

BAB II

PELAKSANAAN PKL



2.1. Aktivitas selama PKL

Sebelum mahasiswa memulai melaksanakan kegiatan PKL, Pembimbing memberikan semacam training product knowled mengenai tata cara dalam menghadapi pelanggan dan tata cara pekerjaan yang harus dilakukan seorang front liner service point, karna didalam melakukan aktivitas kerja bukan saja berbicara seperti yang biasanya dilakukan oleh mahasiswa. disini mahasiswa dihadapkan oleh public luar yaitu pelanggan dan dalam perusahaan.

Aktivitas yang harus dilakukan oleh mahasiswa PKL adalah sebagai berikut:

1. Persiapan kegiatan
2. Memberikan informasi se jelas mungkin kepada pelanggan bisnis non_MAC
3. Mendata pelanggan bisnis non_MAC PT. Telekom kandatel bandung
4. Menanyakan nama, identitas perusahaan, tujuan kunjungan, dan lain-lain
5. Melayani pelanggan bisnis non_MAC dengan baik, ramah sopan, tidak menyelidiki, dll
6. Memonitor segala kegiatan perusahaan khususnya di devisi-devisi utama
7. Menyaring informasi yang masuk
8. Membuat dan menemui orang, Jabatan dan lokasi, dll
9. Memberikan informasi perusahaan yang berskala kecil seperti stikers commpony profile, dll

Semua kegiatan diatas dapat dilaksanakan dengan baik, dengan bantuan pembimbing yang ada diperusahaan. Sehingga apabila mahasiswa PKL mengalami kesulitan didalam melaksanakan kegiatan yang telah ditugaskan oleh perusahaan, tersebut agar dapat diatasi secepat mungkin.

2.1.1. Jadwal Kegiatan Selama PKL

Tabel 2.1

Kegiatan Selama PKL Terhitung Tgl 1 November - 30 November 2004

No	Hari	Kegiatan	Keterangan
1.	Senen	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin
2.	Selasa	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelangga	Rutin
3.	Rabu	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin

4.	Kamis	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin
5.	Jum'at	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin
1.	Senin	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin
2.	Selasa	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin
3.	Rabu	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin

4.	Kamis	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin
5.	Jum'at	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelangga	Rutin
1.	Senen	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin
2.	Selasa	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin
3.	Rabu	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin

4.	Kamis	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelangga	Rutin	
5.	Jum'at	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin	
1.	Senin	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin	
2.	Selasa	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin	
3.	Rabu	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin	

4.	Kamis	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin
5.	Jum'at	- Mengisi Daftar Absen - Membuka Data Dikomputer - Memberikan Pelayanan Kepada Pelanggan	Rutin

2.1.2. Deskripsi Kegiatan Rutinitas Selama PKL

Seperti yang telah disebutkan didalam ruang lingkup diatas, kegiatan yang dilakukan selama PKL adalah.

1. Memberikan informasi jelas kepada pelanggan bisnis non_MAC
2. Mendata pelanggan bisnis non_MAC Telkom kandatel bandung
3. Menanyakan nama identitas perusahaan, tujuan kunjungan
4. Melayani pelanggan bisnis non_MAC dengan baik, ramah, sopan, tidak menyuelidiki dan lain-lain
5. Memonitor segala kegiatan perusahaan khususnya di Definisi-Definisi utama
6. Menyaring informasi yang masuk
7. Membantu dalam menemui orang, jabatan dan lokasi

8. Memberikan informasi perusahaan yang besekala ke seperti stikers, compony profile, dll



2.1.3. Deskripsi dan Contoh Kegiatan Insidentil Selama PKL

Adapun kegiatan-kegiatan yang di lakukan selama PKL di bagian service point front liner yang telah di gambarkan di tabel 2.1. Mengenai produk-produki dapat dijelaskan sebagai berikut :

Memberikan Informasi sejelas mungkin kepada pelanggan bisnis mengenai :

- a. Aktivasi Fitur
- b. TelkomNet Instan
- c. Telkom Memo
- d. Telkom Vote
- e. Telkom SMS dan Fitur
- f. Flexi

Keterangan :

A. AKTIFASI FITUR

Akfasi Fitur yaitu data yang terdapat pada telepon berupa :

NADA SELA

“Fasilitas telepon yang dapat mengetahui setiap panggilan yang masuk dan masih dapat menerimannya tanpa harus memutus pembicaraan terlebih dahulu”.

