

BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT Telkom Kancatel Lembang Bandung selama 27 hari kerja dan memulainya pada hari senin 4 Juli 2011 sampai kamis 4 Agustus 2011. Waktu kerja yang ditetapkan oleh pihak perusahaan adalah pada minggu pertama dimulai dari pukul 07.00 sampai pukul 17.00 WIB. Namun, ada pula waktu-waktu tertentu dimana penulis sedang ikut memperbaiki ataupun mengatasi gangguan Telkom *speedy*. Salah satu contohnya pada hari selasa minggu kedua penulis memasang instalasi internet di hotel “*De La Rossa*” Lembang, pada waktu itu penulis pulang sekitar pukul 17.30 WIB. Pada saat Praktek Kerja Lapangan, penulis ditempatkan di bagian DCS (*Divisi Customer Service*) Telkom Kancatel Lembang .

Selama penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, penulis banyak mengikuti kegiatan yang sifatnya berhubungan langsung dengan konsumen/*costumer*, misalnya menerima keluhan-keluhan dari konsumen, penulis juga sering membantu pihak DIVA (*Divisi Access*) Telkom Kancatel Lembang untuk mengecek jaringan telepon rumah, baik konsumen yang datang langsung ke kantor ataupun konsumen yang menyampaikan keluhannya melalui telepon. Tentunya hal tersebut merupakan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis, yang mana penulis bisa secara

langsung mengetahui pekerjaan yang ada di PT Telkom Kancatel Lembang tersebut. Meskipun penulis tidak mengetahui secara detail pekerjaan dari setiap divisi, tetapi penulis bisa mengetahui secara *global* setiap pekerjaan yang ada pada setiap divisi.

Seperti yang telah penulis disebutkan diatas, secara garis besar pekerjaan yang penulis lakukan selama Praktek Kerja Lapangan di PT Telkom Kancatel Lembang adalah membantu pihak DCS (Divisi *Customer Service*). Ada dua tahapan sebelum melakukan menjalankan prosedur keluhan pelanggan, yang pertama kita harus menerima dan mendengarkan secara baik apa keluhan dan permasalahan dan keluhan dari para konsumen, dan yang kedua kita harus melaporkan keluhan atau permasalahan teknis yang dialami oleh konsumen kepada pihak Divisi *Access*, dan setelah dilaporkan kepada pihak Divisi *Access* diharapkan permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dapat terselesaikan apabila jika permasalahan atau gangguan tersebut berasal dari instalasi jaringan PT telkom, dan nantinya konsumen dapat di tangani langsung oleh bagian Divisi *Access* apabila masih mengalami kendala-kendala teknis.

Biasanya kendala teknis yang dihadapi oleh Telkom lembang biasanya karena kegagalan jaringan karena adanya pencurian kabel di wilayah lembang dan sekitarnya, adapun pencurian kabel yang biasanya terjadi yaitu di wilayah Lembang Desa Cikole, banyak pula pencurian-pencurian yang diaanggap janggal oleh pihak Telkom, karena kabel yang dicuri itu berada di dalam tanah dengan diameter 15cm dengan panjang pencurian kabel sekitar 40-80m. Pihak PT Telkom Kancatel Lembang sudah melakukan kerjasama dengan beberapa pihak keamanan yang berada

di wilayah Lembang dan sekitarnya. Sehingga jika ada pencurian yang terjadi dapat ditangani secara cepat dan tepat, pihak Telkom pun telah melakukan banyak antisipasi terhadap pencurian yang terjadi dengan memasang *alarm* PCM RAYCEM yang dibuat oleh tim dari Telkom kancatel lembang itu sendiri. Kegiatan yang dilakukan oleh pegawai dan juga kami selaku mahasiswa Praktek Kerja Lapangan selain berada di kantor juga melakukan *hiking* setiap hari jum'at, kegiatan tersebut kami anggap positif karena selain dapat menyehatkan badan juga dapat menikmati keindahan dan kesegaran alam lembang di pagi hari, dan dampak positif yang lainnya kita dapat berinteraksi dengan warga sekitar agar membangun citra yang baik tentang PT Telkom, juga tujuan lainnya agar masyarakat lembang secara khususnya dapat dan mengerti tentang internet karena masih banyak warga disana yang belum mengetahui apa itu internet, cara mempromosikan produk *speedy* internet kepada masyarakat melalui *telemarketing* dan juga *door to door*, Strategi pemasaran *telemarketing* ini yang coba saya dan rekan Praktek Kerja Lapangan saya coba buat, agar supaya masyarakat dapat nyaman tanpa terasa diganggu dengan adanya penawaran produk tersebut.

