelia G.Makikama, Melisa E.Lahungkasiang, Alprince T.Kadamehang, Christan E.Patras yang selalu mendukung penulis.
12. Rekan-rekan magang di divisi *Junior Executive of Community Based Tourism (CBT-Training)* yang sudah menjadi teman dan sahabat bagi penulis selama berada di Yogyakarta.

13. Seluruh staf di PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism) yang sudah membantu penulis dalam menjalankan program magang dan menambah wawasan bagi penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan akhir magang dengan baik.

Penulis berharap, semoga lewat laporan akhir magang ini bisa bermanfaat bagi para pembaca untuk menjadi referensi atau menambah wawasan dan pengetahuan. Akhir kata, saya meminta maaf jika ada kesalahan dalam penulisan serta mohon saran dan kritik yang bersifat membangun agar kedepannya bisa jadi lebih baik dan sempurna.

Yogyakarta, 24 Desember 2022

Familia Benedichta Prijanto

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Kerja Praktik	2
1.2.1 Tujuan Umum	2
1.3 Ruang Lingkup Kegiatan.....	3
1.3.1 Objek Kegiatan.....	3
1.3.2 Ruang Lingkup Kegiatan Kerja.....	3
1.4 Metode Kerja Praktik	4
1.4.1 Observasi.....	4
1.4.2 Wawancara.....	4
1.4.3 Keterlibatan Pekerjaan	4
BAB II Organisasi atau Lingkungan Organisasi PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism).....	5
2.1 Sejarah PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism).....	5
2.2 Visi Misi, Filosofi Logo	5

2.2.1	Visi	5
2.2.2	Misi	5
2.2.3	Filosofi Logo.....	6
2.2.4	Struktur Organisasi.....	7
2.2.5	Lingkup Pekerjaan	8
2.2.6	Deskripsi Pekerjaan.....	9
2.3	Jadwal Kerja	11
BAB III DESKRIPSI IMPLEMENTASI KERJA PRAKTIK		13
3.1	Deskripsi persoalan divisi Junior Executive of Community Based Tourism in Training (CBT Training).....	13
3.2	Pelatihan Digital Marketing bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta.....	13
3.2.1	Konsep dan Mekanisme proyek pelatihan <i>digital marketing</i> bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta.....	16
3.2.2	Sasaran peserta proyek pelatihan	16
3.2.3	Proses pelaksanaan pelatihan digital marketing	17
3.2.4	Pencapaian hasil proyek pelatihan digital marketing bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta.....	21
3.3	Pelatihan dan Pendampingan Optimalisasi Promosi dan Pemasaran digital Bagi Para Pelaku UMKM di Desa Wisata Tepus, Gunungkidul dan UMKM Mitra PT.Garuda Indonesia Persero Tbk.....	26
3.3.1	Konsep dan Mekanisme pelaksanaan proyek pelatihan	29
3.3.2	Proses pelaksanaan proyek pelatihan digital marketing bagi para pelaku UMKM	30
3.3.3	Pencapaian hasil proyek pelatihan dan pendampingan optimalisasi dan promosi pemasaran digital bagi UMKM	36
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....		39
4.1	Kesimpulan.....	39

4.2	Saran.....	39
4.2.1	Untuk Penyelenggara MSIB.....	39
4.2.2	Untuk Mitra/PT Gemilang Media Wisata (Travelxism).....	40
4.2.3	Untuk Divisi Junior Executive of Community Based Tourism in Training (CBT Training).....	40
4.2.4	Untuk Mahasiswa.....	40
4.2.5	Untuk Kampus.....	40
	DAFTAR PUSTAKA.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Travexism.....	6
Gambar 2.2 Arti Warna Biru pada Logo	6
Gambar 2.3 Warna Merah Pada Logo	6
Gambar 3.1 Registrasi Peserta.....	17
Gambar 3.2 Pembukaan dan Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	18
Gambar 3.3 Sambutan Pihak Sekolah, Pihak Travelxism dan Pihak Nasmoco ..	19
Gambar 3.4 Materi dan Praktik Optimalisasi Media Sosial.....	19
Gambar 3.5 Awarding	20
Gambar 3.6 Materi dan Praktik E-commerce (Shopee).....	20
Gambar 3.7 Penyerahan Plakat dan Dokumentasi Bersama.....	21
Gambar 3.8 Pembukaan, Sambutan dan Pelaporan Kegiatan.....	30
Gambar 3.9 Pemberian Lanyard Secara Simbolis	31
Gambar 3.10 Materi dan Praktik Foto Produk.....	31
Gambar 3.11 Materi dan Praktik Teknik Copywriting dan Optimalisasi Media Sosial	32
Gambar 3.12 Materi dan Praktik Teknik Copywriting dan Optimalisasi Media Sosial.....	32
Gambar 3.13 Sambutan Pihak BUMN dan Pihak Garuda Indonesia Persero Tbk	33
Gambar 3.14 Materi dan Praktik E-commerce	33
Gambar 3.15 Materi dan Praktik E-commerce	33
Gambar 3.16 Pemberian Sertifikat Kepada Para Peserta Pelatihan	34
Gambar 3.17 Pemberian Sertifikat Kepada Para Peserta Pelatihan	34
Gambar 3.18 Materi Pentingnya Perizinan BPOM dan PIRT	35
Gambar 3.19 Materi Pentingnya Perizinan BPOM dan PIRT	35
Gambar 3.20 Pemberian Sertifikat dan Plakat.....	36
Gambar 3.21 Pemberian Sertifikat dan Plakat.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil Kepuasan Pelatihan Digital Marketing bagi Siswa.....22

Tabel 3.2 Hasil Kepuasan Pemasaran Digital bagi UMKM37

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Struktur Organisasi PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism).....	7
Bagan 3.1 Konsep dan Mekanisme Proyek Pelatihan	29

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A SURAT REKOMENDASI UNTUK MAHASISWA MSIB
LAMPIRAN B FORM KP 02 FORMULIR DATA UMUM PERUSAHAAN
LAMPIRAN C FORM KP 03 FORMULIR PENILAIAN PELAKSANAAN KERJA
PRAKTEK
LAMPIRAN D LAPORAN AKTIVITAS
LAMPIRAN E SERTIFIKAT DAN CAPAIAN PEMBELAJARAN
LAMPIRAN F SERTIFIKAT PENGHARGAAN
LAMPIRAN G SERTIFIKAT ORIENTATION WEEK
LAMPIRAN H SERTIFIKAT KEPANITIAAN DALAM PROYEK DIVISI
LAMPIRAN I SURAT KETERANGAN MAGANG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan UU No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Pasal 1 ayat 1 menjelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Dalam Pasal 1 ayat 3 juga menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Sektor kepariwisataan merupakan salah satu sektor yang menyumbang peningkatan perekonomian dan devisa negara sehingga sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat penting yang ada di setiap negara.

Kepariwisataan sangat bermanfaat sebagai industri/bisnis. Definisi pariwisata yang dipandang dari dimensi industri/bisnis memfokuskan pada keterkaitan antara barang dan jasa untuk memfasilitasi perjalanan wisata. Smith (Seaton dan Bennett 1996) mendefinisikan pariwisata sebagai kumpulan usaha yang menyediakan barang dan jasa untuk memfasilitasi kegiatan bisnis, bersenang-senang, dan memanfaatkan waktu luang yang dilakukan jauh dari lingkungan tempat tinggalnya.

Program Magang atau Internship merupakan salah satu syarat wajib di perkuliahan bagi mahasiswa semester 7 (Tujuh) yang bertujuan untuk mendorong mahasiswa mampu menerapkan dan mempraktekkan ilmu yang didapatkan ke dalam dunia kerja. Mahasiswa Fakultas Pariwisata diwajibkan untuk memenuhi persyaratan dalam mata kuliah internship sebagai implementasi teori selama perkuliahan lewat Program Magang dan Studi Independent Bersertifikat (MSIB) yaitu sebuah program yang dibuat oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yang mana para mahasiswa bekerja dalam sebuah mitra perusahaan atau organisasi sebagai trainee dalam periode tertentu dengan diberikan proyek nyata dan

dikerjakan secara berkelompok serta didampingi para mentor yang professional dalam bidangnya. Lewat program Magang dan Studi Independent Bersertifikat (MSIB) para mahasiswa yang sudah mengikuti akan mendapatkan sertifikasi keterampilan dari industry serta memberikan nilai yang tinggi bagi mahasiswa juga mendapatkan peluang untuk menjadi *Full Time Employee* (FTE) (Kampus Merdeka, 2022).

Dalam kegiatan praktek atau magang, penulis menjadi bagian intern di PT. Gemilang Media Wisata (Travelxism) lewat program yang dibuat perusahaan yaitu Sustainable Tourism Internship Program (STIP) pada Batch ke-3 di divisi Junior Executive of Community Based Tourism in Training merupakan divisi yang berfokus pada pelatihan bagi para masyarakat dalam semua kalangan, pelatihannya tak hanya berpusat tentang pariwisata saja namun juga dalam digital marketing, dengan semua pelaksanaan berdasarkan pada pariwisata berkelanjutan (Sustainable Tourism). Penulis sebagai mahasiswa program studi hospitality dan pariwisata merasa cocok dalam divisi tersebut karena ada beberapa teori seperti Manajemen Sumber Daya Manusia yang bisa diterapkan dalam pelaksanaan program magang.

Karena perkembangan zaman membuat semua hal di digitalisasi sehingga lewat beberapa projek yang penulis serta rekan-rekan satu divisi Junior Executive of Community Based Tourism (CBT-Training) menambah wawasan baru tentang digital marketing yang sangat cocok digabungkan dengan dunia kepariwisataan dalam ajang promosi destinasi pariwisata yang ada maupun berbagai produk yang dihasilkan para masyarakat bisa dijual serta mengembangkan soft skill dari para masyarakat dalam dunia digital marketing.

1.2 Tujuan Kerja Praktik

1.2.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari aktivitas Kerja Praktek adalah:

1. Wadah untuk mengimplementasikan teori selama masa perkuliahan yang diperoleh ke dalam pelaksanaan kerja praktek sehingga menjadi bekal untuk menjalani karir di masa depan.

2. Mahasiswa memperoleh pengalaman belajar yang bermanfaat yang tidak didapatkan dalam masa perkuliahan seperti merencanakan program divisi, memecahkan dan menanggulangi permasalahan di tempat kerja.
3. Meningkatkan kerjasama dan hubungan antara pihak perguruan tinggi dengan Lembaga pemerintah atau swasta sehingga lewat hal tersebut perguruan tinggi berperan dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas Pendidikan lewat.
4. Salah satu syarat kelulusan di dalam Program Studi Hospitality dan Pariwisata Fakultas Pariwisata, Universitas Katolik De La Salle Manado.

1.3 Ruang Lingkup Kegiatan

1.3.1 Objek Kegiatan

Kegiatan Kerja Praktik penulis dilaksanakan selama 900 jam di PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism), Penulis berada di bagian divisi Junior Executive of Community Based Tourism in Training (CBT Training).

1.3.2 Ruang Lingkup Kegiatan Kerja

Sustainable Tourism Internship Program (STIP) merupakan Program dari Magang Bersertifikat Kampus Merdeka yang diselenggarakan oleh PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism). Dengan adanya program STIP ini mendukung SDM yaitu dari mahasiswa yang berasal dari beragam kampus untuk bisa meningkatkan dan mengembangkan potensi diri, menambah soft skill, menambah pengetahuan serta keterampilan di bidang kepariwisataan, serta belajar bagaimana bekerja dalam dunia kerja secara disiplin.

Program STIP ini melibatkan 100 Mahasiswa yang terpilih dari berbagai universitas di Indonesia, yang kemudian dibagi menjadi 5 divisi dengan 12 pembagian sub divisi diantaranya Junior Executive of Community Based Tourism (CBT) terdiri dari Junior Executive of Community Based Tourism in Tour (CBT-Tour), Junior Executive of Community Based in Virtual Tour (CBT-VT), Junior Executive of Community Based in Training (CBT-Training), Junior Digital Executive (DIGITAL) terdiri dari Junior Digital Executive for Social Media (DIGITAL-Sosmed), Junior Digital Executive for Media Production (DIGITAL-Medpro), Junior Digital Executive for Corporate Affairs (DIGITAL-CA), Junior

Researchers and Consultant (JRC) terdiri dari JRC-Government Relations and CSR (JRC Govrel), JRC-Accommodation and Management (JRC AccomA), JRC-International Affairs and Commerce (InterA), Tourism Sociopreneur terdiri dari Tourism Sociopreneur for Special Interest Tour (SOCIO-Tour), Tourism, Sociopreneur for UMKM Products (SOCIO-Products), Junior Tourism Technology and Innovation (TECHNO).Masing-masing divisi terdiri dari beberapa sub divisi tersebut didampingi para mentor yang profesional pada bidangnya.

1.4 Metode Kerja Praktik

1.4.1 Observasi

Dalam pelaksanaan Kerja Praktik penulis menggunakan metode observasi, yang mana melakukan pengamatan di divisi junior executive of community based in training (CBT Training).

1.4.2 Wawancara

Dalam pelaksanaan Kerja Praktik ini, penulis menggunakan metode wawancara yang mana lewat pelaksanaan audiensi ke berbagai pihak yang menjadi sasaran peserta dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan kami.

1.4.3 Keterlibatan Pekerjaan

Dalam pelaksanaan kerja praktik, penulis menjadi bagian dari Divisi Junior Executive of Community Based Tourism in Training dengan keterlibatan kerja menawarkan pelatihan, mengadakan kegiatan pelatihan *client project (Training Event)*.

BAB II

Organisasi atau Lingkungan Organisasi PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism)

2.1 Sejarah PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism)

PT Gemilang Media Wisata (TRAVELXISM) berdiri sejak tahun 2019. Nama Travelxism pertama dicetuskan oleh CEO Travelxism, Bapak Gilang Ahmad Fauzi, tepatnya “Travelxism” adalah nama Vlog dan Instagram milik beliau saat sedang menempuh pendidikan Master’s Degree di Australia. Adapun akun Travelxism kala itu berfokus pada berbagi konten travelling atau ‘jalan-jalan’ saat study.

Bapak Gilang Fauzi dulu juga sedang menjalankan bisnis dengan PT lain yang bergerak di bidang pariwisata, yakni Indonesia Travel Signature Magazine. Setelah berjalan beberapa waktu, akhirnya pada tahun 2019 Bapak Gilang Ahmad Fauzi mendirikan PT Gemilang Media Wisata (Travelxism) yang terinspirasi berdasarkan nama Vlog dan Instagram yang dahulu digunakan Bapak Gilang. Pendirian Travelxism ini juga sebagai bentuk keresahan beliau terhadap dampak negatif yang ditimbulkan oleh sektor pariwisata, diharapkan Travelxism dapat meningkatkan awareness serta membantu pengembangan pariwisata berkelanjutan di Indonesia.

2.2 Visi Misi, Filosofi Logo

2.2.1 Visi

Mengubah aset pariwisata menjadi produk yang dapat dipasarkan dengan memaksimalkan manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan tetap menjaga lingkungan.

