

BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN di PT. PLN (Persero)

2.1. Aktifitas Kegiatan Selama PKL

Selama Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat, kegiatan yang dilakukan selama 30 Hari (6 minggu) atau 240 Jam Kerja dengan melakukan kegiatan yang diawali mengkliping, lalu menganalisis hasil kliping, membuat laporan surat yang dimasukan dalam agenda file, mendatabase berita atau surat, dan memfotocopy lalu membagikan kliping pada tujuh manager. Sedangkan kegiatan yang bersifat insidental yaitu mengikuti kegiatan kegiatan humas lainnya seperti, mengikuti *Coffe morning*, mengikuti acara *telephone conference*, mengikuti rapat susut jaringan, mengikuti acara upacara 17 Agustus, buka bersama anak yatim piatu, menghadiri acara peduli mentawai, menghadiri acara syuting *greetings* manager, membuka lapak THR dan membagikan THR kepada wartawan media.

Selama Kegiatan Praktek Kerja Lapangan di PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat, penulis melakukan dua jenis kegiatan yaitu kegiatan yang bersifat rutin dan kegiatan yang bersifat insidental, berikut adalah kegiatan yang dilakukan penulis dari hari pertama hingga hari terakhir Praktek Kerja Lapangan :

Tabel 1.3
Jadwal Kegiatan PKL

No	Hari & Tanggal	Aktivitas	Keterangan
1	Senin , 25 Juli 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN dan membuat Kliping	Rutin
2	Selasa , 26 Juli 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN dan membuat, input database	Rutin
3	Rabu , 27 Juli 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN dan membuat Kliping	Rutin
4	Kamis , 28 Juli 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN dan membuat Kliping	Rutin
5	Jumat , 29 Juli 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN dan membuat Kliping dan senam pagi lanjut coffe morning	Rutin
6	Senin , 1 Agustus 2011	Menghadiri acara telephone conference bersama cab. Unit PLN provinsi	Insidental
7	Selasa , 2 Agustus 2011	Menghadiri acara rapat verifikasi susut jaringan	Insidental
8	Rabu , 3 Agustus 2011	Memasukan data file surat , dan menghadiri rapat verifikasi susut jaringan	Insidental
9	Kamis , 4 Agustus 2011	Membuat label letter file	Insidental
10	Jumat , 5 Agustus 2011	Memasukan surat ke file dan agenda	Rutin
11	Senin , 8 Agustus 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN dan membuat Kliping	Rutin
12	Selasa , 9 Agustus 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN membuat Kliping	Rutin
13	Rabu , 10 Agustus 2011	Memasukan surat ke dalam file agenda	Rutin

14	Kamis , 11 Agustus 2011	Memberikan hasil kliping kepada 7 manager	Rutin
15	Jumat , 12 Agustus 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN membuat Kliping	Rutin
16	Senin , 15 Agustus 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN dan membuat Kliping	Rutin
17	Selasa , 16 Agustus 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN dan membuat Kliping	Rutin
18.	Rabu , 17 Agustus 2011	Menghadiri upacara 17 agustus di kantor Wil.Sumbar	Insidental
19	Kamis , 18 Agustus 2011	Buka bersama anak yatim piatu di kantor Wil. Sumbar	Insidental
20	Jumat , 19 Agustus 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN dan membuat Kliping	Rutin
21	Senin , 22 Agustus 2011	Menyerahkan kliping pada 7 manajer	Rutin
22	Selasa , 23 Agustus 2011	Menghadiri acara peduli mentawai dan syuting greetings General Manager	Insidental
23	Rabu , 24 Agustus 2011	Membuka lapangan untuk membagikan THR kepada wartawan media	Insidental
24	Kamis , 25 Agustus 2011	Cari berita di media cetak tentang PLN dan membuat Kliping	Rutin
25	Jumat , 26 Agustus 2011	Pamit kepada seluruh instansi	Insidental

2.2 Deskripsi Kegiatan PKL Rutin

2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

1. Kliping Berita

Kliping Berita adalah kegiatan yang rutin dilaksanakan oleh mahasiswa yang Praktek Kerja Lapangan setiap harinya, dimana kegiatan ini mulai dilakukan pada pukul 07.30 pagi dengan kegiatan pertama yang dilakukan adalah melihat-lihat dan menandai berita-berita dari sejumlah koran mana saja baik lokal ataupun Nasional yang berkaitan dengan PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat ataupun berita seputar masalah kelistrikan lainnya.