2.1.1 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Tabel 2.1

Aktifitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

No	Hari / Tgl	Jam Datang	Aktivitas	Jam Pulang	Keterangan	
					Rutin	Insidentil
1	Senin, 04 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> Pengenalan dengan seluruh staff perusahaan dan rekan Praktek Kerja Lapangan lain 	13.00		✓
			<ul style="list-style-type: none"> Melihat situasi Kancatel Telkom Lembang 			✓
2	Selasa, 05 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> Memasukkan data MDF (<i>Main Distribution Frame</i>) 	16.00	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> Mengecek Jaringan di Lapangan (<i>Boscha</i>) 			✓
3	Rabu, 06 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> Memasukkan data 	16.00	✓	

			<i>speedy</i>			
			<ul style="list-style-type: none"> Memasukkan data MDF 		✓	
4	Kamis, 07Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> <i>Telemarketing</i> produk Telkom <i>speedy</i> 	16.00	✓	
5	Jumat, 08 Juli	08.00	<ul style="list-style-type: none"> Olahraga Mingguan 	15.30	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> Buat berita mingguan 		✓	
			<ul style="list-style-type: none"> Buat KKO minggu I 		✓	
6	Senin ,11 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> Melayani Konsumen 	16.00	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> <i>E-learning</i> Telkom 		✓	
7	Selasa, 12 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> Mengecek gangguan Jaringan di Lapangan (<i>Boscha</i>) 	16.00	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> Mengecek Jaringan MDF 			✓
8	Rabu, 13 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> Memasukkan data MDF 	16.00	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> Memasukkan data <i>speedy</i> 		✓	

9	Kamis, 14 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Telemarketing</i> produk Telkom <i>speedy</i> 	16.00	✓	
10	Jumat, 15 Juli	08.00	<ul style="list-style-type: none"> • Olahraga Mingguan 	15.30	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • Buat berita mingguan 		✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • Buat KKO Minggu II 		✓	
11	Senin, 18 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani Konsumen 	16.00	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • <i>E-learning</i> Telkom 		✓	
12	Selasa, 19 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • Pengambilan gambar untuk dokumentasi kantor (Cikole) 	16.00		✓
			<ul style="list-style-type: none"> • dokumentasi penulis 			✓
13	Rabu, 20 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • Memasukkan data <i>speedy</i> 	16.00	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • Masukan data MDF 		✓	
14	Kamis, 21 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Telemarketing</i> produk Telkom <i>speedy</i> 	16.00	✓	
15	Jumat, 22 Juli	08.00	<ul style="list-style-type: none"> • Olahraga Mingguan 	15.30	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • Buat berita mingguan 		✓	

			<ul style="list-style-type: none"> • Buat KKO Minggu III 		✓	
16	Senin, 25 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • Mengikuti <i>E-learning</i> Telkom 	16.00	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • Memasukan data <i>Speedy</i> 		✓	
17	Selasa, 26 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • Pengambilan gambar untuk dokumentasi kantor (pencurian kabel di jalan menuju tangkuban perahu) 	16.00		✓
18	Rabu, 27 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani Konsumen 	16.00	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • Masukan Data <i>Speedy</i> dan MDF 		✓	
19	Kamis, 28 Juli	08.00	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Telemarketing</i> produk Telkom <i>speedy</i>, 	16.00	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • Mengecek jaringan di lapangan 			✓
20	Jumat, 29 Juli	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • Olahraga Mingguan 	15.30	✓	

			<ul style="list-style-type: none"> • Buat berita mingguan 		✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • Buat KKO Mingguan IV 		✓	
21	Senin, 01 Agustus	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat strategi <i>telemarketing speedy</i> 	16.00		✓
22	Selasa, 02 Agustus	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat strategi <i>telemarketing speedy</i> 	16.00		✓
23	Rabu, 03 Agustus	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Telemarketing</i> produk Telkom <i>speedy</i> (Evaluasi Strategi Telemarketing) 	16.00	✓	
24	Kamis, 04 Agustus	07.30	<ul style="list-style-type: none"> • Memasukan data MDF dan <i>Speedy</i> 	16.00	✓	
25	Jum'at, 05 Agustus	08.00	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat berita 	15.30	✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • KKO mingguan (Minggu I) 		✓	
			<ul style="list-style-type: none"> • Evaluasi kerja dan perpisahan 			✓