2.2.2 Misi

Kami berharap dapat melibatkan lebih banyak pemangku kepentingan untuk berpartisipasi dalam mempraktikkan pariwisata berkelanjutan, meningkatkan kesadaran akan pentingnya pariwisata berkelanjutan melalui produksi media, serta memberikan pilihan yang berarti bagi wisatawan dan masyarakat lokal melalui paket wisata berkelanjutan dan virtual tour.

2.2.3 Filosofi Logo



Gambar 2.1 Logo Travexism

Sumber: Aset Perusahaan

Filosofi Logo yaitu dengan jenis Font **QUANTIFY** yaitu jenis font yang memiliki keterbacaan yang cukup jelas dan tegas. Dengan arti pada warna logo Travelxism yaitu:



Gambar 2.2 Arti Warna Biru pada Logo

Sumber: Aset Perusahaan

Arti warna biru pada logo dengan komposisi warna seperti digambar mencerminkan keterbukaan, inovasi, inspirasi dan imajinasi perpaduan kebijakan/kedewasaan berpikir/ bertindak dengan semangat inovasi berorientasi pada masa depan.



Gambar 2.5 Warna Merah Pada Logo

Sumber: Aset Perusahaan

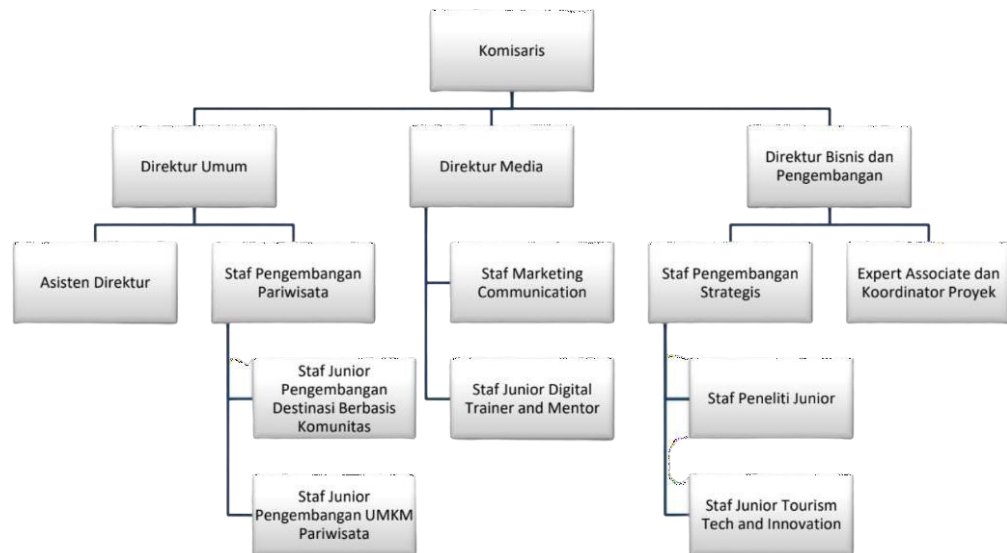
Sedangkan arti warna merah dengan komposisi warna seperti digambar membawa kesan energi, menarik, semangat dalam mengembangkan pariwisata Indonesia.

Adapun arti bentuk logo Travelxism yaitu dengan bentuk pemilihan Font yang tegas melambangkan jati diri perusahaan yang besar dan professional dengan sentuhan huruf "V" yang dirancang indah secara estetika dengan perpaduan icon destinasi dalam huruf serta warna merah menambah kesan semangat untuk berkembang.

Bentuk lokasi berwarna merah pada logo Travelxism menganalogikan sebagai bentuk icon destinasi pada map yang dalam konteks ini adalah menunjukkan destinasi tujuan wisata.

2.2.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism)



Bagan 2.1 Struktur Organisasi PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism)

Sumber: Aset Perusahaan

- Komisaris: Vinia R.Primawati, S.IP
- Direktur Umum: Gilang Ahmad Fauzi, S.S., MDS, M.Sc
- Direktur Media: Vinia R.Primawati, S.IP
- Direktur Bisnis dan Pengembangan: Desideria C.W.Murti, Ph.D
- Asisten Direktur: Aurelia Melisa Yuliani, S.I.Kom

- Staf Marketing Communication: Cecilia Pretty Grafiani, S.I.Kom., M.I.Kom
- Staf Pengembangan Strategis: Rifki Juniar Widiyanto, S.I.P
- Staf Junior: Interns

2.2.5 Lingkup Pekerjaan

Di divisi Junior Executive of Community Based Tourism beranggotakan 8 orang mahasiswa yang berasal dari universitas yang berbeda – beda dengan dibimbing oleh 1 mentor yang profesional pada bidangnya.

Dalam pelaksanaan magang para *intern* Ada 2 proyek yang merupakan program kegiatan selama mengikuti magang di divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training*, yaitu Pelatihan Digital Marketing bagi siswa, dan Pelatihan dan Pendampingan Optimalisasi Promosi dan Pemasaran Digital bagi UMKM di Desa Wisata Tepus, Gunungkidul dan Mitra PT.Garuda Indonesia Persero Tbk.

a. Pelatihan Digital Marketing bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta

Dalam Proyek ini para peserta magang atau *intern* dalam divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* (CBT-Training) ditugaskan untuk bisa merencanakan proyek pelatihan dengan tema digital marketing, kemudian mencari data terkait sekolah – sekolah yang berada di Yogyakarta khususnya sekolah menengah kejuruan karena Sebagian besar dari sekolah menengah kejuruan sudah memiliki produk yang mereka hasilkan lewat berbagai kejuruan mereka, setelah itu para magang mulai melakukan audiensi ke berbagai sekolah.

b. Pelatihan dan Pendampingan Optimalisasi Promosi dan Pemasaran Digital Bagi UMKM Desa Wisata Tepus, Gunungkidul dan Mitra PT.Garuda Indonesia Persero Tbk.

Para pemegang atau *intern* divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* (CBT-Training) pertama melakukan tahap audiensi atau melihat langsung situasi dan kondisi di Tepus, Gunungkidul kemudian menawarkan

program pelatihan digital marketing bagi para pemerintah kalurahan Tepus, Gunungkidul dan mereka menyambut baik serta menerima tawaran tentang pelaksanaan pelatihan tersebut bagi para pelaku UMKM di Tepus, Gunungkidul. Untuk para pelaku UMKM sendiri berasal dari Rumah Produksi Kerupuk Pathilo, Kelompok Wanita Tani, Rumah Produksi Kerupuk Rumput Laut, dan juga melibatkan pihak Bumkal dan Pokdarwis disana. Selain itu, juga hadir para pelaku UMKM Mitra PT. Garuda Indonesia Persero Tbk untuk mengikuti kegiatan ini dengan durasi pelaksanaan selama 4 hari pada 21 Desember-22 Desember 2022.

2.2.6 Deskripsi Pekerjaan

a. Pelatihan Digital Marketing bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta.

Pada perencanaan proyek pelatihan *digital marketing* bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta para *Intern* divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* memiliki tugas sebagai berikut:

1. Melakukan riset terkait dengan kebutuhan masyarakat

Bentuk riset dilakukan melalui kuesioner lewat penggunaan platform *google form* yang mana untuk mengetahui pelatihan apa yang paling banyak diminati oleh masyarakat sehingga lewat riset tersebut bisa mengambil focus untuk penentuan tema bentuk pelatihan divisi kami.

2. Melakukan pemetaan sekolah yang ada di Yogyakarta

Bentuk pemetaan yang dilakukan adalah dengan survei lapangan atau melakukan kunjungan ke berbagai sekolah untuk mendapatkan data-data terkait potensi dan kelengkapan kebutuhan pelatihan dalam meningkatkan kemampuan masyarakat.

3. Menentukan Jenis dan Konsep pelatihan

Lewat data yang didapatkan dari riset dan survei lapangan, divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* membuat rancangan konsep terkait program pelatihan sesuai dengan target pasar yang paling banyak diminati

yaitu focus digital marketing bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan sebagai investasi ilmu dan *personal branding*.

4. Menawarkan Jasa pengelolaan pelatihan

Divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* melakukan audiensi dengan pihak perusahaan Nasmoco Bantul terkait dengan proyek pelatihan.

Akhirnya, divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* dipercaya oleh pihak perusahaan Nasmoco Bantul untuk mengelola proyek pelatihannya melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)*

5. Melaksanakan proyek pelatihan

Proyek pelatihan dilaksanakan pada 08 November 2022 di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta, yang mana satu divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* memiliki tugas dan tanggungjawab dalam pelaksanaan proyek.

b. Pelatihan dan Pendampingan Optimalisasi Promosi dan Pemasaran Digital Bagi UMKM Desa Wisata Tepus dan UMKM Mitra PT.Garuda Indonesia Persero Tbk.

Pada perencanaan proyek pelatihan digital marketing di Desa wisata Tepus, Gunungkidul para peserta magang dari divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* memiliki tugas sebagai berikut:

1. Melakukan riset terkait dengan kebutuhan masyarakat

Bentuk riset dilakukan melalui kuesioner lewat penggunaan platform *google form* yang mana untuk mengetahui pelatihan apa yang paling banyak diminati oleh masyarakat sehingga lewat riset tersebut bisa mengambil focus untuk penentuan tema bentuk pelatihan divisi kami.

2. Melakukan pemetaan dan pengumpulan data

Bentuk pemetaan yang dilakukan adalah dengan survei lapangan atau melakukan kunjungan ke desa wisata tepus untuk mendapatkan data-data terkait potensi dan kelengkapan kebutuhan pelatihan dalam meningkatkan kemampuan masyarakat.

3. Menentukan Jenis dan Konsep pelatihan

Lewat data yang didapatkan dari riset dan survei lapangan, divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* membuat rancangan konsep terkait program pelatihan sesuai dengan target pasar yang paling banyak diminati yaitu fokus digital marketing bagi UMKM khususnya UMKM desa wisata Tepus, Gunungkidul.

4. Menawarkan Jasa pengelolaan pelatihan

Divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* melakukan audiensi dengan pihak PT.Garuda Indonesia Persero, Tbk.Branch Office Yogyakarta terkait dengan proyek pelatihan.

Akhirnya, divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* dipercaya oleh PT.Garuda Indonesia Persero, Tbk untuk mengelola proyek pelatihannya melalui *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

5. Melaksanakan proyek pelatihan

Proyek pelatihan dilaksanakan selama 4 hari pada tanggal 21-24 Desember 2022 di Desa Wisata Tepus, Gunungkidul dan diikuti oleh para pelaku UMKM Tepus, dan UMKM Mitra PT.Garuda Indonesia Persero, Tbk.Yang mana, satu divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* memiliki tugas dan tanggungjawab dalam pelaksanaan proyek.

2.3 Jadwal Kerja

Pelaksanaan kegiatan magang di PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism) yang penulis lakukan secara hybrid, dua hari Work from office dihari senin dan selasa serta 3 hari online (Work from anywhere) dengan waktu kerja 8 jam efektif.Aktivitas magang dimulai pada pukul 08.00 dan selesai pada pukul 17.00 WIB.

Kegiatan utama yang dilakukan di divisi *Junior Executive of Community Based Tourism* (CBT – Training) adalah:

- Agustus : Orientation Week
- September : Membuat rancangan proyek divisi
- Oktober : Audiensi proyek pelatihan
- November : Persiapan dan pelaksanaan proyek pelatihan yang pertama yaitu pelatihan digital marketing di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta.
- Desember : Persiapan dan pelaksanaan program pelatihan dan pendampingan optimalisasi dan pemasaran melalui digital marketing bagi para pelaku UMKM.

BAB III

DESKRIPSI IMPLEMENTASI KERJA PRAKTIK

3.1 Deskripsi persoalan divisi Junior Executive of Community Based Tourism in Training (CBT Training)

Divisi *Junior Executive of Community Based Tourism in Training* merupakan solusi untuk mengatasi kurangnya keterampilan maupun peningkatan *soft skill* dari sumber daya manusia dengan berbagai pelatihan yang ditawarkan oleh kami, dengan adanya peningkatan *soft skill* sumber daya manusia dan juga wawasan baru maka akan menyiapkan sumber daya manusia yang kompeten dalam focus bidang yang kami tawarkan pelatihannya, tak hanya itu *divisi Junior Executive of Community Based Tourism* juga melaksanakan pelatihan berbasis *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan dengan berdasar hal tersebut semua pelaksanaan proyek program pelatihan terarah demi kesejahteraan sumber daya manusia, juga mengingatkan untuk selalu bisa menjaga dan melestarikan sumber daya alam sebagai potensi dari pariwisata itu sendiri agar sifatnya berkelanjutan.

Tak hanya tentang kepariwisataan divisi ini juga menawarkan berbagai jenis bentuk pelatihan seperti digital marketing demi mempromosikan tentang produk UMKM yang dibuat oleh para masyarakat itu sendiri dengan tujuan pengenalan digitalisasi proses pemasaran agar dikenal public, dan mengerti bagaimana strategi pemasaran yang dijual melalui e-commerce dengan mengenal pengemasan foto produk, Teknik copywriting yang persuasif, sehingga mereka bisa memaksimalkan dan mengoptimalkan penjualan produk mereka sendiri secara mandiri dan keuntungan untuk peningkatan perekonomian mereka sendiri.

3.2 Pelatihan Digital Marketing bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta

Pelatihan digital marketing bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta merupakan suatu proyek kegiatan dengan fokus untuk meningkatkan pengetahuan pemahaman potensi branding dan *soft skill digital marketing* meliputi

dasar-dasar fotografi, copywriting dan penggunaan E-commerce (Shopee), memberdayakan kemampuan Sumber Daya Manusia yang unggul dalam proses produksi dan pengelolaan konten dalam aspek digital marketing, menciptakan Sumber Daya Manusia yang kompeten dalam pengembangan sistem promosi serta optimalisasi branding sebagai pembuat konten (*creator*).Bicara mengenai digital marketing maka erat kaitannya dengan penggunaan internet dan media sosial, serta digital marketing membuka peluang perkembangan perekonomian.Adanya pengaruh perkembangan globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi aspek kehidupan manusia, seperti membawa kemajuan pada bidang teknologi dan internet.Mengacu pada pola konsumtif dari masyarakat Indonesia, berdasarkan data dikutip dari Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report pada Februari 2022, menjelaskan bahwa 80,1% masyarakat Indonesia lebih banyak menggunakan media sosial untuk mencari dan menemukan informasi namun enggan untuk membagikan pemikiran dan pendapatnya pribadi.

Kita berkaca dari sini bahwa adanya kecenderungan masyarakat Indonesia lebih dominan menjadi pengguna layanan media sosial (konsumen) bukan sebagai pemilik profil yang memberdayakan fitur media sosial untuk meningkatkan potensi branding (*Creator*).Mayoritas pengguna media sosial sekarang ini didominasi oleh individu yang berusia 18 – 35 tahun.Oleh karena itu, kita perlu menyadari besarnya jumlah pengguna media sosial di Indonesia menjadi peluang yang besar bagi digital marketing untuk bisa menjangkau konsumen yang saat ini justru didominasi oleh kelompok milenial dan generasi Z.

Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa pengguna media sosial salah satunya lebih cenderung ke generasi Z yaitu anak – anak muda yang masih dalam tahap menempuh pendidikan.Untuk itu, digital marketing dapat menjadi bahan pembelajaran dalam menambah wawasan para siswa, mengingat pengaruh perkembangan globalisasi menuju pada peningkatan digitalisasi membawa semua orang untuk mengetahui lebih dalam tentang penggunaan teknologi khususnya dalam pengoptimalisasi media sosial.Mahasiswa sebagai agent of change membantu dalam mewujudkan perubahan dan pengembangan masyarakat menuju kearah kehidupan yang lebih baik.Sebagai Mahasiswa program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka yang merupakan kolaborasi antar mahasiswa

dengan berbagai rumpun ilmu, didorong untuk melaksanakan kegiatan yang dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat. Upaya ini salah satunya diwujudkan melalui kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Mahasiswa Magang yang berfokus pada bidang Community Based Tourism in Training (CBT Training) melalui.

Pelatihan Digital Marketing guna menjawab problematika era digitalisasi saat ini. Demi menambah wawasan dan pengembangan kompetensi Sumber Daya Manusia khususnya para siswa sekolah, terdapat beberapa alternatif untuk mewujudkan dalam bentuk upaya kegiatan pelatihan digital marketing mengenai Optimalisasi Media Sosial dengan 3 sub pelatihan meliputi; Pengemasan foto produk dan Copywriting serta E - commerce (Shopee). Oleh karena itu, dibutuhkan pengadaan program pelatihan dan pemberdayaan kualitas Sumber Daya Manusia yang menjurus kepada keterampilan pengelolaan potensi digital marketing dalam aspek produsen (creator). Dan potensi ini juga didukung dengan pembelajaran mengenai sistem promosi yang menguatkan branding para pengguna media sosial secara efisien. Karena hal ini nantinya akan menjadi angin segar bagi pengembangan kualitas Sumber Daya Manusia Indonesia dalam menghadapi percepatan globalisasi. Inisiatif ini menjadi penggerak roda potensi sosial-budaya, pariwisata, serta kewirausahaan daerah melalui optimasi yang meningkatkan mutunya sebagai suatu produk yang menjadi aset para peserta ke depannya. Dan inovasi ini turut mendukung pengembangan masyarakat lokal, terlebih dengan menggerakkan generasi muda sebagai agent of change bagi lingkungan sekitarnya.

Dalam pelaksanaan proyek pelatihan digital marketing bagi para siswa ada 2 sub pelatihan yaitu:

a. Pelatihan pengemasan foto produk dan copywriting

Dalam pelatihan pengemasan foto produk ini para peserta akan diajarkan cara foto produk yang baik mulai dari dasar - dasar cara untuk fotografi menggunakan perangkat yang ada seperti handphone maupun kamera. Tak hanya itu, dalam pelatihan tersebut diajarkan bagaimana cara untuk editing yang bisa menarik perhatian publik. Selain itu, para peserta juga akan diajarkan kiat - kiat penulisan pesan penjualan yang bersifat persuasif tujuannya agar publik

tertarik. Peserta akan dikenalkan pada berbagai kaidah dan trik ke penulisan yang bisa mendeskripsikan riset keunggulan dan kelemahan objek.

b. E-commerce (Shopee)

Dalam pelatihan tentang e-commerce (Shopee) ini para peserta akan dikenalkan tentang platform Shopee dan juga akan diajarkan tentang cara pembuatan akun Shopee serta strategi teknis pemasaran produk yang terorganisir sehingga bisa meningkatkan kualitas jual dan menarik perhatian konsumen.

3.2.1 Konsep dan Mekanisme proyek pelatihan *digital marketing* bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta.

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan dalam bentuk workshop yang nantinya akan dilakukan selama 1 hari dengan jangka waktu 6 jam 20 menit efektif, dimana pada pelatihan ini mengambil topik utama mengenai “Optimalisasi Media Sosial”, dengan mengangkat 2 materi utama yaitu pengemasan foto produk dan copywriting serta e-commerce (Shopee). Sebelum kegiatan terlaksana, peserta akan diberikan sosialisasi untuk membawa produk yang sudah mereka miliki untuk kebutuhan pelatihan nantinya. Di sesi pertama akan diberikan materi berkaitan dengan fotografi kemudian peserta melakukan foto pada produk yang telah dibawa serta diberikan materi copywriting. Dari hasil foto produk dan implementasi materi copywriting, hasil dari keduanya akan diupload di Instagram masing-masing peserta dengan menggunakan tagar Travelxism dari unggahan foto produk dan caption menarik yang telah dibuat. Kemudian dari semua produk yang telah terupload, nanti akan dipilih 3 terbaik untuk diberikan *door prize*. Dan di sesi kedua akan diberikan materi mengenai e-commerce dimana peserta akan diajarkan cara memasukkan produk ke dalam e-commerce. Dari sesi kedua ini akan dibentuk kelompok-kelompok kecil, kemudian hasil dari sesi pertama (foto produk & copywriting) akan dimasukkan ke dalam e-commerce (Shopee) untuk dipasarkan.

3.2.2 Sasaran peserta proyek pelatihan

Pelatihan ini diikuti oleh kurang lebih 32 peserta yang berasal dari kelas 11 dan 12 dari Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta.

3.2.3 Proses pelaksanaan pelatihan digital marketing

Proses kegiatan proyek dimulai dari mencari data – data sekolah yang ada di Yogyakarta kemudian merancang konsep program pelatihan digital marketing seperti apa selanjutnya kami mulai melakukan audiensi ke berbagai sekolah di antaranya Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Kokap, Sekolah Menengah kejuruan Negeri 1 Wonosari, Sekolah Menengah Atas Pangudi Luhur dan yang terakhir Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta yang menerima serta menyetujui proyek pelatihan yang disusun dan direncanakan oleh para *intern* di divisi Junior Executive of Community Based in Training (CBT Training) untuk dilaksanakan.



Gambar 3.1 Registrasi Peserta

Sumber: Aset Perusahaan

Proyek pelatihan dilaksanakan pada Selasa, 08 November 2022 di bertempat di meeting room ruangan yudhistira Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta dengan peserta dari kelas 11 dan kelas 12 sebanyak kurang lebih 30 orang peserta yang dibagi menjadi 8 (delapan) kelompok. Kegiatan tersebut dimulai dari pukul 07.40 pagi hingga 16.30 WIB, dengan materi yaitu Optimalisasi Media Sosial dan E – Commerce (Shopee) diawali dengan registrasi peserta.

Setelah registrasi peserta adalah ucapan selamat datang dan gambaran materi dari narasumber yang akan diberikan kepada peserta oleh *master of ceremony* (MC) dilanjutkan dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya.



Gambar 3.2 Pembukaan dan Menyanyikan Lagu Indonesia Raya

Sumber: Aset Perusahaan

Kemudian, laporan kegiatan oleh ketua pelaksana dan secara berurutan diisi sambutan yaitu pertama sambutan oleh pihak Sekolah, selanjutnya dari pihak Travelxism dan pihak Nasmoco Bantul.



Gambar 3.4 Sambutan Pihak Sekolah, Pihak Travelxism dan Pihak Nasmoco

Sumber: Aset Perusahaan

Pada sesi pertama adalah materi dan praktek optimalisasi media sosial dengan poin materi pengemasan foto produk, cara editing foto produk, teknik copywriting yang bersifat persuasif (Pembuatan caption) selama 180 menit dengan pembagian jam materi terdiri 90 menit teori, 90 menit praktek, oleh internal Travelxism.



Gambar 3.3 Materi dan Praktik Optimalisasi Media Sosial

Sumber: Aset Perusahaan

Setelah selesai materi diadakan pemberian reward kepada kelompok peserta yang bisa mengaplikasikan materi tersebut dengan baik.



Gambar 3.5 Awarding

Sumber: Aset Perusahaan

Pada sesi kedua adalah materi tentang *e-commerce* (*Shopee*) dengan poin materi pengenalan fitur platform Shopee, cara pembuatan akun Shopee dan strategi pemasaran produk yang terorganisir oleh tim Kampus UMKM Shopee Daerah Istimewa Yogyakarta selama 180 menit dengan pembagian jam terdiri 90 menit teori, 90 menit praktek.



Gambar 3.6 Materi dan Praktik E-commerce (Shopee)

Sumber: Aset Perusahaan

Setelah acara inti selesai, dilanjutkan dengan penutupan oleh Master of Ceremony (MC) dengan pemberian plakat kepada pihak sekolah sebagai bentuk penghargaan atas partisipasi dalam kegiatan pelatihan. Kemudian, dokumentasi seluruh panitia, peserta, narasumber dan para tamu undangan dan ditutup dengan ucapan terima kasih oleh master of ceremony (MC).



Gambar 3.7 Penyerahan Plakat dan Dokumentasi Bersama

Sumber: Aset Perusahaan

3.2.4 Pencapaian hasil proyek pelatihan digital marketing bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta.

Hasil akhir dari proyek program Pelatihan Digital Marketing bagi siswa di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta ini yaitu maksud dan tujuan dari kegiatan tersebut dapat diterima oleh para peserta sesuai dengan harapan serta kegiatan tersebut berjalan dengan baik dan membawa peningkatan wawasan

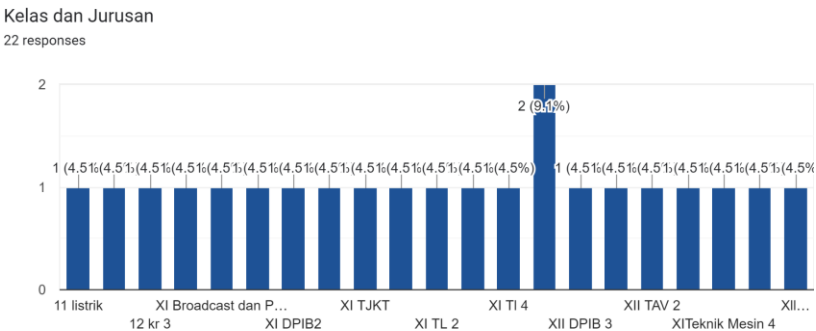
sebagai investasi ilmu bagi para siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta.

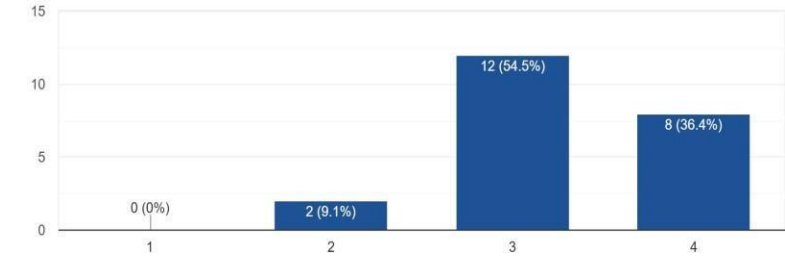
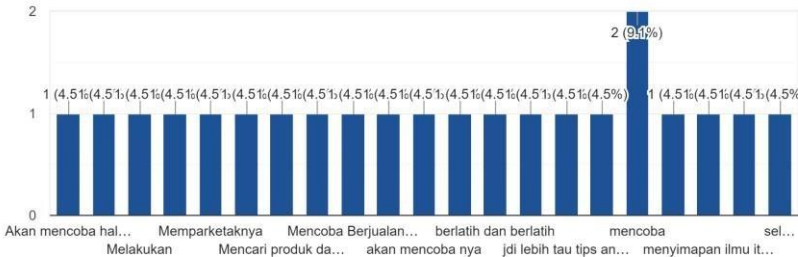
Selain itu, dapat diselesaikannya Laporan Pertanggungjawaban kegiatan dari divisi Junior Executive of Community Based Tourism in Training (CBT Training) diberikan kepada pihak perusahaan Travelxism, pihak perusahaan Nasmoco Bantul, dan pihak Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta.

Dari proyek ini penulis bisa mengembangkan keterampilan dalam public speaking, leadership dan menambah pengetahuan lebih dalam tentang digital marketing serta menerapkan system keberlanjutan dari program pelatihan tersebut.

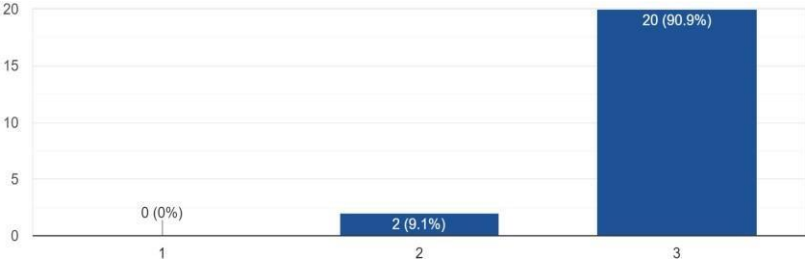
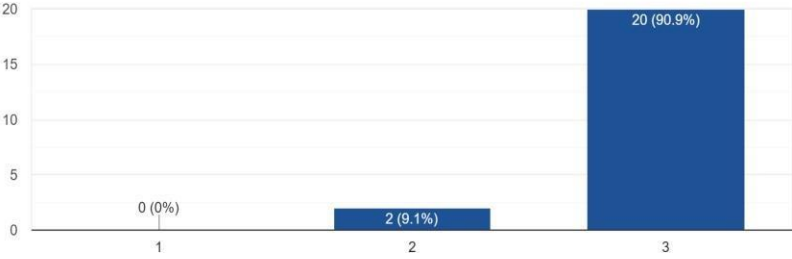
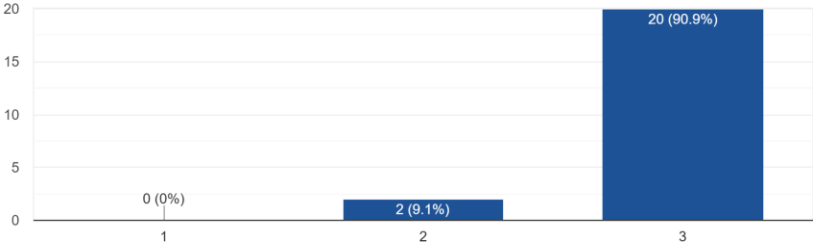
Juga, bisa dilihat dari hasil kuesioner yang diisi oleh para peserta menjadi acuan dalam pencapaian hasil pelaksanaan proyek pelatihan digital marketing bagi siswa.