Kemudian artikel-artikel dari sejumlah koran yang telah ditandai tersebut itu digunting dan ditempelkan pada selembar kertas satu persatu dengan menggunakan kertas berukuran A4 yang khusus disediakan oleh perusahaan, dalam kertas tersebut juga tersedia kolom untuk memberi informasi atau keterangan artikel atau berita tersebut bersumber dari koran mana kemudian tanggal, bulan dan tahun terbit, serta berada pada halaman berapa dan jenis klasifikasi apa artikel tersebut juga dituliskan.

Setelah itu jika guntingan berita tersebut telah di tempel, maka langkah selanjutnya yang dilakukan oleh mahasiswa Praktek Kerja Lapangan adalah scanner berita tersebut atau guntingan berita tersebut dengan menggunakan alat scanner dan hasil scan tadi dikumpulkan dalam satu folder yang sudah disediakan didalam komputer yang tersedia, yang disusun berdasarkan bulan, tanggal, dan tahun guntingan berita itu berasal. Setelah itu langkah yang selanjutnya dilakukan

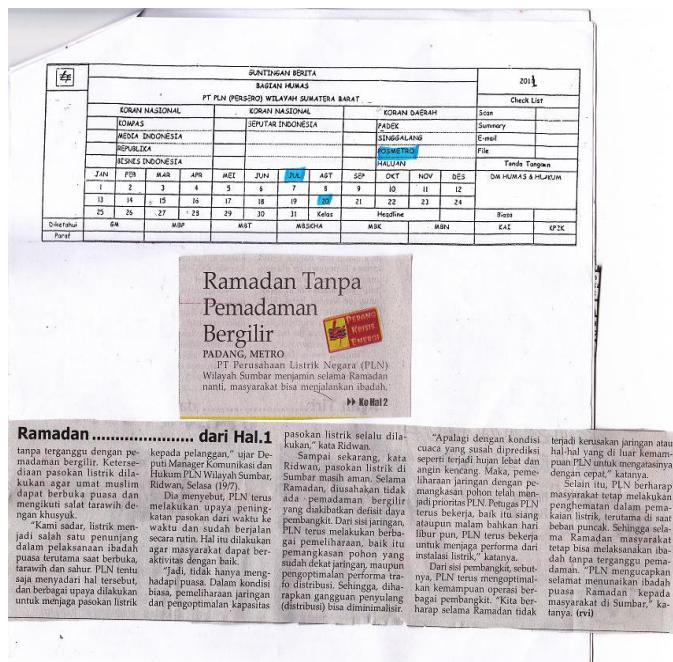
oleh mahasiswa yang melakukan PKL adalah membuat summary atau biasa disebut membuat ringkasan berita atau artikel yang telah ditempelkan tersebut ke dalam internet perusahaan.

Berikut ini merupakan daftar media cetak yang di kliping yaitu:

- Bisnis Indonesia
- Republika
- Kompas
- Media Indonesia
- Haluan
- Padang Ekspres
- Posmetro
- Singgalang

Gambar 1.4

Contoh Kliping Berita



Sumber : Dokumentasi Penulis

1. Memasukan Surat Pelanggan Kedalam Agenda Surat

Untuk memenuhi kebutuhan akan informasi mengenai PT. PLN dan berita kelistrikan lainnya, maka PT. PLN (Persero) Distribusi wilayah sumatera utara menyediakan suatu fasilitas intern perusahaan yang dapat mendukung tercapainya kebutuhan informasi bagi karyawan PT. PLN sendiri ataupun pihak atau orang yang berada di dalam lingkungan perusahaan, dimana fasilitas intern yang dimaksud tersebut yaitu pengadaan atau pembuatan surat atau pemberitaan yang terjadi dalam perusahaan yang sedang terjadi dan semuanya dapat dilihat melalui surat yang masuk kepada PLN.