Sumber : Arsip Peneliti, 2011

2.1.2 Penjelasan Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (Praktek Kerja Lapangan) di PT. Telekomunikasi Indonesia Bandung, penulis melakukan aktivitas rutin yakni kegiatan yang dilakukan setiap hari pada Praktek Kerja Lapangan. Berikut ini adalah deskripsi dari kegiatan rutin yang telah dikerjakan oleh mahasiswa selama melakukan Praktek Kerja Lapangan:

1) Melayani Konsumen

Penulis sebagai bagian di Divisi *Customer Service* , mempunyai tugas untuk melayani konsumen secara langsung, salah satunya melalui kegiatan ini penulis melayani pelanggan mulai dari pemasangan baru, pemutusan , atau keluhan langsung dari konsumen.

2) Memasukan data *Main Distribution Frame* dan *Speedy*

Kegiatan yang dilakukan penulis salah satunya Memasukan data *Main Distribution Frame* dan *Speedy*.. Dengan tujuan untuk mendata *frame* distribusi pelanggan, juga untuk mendata *File Speedy*, seperti Pasang Baru, Pasang Kembali, Isolir *Speedy*, Cabut *Speedy*, Mutasi *Speedy* (termasuk ganti paket *speedy*), *Claim Speedy*, Residu *Speedy*, Restitusi *Speedy*.

3) Membuat KKO Mingguan

Pekerjaan rutin yang dilakukan penulis setiap minggu tepatnya di Hari Jumat yaitu membuat laporan mingguan tentang aktivitas kerja karyawan di Divisi *Accses*

dengan cara mendata satu persatu kegiatan apa saja yang dilaksanakan oleh karyawan dalam setiap harinya yang kemudian di bikin *draft* laporannya.

4) Olahraga Mingguan

Olahraga menjadi kegiatan Rutin ditiap minggunya, Olahraga Bisa Berupa Senam pagi atau melakukan pendakian. Penulis beserta beberapa pegawai dan rekan Praktek Kerja Lapangan lain melaksanakan olahraga di hari Jumat.

5) *Telemarketing* Produk Telkom *speedy*

Telemarketing adalah kegiatan rutin penulis di mana penulis mengontak pelanggan melalui pesawat telepon untuk menawarkan promosi *speedy*. Saat melakukan *call* pelanggan penulis diharapkan dapat bersikap dan berkata sopan, tidak memaksa, dan berbicara dengan intonasi yang ramah dan komunikatif.

Tugas penulis saat melakukan Praktek Kerja Lapangan adalah menghubungi pelanggan sekitar Lembang untuk menawarkan promo produk Telkom *speedy*

6) Membuka *Website Portal Internal Telkom (E-learning Telkom)*

Dalam hal ini setelah penulis menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan oleh pembimbing, maka penulis memanfaatkan waktu untuk membuka dan membaca mengenai berita atau informasi terkini seputar PT. Telekomunikasi Indonesia, dan mengikuti *E-learning Telkom* dengan tujuan sebagai salah satu referensi untuk membantu penulis dalam proses pengerjaan laporan Praktek Kerja Lapangan

7) Membuat Berita Mingguan

Dalam hal ini setelah penulis menyelesaikan olahraga di hari Jumat, Penulis menyempatkan diri untuk membuat berita mingguan, yang bertujuan untuk mempererat tali silaturahmi antar setiap individu di Kancatel Lembang.

2.1.3 Deskripsi Aktivitas Insidentil Selama Praktek Kerja Lapangan

Selain kegiatan Rutin, Aktivitas kegiatan juga ada yang bersifat Insidentil. kegiatan Insidentil adalah kegiatan yang dilakukan seara dadakan. Berikut ini adalah deskripsi dari kegiatan Insidentil yang telah dikerjakan oleh mahasiswa selama melakukan Praktek Kerja Lapangan:

1) Pengenalan Dengan Seluruh Staff Perusahaan Dan Rekan Praktek Kerja Lapangan Lain

Pengenalan merupakan awal aktifitas Penulis dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Kancatel Lembang. Disini penulis memperkenalkan diri kepada staff pimpinan yang ada di tempat penulis akan melakukan Praktek Kerja Lapangan bahwa penulis adalah mahasiswa dari Universitas Komputer Indonesia yang ingin melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT. Telkom Kancatel Lembang. Penulis berkenalan dengan seluruh bagian yang ada di Kancatel Lembang. Semisal Divisi *Accses*, Divisi *Customer Service*, Satpam dan *Cleaning Service* serta dengan Rekan-Rekan Praktek Kerja Lapangan yang lain. Setelah perkenalan diri penulis kemudian giliran staff pimpinan yang sekaligus sebagai pembimbing Praktek Kerja Lapangan mahasiswa dari Kancatel Lembang yang memperkenalkan diri kepada penulis.