Tabel 3.1 Hasil Kepuasan Pelatihan Digital Marketing bagi Siswa

No	Chart	Keterangan																											
1	 <p>Kelas dan Jurusan 22 responses</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Kelas/Jurusan</th> <th>Jumlah Responden</th> <th>Persentase</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>11 listrik</td><td>1</td><td>4,5%</td></tr> <tr><td>XI Broadcast dan P...</td><td>1</td><td>4,5%</td></tr> <tr><td>XI DPIB2</td><td>1</td><td>4,5%</td></tr> <tr><td>XI TL 2</td><td>1</td><td>4,5%</td></tr> <tr><td>XI TI 4</td><td>1</td><td>4,5%</td></tr> <tr><td>XII DPIB 3</td><td>2</td><td>9,1%</td></tr> <tr><td>XII TAV 2</td><td>1</td><td>4,5%</td></tr> <tr><td>XI Teknik Mesin 4</td><td>1</td><td>4,5%</td></tr> </tbody> </table>	Kelas/Jurusan	Jumlah Responden	Persentase	11 listrik	1	4,5%	XI Broadcast dan P...	1	4,5%	XI DPIB2	1	4,5%	XI TL 2	1	4,5%	XI TI 4	1	4,5%	XII DPIB 3	2	9,1%	XII TAV 2	1	4,5%	XI Teknik Mesin 4	1	4,5%	<p>Responden terbanyak dari kelas DPIB 1 (Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan.) dengan persentase 9,1%.</p>
Kelas/Jurusan	Jumlah Responden	Persentase																											
11 listrik	1	4,5%																											
XI Broadcast dan P...	1	4,5%																											
XI DPIB2	1	4,5%																											
XI TL 2	1	4,5%																											
XI TI 4	1	4,5%																											
XII DPIB 3	2	9,1%																											
XII TAV 2	1	4,5%																											
XI Teknik Mesin 4	1	4,5%																											

<p>2</p>	<p>Sejauh apa kamu memahami pengemasan foto produk dan teknik copywriting setelah mengikuti pelatihan ini? 1 = Tidak Paham 2 = Sedikit Paham 3 = Paham 4 = Sangat Paham 22 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Level</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>2</td> <td>9.1%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>12</td> <td>54.5%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>8</td> <td>36.4%</td> </tr> </tbody> </table>	Level	Count	Percentage	1	0	0%	2	2	9.1%	3	12	54.5%	4	8	36.4%	<p>Responden terbanyak pada pemahaman materi sesi 1 yaitu pengemasan foto produk dan teknik copywriting pada jumlah 54,5% dengan hasil para peserta “paham”</p>																		
Level	Count	Percentage																																	
1	0	0%																																	
2	2	9.1%																																	
3	12	54.5%																																	
4	8	36.4%																																	
<p>3</p>	<p>Apa langkah yang akan kamu lakukan setelah mendapatkan materi mengenai pengemasan foto produk dan teknik copywriting? 22 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Langkah</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Akan mencoba hal...</td> <td>1</td> <td>4,5%</td> </tr> <tr> <td>Memparketaknya</td> <td>1</td> <td>4,5%</td> </tr> <tr> <td>Mencari produk da...</td> <td>1</td> <td>4,5%</td> </tr> <tr> <td>Mencoba Berjualan...</td> <td>1</td> <td>4,5%</td> </tr> <tr> <td>akan mencoba nya</td> <td>1</td> <td>4,5%</td> </tr> <tr> <td>berlatih dan berlatih</td> <td>1</td> <td>4,5%</td> </tr> <tr> <td>jdi lebih tau tips an...</td> <td>1</td> <td>4,5%</td> </tr> <tr> <td>mencoba</td> <td>2</td> <td>9,1%</td> </tr> <tr> <td>menyimpan ilmu it...</td> <td>1</td> <td>4,5%</td> </tr> <tr> <td>sel...</td> <td>1</td> <td>4,5%</td> </tr> </tbody> </table>	Langkah	Count	Percentage	Akan mencoba hal...	1	4,5%	Memparketaknya	1	4,5%	Mencari produk da...	1	4,5%	Mencoba Berjualan...	1	4,5%	akan mencoba nya	1	4,5%	berlatih dan berlatih	1	4,5%	jdi lebih tau tips an...	1	4,5%	mencoba	2	9,1%	menyimpan ilmu it...	1	4,5%	sel...	1	4,5%	<p>Responden terbanyak pada pertanyaan langkah selanjutnya setelah mendapatkan materi sesi 1 yaitu mencoba untuk mengimplementasikannya ke media sosial mereka masing-masing dengan persentase 9,1%</p>
Langkah	Count	Percentage																																	
Akan mencoba hal...	1	4,5%																																	
Memparketaknya	1	4,5%																																	
Mencari produk da...	1	4,5%																																	
Mencoba Berjualan...	1	4,5%																																	
akan mencoba nya	1	4,5%																																	
berlatih dan berlatih	1	4,5%																																	
jdi lebih tau tips an...	1	4,5%																																	
mencoba	2	9,1%																																	
menyimpan ilmu it...	1	4,5%																																	
sel...	1	4,5%																																	

<p>4</p>	<p>Bagaimana pemahaman kamu mengenai pemanfaatan e-commerce (Shopee) setelah mengikuti pelatihan ini? 22 responses</p> <p>Detailed description: A bar chart with 22 bars. The y-axis ranges from 0 to 2. The x-axis labels are: 'Bagus', 'Lebih paham lagi ba...', 'Menambah ilmu', 'Sangat Paham', 'Saya paham cara m...', 'Tertarik', 'kurang puas soal ny...', 'mendapatkan banya...', 'menjadi paham aka...', 'sangat memb...'. The bars for 'Sangat Paham' and 'sangat memb...' are the tallest, both at 2 (9.1%). All other bars are at 1 (4.5%).</p>	<p>Responden terbanyak mengenai pemahaman materi sesi 2 tentang e-commerce (Shopee) yaitu di jumlah persentase 9,1% yaitu paham dan sangat paham</p>
<p>5</p>	<p>Sejauh apa kamu memahami pemanfaatan e-commerce (Shopee) setelah mengikuti pelatihan ini ? 1 = Tidak Paham 2 = Sedikit Paham 3 = Paham 4 = Sangat Paham 22 responses</p> <p>Detailed description: A bar chart with 4 bars. The y-axis ranges from 0 to 15. The x-axis labels are 1, 2, 3, 4. The bars are: 1 (0%), 2 (2 (9.1%)), 3 (11 (50%)), 4 (9 (40.9%)).</p>	<p>Responden terbanyak setelah mengikuti pelatihan materi sesi 2 tentang e-commerce (Shopee) yaitu dengan jumlah persentase 50% yaitu paham.</p>
<p>6</p>	<p>Apakah kamu puas dengan pemberian materi mengenai pengemasan foto produk dan teknik copywriting? 22 responses</p> <p>Detailed description: A bar chart with 3 bars. The y-axis ranges from 0 to 20. The x-axis labels are 1, 2, 3. The bars are: 1 (0 (0%)), 2 (3 (13.6%)), 3 (19 (86.4%)).</p>	<p>Responden terbanyak yang puas dengan pemberian materi sesi 1 yaitu pengemasan foto produk dan teknik copywriting yaitu dengan jumlah persentase 86,4%.</p>

7	<p>Apakah kamu puas dengan praktek proses pengemasan foto produk dan teknik copywriting? 22 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Satisfaction Level</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>2</td> <td>9.1%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>20</td> <td>90.9%</td> </tr> </tbody> </table>	Satisfaction Level	Count	Percentage	1	0	0%	2	2	9.1%	3	20	90.9%	<p>Responden terbanyak yang puas dengan praktek materi sesi 1 tentang pengemasan foto produk dan teknik copywriting yaitu dengan jumlah persentase 90,9%.</p>
Satisfaction Level	Count	Percentage												
1	0	0%												
2	2	9.1%												
3	20	90.9%												
8	<p>Apakah kamu puas dengan pemberian materi mengenai pemanfaatan e-commerce (Shopee)? 22 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Satisfaction Level</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>2</td> <td>9.1%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>20</td> <td>90.9%</td> </tr> </tbody> </table>	Satisfaction Level	Count	Percentage	1	0	0%	2	2	9.1%	3	20	90.9%	<p>Responden terbanyak yang puas dengan pemberian materi sesi 2 tentang pemanfaatan e-commerce yaitu dengan jumlah persentase 90,9%</p>
Satisfaction Level	Count	Percentage												
1	0	0%												
2	2	9.1%												
3	20	90.9%												
9	<p>Apakah kamu puas dengan praktek proses pemanfaatan e-commerce (Shopee)? 22 responses</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Satisfaction Level</th> <th>Count</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>2</td> <td>9.1%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>20</td> <td>90.9%</td> </tr> </tbody> </table>	Satisfaction Level	Count	Percentage	1	0	0%	2	2	9.1%	3	20	90.9%	<p>Responden terbanyak yang puas dengan praktek materi sesi 2 tentang pemanfaatan e-commerce yaitu dengan jumlah persentase 90,9%</p>
Satisfaction Level	Count	Percentage												
1	0	0%												
2	2	9.1%												
3	20	90.9%												

Silahkan berikan kritik dan saran sebagai bahan evaluasi untuk program pelatihan ini!
22 responses



Responden terbanyak pada sesi kritik dan saran tentang keseluruhan kegiatan pelatihan yaitu dengan jumlah persentase 9,1% keterangannya acara kegiatan sudah baik.

3.3 Pelatihan dan Pendampingan Optimalisasi Promosi dan Pemasaran digital Bagi Para Pelaku UMKM di Desa Wisata Tepus, Gunungkidul dan UMKM Mitra PT.Garuda Indonesia Persero Tbk.

Proyek pelatihan ini merupakan proyek yang bertujuan meningkatkan pengetahuan, pemahaman potensi branding dan *soft skill* digital marketing meliputi, pengemasan foto produk, copywriting dan pengoptimalan media sosial serta pengetahuan tentang strategi pemasaran di e-commerce kepada peserta, Memberdayakan kemampuan Sumber Daya Manusia yang unggul dalam proses pemasaran produk dengan pengelolaan konten dalam aspek digital marketing, Menciptakan Sumber Daya Manusia yang kompeten dalam pengembangan sistem promosi serta optimasi branding sebagai pembuat konten (creator), Meningkatkan Brand Awareness terhadap produk serta profil lembaga para pelaku UMKM melalui konten company profile, Menciptakan pemahaman peserta terkait pentingnya BPOM dan PIRT pada suatu produk olahan, serta mekanisme pengurusannya guna memaksimalkan kualitas produk UMKM.

Pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran dirasa mampu memberikan peluang yang jauh lebih besar bagi para pelaku UMKM untuk memasarkan produk. Berdasarkan data dari Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo, 2020), pada tahun 2019 jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 196,7 juta pengguna. Jumlah tersebut naik sekitar 8,9 persen

atau sekitar 25,5 juta pengguna jika dibandingkan dengan tahun 2018. Hal tersebut membuka peluang tren bisnis baru melalui pemanfaatan teknologi yang memberikan kemudahan pengguna untuk mengakses informasi secara luas. Peluang bisnis ini dapat menghubungkan pelaku usaha dengan para konsumen dengan berbasis digitalisasi.

PT.Garuda Indonesia Persero Tbk sebagai perusahaan maskapai penerbangan nasional terbesar di Indonesia yang memiliki rute penerbangan domestik dan rute penerbangan internasional dibawah naungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), diharapkan dapat ikut berkontribusi dalam upaya peningkatan kapasitas SDM/pelaku UMKM. Dukungan pendanaan melalui skema CSR pada Program pelatihan dan pendampingan Optimalisasi Promosi dan Pemasaran melalui Digital Marketing bagi para pelaku UMKM, dirasa sesuai dengan fokus CSR PT.Garuda Indonesia Persero Tbk.pada bidang pendidikan, peningkatan kapasitas SDM, dan UMKM dalam upaya pengentasan kemiskinan di Indonesia.

Perekonomian merupakan hal esensial yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia.Salah satu pilar ekonomi yang mampu menopang perekonomian Indonesia dari lapisan masyarakat yang paling bawah adalah keberadaan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Koperasi dan UMKM, tercatat bahwa jumlah UMKM di Indonesia hingga saat ini mencapai 64,2 juta dengan memberi kontribusi bagi Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia mencapai 61,7%, jumlah ini senilai dengan 8.573,89 triliun rupiah.

Saat ini UMKM menjadi penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar yang mencapai 61,1 persen sementara sisanya 38,9 persen disumbang pelaku usaha besar.Seperti tercatat dalam data Kementerian Koperasi dan UKM, tercatat jumlah dari UMKM di Indonesia saat ini telah mencapai 64,2 juta dengan memberi kontribusi bagi Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia mencapai 61,07% senilai dengan 8.573,89 triliun rupiah.Selain itu, mayoritas UMKM terdiri atas pelaku usaha mikro sebesar 98,68 persen (Kemenkeu, 2020).

Dalam proyek pelatihan ini terdapat empat materi yaitu:

1. Pelatihan pengemasan foto produk

Materi yang akan dibahas tentang wawasan fotografi dan editing, seperti dasar - dasar fotografi produk dengan adanya unsur seperti pencahayaan, efek dan gerak, fokus dan ruang tajam, angle shot, serta komposisi dalam fotografi sehingga foto produk yang dihasilkan sesuai dengan dasar - dasar dalam fotografi. Selain itu, akan dibahas mengenai cara editing foto dengan unsur pengaturan kecerahan, *color grading* foto, hingga kejernihan dan kejelasan foto sehingga mampu menarik publik untuk melihat konten foto produk hasil UMKM tersebut.

2. *Copywriting* dan Optimalisasi media sosial

Materi yang dibahas *copywriting* yaitu tentang teknik penulisan di media sosial yang bersifat persuasif dimana memfokuskan pada pemberian materi mengenai headline, isi copy, closing. Selain itu, akan diberikan materi pendukung yaitu penemuan keunikan copy, dan riset objek berdasarkan SWOT.

Selain itu, Materi yang dibahas dalam pelatihan ini mengenai pengenalan dasar pada manajemen media sosial, peluang pasar yang sedang diminati, serta diberikan materi pendukung yaitu riset kata kunci seperti *hashtag* dan *background*, yang berkaitan dengan konten serta optimalisasi profil dan manajemen konten media sosial.

3. Strategi promosi melalui pemasaran *e-commerce*

Materi yang disampaikan mengenai unsur pemasaran seperti penggunaan platform *e-commerce* mulai dari pengenalan sistem, pengelolaan akun *e-commerce* mengenai alur pembuatan akun serta adanya spesifikasi fitur *e-commerce*, dan mekanisme penjualan serta strategi promosi dalam marketplace serta pemberian teori dan pemahaman dalam membuat profil UMKM seperti deskripsi bio UMKM dan penjelasan produk.

4. Perizinan BPOM dan PIRT

Materi yang disampaikan mengenai pengenalan dan pemahaman fungsi dan pentingnya izin BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) dan PIRT (Pangan

Industri Rumah Tangga) bagi produk olahan, serta mekanisme pengajuan perizinan terhadap produk pelaku UMKM dan komunitas yang meliputi berbagai aturan dan persyaratan yang dibutuhkan dalam mengajukan perolehan izin bagi produknya.

3.3.1 Konsep dan Mekanisme pelaksanaan proyek pelatihan



Bagan 3.1 Konsep dan Mekanisme Proyek Pelatihan

Sumber: Aset Perusahaan

Pelatihan ini dilaksanakan selama 4 hari dengan total waktu sekitar 30 jam secara keseluruhan, masing-masing 8 jam setiap harinya. Komposisi waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah 50% sesi materi dan 50% sesi diskusi dan praktik. Pada pelatihan ini akan diberikan pre-test dengan tujuan untuk mengukur indikator kemampuan pada peserta serta akan diberikan post-test dengan tujuan untuk mengevaluasi keberhasilan pelatihan yang telah diberikan dan untuk mengukur kemampuan peserta setelah diberikan pelatihan.