Berdasarkan fungsi dan tujuan surat yang masuk menyediakan berbagai informasi mengenai perusahaan dan juga berita-berita yang terjadi, khususnya berita-berita mengenai PT. PLN dan berita kelistrikan lainnya. Untuk mengisi

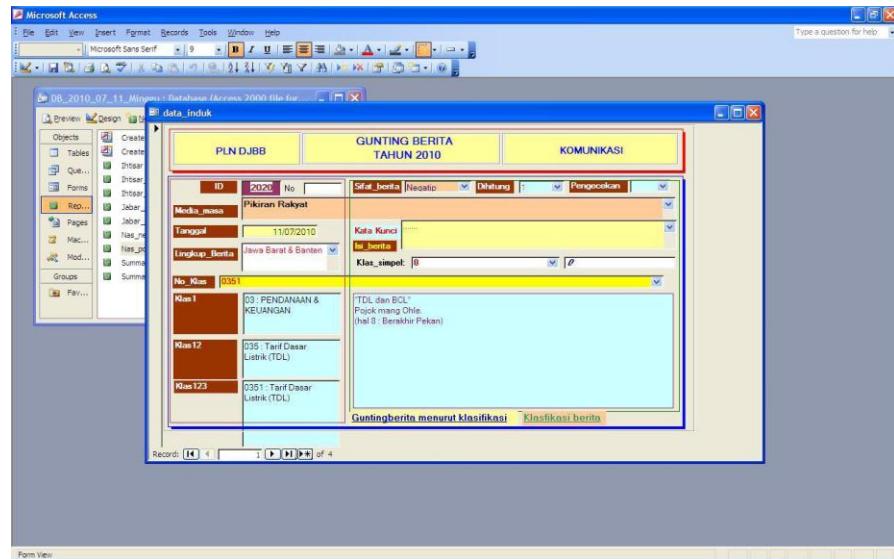
berita-berita apa saja yang perlu diketahui pihak intern perusahaan, maka penggerjaannya dilakukan di bawah wewenang bagian perpustakaan tempat penulis melakukan praktik kerja lapangan, dimana mahasiswa yang sedang melakukan Praktek Kerja Lapangan ini memasukan berita atau guntingan-guntingan berita tiap harinya ke dalam agenda surat dengan memasukan data penunjang ke dalam lembar-lembar yang telah disediakan di bagian guntingan berita yang telah disediakan dalam agenda surat tersebut. Lembar-lembar informasi yang ada ini termasuk didalamnya yaitu : nama koran; cakupan berita (lokal Sumatera Barat dan Nasional)

2. Input DataBase

Kegiatan database ini juga merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh mahasiswa yang sedang melakukan Praktek Kerja Lapangan adalah memasukan data mengenai berita ke dalam data base, dimana dalam penggunaannya data base ini menggunakan program *Microsoft Access*, yaitu dengan mengumpulkan berita-berita yang memiliki klasifikasi yang sama ke dalam satu data dengan informasi tambahan nama koran; cakupan berita (lokal Sumatera Barat atau Nasional).

Gambar 1.5

Contoh Input Database



Sumber : Data Pribadi PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat

3. Photo Copy kliping Koran

Setelah memasukan input data, mahasiswa yang mengikuti Praktek Kerja Lapangan ini harus memphoto copy hasil klipungan tersebut, untuk diserahkan kepada 7 Bagian Manager yang ada di perusahaan, yaitu:

1. GM PT.PLN Wilayah Sumatera Barat
2. Manager Komunikasi
3. Manager SDM
4. Manager Perencanaan

5. Manager Teknik
6. Manager Niaga dan Pelayanan
7. Manager Hukum

2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidental

1. Coffe Morning

Coffe morning adalah suatu pertemuan intern yang dilakukan sebuah perusahaan kepada seluruh karyawannya secara santai untuk membahas masalah intern mengenai perusahaan dan diakhiri silaturahmi antar pegawai dan makan-makan dan bersantai sejenak untuk memulai aktivitas kerja.