2) Menerima Telepon dari Konsumen

Terkadang penulis di berikan kesempatan untuk menerima telepon tentang keluhan konsumen. Mulai dari keluhan atau pemasangan baru.

3) Membuat Strategi Telemarketing

Ini merupakan tugas yang di berikan oleh pembimbing kepada penulis. Disini penulis membuat strategi telemarketing. Menuliskan bagaimana tata cara menelepon yang baik, penguasaan materi promosi pada saat telemarketing menjadi hal terpenting dalam tahap ini, di harapkan dapat di gunakan dalam proses *telemarketing* di Kancatel Lembang.

4) Mengecek Gangguan Jaringan di Lapangan

Pada tahap ini penulis mengikuti kegiatan *outsourcing* dari Divisi *Accses* untuk mengecek gangguan jaringan di lapangan, ketika terjadi gangguan baik *speedy* atau telepon pihak konsumen langsung menghubungi Kancatel Lembang, dan segera di eksekusi oleh Divisi *Accses*.

5) Mengambil Gambar (Dokumentasi Kantor)

Disini penulis mengambil gambar di lapangan, seperti pencurian kabel atau perbaikan. Untuk di berikan ke Divisi *Acsess* sebagai Dokumentasi.

6) Mengambil Gambar (Dokumentasi Pribadi)

Disini penulis mengambil gambar untuk keperluan penulis, seperti mengambil gambar lingkungan kantor, sarana dan prasarana, sebagai penunjang dalam lampiran pada laporan Praktek Kerja Lapangan penulis.

7) Melihat situasi Kancatel Telkom Lembang

Setelah itu pembimbing juga memperkenalkan kondisi lokasi dimana penulis akan melakukan tugasnya dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangann. Dan juga pembimbing menjelaskan tentang peraturan-peraturan yang berlaku di tempat dimana penulis akan melakukan Praktek Kerja Lapangann. Peraturan-peraturan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- a) Jadwal kerja mulai dari hari Senin hingga hari Jum'at. Hari Sabtu dan hari Minggu libur kecuali ada kegiatan yang mengharuskan untuk bekerja (lembur/piket).
- b) Jam kerja terhitung dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB. Jam istirahat dari pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB.
- c) Diharapkan selama berada lingkungan PT. Telkom Kancatel Lembang para staff pimpinan, karyawan, dan mahasiswa Praktek Kerja Lapangann berpakaian sopan dan rapi.
- d) Hari Jum'at rutin diadakan kegiatan olahraga, semisal *Hiking* pada pukul 07.30 WIB bagi yang ingin mengikutinya.
- e) Jika ada karyawan atau mahasiswa Praktek Kerja Lapangann yang ingin izin bekerja maka diharapkan memberikan keterangan kepada pimpinan dan pembimbing terlebih dahulu.

Kemudian setelah melihat situasi kancatel lembang diatas selesai maka pembimbing memberikan tugas kepada mahasiswa untuk dikerjakan namun sebelumnya pembimbing menjelaskan terlebih dahulu tugas yang diberikan dan

memberikan contoh dalam pengerjaanya hingga mahasiswa mengerti pengerjaan tugas yang diberikan untuk dikerjakan tersebut.

2.2. Deskripsi Tentang Humas

2.2.1. Pengertian Humas

Kegiatan yang penulis lakukan dibagian Divisi *Customer Service* sebagaimana telah dijelaskan diatas, hal tersebut sejalan dengan teori-teori komunikasi secara umum dan teori humas secara khusus yang sedang penulis pelajari dalam perkuliahan. Karena dalam kegiatan tersebut ada yang namanya komunikasi tatap muka atau sering dikenal dengan istilah *face to face* dan ada juga pesan yang disampaikan secara persuasif kepada *customer*, supaya *customer* bisa terpengaruh oleh pesan yang kita sampaikan. Penyampaian informasi tersebut merupakan kegiatan komunikasi secara umum dan kegiatan humas secara khusus.