Pelatihan ini akan diikuti sebanyak 33 peserta, 8 peserta yang dari UMKM Mitra PT.Garuda Indonesia (Persero) Tbk dan 25 peserta pelaku UMKM, Pokdarwis, dan BUMKAL Kalurahan Tepus, Gunungkidul. Dalam kegiatan pelatihan 4 hari ini akan diberikan 4 materi pelatihan, diantaranya pelatihan pengemasan produk, teknik copywriting dan optimalisasi media sosial, strategi promosi melalui pemasaran e-commerce, dan sosialisasi perolehan izin Badan Pengawasan Obat dan Makanan serta Pangan Industri Rumah Tangga. Pada proses pelatihan ini nantinya ketika sesi FGD akan dibagi beberapa kelompok yang akan didampingi oleh beberapa fasilitator dengan rincian 1 fasilitator akan mendampingi 5 peserta.

Setelah terselenggaranya rangkaian kegiatan pelatihan selama 4 hari yang telah dilakukan, akan diadakan pendampingan kepada UMKM. Pendampingan dilakukan selama 3 bulan dengan mekanisme dalam waktu 1 bulan terdapat dua kali koordinasi antara peserta dengan fasilitator untuk mengetahui proses perkembangan setiap UMKM. Pendampingan ini bertujuan untuk mengetahui progress peserta pelatihan dalam memanfaatkan digital marketing.

3.3.2 Proses pelaksanaan proyek pelatihan digital marketing bagi para pelaku UMKM

Pelaksanaan proyek pelatihan ini berlangsung selama empat hari pada 21-24 Desember 2022, yang mana dihari diawali dengan pembukaan secara langsung oleh General Manager Garuda Indonesia Branch Office Yogyakarta, Departemen CSR PT. Garuda Indonesia Persero Tbk. CEO Travelxism, Pelaporan Kegiatan oleh Ketua Pelaksana Kegiatan.



Gambar 3.8 Pembukaan, Sambutan dan Pelaporan Kegiatan

Sumber: Aset Divisi CBT Training

Setelah pembukaan dan sambutan dilanjutkan dengan pemberian tanda pengenal (*lanyard*) kepada para peserta.



Gambar 3.9 Pemberian Lanyard Secara Simbolis

Sumber: Divisi CBT Training

Kemudian, masuk di sesi materi tentang Foto Produk yang dimulai dengan *pre-test* dan dilanjutkan dengan materi selama 90 menit materi tentang pentingnya foto produk yang berkualitas dalam pemasaran, serta 60 menit teknik fotografi, setelah ISHOMA dilanjutkan dengan Praktik *photo product* oleh para fasilitator selama 105 menit dilanjutkan dengan praktik *editing* oleh para fasilitator selama 105 menit atau 1 jam 45 menit dan diakhiri dengan *post-test*.



Gambar 3.10 Materi dan Praktik Foto Produk

Sumber: Aset Divisi CBT Training

Masuk dihari kedua yaitu dimulai dengan registrasi peserta kemudian *pre-test* dan dilanjutkan dengan materi teknik *copywriting* dan materi optimalisasi media sosial dari narasumber selama 90 menit dan dilanjutkan dengan praktik teknik *copywriting* dan materi optimalisasi media sosial selama 30 menit. Setelah

ISHOMA dilanjutkan dengan praktik *copywriting* dibimbing fasilitator dengan durasi 75 menit. Dilanjutkan dengan praktik optimalisasi media sosial dengan bimbingan para fasilitator selama 75 menit dan diakhiri dengan *post-test*.



Gambar 3.11 Materi dan Praktik Teknik Copywriting dan Optimalisasi Media Sosial

Sumber: Aset Divisi CBT Training

Masuk dihari ketiga dimulai dengan registrasi peserta kemudian *pre-test* dan dilanjutkan dengan pemberian materi oleh narasumber yaitu tentang peluang *e-commerce* dalam optimalisasi penjualan produk UMKM selama 180 menit dan dilanjutkan dengan praktik pendaftaran akun *e-commerce*. Setelah, ISHOMA dilanjutkan dengan praktik pendaftaran *E-commerce* dan praktik optimalisasi *E-commerce* dibimbing fasilitator masing-masing selama 30 menit. Setelah sesi materi pihak PT.Garuda Indonesia Persero Tbk. Diantaranya General Manager Garuda Indonesia Branch Office Yogyakarta, dan Departemen CSR PT.Garuda Indonesia. Serta perwakilan dari Kepala Bidang Penata Kelola Perusahaan Negara Muda, Kementrian BUMN dan Senior Manager Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Garuda Indonesia Persero Tbk memberi sambutan. Kedatangan mereka sekaligus memberikan bentuk apresiasi kepada peserta yaitu pemberian sertifikat secara simbolis selama mengikuti kegiatan pelatihan.



Gambar 3.14 Materi dan Praktik E-commerce

Sumber: Aset Divisi CBT Training



Gambar 3.13 Sambutan Pihak BUMN dan Pihak Garuda Indonesia Persero Tbk

Sumber: Aset Divisi CBT Training



Gambar 3.16 Pemberian Sertifikat Kepada Para Peserta Pelatihan

Sumber: Aset Divisi CBT Training

Masuk dihari keempat, diawali dengan registrasi peserta kemudian dilanjutkan dengan *review* tentang penggunaan *e-commerce* cara mempercantik toko dari para pelaku UMKM sebagai peserta, kemudian dilanjutkan dengan sesi pemberian materi dari dinas kesehatan Gunungkidul, tentang pentingnya dan perizinan BPOM dan PIRT selama 60 menit kemudian adanya *closing ceremony* dari Pihak PT.Garuda Indonesia Persero Tbk.

Sekaligus penyerahan *awarding* kepada para peserta yang memiliki kontribusi aktif selama kegiatan berlangsung.



Gambar 3.18 Materi Pentingnya Perizinan BPOM dan PIRT

Sumber: Aset Divisi CBT Training

Tak hanya itu, adanya pemberian sertifikat dan pemberian plakat kepada pihak PT.Garuda Indonesia (Persero) Tbk.Atas kerjasama sebagai mitra pendanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kerjasama dalam kegiatan pelatihan dan pendampingan optimalisasi promosi dan pemasaran digital bagi UMKM.

Selain itu, diberikan juga sertifikat dan plakat kepada Pemerintah Kalurahan Tepus atas kerjasama sebagai penyelenggara kegiatan pelatihan dan pendampingan optimalisasi promosi dan pemasaran digital bagi UMKM.Setelah acara closing ceremony ditutup dengan sesi dokumentasi bersama dan pemberian sertifikat bagi seluruh peserta yang mengikuti kegiatan tersebut selama 4 hari.



Gambar 3.20 Pemberian Sertifikat dan Plakat

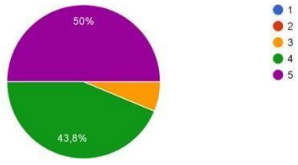
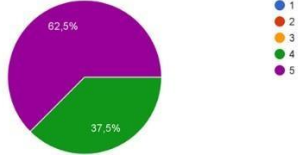
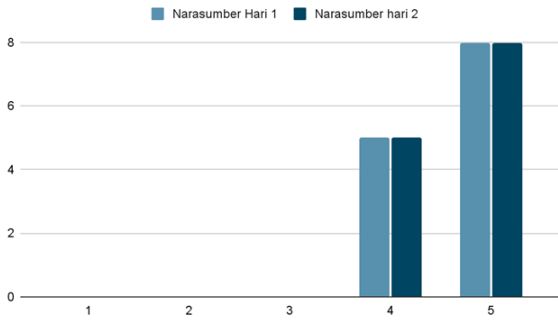
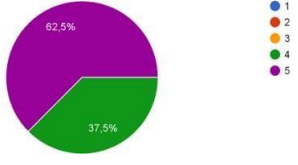
Sumber: Aset Divisi CBT Training

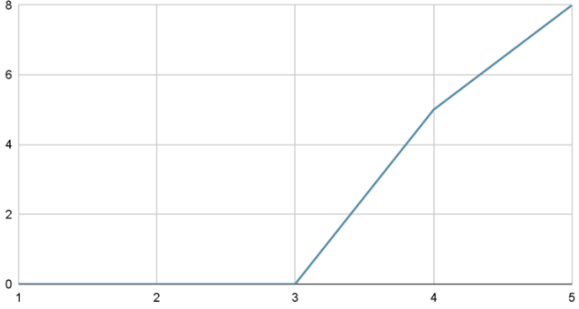
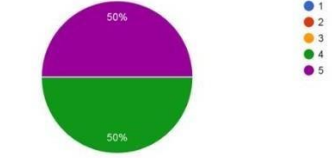
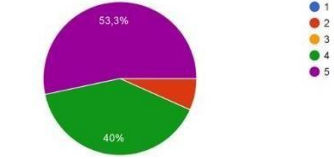
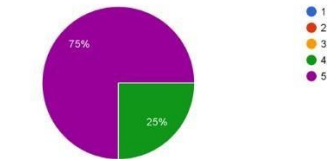
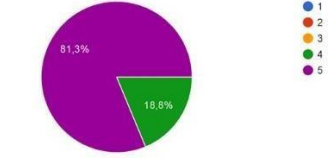
3.3.3 Pencapaian hasil proyek pelatihan dan pendampingan optimalisasi dan promosi pemasaran digital bagi UMKM

Hasil akhir dari proyek ini yaitu maksud dan tujuan dari kegiatan tersebut dapat diterima oleh para peserta sesuai dengan harapan serta kegiatan tersebut berjalan dengan baik dan membawa peningkatan wawasan potensi *branding* dan marketing, memberdayakan kemampuan sumber daya manusia yang unggul dalam pemasaran produk, serta bisa meningkatkan *Brand Awareness* serta para peserta mengetahui pentingnya perizinan BPOM dan PIRT.

Adapun, tolak ukur keberhasilan pelaksanaan proyek diukur melalui evaluasi kegiatan yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.2 Hasil Kepuasan Pemasaran Digital bagi UMKM

No	Chart	Keterangan									
1.	<p>Seberapa terbantukah anda untuk lebih memahami pemasaran digital dengan diadakannya pelatihan ini? 16 jawaban</p>  <table border="1"> <caption>Data for Chart 1</caption> <thead> <tr> <th>Rating</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>50%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>43.8%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>~6.2%</td> </tr> </tbody> </table>	Rating	Percentage	5	50%	4	43.8%	3	~6.2%	<p>Responden terbanyak berada di angka 5 dengan persentase 50% diikuti, respon di angka 4 dengan persentase 43,8%.Sisanya respon di angka 3.</p>	
Rating	Percentage										
5	50%										
4	43.8%										
3	~6.2%										
2.	<p>Berikan penilaian untuk pemateri hari ke 1 Bapak Wicak Baskara (Foto produk) 16 jawaban</p>  <table border="1"> <caption>Data for Chart 2</caption> <thead> <tr> <th>Rating</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>62.5%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>37.5%</td> </tr> </tbody> </table>	Rating	Percentage	5	62.5%	4	37.5%	<p>Responden terbanyak berada di angka 5 dengan persentase 62,5% Diikuti, respon di angka 4 dengan persentase 37,5%.</p>			
Rating	Percentage										
5	62.5%										
4	37.5%										
3.	<p>Penilaian Terhadap Narasumber hari 1</p>  <table border="1"> <caption>Data for Chart 3</caption> <thead> <tr> <th>Rating</th> <th>Narasumber Hari 1</th> <th>Narasumber hari 2</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>4</td> <td>5</td> <td>5</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>8</td> <td>8</td> </tr> </tbody> </table>	Rating	Narasumber Hari 1	Narasumber hari 2	4	5	5	5	8	8	<p>Sehingga bisa disimpulkan lewat data kepuasan dalam pemberian materi hari pertama dan kedua yaitu berada di titik sangat puas dan puas.</p>
Rating	Narasumber Hari 1	Narasumber hari 2									
4	5	5									
5	8	8									
4.	<p>Berikan penilaian untuk pemateri hari ke 2 Ibu There Karninda (optimalisasi media sosial dan copywriting) 16 jawaban</p>  <table border="1"> <caption>Data for Chart 4</caption> <thead> <tr> <th>Rating</th> <th>Percentage</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5</td> <td>62.5%</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>37.5%</td> </tr> </tbody> </table>	Rating	Percentage	5	62.5%	4	37.5%	<p>Responden terbanyak di angka 5 dengan persentase 62,5% Sisanya, di angka 4 dengan persentase 37,5%.</p>			
Rating	Percentage										
5	62.5%										
4	37.5%										

5.	<p>Penilaian Terhadap Narasumber hari ke 2</p> 	<p>Dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan peserta pada pemberian materi hari ke-2 masih stabil yaitu di angka 5 dan 4.</p>
6.	<p>Berikan penilaian untuk pemateri hari ke 3 Bapak Yoga Aria Seta (E-Commerce Shopee) 16 jawaban</p> 	<p>Responden dengan persentase 50 banding 50 di angka 4 dan 5.</p>
7.	<p>Berikan penilaian untuk pemateri hari ke 4 (BPOM dan PIRT) 15 jawaban</p> 	<p>Responden terbanyak di angka 5 dengan persentase 53,3%, kemudian di angka 4 dengan persentase 40%.Sisanya, di angka 2.</p>
8.	<p>Berikan penilaian anda terhadap fasilitator 16 jawaban</p> 	<p>Responden terbanyak di angka 5 dengan persentase 75%.Sisanya, di angka 4 dengan persentase 28%.</p>
9.	<p>Berikan penilaian anda terhadap panitia secara keseluruhan 16 jawaban</p> 	<p>Responden terbanyak di angka 5 dengan persentase 81,3% dan sisanya di angka 4 dengan persentase 18,8%.</p>

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Selama pelaksanaan Kerja Praktik di PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism), penulis mendapatkan banyak pengalaman di divisi *Junior Executive of Community Based Tourism* (CBT Training) yaitu bagaimana peran dari Digitalisasi menjadi salah satu faktor penting dalam peningkatan optimalisasi dan promosi pengelolaan *personal branding* dan produk UMKM, meningkatkan kemampuan dari sumber daya manusia. Serta, Lewat mitra Magang Bersertifikat dan Studi Independent yaitu PT.Gemilang Media Wisata (Travelxism) mahasiswa tak hanya belajar tentang start up dan organisasinya tetapi juga belajar tentang kepariwisataan yang bersifat keberlanjutan atau *sustainable tourism*.

Kegiatan magang yang berlangsung selama kurang lebih 5 bulan di Daerah Istimewa Yogyakarta bersama para rekan – rekan mahasiswa yang berasal dari berbagai wilayah di seluruh Indonesia proyek yang dilaksanakan oleh divisi Junior Executive of Community Based Tourism in Training (CBT Training) yaitu proyek pelatihan digital marketing bagi siswa dan para pelaku UMKM membantu para peserta untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan lebih banyak tentang pemasaran digital yang berkelanjutan dan memberi manfaat menambah wawasan bagi banyak orang.

Penulis juga bisa mengimplementasikan teori manajemen MICE dalam pengelolaan acara kegiatan, juga bisa mengimplementasikan teori *sustainable tourism* dalam pelaksanaan proyek divisi yang mana semua proyek harus berdasar pada prinsip keberlanjutan bagi para masyarakat serta sumber daya yang ada.