Pasang baru : Rp. 15.000,- dan Abudemen Rp. 5.000,-

Kode : * 3 0 # , # 3 0 #

LACAK

"Fasilitas yang bermanfaat untuk mengalihkan tujuan panggilan kesetiap nomor yang diinginkan sesuai dengan keperluan pelanggan". Pasang baru : Rp. 15.000,-. Abudemen bulanan free

Kode pengaktifan tekan : * 22 * xxxxxx (AT&T)

23 *

(AT&T)

TRIMITRA

"Fasilitas yang memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembicaraan bertiga melalui telepon secara bersamaan".

Pasang baru : Rp. 15.000,- dan Abudemen Rp. 5.000,-

ANDARA

" Fasilitas yang akan langsung menyambungkan telepon elanggan ke nomor tertentu yang diinginkan hanya dengan mengangkat handset". Dengan andara proses dialing lebih efisien dan nomor relasi kerabat jadi lebih mudah diingat. Pasang fitur : Rp. 15.000,- dan Abudemen Bulanan : Rp. 5.000,-

Kode : EWSD * 28 * xxxxxx # , # 28 # (hapus)

SANDI NADA

"Menyimpan data 100 nomor telepon kombinasi dua digit angka. Hemat waktu, Hemat tenaga hemat pikiran".

Abudemen Bulanan : Rp. 15.000,- dan Abn Rp.5.000,-

Cara menggunakan : Menyimpan tekan * 5 1 * x x * nomor yang disimpan # ,

Menghapus tekan * 5 1 * x x #, Menggunakan tekan * * xx.

KEY WORD

“Kunci anti SLJJ dan SLI yang dilakukan di sisi sentral dengan kunci/pin (4 digit) tertentu”.

Pasang : Rp. 15.000,- Abn : Rp. 5.000,-

B. TELKOMNET INSTAN

“TelkomNet instan yaitu berupa layanan akses internet dial-up termudah, cepat” dan kita dapat menggunakannya di mana dan kapan saja.

Beberapa cara Akses TelkomNet instan. Yaitu nyalakan komputer, sambungkan komputer dengan modem, sambungkan dengan Line Telepon dan masukkan User access dengan cara Username : telkomnet@instan, Password : telkom, dan Dial number : 0809 8 9999. Gambar Dial Up To Internet dapat dilihat pada Lembar Lampiran.

C. TELKOM MEMO

Telkom Memo yaitu suatu layanan yang diberikan PT. TELKOM kepada pelanggan yang menghendaki pengalihan panggilan bilamana telepon sibuk atau RNA (Ringing No Answer / telepon tidak diangkat) di mana pemanggil bisa meninggalkan pesan. Telkom Memo ini menggunakan perangkat Voice Processing System (VPS) yang terpasang pada sentral telepon tanpa penambahan perangkat. Kehadiran Telkom Memo ini sangat menguntungkan terutama bagi pelanggan yang teleponnya sibuk terus atau tidak ada jawaban, karena dengan adanya Telkom Memo ini para pelanggan tidak akan kehilangan pesan yang

mempunyai nilai penting, semua pesan akan masuk kedalam 'kotak pos' Telkom Memo. Pelanggan tinggal membukanya di saat membutuhkan. Pendek kata Telkom Memo akan merekam pesan yang masuk dan pelanggan tinggal membuka pesan yang ada.

MANFAAT TELKOM MEMO

- Dapat menerima pesan dari pelanggan Telkom Memo yang lain atau orang lain yang memanggil telepon anda, meskipun anda sedang tidak berada ditempat
- Mengirim pesan untuk pelanggan Telkom Memo yang lain.
- Mengirim satu pesan kepada sekelompok alamat pada saat yang bersamaan.
- Mengubah pilihan pribadi (personal options) sesuai yang anda inginkan setiap saat.