Pada *Coffee morning* pertama yang diikuti saya selaku Mahasiswa yang melakukan Praktek Kerja Lapangan,pada saat itu perusahaan sedang membahas mengenai masalah TDL (Tarif Dasar Listrik) yang di buka oleh GM PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat Pada Tanggal 29 Juli 2011 Di Aula Gedung PLN Wilayah Sumatera Barat

Pada *coffee morning* ke dua yang diikuti penulis, perusahaan masih membahas masalah intern perusahaan seperti efek yang ditimbulkan dari 57 berlakunya TDL yang sudah diberlakukan dan kegiatan yang akan dilaksanakan selama Bulan Ramadhan dalam perusahaan.

2. Acara Telephone Conference

Acara Telephone Conference adalah suatu kegiatan yang diikuti semua

PT.PLN seluruh provinsi dan diikuti oleh seluruh cabang. Acara ini diadakan untuk saling berbagi infomasi tentang apa saja yang sedang terjadi di PLN seluruh provinsi di cabang. PLN yang berpusat di jakarta yang menampung semua masalah yang terjadi di seluruh cabang wilayah. Acara ini disaksikan oleh Direktur Utama PT.PLN dan adanya tanya jawab oleh seluruh cabang.

Gambar 1.6
Acara Telephone Conference



Sumber : Dokumentasi PLN Wilayah Sumatera Barat

3. Rapat Susut Jaringan

Acara rapat ini diadakan sebagai kegiatan insidental yang dilakukan oleh Dirjen Ketenagalistrikan untuk mengevaluasi hasil jaringan listrik yang ada di wilayah Sumatera Barat. Kegiatan ini juga bisa disebut ajang tukar pikiran antar pengurus cabang yang ada di wilayah Sumatera Barat. Dan juga memberikan penyuluhan tentang jaringan jika jaringan tidak baik lagi dalam penggunaan listrik

Gambar 1.7
Acara Rapat Susut Jaringan



Sumber : Dokumentasi PLN Wilayah Sumatera Barat

4. Acara Upacara 17 Agustus

Penulis menghadiri upacara 17 Agustus yang diadakan di kantor PLN wilayah Sumatera Barat. Tujuan dilakukan acara ini agar seluruh karyawan tetap mearasakan jerih paryah pejuang yang dahulu memperjuangkan kemerdekaan Indonesia.

Gambar 1.8

Acara Upacara 17 Agustus



Sumber : Dokumentasi PLN Wilayah Sumatera Barat

5.Syuting *Greetings Ramadhan & Idul Fitri*

Lebaran dan puasa merupakan saat yang ditunggu-tunggu oleh masyarakat, khususnya bagi umat muslim di berbagai negara. Perusahaan tentu ingin mengambil bagian dalam merayakannya. Alasannya adalah karena pada bulan tersebut, terutama lebaran, konsumsi masyarakat akan meningkat drastis dibanding dengan sebelumnya walaupun terjadi peningkatan harga yang cukup signifikan.

Banyak perusahaan yang menggelontorkan biaya advertising yang cukup banyak untuk meningkatkan penjualan. Yang paling sering melakukan hal tersebut adalah perusahaan-perusahaan dalam industri telekomunikasi. Mereka mengeluarkan paket khusus lebaran untuk pelanggannya, terutama untuk menelpon dan mengirimkan pesan (SMS). Bagi perusahaan dalam industri lain, biasanya yang dilakukan adalah dengan mengucapkan selamat lebaran, berpuasa, dan sebagainya.

PT.PLN (persero) Wilayah Sumatera Barat, Bidang Program dan Kerjasama khususnya divisi kehumasan mengatur sebuah acara *greetings* ramadhan dan Iedul Fitri. Dalam kegiatan greetings ramadhan ini bekerjsama dengan stasiun TV lokal Padang yaitu Padang Tv. General Manager mengucapkan greetings ramadhan dan idul fitri kepada masyarakat bandung diselenggarakan dalam iklan Padang Tv, untuk ucapan ramadhan disisipkan pada jam 18.30 WIB bertepatan dengan berbuka puasa, dan untuk ucapan hari Raya Iedul Fitri diucapkan pada hari raya dalam tayangan iklan Padang Tv tersebut.