Ditengah masyarakat yang semakin modern ini, untuk mencapai kesejahteraan masyarakat, disadari bahwa secara langsung maupun tidak langsung kebutuhan masyarakat semakin meningkat. Oleh karena itu, dalam kehidupan manusia peran komunikasi sangat fundamental. Komunikasi merupakan sarana penting dalam menjalin interaksi dengan orang lain atau masyarakat pada umumnya. Dengan komunikasi, manusia dapat melakukan berbagai macam aktivitas dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. proses komunikasi tersebut berlangsung dalam serangkaian tindakan dan peristiwa dari beberapa komponen untuk mencapai suatu tujuan. Dengan demikian, komunikasi memiliki karakter yang dinamis dan interaktif.

Dalam komunikasi terdapat penyampaian informasi dan pengertian informasi dari seseorang kepada orang lain. Melalui lambang-lambang yang telah disepakati bersama (kata-kata, gambar, bilangan, dan grafik) maka komunikasi terjadi dengan langsung ataupun melalui media. Komunikasi akan timbul apabila terdapat saling pengertian antara pengirim dan penerima sehingga terdapat suatu pemahaman. Bukan berarti bahwa kedua belah pihak harus menyetujui suatu gagasan tersebut, tetapi yang penting adalah kedua belah pihak sama-sama memahami gagasan tersebut, dalam keadaan seperti itu maka komunikasi dapat dikatakan berlangsung dengan baik.

Melalui pemahaman bersama tersebut, tujuan komunikasi adalah adanya perubahan sikap. Melalui pemahaman gagasan bersama diharapkan dapat memberikan rangsangan bagi perubahan sikap yang dilakukan oleh pengirim (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah pernyataan manusia. Pernyataan manusia tersebut dapat berupa lisan, tulisan, isyarat, simbol, yang dimengerti oleh komunikator dan komunikan.

Syarat menjadi humas setidaknya ada elemen yang harus diperhatikan, dan elemen-elemen tersebut antara lain sebagai berikut :

- a) Kemampuan berkomunikasi.
- b) Mampu berkomunikasi dengan baik terhadap orang yang memiliki aneka ragam karakter. Itu berarti harus mampu dan mau berusaha memahami, serta terkadang

berusaha untuk bersikap setoleran mungkin kepada setiap orang yang dihadapinya tanpa harus menjadi penakut atau penjilat (Jefkins, 1995:21)

- c) Kemampuan berkomunikasi seorang humas ini secara lisan maupun tertulis, seperti *public speaking* atau presentasi (salah satu kemampuan komunikasi lisan di depan publik). Sedangkan penulisan *press realese* dan mengelola media atau majalah perusahaan adalah kemampuan komunikasi tulisan.
- d) Kemampuan mengorganisasikan
- e) Kemampuan mengorganisasikan dapat diartikan sebagai kemampuan manajerial, yang dapat mengelola program humas mulai dari *fact finding* (pengumpulan data), *planning* (perencanaan), *communicating* (mengkomunikasikan program) dan *evaluating* (evaluasi program).
- f) Kemampuan ini juga berarti mampu mengantisipasi masalah di dalam dan di luar organisasi atau perusahaan, serta mampu menyusun rencana kegiatan dan melaksanakan kegiatan.
- g) Kemampuan bergaul atau membina relasi
- h) Kemampuan ini dapat diartikan sebagai kemampuan menciptakan *networking* (jaringan) dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan organisasi/perusahaan atau kegiatan humas itu sendiri. Berbagai unsur publik tentunya menciptakan hubungan yang lebih dalam dan akrab sehingga para relasi ini dapat mendukung berbagai program humas.

- i) Dalam membina relasi ini pun tentunya terjalin *take and give* antara keduanya dan terjadi hubungan yang sinergis antara humas dan berbagai unsur publik ini, yang tetap berlandaskan integritas profesi.
- j) Berkepribadian humas utuh atau jujur
- k) Kejujuran harus tetap melandasi seseorang yang menjadi profesi apa pun, termasuk humas, karena aspek ini yang dapat membentuk kredibilitas (kepercayaan) orang lain terhadap humas maupun perusahaan tempat humas itu bekerja.
- l) Banyak kasus yang mengakhiri kredibilitas seseorang dalam berbagai profesi, termasuk profesi humas, karena melupakan kejujuran. Kejujuran ini pula yang dapat membentuk kepribadian yang utuh bagi seorang humas.
- m) Memiliki imajinasi yang kuat
- n) Profesi humas haruslah seseorang yang penuh dengan gagasan atau ide-ide, mampu memecahkan problem yang dihadapi, mampu menyusun rencana yang *original* dan dapat mengembangkan imajinasi untuk melahirkan kreativitas-kreativitas kerjanya.
- o) Kreativitas ini bisa mencakup berbagai kegiatan seperti mengelola berbagai *special events* humas (pameran, *workshop*, seminar, *press conference* dan lainnya), pembuatan *House Journal* (media penerbitan humas), krisis manajemen dan lain sebagainya.

