# BAB II

# PELAKSANAAN PKL

## 2.1 Aktivitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Pada saat melaksanakan kerja praktek di Dinas Komunikasi dan Informasi. Penulis ditempatkan di bagian Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informatika (SKDI) DISKOMINFO Jawa Barat tepatnya di bidang pengkajian bahan kebijakan teknis dan fasilitasi sarana komunikasi. Pada awal pertemuan dengan pembimbing kerja praktek di Dinas Komunikasi dan Informatika penulis di jelaskan apa saja yang harus di taati dan dikerjakan selama mengikuti kerja praktek. Pada bagian sarana komunikasi DISKOMINFO Jawa Barat tepatnya di bidang pengkajian bahan kebijakan teknis dan fasilitasi sarana komunikasi memiliki aturan-aturan yang harus dilaksanakan pada saat kerja praktek.

Adapun daftar kegiatan yang dilakukan penulis setiap hari kerja selama melaksanakan PKL di DISKOMINFO Provinsi Jawa barat adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**

Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

| No | Hari / Tanggal | Aktivitas | Keterangan | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Rutin | Insidensial |
| 1 | Senin, 9 Juli 2012 | • Apel Pagi<br>• Pengenalan Diskominfo, Sejarah Diskominfo Jabar | | ✓ |
| 2 | Selasa, 10 Juli 2012 | • Pengenalan Diskominfo, Visi dan Misi Diskominfo Jabar | | ✓ |
| 3 | Rabu, 11 Juli 2012 | • Pengenala Diskominfo, Divisi dan Bagian-bagian Diskominfo | | ✓ |
| 4 | Kamis, 12 Juli 2012 | • Monitoring Kegiatan Diskominfo | ✓ | |
| 5 | Jumat, 13 Juli 2012 | • Briefing untuk Aktifitas Senin – 16 Juli 2012 (aktifitas untuk praktek) | | ✓ |
| 6 | Senin, 16 Juli 2012 | • Apel Pagi<br>• Pembagian Kelompok Kerja | | ✓ |
| 7 | Selasa, 17 Juli 2012 | • Pengenalan Tentang Divisi SKDI (kegiatan, fungsi, dan sarana media) | | ✓ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 8 | Rabu, 18 Juli 2012 | • Diskusi Perkelompok dan Pembagian Job Desk | | ✓ |
| 9 | Kamis, 19 Juli 2012 | • Monitoring Kegiatan Diskominfo<br>• Survei Penelitian, dan Mengkaji Tugas dari Pembimbing | ✓ | ✓ |
| 10 | Jumat, 20 Juli 2012 | • Mengerjakan Tugas, Survei Penelitian (tentang leaflet “Hman Traficking” Diskominfo) | | ✓ |
| 11 | Senin, 23 Juli 2012 | • Apel Pagi<br>• Melanjutkan Tugas Penelitian | | ✓ |
| 12 | Selasa, 24 Juli 2012 | • Mengumpulkan Hasil Survei Penelitian | | ✓ |

| No | Hari / Tanggal | Aktivitas | Keterangan | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Rutin | Insidensial |
| 13 | Rabu, 25 Juli 2012 | • Menganalisa Hasil Survei Penelitian | | ✓ |
| 14 | Kamis, 26 Juli 2012 | • Monitoring dan Browsing | ✓ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 15 | Jumat, 27 Juli 2012 | • Monitoring dan Browsing | ✓ | |
| 16 | Senin, 30 Juli 2012 | • Pencarian Berita Maelalui Media Cetak | | ✓ |
| 17 | Selasa, 31 Juli 2012 | • Monitoring dan Browsing | ✓ | |

*Sumber : Penulis, Juli 2012*

## 2.2 Deskripsi KegiatanRutin Dan Contoh Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Adapun kegiatan praktek kerja lapangan secara rutin di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Jawa Barat sebagai berikut :

### 1. Monitoring Kegiatan DISKOMINFO Jawa Barat

Dalam analisis ini penulis akan menjelaskan salah satu kegiatan rutin yang dilakukan oleh penulis selama proses praktek kerja lapangan yaitu memonitoring kegiatan DISKOMINFO khususnya pada divisi Sarana

Komunikasi dan Diseminasi Informasi (SKDI) dalam menjalankan fungsinya sebagai Divisi Komunikasi.