Gambar 1.9

Syuting *Greeting* Ucapan Selamat Berbuka Puasa dan Idul Firi



Sumber : Dokumentasi PLN Wilayah Sumatera Barat

6.Membuka Lapak THR Kepada Wartawan Media

Penulis diajak membuka lahan untuk media yang mau meminta THR kepada pihak PLN hal kegiatan ini dilakukan sebagai ajang bonus dari PLN kepada wartawan yang telah mau bekerja sama dengan PLN dalam hal memuat berita.

7.Acara Peduli Mentawai

Penulis menghadiri acara amal yang bernama “ Peduli Mentawai “ kegiatan ini adalah memberikan sumbangan kepada warga yang berada di mentawai terkena musibah pasca gempa.

Gambar 1.10

Acara Peduli Mentawai



Sumber : Dokumentasi PLN Wilayah Sumatera Barat

8. Acara Buka Puasa Bersama Anak Yatim Piatu

Penulis menghadiri acara buka bersama anak yatim piatu dan shalat tarawih bersama, tujuannya agar kita bisa saling berbagi dengan kaum yatim piatu. Dan mempererat tali silaturahmi bersama kalangan masyarakat .

Gambar 1.11**Acara Buka Puasa Bersama Anak Yatim Piatu**

Sumber : Dokumentasi PLN Wilayah Sumatera Barat

2.3 Deskripsi *Public Relations/Humas* (Hubungan Masyarakat)

2.3.1 Sejarah Humas

Hubungan masyarakat, atau sering disingkat humas adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/ organisasi

Menurut IPRA (International Public Relations Association) Humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau publik (public) untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait atau mungkin ada hubungannya dengan penelitian opini public di antara mereka.

Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan

membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi

Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upaya nya mempertahankan .

Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran humas adalah publik internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi di antara keduanya.

Contoh dari kegiatan-kegiatan Humas adalah: melobi, berbicara di depan publik, menyelenggarakan acara, dan membuat pernyataan tertulis.

2.3.2 Fungsi Humas

Menurut Edward L.Bernays humas memiliki fungsi sebagai berikut :

1. memberikan penerangan kepada public .
2. melakukan persuasi kepada publik untuk mengubah sikap dan tingkah laku .
3. Upaya untuk menyatukan sikap dan perilaku suatu lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat, atau sebaliknya

2.3.3 Tujuan Humas

- Adapun tujuan Public Relations secara umum adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian, maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak lain yang berkepentingan. Dengan adanya kata ‘saling’ maka organisasi pun harus dapat memahami publiknya.
- Menurut **Charles S. Steinberg** tujuan PR adalah menciptakan opini public yang *favourable* tentang kegiatan–kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan (Abdurachman,II001:II6).
- Tujuan PR untuk mengembangkan pengertian dan kemauan baik (*goodwill*) publiknya serta untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan atau untuk menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik (Soemirat dan ardianto,II00II:89).

Cutlip & Center and Canfield merumuskan fungsi Public Relations sebagai berikut:

1. Menjunjung aktifitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga atau organisasi)
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya sebagai khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.

4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya ata terjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak (Ruslan,1998:3II)

Menurut Onong Uchjana Effendy dirumuskan fungsi PR sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun internal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

2.3.4 Ruang Lingkup Humas

Frank Jeffkins, dalam bukunya *Public Relations* mengemukakan bahwa ruang lingkup tujuan PR itu ternyata sangat luas. Melalui serangkaian pembahasan yang mendalam, maka beberapa di antaranya yang pokok adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan- kegiatan baru yang dilakukan perusahaan.

2. Untuk menyebarluaskan cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
3. Untuk meningkatkan bobot kualitas calon pegawai.
4. Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham di kalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.
5. Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
6. Untuk mendukung keterlibatan perusahaan sebagai sponsor dari penyelengaraan suatu acara.
7. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar ekspor baru.
8. Untuk mempersiapkan penerbitan saham tambahan atau karena adanya perusahaan yang *go public*.
9. Untuk meyakinkan khalayak bahwa perusahaan mampu bertahan atau bangkit setelah krisis.
10. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam rangka menghadapi risiko pengambil alihan.
11. Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru.

- 12.Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari.
- 13.Untuk memastikan para politisi bener-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.
- 14.Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan.