2.2.2. Fungsi Humas

Adapun beberapa fungsi dari Humas antara lain :

- a) Mengetahui secara pasti dan mengevaluasi pendapat umum yang berkaitan dengan organisasi.
- b) Menasehati para eksekutif mengenai cara-cara menangani pendapat umum yang timbul.
- c) Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum.

2.2.3. Tugas Humas

Tugas utama dari humas adalah sebagai berikut :

- a) Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar (*visual*) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan. Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan publik internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.
- b) Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Di samping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan. Karena mereka ikut menentukan kehidupan organisasi apabila kita tidak saling mengganggu, perlu diajak

berunding, demi kebaikan semua pihak tak ada yang dirugikan. Sebagai contoh, lingkungan tidak diganggu.

- c) Memperbaiki citra organisasi. Bagi humas, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan seterusnya, tetapi terletak pada bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi, dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.
- d) Tanggung jawab sosial. Humas merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal, dan *pers*. Penting diusahakan bahwa seluruh organisasi bersikap terbuka dan jujur terhadap semua kelompok atau publik yang ada hubungannya dan memerlukan informasi.
- e) Komunikasi. Humas mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal balik, maka pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu sentral. Perlu juga untuk dimiliki adalah pengetahuan manajemen dan kepemimpinan, struktur organisasi.

2.2.4. Tujuan Humas

Adapun tujuan humas secara umum adalah sebagai berikut :

- a) Menciptakan citra yang positif
- b) Memelihara citra yang positif
- c) Meningkatkan citra yang positif
- d) Memperbaiki citra jika citra organisasi kita menurun atau rusak

2.3 Analisa Kegiatan Praktek Kerja Lapangan dengan Bidang Kegiatan Humas

Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan di PT Telkom Kancatel Lembang adalah sarana untuk memperkaya wawasan dan pengalaman bagi penulis, yang mana penulis bisa merasakan sendiri dunia kerja yang sesungguhnya, ilmu-ilmu yang selama ini penulis dapatkan di bangku kuliah kini dapat teraplikasikan langsung ketika penulis berada dilapangan. Sungguh pengalaman yang sangat berharga bagi penulis, karena penulis bisa bertemu dengan orang-orang baru dan tentunya dari latar belakang keilmuan yang berbeda. Dari adanya kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini penulis sangat bisa merasakan bagaimana dunia kerja yang sesungguhnya itu, pengalaman bertemu dengan orang yang berbeda latar belakang baik pendidikan maupun budaya sangat penulis rasakan selama penulis berada dilapangan.

2.3.1 Kegiatan di bagian Divisi *Customer Service*

Bagian- bagian yang terdapat di PT. Telkom Kancatel Lembang diantaranya Divisi *Customer Service*, yaitu bagian yang bertugas untuk melayani gangguan ataupun keluhan pelanggan, bagian Divisi *Customer Service* biasanya terdapat di

bagian depan Plaza Telkom, kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh bagian Divisi *Customer Service* ini dapat dilihat dari cara berkomunikasi terhadap keluhan pelanggan dan juga terhadap pelayan pembayaran. Bagian ini dituntut lebih komunikatif karena berhubungan langsung dengan konsumen, dan juga dituntut untuk cepat bergaul karena dengan hal ini dapat membuat nyaman para konsumen yang datang ke Plaza Telkom, selain dapat bergaul juga dapat menasehati atau dapat memberi saran terhadap keluhan ataupun gangguan – gangguan yang terjadi terhadap konsumen tersebut.

Kegiatan kehumasan yang terdapat di bagian divisi customer service ini juga yaitu memelihara citra positif di mata masyarakat, karena dengan terus memelihara citra yang positif dapat membentuk suatu *image* yang baik di mata masyarakat, akibatnya dengan munculnya *image* yang baik di mata masyarakat membuat atau menyebabkan masyarakat dapat lebih percaya terhadap perusahaan, hal itu tentunya menjadi nilai yang lebih dalam suatu perusahaan khususnya PT. Telkom Kancatel Lembang.