KARAKTERISTIK TELKOM MEMO

- Kapasitas Mailbox

Jumlah pesan yang dapat di simpan 20 pesan (apabila jumlah pesan telah mencapai jumlah maksimum, maka penelepon tidak akan dapat meninggalkan pesan). Maksimum panjang setiapn pesan 1 menit, umur pesan dapat di simpan selama 5 hari

- Changing

Meninggalkan pesan, mengambil pesan dan mengambil pesan Telkom Memo

CARA CEPAT MENGGUNAKAN TELKOM MEMO



- Inisialisasi Telkom Memo Dari Telefon Anda sendiri

Putar nomor akses 2998 atau 2999

Masukan nomor Password Default (=nomor telepon anda)

Tekan tanda *.

- Inisialisasi Telkom Memo Dari Bukan Telefon anda sendiri

Putar nomor akses 2998 atau 2999

Masukan nomor Password Default (=nomor telepon anda sendiri)

Tekan tanda *

Masukan nomor Mailbox anda(=kode area + nomor telepon)

Tekan tanda *

- Mengubah Password

Tekan tanda 1

Masukan Password Baru Anda (Minimal 4 digit, Maksimal 9 digit)

Tekan tanda *

- Merekam Nama

Tekan tanda 5

Rekam nama anda

Tekan tanda *

- Merekam salam (Greeting)

Tekan tanda 5

Rekam Nama Salam/Greeting anda

Tekan tanda *

- Mengambil Pesan Telkom Memo Dari Telefon Anda Sendiri

Putar nomor akses 2998 atau 2999

Masukan nomor Password anda

Tekan tanda*

- Mengambil Telefon Memo Bukan Dari Telefon Anda Sendiri

Putar nomor akses 2998 atau 2999

Masukan nomor Password anda

Tekan tanda *

Masukan nomor Mailbox Anda (=area code + nomor telefon anda)

Tekan tanda *

CARA CEPAT

- Mendengar Pesan

Mendengar informasi (hari dan jam pesan dikirim) 1 1

Mendengar isi pesan 1

Menyimpan Pesan 2

Menghapus pesan 3

Mengirim balasan 4

Mengirim duplikat pesan 5

Mengulang informasi sampul 6

- Play Back Controls

Mengulang isi pesan 1

Mudur 10 detik 7

Pause selama 20 detik 8

Maju ke depan 10 detik	9
Loncat atau / skip ke pesan berikut	*
Mundur ke awal pesan	7 7
Resume setelah di pause	8
Loncat ke akhir pesan	99
Skip / loncat ke pesan dengan tipe yang sama	**

D. TELKOM VOTE

Telkom Vote adalah sarana untuk mengadakan jajak pendapat secara masal melalui telepon biasa, yang diselenggarakan oleh masyarakat dengan memanfaatkan media massa dan jaringan Telkom Tele Voting dapat di akses melalui no 0806. Telkom Voting di bagi kedalam :

- a. Telkom vote call komersial yaitu Berlangganan , mendapatkan sharing dari billing collection
- b. Telkom vote call Non komersial, tanpa berlangganan, tidak mendapatkan sharing, hanya perlu data hasil voting.
- c. Vote call free yaitu tanpa berlangganan, pemanggil tidak membayar call (semua biaya dibayar oleh event organizer)

Fitur yang terdapat di Telkom Vote :

CALL SCENARIO

Call scenario dapat diakases dari telepon biasa (PSTN). semua panggilan ditampung di sentral IN. Jumlah call yang berhasil direkam oleh server RTDD.

Sebagai call disalurkan ke event Organizer. Call Scenario dapat dilihat pada Lembar Lampiran.



KONFIGURASI LAYANAN

Didalam Konfigurasi layanan Telkom Vote terdapat tiga pihak yang berperan yaitu Telkom sebagai penyedia jaringan telkom vote, Event Organiser sebagai perusahaan yang mengatur terselenggarannya event dengan cara meng-Organized acara di media (TV atau RADIO), Pengguna atau masyarakat luas yang berpartisipasi dengan cara men-dial nomor Telmkom Vote. Gambar dapat dilihat pada Lembar Lampiran.

POLA PANGGILAN

Panggilan ke Telkom Vote dapat terjadi didalam event. Panggilan diluar event langsung mendapat announcement, sedangkan panggilan dadalam jam event dasalurkan ke SAS (Announcer Telkom Vote)

CALL SUKSES

Panggilan ini berhasil diindikasikan dengan announcer Telkom Vote, Disebut filtered call atau masuk ke operator (nomor translasi –PSTN) disebut Unfiltered call. Kriteria unfiltered call merupakan bagian provisioning, sewaktu event diaktifkan.