2.3.5 Pekerjaan Humas

Pekerjaan seorang humas adalah tugas-tugas yang dilakukan oleh seorang humas dalam mempromosikan pengertian dan pengetahuan akan seluruh fakta-fakta tentang runtutan situasi atau sebuah situasi dengan sedemikian rupa sehingga mendapatkan simpati akan kejadian tersebut.

Pada umumnya kesan yang jelek datang dari ketidak-pedulian, prasangka buruk, sikap melawan, dan apatis. Seorang petugas humas harus mampu untuk mengubah hal-hal ini menjadi pengetahuan dan pengertian, penerimaan dan ketertarikan.

Bagian penting dari pekerjaan petugas Humas dalam suatu organisasi adalah :

- Membuat kesan (*image*)
- Pengetahuan dan pengertian
- Menciptakan ketertarikan

- Penerimaan
- Simpati

Humas adalah sebuah proses yang terus menerus dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh kemauan baik dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas. Dalam pekerjaannya, seorang humas membuat analisis ke dalam dan perbaikan diri, serta membuat pernyataan-pernyataan keluar.

Pada umumnya kesan yang jelek datang dari ketidak-pedulian, prasangka buruk, sikap melawan, dan apatis. Seorang humas harus mampu untuk mengubah hal-hal ini menjadi pengetahuan dan pengertian, penerimaan dan ketertarikan.

2.3.6 Analisis Aktivitas Selama Praktek Kerja Lapangan

Antara praktek dan teori seharusnya berjalan beriringan namun pada kenyataanya sering kali praktek tidak seidelis apa yang tertuang dalam suatu teori. Bila dikaitkan dengan pengertian humas menurut IPRA atau *international Public Relation Associations* maka PLN wilayah sumatera barat masih bersifat *Method of Communication*. PLN wilayah sumatera barat pun didukung dengan adanya staf kehumasan yang mampu menggunakan kesempatan dan situasi yang ada untuk memperoleh pengertian, simpati dan dukungan dari pihak internal demi terciptanya opini publik yang positif di mata masyarakat.

Humas yang bersifat *method of communication* bukan alasan untuk *stuck* dan *stagnant* dalam mengembangkan ilmu komunikasi di PLN wilayah sumatera barat. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya karyawan PLN wilayah sumatera

barat yang berlatar belakang pendidikan komunikasi dan kegiatan yang digelar oleh PLN wilayah sumatera barat yang berhubungan erat dengan dunia komunikasi.

Praktek kerja lapangan yang dilakukan penulis tidak terlepas dari panduan komunikasi sebagai latar belakang pendidikan penulis. Walaupun penulis melaksanakan PKL dengan humas yang *method of communication* namun kegiatan kehumasan di PLN wilayah sumatera barat tetap ada dan berjalan.

Penulis menganalisis bahwasannya selama penulis melaksanakan PKL di PLN wilayah sumatera barat penulis terlibat dalam komunikasi antar personal, komunikasi massa dan komunikasi organisasi. Komunikasi antar personal terjadi ketika penulis bebrbincang dengan pembimbing PKL dari PLN wilayah sumatera barat dimana beliau mengarahkan penulis untuk bekerja sesuai dengan tugas humas. Komunikasi organisasi terjadi ketika penulis melakukan sharing dan diskusi mengenai komunikasi dll. Komunikasi massa terjadi ketika penulis melakukan berbincangan dengan masyarakat.

Selama penulis melaksanakan PKL di PLN wilayah sumatera barat, penulis melakukan aktivitas ketja sesuai dan berkaitan erat dengan komunikasi sebagai latar belakang pendidikan penulis. Aktivitas yang dilakukan bergam, ada yang bersifat rutin dan insidentil. Aktivitas tersebut terntunya menambah wawasan penulis, memperbanyak kolega dalam pekerjaan dan mempertajam skill penulis yang harus bersiap untuk menghadapi dunia kerja yang sebenarnya.

Selama PKL di PLN wilayah sumatera barat penulis diajarkan untuk membuat kliping, input database, dan kegiatan lainnya. Bagi penulis tugas – tugas yang diberikan oleh pembimbing PKL dari PLN wilayah sumatera barat sudah sangat berinterpretasi langsung dengan aplikasi ilmu komunikasi. Seperti contoh adalah kegiatan telephone conference yang dimana kegiatan tersebut harus berkomunikasi dengan baik yang dilakukan kepada setiap orang yang mengikuti acara tersebut. Dan harus pinta memilih mana orang yang jauh lebih tua atau orang jauh lebih muda untuk diajak komunikasi dalam acara tersebut.