2.3.2 Kegiatan di bagian Divisi Access

Selain Divisi *Customer Service* yang terdapat di PT. Telkom Kancatel Lembang juga terdapat Divisi *Access*, bagian Divisi *Access* ini tidaklah berhubungan secara langsung terhadap masyarakat tetapi kadang kala ada juga yang berhubungan langsung terhadap masyarakat, maka dari itu Divisi *Access* juga berhubungan dengan bidang kehumasan karena sewaktu waktu juga turut serta berkomunikasi dengan masyarakat, hal ini dapat kita lihat dengan meningkatkan citra positif di mata

masyarakat lembang khususnya hal ini ditunjukkan dengan cara, sewaktu menangani keluhan atau gangguan di lapangan yang berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, tentunya dengan begitu membuat warga masyarakat menjadi akrab dengan orang-orang dari bagian Divisi *Access*.

Yang lebih menonjol dalam hal ini tentang kehumasan ialah bagian Divisi *Costumer Service* karena bagian Divisi *Costumer Service* yang lebih banyak membantu kegiatan kehumasan baik dengan cara :

- 1) Meningkatkan citra positif di mata masyarakat
- 2) Membentuk citra positif di mata masyarakat
- 3) Mempertahankan citra positif yang sudah dibentuk di dalam masyarakat
- 4) Memperbaiki citra yang kurang baik di mata masyarakat
- 5) Menyampaikan atau menginformasikan informasi apapun yang ada di PT. Telkom kepada masyarakat

Oleh karena itu, penulis berpandangan bahwa adanya kesesuaian antara kajian keilmuan yang penulis dapatkan di bangku kuliah dengan praktek secara langsung ketika penulis berada di lapangan. Misalnya saja salah satu teori yang sangat terapkan dari kegiatan marketing yaitu teori *Attention Interest Desire Action*, yang berarti adanya sikap perhatian baik dari perusahaan ataupun dari konsumen, perusahaan memperhatikan fasilitas dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dari perusahaan, kemudian adanya sikap keterkaitan antara pihak perusahaan dengan pihak konsumen,

dengan adanya keterkaitan ini diharapkan konsumen timbul hasrat yang baik, sehingga dari hasrat tersebut timbulah aksi untuk melakukan transaksi pembelian.

Dari sini penulis belajar bagaimana membuat dan merancang strategi yang baik itu, sehingga apa yang kita rencanakan harus benar-benar bisa tertuju pada sasaran yang kita bidik. Dengan adanya kesesuaian antara strategi yang telah kita tetapkan, diharapkan pelaksanaan atau aplikasi dari strategi yang telah kita buat tadi tidak sia-sia/tidak percuma, karena strategi yang dibuat tepat pada sasaran yang dituju. Memang setiap perusahaan harus memiliki strategi untuk menjalankan program kerjanya, bertolak dari hal tersebut maka penulis tertarik dengan kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tempat penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan. Yang mana perusahaan ini sering membuat promosi melalui strategi *telemarketing* dan juga *door to door* untuk produk Telkom *speedy*. Terbukti dengan gencarnya program *door to door* penawaran produk Telkom *speedy*, membuat sudah banyak warga di seputaran Lembang yang sudah menggunakan internet.

Demikianlah pengalaman yang didapat selama penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan disana, pada setiap ada keluhan dari konsumen penulis tidak diminta untuk menulis laporan. Meski demikian, penulis tetap dapat membantu jalannya kegiatan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Sementara itu disisi lain, penulis juga banyak mendapat pengalaman bekerja baik dibagian Divisi *Customer Service* dan juga Divisi *Access*.

Sejauh yang penulis amati, suasana kerja di PT Telkom Kancatel Lembang sangatlah menyenangkan, karena hubungan diantara atasan dan bawahan sangatlah terjaga dengan baik, terbukti dengan salam yang selalu diucapkan oleh Kepala bagian pada pagi hari kepada bawahannya dengan menyebut “Selamat Pagi”, “Ayo Semangat” ucapan seperti itu yang selalu didengar oleh penulis pada pagi hari yang terucap dari Kepala bagian. Selain disertai dengan kegiatan *coffee morning* yang selalu diadakan setiap pagi. Tentunya hal itu menjadi pendorong atau penyemangat bagi karyawan yang datang untuk melakukan pekerjaan dengan baik sesuai dengan tugas yang telah ditetapkan.