E. TELKOM SMS DAN FITUR

Telkom SMS meruoakan layanan yang memungkinkan originating user untuk mengirim SM (short message) hingga 160 karakter dalam Alfabet Latin kepada pelanggan pengguna short message terminal, Telkom SMS juga mampu

untuk memberikan layanan SM lebih dari 160 karakter yaitu dengan ketersediaan fasilitas concatenation (pemenggalan per 160 karakter). Untuk saat ini layanan Telkom SMS dibatasi maksimum pengiriman message empat SM. Di sisi receiving atau destination user untuk menerima SMS dapat menggunakan berbagai media yang sama ataupun jenis media yang berbeda dengan pengirim. (misal ke Fax, email, GSM dll). Layanan Telkom SMS ini dapat di gelar dengan jaringan PSTN, ISDN.

Catatan :

CARA BAGAIMAN MELAKUKAN SMS

Sms dikelompokkan kedalam dua kelompok yang berdasarkan pada jenis system pendukung fitur yaitu ***Kelompok protocol signaling***: yaitu fitur fitur yang dikelompokkan berdasarkan daya dukung kemampuan system pensinyalan yang dipakai. Dan ***kelompok Scantext***: yaitu fitur yang dapat diaplikasikan dengan dukungan kemampuan scanning SMSC untuk dapat membaca jenis tex tertentu Scantext (Scanning and text reading) dari format tex tertentu yang dikirimkan SMTE. Cara untuk melakukan fitur seperti sms adalah dengan memilih menu Option yang.

CARA MENGAMBIL PESAN

Yaitu dengan memanfaatkan fitur ini pelanggan dapat mengambil pesan yang masih berada di SMSC. Fitur ini hanya berkenaan dengan pelanggan penerima, terminating terminal. Fitur ini ada dalam dua bentuk yaitu: Sebagai default, yaitu untuk setiap pesan yang akan dikirim ke pelanggan selalu

mempersyaratkan pengambilan SM. Dan yang pada saat kondisi khusus yaitu pada saat terjadi memory penuh pada layanan pelanggan CLIP, dimana SMTE akan melakukan panggilan ke SMSC segera setelah memory tersedia di SMTE. Dan untuk pelanggan Non_Clip maka retrieve message dilakukan secara manual.

CARA MENGGUNAKAN FITUR SMS

Pelanggan memilih menu option yang tersedia pada SMTE. Option yang tersedia pada terminal adalah tanggal dan jam, selanjutnya pelanggan akan memasukkan nilai tanggal dan jam yang ditentukan sendiri. Tanggal dan jam yang dipilih ini menentukan umur dari pesan yang dikirim.

Menentukan Umur atau Lamanya Pesan

Menentukan umur dan lamannya pesan dapat dilakukan dengan cara menyimpan didalam SMSC. Pelanggan pengirim dapat menentukan lamannya pesan yang tersimpan di SMSC pada saat akan mengirim pesan tersebut. Periode waktu ini dibatasi oleh periode waktu SMSC yaitu maksimum selama tiga hari.

CARA MENGAMBIL PESAN

Pengambilan pesan untuk pelanggan CLIP akan terjadi secara otomatis, artinya SMTE akan mengambil pesan segera setelah waktu tertentu atau setelah memori tersedia. Untuk pelanggan Non CLIP maka retrieve message dilakukan secara manual, yaitu dengan cara pelanggan melakukan panggilan ke SMSC diikuti subaddress, yang kemudian dilanjutkan dengan mengirim nilai DMI untuk pengambilan pesan dan kemudian SMSC akan mengenali nilai A numbernya, bergantung konfigurasi SMSC.

