BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

Sehubungan dengan diambilnya pendeskripsian laporan ini, maka *PR* pada realisasinya, sebenarnya sudah ada hanya tidak melembaga (dalam struktur organisasinya) di PT. Telkom Kancatel Kuningan ini. Pelayanan pelanggan merupakan kegiatan PR sedangkan PR itu sendiri sebagian dari ilmu komunikasi. Jadi PR merupakan suatu teknik komunikasi apabila dilakukan oleh seorang pimpinan (*Top Management* / direktur) organisasi/ lembaga/ institusi (PT. Telkom cabang Kuningan) dengan para bawahannya, dapat juga merupakan suatu metode komunikasi jika dilakukan oleh seorang / *personal dan massa.*

Walau dalam kenyataanya kegiatan komunikasi ini tidak tampak, namun secara opersional ada, bisa kita lihat seorang *marketing* melayani *customer*nya dengan sopan dan ramah pula sehinggga saling puas keduanya.

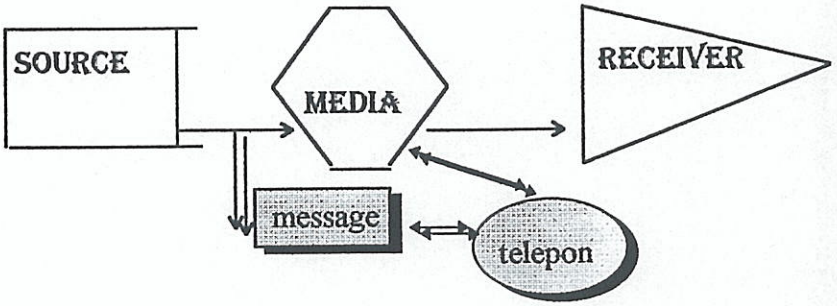
Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang dipelajari, direncanakan dan dilaksanakan sesuai dengan teknik - teknik tertentu dan menghasilkan efek yang diharapkan. Di badan ini, PT. Telkom yang dipimpin oleh Bpk. Teguh Bintoro, kegiatan PR telah dicurahkan pada soal - soal yang menyangkut hubungan perusahaan

dengan pegawainya, para langganannya, masyarakat sekelilingnya dan pada langkah pembuatan pedoman - pedoman kerja, seperti yang biasa dilakukan.

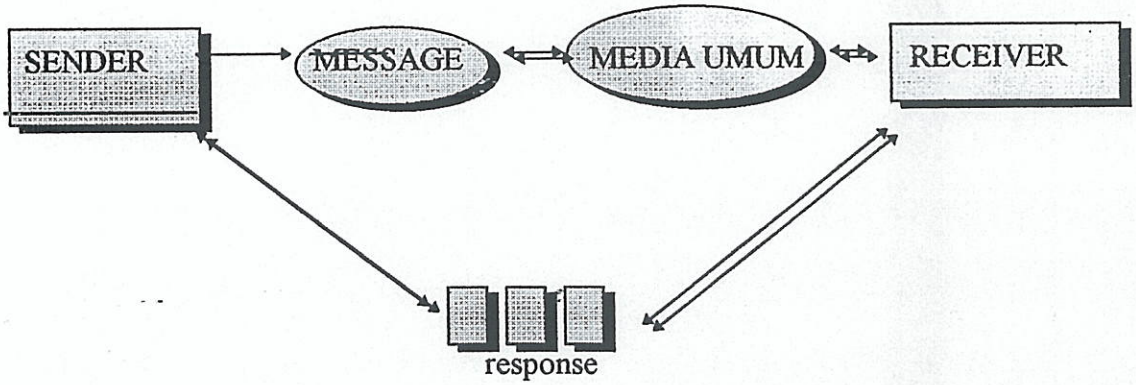
Komunikasi antar seorang petugas PT. Telkom bagi Resepsionis / Penlok dengan pelanggan/ customer adalah merupakan komunikasi antar personal yang bersifat face to face dan umpan balik seketika / suddenly feedback.

Komunikasi di PT. Telkom Cabang Kuningan

1)



2)



Berdasarkan gambar diatas maka media untuk penyampaian *message* adalah telepon. Yang artinya telepon merupakan *media khusus* didalam pelayanan di PT. Telkom cabang Kuningan. Kegiatan berdasarkan gambar diatas, berarti HR (*human relations*) bagian secara sekunder, karena melibatkan media, yaitu media telepon itu sendiri ,*spesialis* untuk di bagian recepcionist, penyusun mengatakan sering terjadi HR secara primer / utama yakni tatap muka. Menurut penyusun HR

sering terjadi HR secara primer / utama yakni tatap muka . Menurut Penulis HR ini lebih menguntungkan, karena persepsi, ideasi dan tranmisi dari komunikator ~ ko munikan sangat erat dan tak ada noise.

Jadi untuk menggunakan salah satu media, seorang PRO tidak lepas harus memikirkan efektifitasnya. Oleh karena itu Ia harus mempunyai pengetahuan tentang media komunikasi hingga Ia dapat memakainya dengan tepat. Sehingga tetap fleksibel melayani pelanggan dengan sebaik - baiknya.