Selain itu penulis juga mencoba untuk menjalankan karakteristik Humas menurut Frank Jefkins dalam bukunya “Dasar-Dasar *Public Relations*” menurutnya Untuk menjadi Humas setidaknya ada 5 karakteristik yang harus diperhatikan, dan elemen-elemen pada karakteristik tersebut antara lain sebagai berikut :

1. Kemampuan Berkomunikasi.

Mampu berkomunikasi dengan baik terhadap orang yang memiliki aneka ragam karakter. Penulis harus mampu dan mau berusaha memahami, serta terkadang berusaha untuk bersikap setoleran mungkin kepada setiap konsumen yang dihadapinya tanpa harus menjadi penakut atau penjilat. Kemampuan berkomunikasi penulis ini secara lisan maupun tertulis, seperti penanganan langsung konsumen yang memberikan keluhan adalah kemampuan komunikasi lisan. Sedangkan penulisan

press realese, membuat berita, tulisan-tulisan membangun yang di tampilkan melalui media *internal* seperti majalah dinding adalah kemampuan komunikasi tulisan.

2. Kemampuan Mengorganisasikan

Kemampuan mengorganisasikan dapat diartikan sebagai kemampuan manajerial yang dapat mengelola program PR mulai dari *fact finding* (pengumpulan data), *planning* (perencanaan), *communicating* (mengkomunikasikan program) dan *evaluating* (evaluasi program).

Kemampuan ini juga berarti mampu mengantisipasi masalah di dalam seperti masalah internal dan di luar perusahaan seperti permasalahan dengan konsumen, serta mampu menyusun rencana kegiatan dan melaksanakan kegiatan.

3. Kemampuan bergaul atau membina relasi

Kemampuan ini dapat diartikan sebagai kemampuan menciptakan *networking* (jaringan) dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan organisasi/perusahaan. Penulis berusaha untuk membina relasi dengan Berbagai unsur public di sekitar Kancatel Lembang, tentunya menciptakan hubungan yang lebih dalam dan akrab sehingga para relasi ini dapat mendukung berbagai program yang di adakan oleh PR Kancatel Lembang.

Dalam membina relasi ini pun tentunya terjalin *take and give* antara keduanya serta terjadi hubungan yang sinergis antara PR dan berbagai unsur publik ini, yang tetap berlandaskan integritas profesi. Unsur publik disini termasuk konsumen pengguna produk Telkom.

4. Berkepribadian Utuh atau Jujur

Kejujuran harus tetap melandasi seseorang yang menjadi profesi apa pun, termasuk *Public Relations* (PR), karena aspek ini yang dapat membentuk kredibilitas (kepercayaan) orang lain terhadap *Public Relations Officer* (PRO) maupun perusahaan tempat PRO itu bekerja. Penulis sebagai *Public Relations Officer* Di Kancatel Lembang harus berkepribadian jujur karena dengan kejujuran kredibilitas PRO secara khusus atau PT Telkom secara umum akan di perhitungkan.

Banyak kasus yang mengakhiri kredibilitas seseorang dalam berbagai profesi, termasuk profesi PR, karena melupakan kejujuran. Kejujuran ini pula yang dapat membentuk kepribadian yang utuh bagi penulis.

5. Memiliki Imajinasi yang Kuat

Profesi PR haruslah seseorang yang penuh dengan gagasan atau ide-ide, mampu memecahkan problem yang dihadapi, mampu menyusun rencana yang orisinal dan dapat mengembangkan imajinasi untuk melahirkan kreativitas-kreativitas kerjanya.

Kreativitas ini bisa mencakup berbagai kegiatan seperti mengelola berbagai *special events* PR (pameran, *workshop*, seminar, *press conference* dan lainnya), pembuatau *House Journal* (media penerbitan PR), krisis manajemen dan lain sebagainya.

Berlandaskan karakteristik menjadi seorang Humas di atas penulis belajar bagaimana menjadi Humas yang baik, sehingga apa yang penulis lakukan berhubungan dengan pelayanan kepada konsumen bisa memberikan dampak positif baik itu untuk

perusahaan atau untuk pelanggan itu sendiri. Menjadi Humas dalam satu perusahaan memang sangat membutuhkan 5 elemen di atas jika seorang humas dapat menguasai 5 elemen itu, setiap apa yang humas rencanakan benar-benar bisa tertuju pada sasaran yang dibidik.