4.2 Saran

4.2.1 Untuk Penyelenggara MSIB

Lebih diperluas jangkauan akses informasi contohnya tak hanya lewat platform online seperti media sosial karena tidak semua daerah mempunyai akses internet

yang cukup untuk menerima informasi secara online lewat media sosial. Juga terkait dengan pencairan uang saku diharapkan kedepan lebih terorganisir secara kolektif sehingga uang saku dapat diterima pada periode yang sama.

4.2.2 Untuk Mitra/PT Gemilang Media Wisata (Travelxism)

Melalui program MSIB diharapkan Travelxism memperbanyak cabang tak hanya di Daerah Istimewa Yogyakarta tapi diharapkan dapat dibuka di daerah – daerah lain yang mempunyai potensi kepariwisataan.

4.2.3 Untuk Divisi Junior Executive of Community Based Tourism in Training (CBT Training)

Dalam menjalankan proyek program yang sudah direncanakan diharapkan kedepannya waktu kerja harus dibuat secara pasti agar tidak terjadinya kemunduran dalam pelaksanaan program sehingga tidak mengganggu tugas kewajiban mahasiswa magang contohnya laporan akhir magang yang harus dikumpulkan kepada pihak MSIB. Serta lebih ditingkatkan rasa kebersamaan dalam pelaksanaan setiap kegiatan.

4.2.4 Untuk Mahasiswa

Program MSIB merupakan kegiatan yang memberikan peluang yang sangat besar sebagai wadah pengembangan diri agar mahasiswa bisa lebih siap dalam dunia kerja, serta meningkatkan relasi dan portofolio mahasiswa dalam rangka menjamin karir mahasiswa kedepannya. Sehingga lewat program MSIB ini mahasiswa diharapkan termotivasi untuk mengikuti program ini.

4.2.5 Untuk Kampus

Program MSIB tersebut disosialisasikan dan disebarluaskan kepada para mahasiswa menyangkut penting dan keuntungannya mengikuti program MSIB sehingga para mahasiswa termotivasi untuk mengikutinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adikampana, I.M.(2013).*PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT*.Cakra Press.
- Kampus Merdeka.(2022).*Apa itu Program Magang & Studi Independen Bersertifikat?*
Pusatinformasi.Kampusmerdeka.Kemdikbud.Go.Id.<https://pusatinformasi.kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/hc/en-us/articles/4416927940377-Apa-itu-Program-Magang-Studi-Independen-Bersertifikat->
- Sapta, I.K.S., & Landra, N.(2018).Bisnis Pariwisata.In *CV.Noah Aletheia* (Vol.1, Issue Juli).<http://perpus.univpancasila.ac.id/repository/EBUPT190173.pdf>
- Sunarta, N., & Nyoman Sukma Arida.(2017).*Pariwisata Berkelanjutan*.Cakra Press.
- Utama, I.G.B.R.(2014).Pengantar Industri Pariwisata Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif.In *Deeppublish*.<https://penerbitbukudeepublish.com/shop/buku-pengantar-industri-pariwisata/>

LAMPIRAN

LAMPIRAN A



UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE MANADO INDONESIA

Alamat : Kairagi I Kombos Manado
(Belakang Wenang Permai II Manado)
Telp : (0431) 871957, 871971, 877512 Fax : (0431) 871972
Website : www.unikadelasalle.ac.id E-mail : info@unikadelasalle.ac.id

SURAT REKOMENDASI MAHASISWA PROGRAM MAGANG DAN STUDI INDEPENDEN BERSERTIFIKAT KAMPUS MERDEKA

No: 061w/S.Rek/D1/WR I/VI/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Debby Paseru, S.T., M.M.S.I., M.Ed
Jabatan : Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan
NIDN : 093009730
E-mail : dpaseru@unikadelasalle.ac.id
No Telp : 085103600073

memberikan rekomendasi kepada mahasiswa berikut:

Nama : Familia Benedichta Prijanto
NIM : 19071015
Program Studi/ Jurusan : Hospitality dan Pariwisata
Fakultas : Pariwisata
Semester : 7
IPK : 3,87
Jumlah SKS yang sudah ditempuh dan lulus : 143
Nama Koordinator PT MSIB 3 : Michael George Sumampouw, S.T., M.T
Nomor Hp Koordinator PT : 08122231458

untuk menjadi peserta program Magang dan Studi Independen Bersertifikat Tahun 2022 dengan ketentuan:

1. Mahasiswa akan mengikuti Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat Tahun 2022 secara penuh dan bertanggung jawab;
2. Mahasiswa sanggup ditempatkan di mitra - mitra program Magang dan Studi Independen Bersertifikat di seluruh wilayah Indonesia sesuai dengan hasil

Halaman 1 dari 2



UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE MANADO INDONESIA

Alamat : Kairagi I Kombos Manado

(Belakang Wenang Permai II Manado)

Telp : (0431) 871957, 871971, 877512 Fax : (0431) 871972

Website : www.unikadelasalle.ac.id E-mail : info@unikadelasalle.ac.id

seleksi dan proses konsolidasi antara prodi asal mahasiswa terpilih dengan Mitra Industri yang telah ditetapkan;

3. Mahasiswa sanggup melakukan perjalanan lintas kabupaten/kota/provinsi/negara jika diperlukan sesuai penempatan yang ditetapkan oleh mitra program Magang dan Studi Independen Bersertifikat dengan memperhatikan secara ketat protokol kesehatan.

Selain hal tersebut di atas, sebagai bentuk dukungan dan fasilitasi bagi mahasiswa, kami menyatakan kesediaan untuk:

1. Memberikan dukungan sepenuhnya serta bertanggung jawab atas mahasiswa selama mengikuti program Magang dan Studi Independen Bersertifikat Tahun 2022 sejak awal sampai akhir program;
2. Mendukung proses belajar mahasiswa melalui pengalaman Magang dan Studi Independen Bersertifikat Tahun 2022;
3. Memberikan pengakuan dan konversi 20 sks atau hal-hal yang sudah menjadi kesepakatan antara prodi asal mahasiswa dengan mitra industri bagi mahasiswa setelah penyelesaian program Magang dan Studi Independen Bersertifikat Tahun 2022.

Demikian surat rekomendasi ini kami sampaikan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Manado, 29 Juni 2022



Debby Paseru, S.T., M.M.S.I., M.Ed
Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan

LAMPIRAN B

LAMPIRAN B



PROGRAM STUDI HOSPITALITY DAN PARWISATA
FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE MANADO
Alamat: Kairagi 1, Kombos, Manado
Website: <http://www.unikadelasalle.ac.id>
E-mail: tourism@unikadelasalle.ac.id, ps.hospitality@unikadelasalle.ac.id

FORM KP-02

FORMULIR DATA UMUM PERUSAHAAN

NAMA MAHASISWA : FAMILJA BENEDICHTA PRIJANTO
NIM : 19071015
NAMA PERUSAHAAN : PT. GEMILANG MEDIA WISATAMA (TRAVELXISM)
ALAMAT PERUSAHAAN : JL. TERATAI NO 14A, RT 86, RW 21, KEL. BACIRO, KEC.
GONDOKUSUMAN, KOTA YOGYAKARTA.

DIDIRIKAN TAHUN : 2019
UJIN USAHA : TDUP (Tanda Daftar Usaha Pariwisata)
BIDANG BISNIS : PARIWISATA
JUMLAH KARYAWAN : 6 ORANG
PEMLIK : GILANG AHMAD FAUZI, S.S., MDS, M.Sc (CEO & FOUNDER)
DEWAN DIREKTUR : GILANG AHMAD FAUZI, S.S., MDS, M.Sc (DIREKTUR
UTAMA)
: DESIDERIA C. W. MURTI, Ph.D (DIEKTUR BISNIS DAN
PENGEMBANGAN)
: VINIA R. PRIMAWATI, S.IP (DIREKTUR MEDIA)

WAKIL PERUSAHAAN
Tanggal : 23 DESEMBER 2022
Nama : GILANG AHMAD FAUZI, S.S., MDS, M.Sc
Jabatan : DIREKTUR UTAMA

Travelxism
Towards Sustainable Tourism

(GILANG AHMAD FAUZI, S.S., MDS, M.Sc)

LAMPIRAN C

LAMPIRAN C



PROGRAM STUDI HOSPITALITY DAN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA
UNIVERSITAS KATOLIK DE LA SALLE MANADO
Alamat: Kairagi I, Kombos, Manado
Website: <http://www.unikadelasalle.ac.id>
E-mail: f.tourism@unikadelasalle.ac.id, ps.hospitality@unikadelasalle.ac.id

FORM KP-03

FORMULIR PENILAIAN PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

NAMA MAHASISWA : FAMILIA BENEDICHTA PRIJANTO
NIM : 19071015
NAMA PERUSAHAAN : PT. GEMILANG MEDIA WISATAMA (TRAVELXISM)
ALAMAT PERUSAHAAN : GENIUS IDEA COWORKING SPACE JL. MAGELANG NO.32 –
34, COKRODININGRATAN, JETIS, YOGYAKARTA.
TGL KERJA PRAKTEK : 18 AGUSTUS 2022 – 31 DESEMBER 2022
BIDANG YANG DITEMPATI : DIVISI JUNIOR EXECUTIVE OF COMMUNITY BASED
TOURISM IN TRAINING (CBT TRAINING)

NO	KOMPONEN EVALUASI	NILAI	KETERANGAN
1	Disiplin	8.5	Baik
2	Ketrampilan	8	Cukup Baik
3	Tanggung Jawab	8.5	Baik
4	Adaptasi	9	Sangat Baik
5	Komunikasi	8.5	Baik
6	Kerjasama dalam kelompok	8.5	Baik
7	Kontribusi pada perusahaan	8	Baik
	Nilai Total	59	
	Nilai Rata-Rata	8.4	

Komentar :

Familia Benedichta Prijanto (Tata) mengalami banyak peningkatan selama mengikuti program magang di PT. Gemilang Media Wisata (Travelxism) Divisi CBT Training. Tata awalnya pribadi yang tertutup dan kurang percaya diri, seiring berjalannya waktu Tata mampu beradaptasi dengan sangat baik, dan mampu menjalankan setiap tugas yang diberikan dengan baik, bahkan akhirnya mendapatkan penghargaan sebagai *Most Improved Person* (pribadi yang paling berkembang) selama program magang.

Saran :

Tetap semangat dan lebih percaya diri ya, Tata, *you can do it*

TANGGAL : 31 Desember 2022
NAMA PENILAI : Eko Haryanto, M.Par., CHE
JABATAN : Mentor CBT Training

Eko Haryanto, M.Par., CHE.

LAMPIRAN D
LAPORAN AKTIVITAS

Minggu/Tgl	Kegiatan	Hasil
1/18 Agustus 2022	Orientation Week 1	<ul style="list-style-type: none"> • Pengenalan tentang perusahaan Travelxism • Berkenalan dengan mentor semua divisi. • Mengenal dan belajar tentang divisi dan job desk masing – masing divisi. • Berkenalan dengan mentor dan teman – teman satu divisi CBT Training.
1/19 Agustus 2022	Orientation Week 1	<ul style="list-style-type: none"> • Mendapatkan ilmu dan wawasan tentang Tourism Business, Sustainable Tourism, serta Hospitality dan Tourism. • Mendapatkan ilmu dan wawasan tentang Virtual Tour mulai dari jenis – jenis virtual tour sampai teknis yang dilakukan dalam virtual tour.
2/22 Agustus 2022	Orientation Week 2	<ul style="list-style-type: none"> • Izin tidak mengikuti kegiatan karena Sakit.

2/23 Agustus 2022	Orientation Week 2	<ul style="list-style-type: none"> • Izin tidak mengikuti kegiatan karena Sakit.
2/24 Agustus 2022	Orientation Week 2	<ul style="list-style-type: none"> • Izin tidak mengikuti kegiatan karena Sakit.
2/25 Agustus 2022	Orientation Week 2	<ul style="list-style-type: none"> • Belajar tentang Strategic Planning dalam sebuah proyek agar proyek nantinya lebih terarah dan terorganisir dengan baik sesuai visi dan misi dari perusahaan juga diberikan penugasan dari
2/26 Agustus 2022	Orientation Week 2	<ul style="list-style-type: none"> • Mengerjakan tugas dan melakukan diskusi lebih mendalam tentang penerapan strategic planning dalam proyek yang akan dikerjakan. • Melakukan diskusi dengan teman – teman selanjutnya kami melakukan diskusi dengan mentor divisi kami untuk membantu memberi saran tentang hal apa yang perlu ditambah lagi dalam tugas strategic planning yang sedang kami kerjakan.
3/29 Agustus 2022	Orientation Week 3	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan diskusi tentang penugasan strategic planning bersama teman – teman.

		<ul style="list-style-type: none"> • Juga melengkapi apa yang perlu ditambahkan lagi dalam pengerjaan penugasan tersebut.
3/30 Agustus 2022	Orientation Week 3	<ul style="list-style-type: none"> • Kegiatan saya masih tetap sama yaitu melanjutkan diskusi bersama teman - teman tentang penugasan tentang strategic planning. • Mencari data dan melengkapi serta merevisi bagian - bagian yang perlu diperbaiki lebih baik lagi terkait penugasan strategic planning.
3/31 Agustus 2022	Orientation Week 3	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi bersama teman - teman tentang penugasan strategic planning. • Menambah beberapa data yang lebih detail lagi agar tugas yang kami buat lebih lengkap, bagus dan lebih siap lagi untuk dipresentasikan nantinya.
3/1 September 2022	Orientation Week 3	<ul style="list-style-type: none"> • Presentasi tugas tentang strategic planning bersama teman - teman satu divisi lewat platform zoom dengan para mentor.

		<ul style="list-style-type: none"> • Setelah presentasi para mentor memberi saran agar bisa menambahkan dan merevisi lagi beberapa data dalam tugas yang sudah kami buat agar lebih bagus lagi.
3/2 September 2022	Orientation Week 3	<ul style="list-style-type: none"> • Revisi kembali materi dan data presentasi strategic planning bersama teman - teman saya, kami meninjau kembali hal - hal mana yang akan diperbaiki sehingga materi dari penugasan tersebut lebih lengkap dan sudah sesuai dengan saran dari para mentor.
4/5 September 2022	Mencari database pemetaan potensi pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi dengan platform Zoom • Menyiapkan konsep. • Report progress proyek program pelatihan yang direncanakan.
4/6 September 2022	Mencari database pemetaan potensi pelatihan.	<ul style="list-style-type: none"> • Work From Office • Mencari database • Melengkapi konsep pelatihan yang sudah merencanakan. • Report progress kepada mentor.