CARA MEMANFAATKAN FITUR



Pelanggan menuliskan Format tex standard: *1#, terhadap messaga yang dikirimkan. Yang kemudian format tex standar ini akan dibaca oleh SMSC sebagai perintah untuk memberikan fasilitas fitur penimpa. Selanjutnya SMSC akan melakukan penimpa-an messaga lama terhadap message yang baru. Fungsi penimpa ini hanya berlaku terhadap pesan yang masih berada di dalam SMSC, tidak berlaku bagi pesan yang sudah terkirim ke SMTE tujuan. Fitur ini memudahkan pada pelanggan, dimana pelanggan dapat mengidentifikasi SM yang telah dikirim dapat diganti dengan SM baru. Sehingga pelanggan dapat melakukan update/penggantian SM secara otomatis terhadap message yang dikirimkan sebelumnya sejauh masih tersimpan di SMSC.

MEMBUAT PENJADWALAN PESAN

Pelanggan dapat melakukan set-up waktu yang diinginkan terhadap message yang dikirim, baik waktu pengiriman ataupun validitas message terhadap waktu. Dengan cara menuliskan format tex standar: *2+[When delivered/time to deliver [hari dan jam]]# terhadap pesan yang akan dikirimkan. Selanjutnya SMSC akan mengirimkan pesan sesuai dengan waktu yang diinginkan oleh pelanggan. message yang ditentukan didalam SMSC yaitu maksimum tiga hari.

“Semua ini terdapt didalam brosur setiap pelanggan akan mendaftar untuk membuat fitur “

E. FLEXI

Telkom Flexi adalah layanan jasa telekomunikasi suara atau data berbasis akses tanpa kabel dengan teknologi CDMA.

Definisi mengenai Flexi terdiri dari :

FLEXI AREA

Flexi adalah area dimana pelanggan Telkom flexi terdaftar (registered) dalam area ini dimungkinkan pelanggan Telkom Flexi melakukan panggilan atau dipanggil tanpa dikenai auto mutasi.

RUIM

Ruim adalah adalah kartu identitas pemakaian yang digunakan untuk mengaktifkan terminal.

FLEXI PRABAYAR

Flexi prabayar adalah layanan Telkom flexi dengan system pembayaran di muka melalui pembelian nomor perdana dan voucher. Biaya penggunaan atas layanan ini langsung dikenakan sebagai pengurang nilai voucher. *Tarif Percakapan dan Spesifikasi Kartu Prabayar dapat dilihat pada Lembar Lampiran.*

FLEXI PASCABAYAR

Flexi pascabayar adalah Telkom flexi dengan system pembayaran di belakang atau menggunakan lembar penagihan. Penagihan diterbitkan sesuai dengan pemakaian pada bulan sebelumnya. Salah satu sistem layanan dari Flexi kartu Pascabayar yaitu Flexi Trendy yang baru dimunculkan oleh Telkom. *Lembar Penyesuaian layanan dan Tarif Penggunaan Flexi Trend, Tarif Percakapan dan Spesifikasi Kartu Pasca Bayar dan juga Flexi Phone (CDMA)*

yang digunakan oleh Pascabayar dan Prabayar dapat dilihat pada Lembar Lampiran.

AUTO MUTASI

Automutasi adalah layanan Telkom flexi yang memungkinkan terminal pelanggan dapat tetap berfungsi di luar area Flexi dimana terminal tersebut terdaftar, selama masih dalam satu cakupan area code.

FLEXIBILITAS

Flexibilitas adalah selama dalam flexi area, terminal Telkom flexi mempunyai kemampuan fleksibilitas untuk dapat digunakan melakukan panggilan dan dipanggil. Flexibilitas penggunaan ini dimungkinkan karena sytem CDMA yang mempunyai jangkauan BTS berubah-ubah tergantung dari traffic telepon.

F. MENERIMA KONPLAN

Didalam menerima konplan yang diajukan dari pelanggan kita sebagai front liner harus sabar dan tenang mendengarkan keluhan pelanggan jangan sampai dia merasa bahwa keluhannya tidak didengarkan .apabila ada masalah mengenai tagihan telepon rumah atau tagihan flexi juga internernet telkom net isntans dan apapun jenisnnya maka front liner akan segera mengecek data melalui computer yang berda didepannya. Sebelumnya front liner menanyakan dulu atas no telpon pemilik baru mendatanya sehingga data yang dikomplan benar-benar sesuia dikomputer tersebut apabila ada kesalahan pada data dan computer front line segera melaporkan pada bagiannya.