Bagi penulis tugas membuat kliping di dalam dunia humas adalah tugas sehari – hari yang dibuat oleh humas. Penulis harus membuat kliping yang sesuai dengan aturan pembuatan kliping. Penulis pun ditantang untuk kreatif dan berinovasi dalam membuat kliping. Karena bagi penulis, orang – orang komunikasi adalah orang – orang yang selalu berkreasi dan memiliki ide – ide kreatif.

Melalui PKL ini maka penulis menjadi proaktif akan sesuatu. Penulis menjadi proaktif memberikan saran dan pendapat akan suatu pandangan. Penulis merasa masih awam dalam dunia kerja maka dari itu akan jauh lebih baik jika penulis bersikap proaktif kepada pembimbing PKL dari PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat . Proaktif dalam bertanya tentunya akan semakin memperluas referensi pengetahuan bagi penulis.

Selama penulis melaksanakan PKL di PLN PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat, tentunya penulis mengerjakan berbagai pekerjaan baik yang

berfifat rutin maupun insidentil. Pekerjaan yang rutin memiliki dampak positif berupa penulis diberikan gambaran bagaimana pekerjaan humas sehari – hari, bagaimana menjalankan rutin tersebut dan kiat – kiat menegrikakan pekerjaan rutin agar penulis tidak merasa bosan.

Pekerjaan yang bersifat insidentil pun memiliki dampak positif seperti penulis diharapkan untuk selalu siap dengan berbagai kemungkinan yang akan terjadi, penulis mampu memprediksikan kemungkinan tanpa banyak asumsi, otak penulis dilatih untuk bekerja lebih keras karena otak dilatih untuk berfikir bagaimana menyelesaikan masalah yang datang secara tiba – tiba serta terlatihnya mental penulis untuk menghadapi tantangan baru dan resiko.

Penulis berharap agar PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat memiliki humas yang *state of being*. Humas yang *state of being* akan sangat menguntungkan dan membantu bagi PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat. Diharapkan dengan adanya humas yang *state of being* para humas bisa bekerja sesuai dengan tugas humas yang sebenarnya dan karyawan yang seharusnya bekerja sebagai humas tidak mengerjakan pekerjaan lain yang bukan wilayah pekerjaan dari humas.

Huams yang *state of beimg* tentunya memiliki job desk yang pasti dan struktur organisasi kehumasan yang jelas, dimana pekerjaan humas hanya dilakukan oleh humas dan karyawan yang bukan humas tidak mengambil alih pekerjaan humas. Hal ini tentunya sangat baik karena bekerja dan pekerjaan pun akan semakin teratur sehingga ini berimbas pada peningkatan efektivitas kerja

karyawan PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat yang tentunya sangat menguntungkan untuk PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat.

Humas diharapkan mampu menjadi ujung tombak dari PLN wilayah sumatera barat ini dimana humas akan mencitrakan bagaimana PLN wilayah sumatera barat itu sendiri. Melalui humas pula citra PLN wilayah sumatera barat akan terlahir dan humas – humas yang profesionallah yang akan mampu melahirkan citra – citra yang positif sebagai citra PT. PLN wilayah sumatera barat.

2.3.7 Analisa Pelayanan Humas PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat kepada Mahasiswa PKL

Selama melaksanakan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Barat, penulis merasakan suasana yang cukup menyenangkan, dan karyawan-karyawannya yang ramah. Penulis diberikan kesempatan untuk mengikuti kegiatan yang biasanya dilakukan oleh Humas, seperti mendokumentasikan kegiatan *Coffee Morning* dan peduli mentawai. Selain itu juga penulis diberikan kesempatan untuk membantu dalam membuat laporan intensitas berita keluhan pelanggan dan laporan rekapitulasi berita di media cetak, yang berguna sebagai *feedback* bagi perusahaan atau umpan balik dari masyarakat kepada perusahaan.