Monitoring adalah pemantauan yang dapat dijelaskan sebagai kesadaran (awareness) tentang apa yang ingin diketahui, Monitoring juga suatu proses rutin pengumpulan data dan pengukuran kemajuan atas ke-objektifitasan program.Kegiatan rutin monitoring ini dilakukan penulis berdasarkan 2 kegiatan yang berbedaseperti :

a) Monitoring Secara Langsung

Penulis dalam kegiatan praktek kerja lapangan rutin ini, memonitoring kegiatan DISKOMINFO maupun divisi SKDI mulai dari perencanaan mengenai program kerja dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat hingga turun kelapangan dalam melaksanakan program-program tersebut.Dinas Komunikasi dan Informatika melalui Divisi Sarana Komunikasi dan Diseminasi (SKDI) memiliki program-program khusus dalam menyampaikan informasi menganai kebijakan Pemerintah Daerah maupun dalam menanggapi issue-issue yang berkembang di masyarakat.

Divisi SKDI menggunakan berbagai media dalam menunjang penyampaian pesan atau informasi seperti media cetak yang meliputi :

- Brosur, pamphlet, maupun Leaflet yang sering dijumpai di acara pameran yang diadakan oleh pihak pemerintah daerah maupun di even-even non formil lainnya, ada pula

- Spanduk, Baligo atau Reklame yang sering kita lihat di persimpangan jalan atau dijalan-jalan protokol lainnya, spanduk, baligo, atau reklameini media cetak yang lumayan efektif dalam penyampaian informasi karena tersebar luas hingga ke pelosok desa, dan spanduk atau reklame dapat diakses dalam jangka waktu yang panjang.

Selain media cetak, penulis memonitoring kegiatan SKDI dalam menyampaikan informasi melalui media elektronik seperti *Megatron*.Dengan megatron pesan atau informasi disampaikan secara audio visual sehingga para pengguna jalan dapat mengakses informasi lebih jelas ketimbang media sebelumnya.

Penulis mengamati reaksi atau tanggapan dari masyarakat mengenai informasi yang diberikansehingga penulis dapat menyimpulkan bahwa media mana yang lebih efisien sebagai kendaraan Divisi SKDI dalam menyampaikan informasi.

b) Monitoring Melalui Web DISKOMINFO

Penulis memonitoring melalui konten yang ada pada web DISKOMINFO, melihat dan mengkaji apa saja informasi yang ditujukan kepada masyarakat, apakah informasi yang dimuat tepat sasaran, apakah isi pesan sudah mewakili fenomena sosial yang beredar dimasyarakat.

Dengan begitu penulis dapat mengetahui dan memberikan saran mengenai kegiatan pensosialisasian yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika melalui Divisi SKDI dalam penyampaian kebijakan pemerintah daerah maupun memberikan infomasi yang dimuat oleh DISKOMINFO sendiridalam menanggapi issue-issue yang sedang berkembang di masyarakat.