4/7 September 2022	Mencari database pemetaan potensi pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Work from Office • Melengkapi database • Melengkapi konsep pelatihan agar lebih jelas dan mendetail.
4/8 September 2022	Mencari dan melengkapi database sesuai pembagian kelompok	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi online dengan mentor dan teman – teman satu divisi. • Pembagian kelompok sesuai perencanaan proyek pelatihan yaitu Corporate Social Responsibility (CSR), Digital Marketing, Kepemanduan. • Mencari database untuk melengkapi konsep pelatihan lewat pembagian kelompok.
4/9 September 2022	Mencari dan melengkapi database	<ul style="list-style-type: none"> • Melengkapi data – data yang diperlukan dan merevisi konsep proyek pelatihan digital marketing
5/12 September 2022	Menyusun dan mendesain tema pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Melengkapi data – data yang diperlukan demi persiapan proyek pelatihan nantinya. • Melengkapi dan merevisi konsep proyek dan poin – poin penting lainnya yang

		dibutuhkan untuk keperluan pelatihan nantinya.
5/13 September 2022	Menyusun dan mendesain tema pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Work From Office. • Melengkapi database yang diperlukan demi persiapan proyek pelatihan nantinya. • Report kepada mentor tentang progress sehingga memberikan beberapa saran untuk melengkapi konsep dan data pelatihan kami.
5/14 September 2022	Desain tema sub pelatihan digital marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi dengan teman – teman divisi kami khususnya tim sub pelatihan digital marketing dengan menggunakan media atau platform Zoom, membahas tentang perkembangan progress persiapan pelatihan. • juga melakukan diskusi dengan divisi lain yaitu digital sosmed agar bisa bekerja sama dalam proyek pelatihan nantinya mereka juga memberikan saran untuk pelatihan kami dan kami sangat terbantu.

<p>5/16 September 2022</p>	<p>Progress desain tema pelatihan digital marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti pertemuan secara langsung dan melakukan diskusi bersama mentor kami. Mentor kami melihat dan meninjau perkembangan persiapan kami dan mengarahkan agar dapat melakukan revisi serta memberi saran dan membantu kami dalam proses pengerjaan setiap data maupun konsep dari proyek pelatihan kami.
<p>6/19 September 2022</p>	<p>Menyusun proposal pelatihan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi dengan teman – teman satu divisi terkait dengan progres pembuatan proposal untuk pelatihan yang akan kami buat, Kembali meninjau dan menambah data – data yang diperlukan dalam proposal sebagai bentuk dalam kemajuan progres proyek pelatihan kami.
<p>6/20 September 2022</p>	<p>Menyusun proposal pelatihan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Work From Office. • Diskusi Bersama teman – teman membahas tentang progres proposal pelatihan yang mana dihari itu, saya dan teman – teman bisa menyelesaikan proposal

		tersebut sehingga bisa melanjutkan ditahap audiensi dan meningkatkan persiapan progres program pelatihan yang sudah kami rencanakan dan akan dibuat.
6/21 September 2022	Menyusun proposal pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Work From Office • Kembali Menyusun proposal yang lain untuk sub pelatihan lain. • Mencari data untuk proposal yang berikutnya sebagai salah satu bagian dari progres program pelatihan yang kami buat, dalam pencarian datanya dilakukannya survei dengan tujuan bisa melengkapi proposal yang baru yang akan kami buat.
6/22 September 2022	Menyusun proposal pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Berdiskusi serta menambah beberapa data baru yang akan menjadi acuan nanti di proposal yang baru dan juga berguna meningkatkan progres program pelatihan kami.
6/23 September 2022	Menyusun proposal pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Membahas beberapa poin tambahan yang akan ditaruh di dalam data untuk progress program pelatihan kami, juga

		<p>kami melakukan revisi tentang hal – hal apa yang haru ditambah maupun diperbaiki dalam proposal.</p>
7/26 September 2022	Menyusun proposal pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan diskusi dengan teman – teman satu divisi terkait pembuatan proposal UMKM, menambah data yang diperlukan ke dalam proposal tersebut dan merevisi kembali proposal tersebut.
7/27 September 2022	Menyusun proposal pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi bersama teman – teman satu divisi mengenai pembuatan proposal UMKM dan merevisi proposal pelatihan UMKM serta kembali melengkapi data dan menyelesaikan proposal UMKM tersebut.
7/28 September 2022	Survey (Salles call)	<ul style="list-style-type: none"> • Survey terkait dengan data yang dibutuhkan dalam proposal lingkungan atau pesisir, sehingga lewat data tersebut bisa jadi acuan dalam pembuatan konsep dan mekanisme pelatihan dan melengkapi pembuatan proposal tersebut.

7/29 September 2022	Menyusun proposal pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Berdiskusi dengan teman – teman terkait kelengkapan data yang diperlukan dalam proposal lingkungan atau pesisir, serta bertukar pikiran dengan teman – teman terkait judul kegiatan pelatihan yang akan dibuat berkaitan dengan lingkungan atau pesisir.
7/30 September 2022	Menyusun proposal pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Berdiskusi dengan teman – teman satu divisi terkait tentang proposal lingkungan yang dibuat. • Melengkapi data dan saling memberikan saran terkait kelengkapan proposal dan konsep dalam pelatihan.
8/3 Oktober 2022	Menyusun proposal pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi mengenai konsep dan rancangan untuk proposal lingkungan atau pesisir. • Membahas tentang konsep pelatihan yang akan dibahas dan mengenai susunan latar belakang dalam proposal serta pembahasan materi untuk pelatihan nantinya.
8/4 Oktober 2022	Menyusun proposal pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi mengenai proposal yang disusun, kemudian diskusi Bersama mentor

		<p>tentang kegiatan pelatihan yang difokuskan untuk sementara pada pelatihan digital marketing sehingga semua anggota divisi bisa bekerja sama dalam pelaksanaan pelatihan tersebut dan fokus pada pelatihan tersebut.</p>
8/5 Oktober 2022	Bonding STIP Batch 3	<ul style="list-style-type: none"> • Bonding dengan semua divisi yang ada di Travelxism.
8/6 Oktober 2022	Menyusun konsep, mekanisme dan teknis pelatihan	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi dengan teman – teman satu divisi dan diskusi dengan teman sekelompok digital marketing terkait progres dari pelatihan yang sudah direncanakan dan yang akan dilaksanakan.
8/7 Oktober 2022	Menyiapkan pelatihan digital marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi dengan teman – teman satu divisi terkait progres persiapan pelatihan digital marketing yang akan dibuat, dan diskusi kelompok satu tim dalam digital marketing terkait progres dan hal yang perlu dilengkapi dalam persiapan pelatihan tersebut.
9/10 Oktober 2022	Survey lapangan (Salles call)	<ul style="list-style-type: none"> • Survei lapangan dengan teman - teman serta mentor

		<p>CBT Training survei dilakukan di Tepus, Gunungkidul lalu kami juga sempat melakukan survei di kelompok wanita tani dan melihat secara langsung rumah produksi UMKM Kerupuk Pathilo serta survei homestay dan melihat serta mengenal lebih dalam tentang tanaman bonsai dan keuntungan dalam berbisnis bonsai.</p>
9/11 Oktober 2022	Melengkapi proposal pelatihan untuk pendidikan	<ul style="list-style-type: none"> • Work from office. • Diskusi bersama dengan teman - teman satu divisi juga melengkapi dan merevisi kembali proposal yang akan diajukan ke pihak sekolah. • Menyusun konsep dan mekanisme serta teknis kegiatan yang diimplementasikan di sekolah beserta menyesuaikan susunan acara untuk progres program pelatihan kami.
9/12 Oktober 2022	Survey lapangan dan audiensi (Salles call)	<ul style="list-style-type: none"> • Work from office.

		<ul style="list-style-type: none"> • Survei lapangan ke sekolah SMKN 1 Kokap di Kulon Progo. • Melakukan audiensi ke pihak Telkom juga teman lainnya melakukan kegiatan dan melanjutkan pekerjaan WFO.
9/13 Oktober 2022	Melengkapi database proposal	<ul style="list-style-type: none"> • Melengkapi dan menyesuaikan data dalam proposal yang akan diajukan kepada beberapa pihak perusahaan. • Audiensi di SMKN 3 Wonosari terkait target pelaksanaan program pelatihan kami bulan depan rencananya untuk pihak sekolah.
9/14 Oktober 2022	Evaluation session	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluasi kinerja divisi kami yaitu CBT Training bersama teman - teman dan juga mentor, kegiatan evaluasi tersebut meliputi pembahasan progres kerja tim maupun individu dan progres persiapan pelaksanaan program pelatihan.

<p>10/17 Oktober 2022</p>	<p>Melengkapi proposal</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Merevisi proposal yang akan diajukan ke perusahaan untuk mendapatkan dana CSR bagi kegiatan program pelatihan kami. • Melengkapi data yang diperlukan dalam proposal seperti melengkapi rangkaian mekanisme kegiatan, merevisi susunan acara kegiatan dan merevisi sebagian anggaran yang sebelumnya sudah kami buat. Tujuannya agar proposal semakin baik dan lebih mendetail saat pengajuan ke pihak perusahaan terkait.
<p>10/18 Oktober 2022</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Work from office • Meninjau kembali proposal yang sebelumnya kami revisi dan kerjakan dihari kemarin setelah meninjau kami melengkapi bagian - bagian yang dirasa kurang, selanjutnya kami masih menunggu proposal tersebut disetujui mentor agar segera bisa dikirimkan untuk

		<p>pengajuan dana kepada pihak perusahaan yang dituju.</p>
<p>10/19 Oktober 2022</p>	<p>Salles call</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan audiensi di SMKN 3 Yogyakarta untuk mengajukan proposal kegiatan pelatihan digital marketing bagi para siswa selaku peserta pelatihan kami dan berdiskusi dengan pihak sekolah mengenai mekanisme dan teknis pelaksanaan pelatihan kami bagi sekolah khususnya para siswa sebagai peserta.
<p>10/20 Oktober 2022</p>	<p>Survey vendor untuk client project</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Survei ke beberapa vendor plakat terkait persiapan pelatihan digital marketing untuk sekolah dan pencarian vendor plakat dengan tujuan adanya bukti kerjasama antara pihak perusahaan dan divisi kami dengan pihak sekolah. • Beberapa teman melakukan survei ke Tepus Gunungkidul melihat beberapa venue dan konsumsi untuk persiapan pelatihan digital marketing bagi UMKM di Tepus.

<p>10/21 Oktober 2022</p>	<p>Persiapan client project (Training event Digital Marketing)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Berdiskusi terkait persiapan kegiatan pelatihan digital marketing bagi para siswa dengan pihak sekolah dan kembali mengonfirmasi terkait bagaimana kesiapan dari pihak sekolah dan juga kesiapan dari kita sebagai panitia pelatihan yang akan diadakan di sekolah.
<p>11/24 Oktober 2022</p>	<p>Evaluasi semua divisi Junior Executive of Community Based Tourism (CBT) dan Audiensi.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membahas bagaimana progres masing - masing divisi sudah sejauh mana, serta poin apa saja yang sudah bisa tercapai dan bagaimana persiapan pelaksanaan program masing - masing divisi. • Melakukan audiensi ke SMKN 3 terkait pelaksanaan program pelatihan kami.
<p>11/25 Oktober 2022</p>	<p>Izin tidak mengikuti kegiatan (Sakit)</p>	<ul style="list-style-type: none"> •
<p>11/26 Oktober 2022</p>	<p>Izin tidak mengikuti kegiatan (Sakit)</p>	<ul style="list-style-type: none"> •

11/27 Oktober 2022	Persiapan client project (Training event Digital Marketing) dan revisi proposal UMKM	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan untuk pelaksanaan pelatihan digital marketing di sekolah. • Penyesuaian proposal yang diajukan kepada perusahaan - perusahaan.
11/28 Oktober 2022	Melengkapi proposal dan persiapan client project (Training event Digital Marketing)	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi dengan teman -teman satu divisi terkait penyesuaian data proposal yang diajukan kepada pihak perusahaan. • Persiapan pelaksanaan program pelatihan kami untuk sekolah.
12/31 Oktober 2022	Salles call dan persiapan client project (Training event Digital Marketing)	<ul style="list-style-type: none"> • Survei lapangan di sekolah SMKN 3 Yogyakarta disana kami membahas beberapa venue atau tempat pelaksanaan dan juga kesediaan dari pihak sekolah seperti apa.
12/1 November 2022	Persiapan client project (Training event Digital marketing)	<ul style="list-style-type: none"> • Work from office • Diskusi lebih lanjut tentang pematangan persiapan untuk pelaksanaan program pelatihan digital marketing dengan jenis kegiatan workshop selama satu hari di SMKN 3 Yogyakarta.

<p>12/2 November 2022</p>	<p>Persiapan client project (Training event Digital Marketing)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Work from office • Diskusi dengan teman -teman satu divisi juga berdiskusi dengan teman - teman satu tim digital marketing disitu kami membahas persiapan kelompok kami serta mulai mendesign dan memesan beberapa kebutuhan dan keperluan dalam pelatihan seperti plakat.
	<p>Persiapan client project (Training event.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Survei kembali ke sekolah SMKN 3 Yogyakarta melakukan beberapa • Konfirmasi dengan pihak sekolah dan juga melihat beberapa opsi venue yang nantinya akan jadi tempat pelatihan digital marketing bagi siswa dilaksanakan.kemudian kami mulai membuat beberapa design untuk set up nanti nya di venue seperti apa.
<p>12/4 November 2022</p>	<p>Persiapan client project (Training event Digital marketing)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Briefing teman - teman dan adanya pembagian job desk dalam acara nantinya agar persiapan lebih matang.

<p>13/7 November 2022</p>	<p>Persiapan client project (Training event Digital marketing)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan di H-1 seperti gladi resik bagi mc, persiapan perlengkapan yang akan diperlukan serta mempersiapkan diri dan teman - teman agar maksimal dan program pelatihan bisa berjalan dengan baik.
<p>13/8 November 2022</p>	<p>Pelaksanaan Training event Digital Marketing bagi siswa Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Yogyakarta</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hari H pelaksanaan program pelatihan digital marketing yang kami rencanakan beberapa bulan lalu, proyek program pelatihan ini merupakan salah satu mini proyek pelatihan dari divisi CBT Training, dan dalam pelaksanaan bisa terkendali dan terkontrol serta para siswa merasa semangat dan antusias dengan pelatihan digital marketing dengan tema optimalisasi media sosial yang kami buat di SMKN 3 Yogyakarta.
<p>13/9 November 2022</p>	<p>Pasca training event digital marketing</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan dan koordinasi dengan panitia design tentang e sertifikat yang akan diberikan kepada peserta dan pemateri sebagai bentuk apresiasi atas kontribusi mereka dalam menyukseskan

		<p>pelaksanaan mini program pelatihan kami.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beberapa teman yang melakukan survei untuk keperluan tourism village festival.
13/10 November 2022	Pasca Training event Digital Marketing (Live report dan after report)	<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan kembali dengan panitia dokumentasi tentang laporan dokumentasi yang akan di koordinir oleh divisi digital sosmed untuk bisa di upload di media sosial perusahaan kami sebagai bentuk bukti pelaksanaan projek CBT Training.
13/11 November 2022	Pasca Training event Digital Marketing (after report)	<ul style="list-style-type: none"> • Meninjau artikel yang telah dibuat tentang pelaksanaan program pelatihan digital marketing bagi siswa di SMKN 3 Yogyakarta juga berdiskusi dengan teman - teman tentang kelanjutan program pelatihan digital marketing bagi UMKM di Tepus yang rencananya dilaksanakan di awal bulan depan.
14/14 November 2022	Membuat laporan pertanggungjawaban pelatihan digital marketing.	<ul style="list-style-type: none"> • Memastikan data dalam merencanakan laporan pertanggungjawaban