G. PENUTUPAN TELEPON RUMAH

Apabila ada pelanggan yang ingin melakukan penutupan/pencabutan telepon rumah atau flexi dan sejenisnya yang pertama dilakukan front liner meminta konsumen untuk menyelesaikan pembayaran terakhir. Dan meminta data pelanggan baru melakukan pengisian data pribadi dan meminta kartu identitas pelanggan. kemudian front liner mengecek data di komputer apakah pelanggan tersebut bermasalah atau tidak didalam pembayaran tagihan, apabila tidak ada masalah maka front liner bias menutup secara langsung jalur telepon yang dikehendaki pelanggan. Apabila bermasalah terhadap tunggakan front liner meminta pada pelanggan untuk menyelesaikan dulu tunggakannya.

2.2 Analisa Selama PKL

Dalam suatu perusahaan diperlukan *Peranan Rublic Relation* yang baik maka akan diperoleh citra perusahaan yang baik juga. Prakte kerja lapangan (PKL) dilakukan selama ini ditempatkan dibagian *Public Relations* sesuai dengan keilmuan yang penulis ambil. Sebelum kita analisa lebih jauh lagi antara kegiatan yang akan dilakukan selama PKL dengan mengungkapkan deskripsi dari ilmu *Public relations* itu sendiri, maka terlebih dahulu penulis akan menjelaskan tentang *Public Relations* beserta analisisnya, dilihat dari Public Relations PT. Telekomunikasi Kandatel Bandung.



2.2.1. Analisa Tentang Public Relations

Definisi Public Relations

Public Relations banyak didefinisikan oleh para ahli secara berbeda. Perbedaan Definisi ini dikarenakan kriteria yang digunakan para ahli sangat beragam.

Definisi Public Relations dari British Institute of Public Relations (1987) :

“ Praktek *Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya”.

Definisi Public Relations menurut Frank Jefkins :

“ *Public Relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.

Definisi Public Relations menurut J.C, Siedel, PR director, Division of Housing State of new York:

“*Public Relations* adalah yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para langganannya, pegawainya dan publik umumnya, ke dalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan –perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-prnyataan”.

Dari definisi-definisi di atas diketahui bahwa public relations adalah suatu kegiatan untuk menciptakan dan memelihara niat baik dengan khalayaknya baik didalam (internal) maupun (eksternal) perusahaan secara kontinu dan terencana.

Dan definisi di atas penullis menyimpulkan bahwa *Public relations* PT. Telekomunikasi Devisi Regional III dan seluruh PT. Telekomunikasi yang ada di Indoneesia sudah melakukan kegiatan yang berhubungan secara kontinu dan terencana dengan khalayak baik internal maupun eksternal.

2.2.2. Tujuan Public Relations

Pada prinsipnya tujuan Public Relations secara universal adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan citra yang baik.
2. Memelihara citra yang baik.
3. Meningkatkan citra yang baik.
4. Memperbaiki citra yang baik.

Sedangkan tujuan *Public relations* secara sederhana dan sempurna ialah sebagai berikut:

Secara sederhana

Untuk mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak khususnya dengan publik dan umumnya dengan masyarakat.

Secara Sempurna

- Untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi disatu pihak dan dengan publik dilain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik.
- Mengembangkan *Goodwill* dan memperoleh opini publik yang *favourable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, kegiatan PR harus diarahkan kedalam dan keluar.

2.2.3. Kegiatan public Relation

Untuk mencapai tujuannya maka public relations harus melakukan kegiatan-kegiatan positif. Ada dua macam kegiatan publik relations yaitu kegiatan yang ditujukan kedalam yang disebut internal Public Relations dan kegiatan yang ditujukan keluar yang disebut eksternal Public Relations.

- Kegiatan Internal public Relations

Kegiatan internal *Public Relations* ada bermacam-macam diantaranya menjalin hubungan yang harmonis antara seluruh karyawan baik antara sesama unsure pimpinan, sesama unsure bawahan, dan antara pimpinan dengan karyawan bawahannya, serta para pemegang saham, menganalisa kegiatan, mengadakan rapat-rapat, diskusi, ceramah, membuat kliping pers, membuat majalah, mengadakan *personal*

contant antara pimpinan dan yang dipimpin dan melakukan *counseling* karyawan, dll.