		<p>kegiatan pelatihan yang dilaksanakan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menunggu waktu dari mentor untuk evaluasi kegiatan pelaksanaan pelatihan digital marketing pada selasa 08 November 2022 kemarin di SMKN 3 Yogyakarta.
14/15 November 2022	laporan pertanggungjawaban kegiatan pelatihan digital marketing, dan evaluasi one on one session	<ul style="list-style-type: none"> • Menyusun laporan pertanggungjawaban kegiatan pelatihan digital marketing bagi siswa SMKN 3 Yogyakarta • Evaluasi one on one session yaitu di evaluasi secara perorangan dengan mentor kami.
14/16 November 2022	Laporan pertanggungjawaban kegiatan pelatihan digital marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Melengkapi data yang perlu dimasukkan ke dalam laporan pertanggungjawaban kegiatan pelatihan digital marketing di SMKN 3 Yogyakarta bersama dengan teman - teman satu divisi.
14/17 November 2022	Laporan pertanggungjawaban kegiatan pelatihan digital marketing bagi siswa	<ul style="list-style-type: none"> • Melengkapi data yang dimasukkan kedalam laporan pertanggungjawaban kegiatan pelatihan yang kami adakan kemarin juga merapihkan laporan

		pertanggungjawaban tersebut.
14/18 November 2022	Laporan pertanggungjawaban kegiatan pelatihan digital marketing bagi siswa	<ul style="list-style-type: none"> • Merapihkan laporan pertanggungjawaban kegiatan karena datanya sudah lengkap.
15/21 November 2022	Mencetak laporan pertanggungjawaban kegiatan pelatihan digital marketing bagi siswa diberikan ke pihak Nasmoco Bantul	<ul style="list-style-type: none"> • Mencetak laporan pertanggungjawaban kegiatan dan menunggu kabar dari pihak perusahaan Nasmoco kapan bersedia bertemu untuk memberi laporan pertanggungjawaban serta plakat sebagai bukti kerjasama.
15/22 November 2022	Konfirmasi waktu untuk pemberian laporan pertanggungjawaban ke pihak Nasmoco Bantul.	<ul style="list-style-type: none"> • Sudah mencetak laporan pertanggungjawaban untuk dikasih ke perusahaan Nasmoco yang sudah bekerjasama dalam pemberian dana bagi kegiatan pelatihan kami tinggal menunggu waktu pihak Nasmoco.
15/23 November 2022	Pemberian laporan pertanggungjawaban ke pihak Nasmoco Bantul.	<ul style="list-style-type: none"> • Pergi ke tempat perusahaan Nasmoco Bantul dan bertemu pihak Nasmoco untuk memberi laporan pertanggungjawaban

		kegiatan dan plakat secara langsung.
15/24 November 2022	Persiapan client project (Training Event digital marketing bagi UMKM)	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan untuk program proyek kami selanjutnya yaitu big proyek pelatihan digital marketing di Tepus, Gunungkidul. Saya membuat ToR (Term of Reference) untuk para narasumber dan mc yang nantinya akan berkontribusi dalam kegiatan kami.
15/25 November 2022	Persiapan client project (Training Event digital marketing bagi UMKM)	<ul style="list-style-type: none"> • Membahas progres persiapan untuk big proyek di tepus dan membahas hal - hal lain yang perlu dimatangkan persiapannya.
16/28 November 2022	Persiapan client project (Training Event digital marketing bagi UMKM)	<ul style="list-style-type: none"> • Berkunjung ke pihak perusahaan Garuda yang memberi pendanaan bagi proyek pelatihan digital marketing kami di Tepus Gunung Kidul, juga membahas soal progres dan tanggal pelaksanaan pelatihan.
16/29 November 2022	Persiapan client project (Training Event digital marketing bagi UMKM)	<ul style="list-style-type: none"> • Work from office.

		<ul style="list-style-type: none"> • Membahas progres tentang persiapan pelatihan di tepus, Gunungkidul.
16/30 November 2022	Mencetak laporan pertanggungjawaban kegiatan pelatihan bagi siswa kepada pihak SMKN 3 Yogyakarta dan persiapan client project (Training event digital marketing bagi UMKM)	<ul style="list-style-type: none"> • Mencetak laporan pertanggungjawaban yang akan diberikan kepada pihak sekolah SMKN 3 Yogyakarta • Berdiskusi dengan teman - teman satu divisi tentang persiapan pelatihan di Tepus, Gunungkidul.
17/5 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Mempersiapkan proses pelatihan digital marketing bagi para pelaku UMKM di Tepus, GunungKidul bersama teman - teman satu divisi CBT Training.
17/6 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Mempersiapkan perencanaan yang sudah di diskusikan sebelumnya dengan teman - teman satu divisi cbt training tentang pelatihan digital marketing bagi para pelaku UMKM di Tepus, GunungKidul.
17/7 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Berdiskusi dengan teman - teman terkait progres pelatihan digital marketing

		bagi para pelaku UMKM di Tepus, GunungKidul.
17/8 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan pelatihan di Tepus, Gunungkidul.
17/9 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan pelatihan bagi para pelaku UMKM di Tepus, Gunungkidul serta menyelesaikan tugas akhir dari perusahaan yang wajib dibuat oleh masing - masing intern.
18/12 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan untuk acara pelatihan digital marketing bagi para pelaku UMKM di Tepus, Gunungkidul.
18/13 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan bagi proyek kegiatan pelatihan digital marketing di Tepus, Gunungkidul dan juga kami bertemu mentor untuk membahas progres persiapan kami.
18/14 Desember 2022	Persiapan Client Project (Trainng Event)	<ul style="list-style-type: none"> • persiapan untuk kegiatan pelatihan digital marketing di Tepus, Gunungkidul. • Saya sebagai sekretaris menyiapkan Term of Reference untuk para

		<p>pembicara serta surat undangan bagi para tamu yang nantinya akan datang pada kegiatan kami.</p>
18/15 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan untuk kegiatan pelatihan digital marketing di Tepus, Gunungkidul • Merevisi Term of Reference narasumber juga membuat draft Laporan pertanggung jawaban Kegiatan.
18/16 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan untuk proyek kegiatan kami di Tepus, Gunungkidul terkait dengan Pelatihan dan Pendampingan Optimalisasi Promosi dan Pemasaran Digital agar seluruh acara bisa berjalan dengan baik.
19/19 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan dan pematangan terkait big project pelatihan kami bagi para pelaku UMKM di Tepus, Gunungkidul.
19/20 Desember 2022	Persiapan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Persiapan client project (training event) dengan menuju tempat kegiatan pelatihan dilaksanakan di tepus, gunungkidul dengan judul kegiatan pelatihan dan

		pendampingan optimalisasi promosi dan pemasaran digital bagi para pelaku umkm disana.
19/21 Desember 2022	Pelaksanaan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Hari pertama dari big project kami yaitu pelatihan bagi para pelaku umkm di tepus, gunungkidul dengan dihadiri oleh para tamu undangan serta dihadiri secara langsung oleh pihak Garuda Indonesia.
19/22 Desember 2022	Pelaksanaan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Melaksanakan pelatihan pemasaran digital bagi para pelaku umkm di Tepus, Gunungkidul dan hari ini merupakan hari kedua dari pelaksanaan big project divisi kami.
19/23 Desember 2022	Pelaksanaan Client Project (Training Event)	<ul style="list-style-type: none"> • Pelaksanaan hari ketiga kegiatan pelatihan dan pendampingan optimalisasi promosi dan pemasaran digital bagi para pelaku umkm di Tepus, Gunungkidul .untuk big project divisi kami sendiri dilaksanakan selama 4 hari mulai hari rabu sampai sabtu.

<p>20/26 Desember 2022</p>	<p>Pasca Training event digital marketing bagi UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dterkait hasil pelatihan digital marketing bagi para pelaku UMKM di Tepus, Gunungkidul, mulai dari evaluasi per seksi dan hasil dari proyek pelatihan tersebut.
<p>20/27 Desember 2022</p>	<p>Pasca Training event digital marketing bagi UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi hasil pelaksanaan proyek pelatihan digital marketing bagi para pelaku UMKM di Tepus Gunungkidul yang merupakan kerjasama PT Garuda Indonesia Persero Tbk.
<p>20/28 Desember 2022</p>	<p>Pasca Training event digital marketing bagi UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi hasil pelaksanaan proyek pelatihan digital marketing bagi para pelaku UMKM di Tepus Gunungkidul berjalan dengan baik dan lancar.
<p>20/29 Desember 2022</p>	<p>Pasca Training event digital marketing bagi UMKM</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diskusi hasil proyek pelatihan dan bertemu langsung dengan mentor serta teman - teman satudivisi untuk membahas terkait hasil kegiatan pelaksanaan pelatihan digitalmarketing di Tepus.

20/30 Desember 2022	Mobilisasi (Kepulangan)	<ul style="list-style-type: none">• Mobilisasi atau hari kepulungan kembali ke daerah asal masing - masing peserta magang merdeka
---------------------------	-------------------------	---

LAMPIRAN E



SERTIFIKAT

Diberikan kepada:

FAMILIA BENEDICHTA P.

Universitas Katolik De La Salle - Hospitality dan Pariwisata - 2611155

sebagai:

PESERTA MSIB ANGKATAN 3

Telah berhasil menyelesaikan tugasnya di PT Gemilang Media Wisata (Travelxism) dalam Sustainable Tourism Internship Program (STIP) Travelxism Batch 3 dengan posisi Junior Executive of Community-Based Tourism in Training yang diselenggarakan pada tanggal 18 Agustus - 31 Desember 2022.

Yogyakarta, 31 Desember 2022

Travelxism
Towards Sustainable Tourism

Gilang Ahmad Fauzi, S.S., MDS., M.Sc.
CEO and Founder

AKTIVITAS	MENTOR	DURASI
<ul style="list-style-type: none">• Orientation Week• Pengerjaan Proyek• Penyusunan Laporan• Penyampaian Hasil	<ul style="list-style-type: none">• Eko Haryanto, M.Par, CHE.	<ul style="list-style-type: none">• 18 Agustus 2022 - 31 Desember 2022• 900 jam• 20 SKS



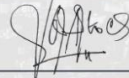
CAPAIAN PEMBELAJARAN

Nama: FAMILIA BENEDICHTA PRIJANTO

Posisi: JUNIOR EXECUTIVE OF COMMUNITY-BASED TOURISM IN TRAINING

NO	CAPAIAN PEMBELAJARAN	NILAI
1	Mampu membangun, mendesain tema-tema pelatihan untuk menunjang digitalisasi dan keramah tamahan pariwisata (<i>Hospitality, Greeting, dan Service by Travelxism</i>)	84
2	Mampu melakukan evaluasi berguna bagi pengembangan pelatihan	80
3	Mampu mengelola proyek pelatihan kepada komunitas pariwisata untuk pengembangan pariwisata yang inklusif, berkelanjutan, berkualitas, dan <i>sustainable</i>	80
4	Mampu merancang program pelatihan dan menjalankannya sesuai dengan <i>Key Performance Indicator</i> yang diharapkan oleh perusahaan pada setiap divisi	84
5	Mampu melaksanakan dan menjalankan pelatihan bagi peserta berbayar	82
6	Mampu memfasilitasi <i>networking</i> dan proyek bagi perusahaan untuk meningkatkan profit perusahaan dalam pelayanan untuk pelatihan berbasis grup maupun perorangan	82
7	Mampu mendampingi peserta pelatihan dalam berbagai event yang diselenggarakan mandiri oleh perusahaan melalui <i>e-commerce</i> maupun dari pemerintahan	84
TOTAL NILAI		576

Yogyakarta, 31 Desember 2022



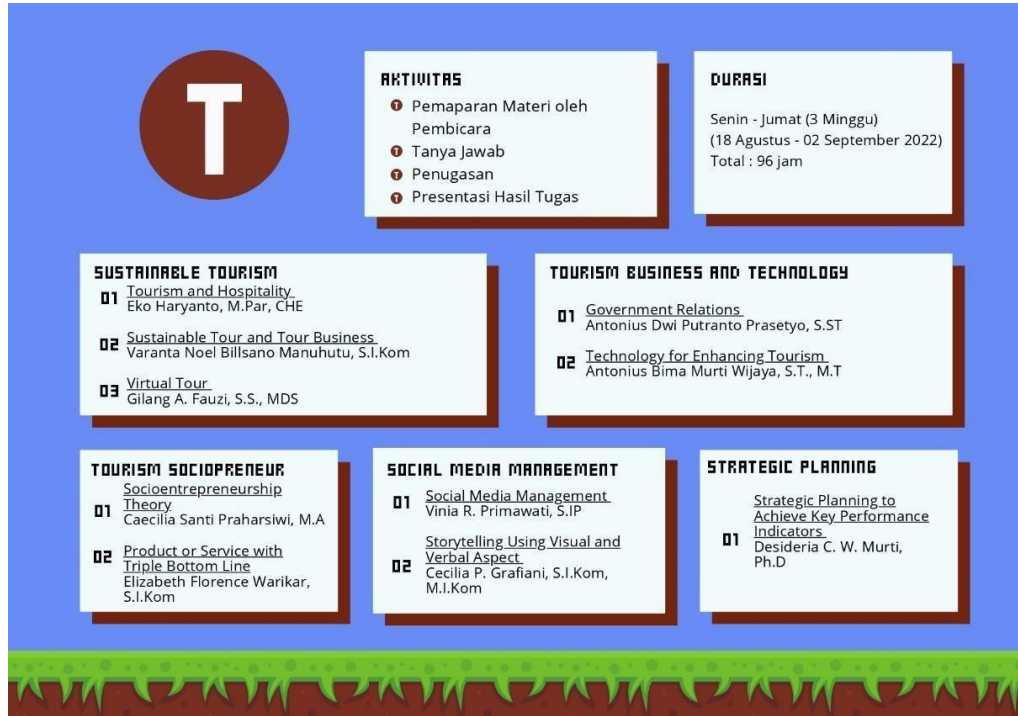
Eko Haryanto, M.Par, CHE.



LAMPIRAN F



LAMPIRAN G



LAMPIRAN H



LAMPIRAN I



No. : 07/STIPB3-SK-CBTTRAINING/0822/TRAV/JOG
Hal : Surat Keterangan Peserta Magang STIP Travelxism Batch 3

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gilang Ahmad Fauzi, S.S., MDS
Jabatan : CEO dan Founder
Instansi : PT Gemilang Media Wisata (Travelxism)

Dengan ini menyatakan:

Nama : FAMILIA BENEDICHTA PRIJANTO
Universitas : Universitas Katolik De La Salle
Program Studi : Hospitality dan Pariwisata

Bahwa yang bersangkutan merupakan Peserta Posisi CBT Training (Junior Executive of Community-Based Tourism in Training) dalam Program Magang Merdeka di PT Gemilang Media Wisata (Travelxism) dengan tema kegiatan *Sustainable Tourism Internship Program* (STIP) Travelxism Batch 3, yang dilaksanakan pada 18 Agustus - 31 Desember 2022.

Demikian surat keterangan magang ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 16 Agustus 2022

Gilang Ahmad Fauzi, S.S., MDS
CEO Travelxism
(PT Gemilang Media Wisata)



PT. GEMILANG MEDIA WISATAMA
GENIUS IDEA COWORKING SPACE
JL. Magelang No. 32-34A, Cokrodiningratan, Jetis, Yogyakarta
Ph: 081249605055 Email: info@travelxism.com