- Kegiatan Eksternal Publik Realations

Kegiatan eksternal Public Realtion juga ada bermacam-macam diantaranya ialah berhubungan baik dengan pemerintah (lobi, perijinan, korespondensi, dll), berhubungan baik dengan pelanggan (memperkenalkan produk baru, menanggapi keluhan, dll). Berhubungan baik dengan pers (konferensi pers, press lour, press release, mengadakan pulisitas, menyelenggarakan dan mempersiapkan informasi bagi siaran radio, televisi, media cetakdan lain-lain.) berhubungan baik dengan masyarkat sekitar (tidak merugikan lingkungan tempat tinggal orang lain dengan adanya perusahaan kita, dan lain-lain)

2.2.4. Analisa Tentang Sarana Fasilitas Front Liner Service Point

Upaya mewujudkan pelayanan terbaik tidak berhenti sebatas membangun gedung-gedung service point yang megah atau rektruksi pegawai front liner yang menarik dan ramah. Integrasi di dalamnya juga terus menerus diupayakan kelengkapan dan efektiitas dari mekanisme aneka menu informasi bagi pelanggan terus menerus mengalami penyempurnaan.

Berkaitan dengan hal tersebut. Dibawah ini dikemukakan beberapa sarana yang diperlukan sebagai berikut:

A. GEDUNG

Penyediaan gedung dilengkapi pula dengan prasarana dengan melihat aspek keindahan didalam bentuk layanan “face to face” dengan memperlihatkan efisiensi agar dapat menciptakan ruangan service point yang ideal maka ultimate target designing mangacu pada segi kemudahan kenyamanan pelanggan, keleluasaan gerak personil serta estetika.

B. SISTEM INFORMASI PELAYANAN

Sistem informasi pelayanan diwujudkan dengan cara mennyatukan data base yang accessible melalui dompterminal data base yang dekresikan terdiri atas.

- a. Siskamaya untuk mendukung pelayanan pemasaran dan gangguan
- b. Billing untuk mendukung informasi yang berkaitan dengan tagihan pemakaian jasa tele 3 komunikasi pelanggan
- c. Data informasi pelanggan yang memuat data pelanggan

C. PROSEDUR DAN MEKANISME PELAYANAN

Tata prosedur pelayanan yang disampaikan front liner service point adalah layanan berdasarkan komputer yang menjadikan data yang tampil dalam komunikasi adalah suatu yang telah pasti tanpa harus menunggu data tersebut. Duty maneje service point front liner service point memp[unyai atas dasar data yang telah dipersiapkan dan tersaji dikomputer KD 2009?N 600/OPL 21/91 tanggal-a7-september-1991 tentang “Pedoman mekanisme kerja dan pendelegasian wewenang pada service point “ system layanan yang digunakan pada prinsipnya menjual

dan memberikan terhadap semua data yang disajikan dalam komputer serta mendukung adanya pelimpahan wewenang terhadap permasalahan operasional yang menyangkut layanan.

D. ORGANISASI

Dalam mewujudkan pelayanan untuk pemahaman informasi pada pelanggan bisnis non_MAC disamping dukungan prasarana dan sistem prosedur faktor organisasi yang menyangkut pembagian tugas dan pembatasan wewenang merupakan suatu yang mesti ada. Berkiblat pada misi memberikan pemahaman informasi pada pelanggan, maka struktur organisasi kantatel Bandung disusun dasar pendekatan .

- Fungsi: fungsi – fungsi operasional yang harus ada dalam mewujudkan misi layanan front liner kepada bisnis non_MAC
- Struktural: Dengan melihat pada wewenang dan garis komando maupun koordinasi yang diperlukan, Disusun struktur yang tepat untuk masing-masing sehingga dapat mendukung fungsi organisasi yang dikehendaki.

E. SDM (Sumber Daya Manusia)

Penyediaan petugas service point front liner ditempuh dengan cara:

- Mendistribusikan petugas TPBW (senior) service point yang telah ada sebagai tenaga inti front liner service point.
- Kekurangan profesionalisme petugas ditempuh dengan cara pertama adanya pelatihan dan pembekalan materi mengenai tata prosedur

layanan system telepon, serpo, CSTP (costumer service training program) kedua, praktek pengenalan lapangan sebagai front liner service point bandung centrum

2.2.5. Analisa Tentang Kerja Front Liner Service Point

Pada prinsipnya operasionalisasi pelayan front liner adalah dengan menggunakan komunikasi antar personal yang bersifat tatap muka, tidak melalui telepon dan didukung dengan system komputerisasi sehingga kebutuhan pelanggan bisnis non_MAC memungkinkan untuk dilayani dalam suatu lokasi tanpa berpindahan tempat oleh satu orang petugas front liner. Dan pelayanan dari front liner untuk pelanggan bisnis non_MAC ini diimplementasikan di service point bandung centrum lembong yang berlokasi di jalan. Lembong 11 bandung.

Selain system komputerisasi dukungan yang tak boleh kalah pentingnya adalah sumber daya manusia (SDM). di service point front liner ini terdiri dari 7 (tujuh) SDM dengan 5 (lima) orang pegawai TPBW dan 2 (dua) orang sebagai TLH. Dengan mengacu pada prosedur dan mekanisme pelayanan yang telah disebutkan diatas maka front liner ini mempunyai kewajiban untuk melayani kebutuhan para pelanggan.

Selanjutnya front liner melayani kebutuhan para pelanggan mulai pukul 08.00 sampai dengan 16.00 Wib. (senin-Jumat) istirahat selama 1 jam (pkl. 12.00-13.00). bagaimana dengan proses komunikasi yang telah terjadi antara staff front liner dengan pelanggan bisnis non_MAC adalah

tidak hanya melibatkan unsure atau komunikan dan pesan saja. Akan tetapi melibatkan pola channel yaitu udara yang menyalurkan gelombang suara juga effect dari komunikasi. Adapun effect yang diharapkan dalam kegiatan ini adalah effect yang bernilai positif. Terutama menyangkut kepada effect efektif yaitu pemahaman informasi pada pelanggan bisnis non_MAC. Disamping itu pula menyangkut effect kognitif dan kognatif.

Sehubungan dengan bentuk komunikasi yang digunakan adalah komunikasi antar pesona yang bersifat tatap muka. Maka umpan balik bersifat langsung dan dapat diketahui dengan segera (pada saat itu juga) pada saat komunikasi dilancarkan. Komunikator mengetahui tanggapan komunikasi secara langsung apakah komunikasinya itu berjalan sesuai harapannya atau tidak. Sehingga dengan layanan tatap muka ini komunikasi mempunyai banyak kesempatan untuk bertanya berkenaan dengan permasalahan yang dihadapinya.

Selanjutnya bagaimana dengan pesan yang disampaikan oleh front liner service point? Pesan disampaikan tidak saja hanya verbal, tetapi yang melibatkan pesan lebih verbalnya. Hal ini adalah bertujuan untuk lebih meyakinkan para pelanggannya. Berkaitan erat dengan cara front linier meyakinkan para pelanggannya adalah dengan menggunakan cara atau teknik komunikasi. Adapun teknik komunikasi yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik persuasive dan informative. Teknik ini digunakan karena menyangkut kepada menjual dan memberikan informasi terhadap semua data yang disajikan dalam komputer (system

komputerisasi) kepada pelanggan bisnis non_MAC maupun calon pelanggan bisnis non-MAC

2.2.6. Analisa Pelayanan Public Relation Terhadap Mahasiswa PKL

Didalam melakukan PKL di PT. Telekomunikasi bandung khususnya di bagian front liner service point lembong bandung. Pelayanan yang diberikan terhadap mahasiswa PKL sangat baik dan ramah tidak hanya Public Relationsnya saja karyawan-karyawannyapun sangat membantu mahasiswa yang akan melaksanakan PKL. Baik dari mulai penempatan PKL sampai dengan pemberian bimbingan mengenai kegiatan, yang harus diketahui didalam pelaksanaan PKL di bagian front liner service point sehingga didalam melaksanakan PKL mahasiswa tidak terlalu mendapatkan kesulitan yang berarti didalam melaksanakan tugasnya, karena apabila ada hal yang kurang jelas mahasiswa dapat langsung menanyakan pada pembimbing yang ada. Oleh sebab itu maka mahasiswa dapat menyimpulkan bahwa pelayanan perusahaan pada mahasiswa PKL sangat baik dan sangat membantu penulis di dalam membuat laporan PKL.