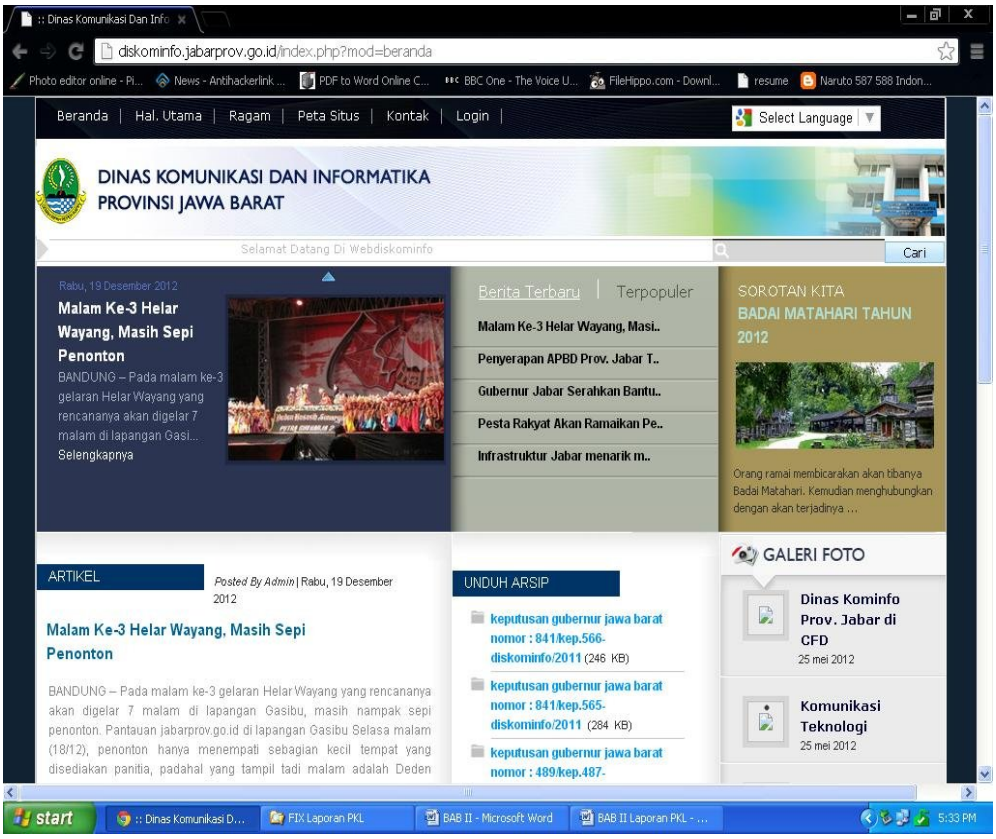
**2. Browsing Mengenai Informasi DISKOMINFO Jawa Barat**

Browsing adalah Berselancar untuk menjelajahi informasi yang ada di internet.Berselancar ini bisa dilakukan dengan sebuah program yang disebut browser, software untuk berselancar.Browsing dapat juga diartikan seni pencarian informasi melalui system operasi yang berbasis hypertext, misalnya membaca berita, mencari istilah dll.Browsing di internet mungkin sudah menjadi makanan pokok untuk era modern seperi sekarang ini, dari pelajar mahasiswa maupun para pekerja ataupun karyawan, pasti pernah browsing melalui media internet.

Dalam kegiatan ini penulis mencari data mengenai DISKOMINFO melalui Internet mengenai info seputar Jabar ataupun dengan mengakses web DISKOMINFO itu sendiri. Penulis meringkas Informasi yang bersangkutan dengan DISKOMINFO, baik itu tentang pesan/informasi yang dimuat oleh instansi maupun mengenai berita yang masyarakat atau DISKOMINFO.

**Gambar 2.1**

**Foto Website DISKOMINFO Provinsi Jawa Barat**




*Sumber: http://diskominfo.jabarprov.go.id/index.php?mod=beranda*

## 2.3 Deskripsi Kegiatan Insidentil Dan Contoh Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Adapun kegiatan praktek kerja lapangan secara rutin di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Jawa Barat sebagai berikut :

## A. Membuat Penelitian Mengenai Efektifitas Sosialisasi Insan DISKOMINFO melalui MEGATRON

Komunikasi berperan menjembatani perbedaan dalam masyarakat karena mampu merekatkan kembali sistem sosial masyarakat dalam usahanya melakukan perubahan. Namun begitu, komunikasi juga tak akan lepas dari konteks sosialnya. Artinya ia akan diwarnai oleh sikap, perilaku, pola, norma, pranata masyarakatnya. Jadi keduanya saling mempengaruhi dan saling melengkapi, seperti halnya hubungan antara manusia dengan masyarakat.Little john (1999), menjelaskan hal ini dalam genre interactionist theories. Dalam teori ini, dijelaskan bahwa memahami kehidupan sosial sebagai proses interaksi. Komunikasi (interaksi) merupakan sarana kita belajar berperilaku.Komunikasi merupakan perekat masyarakat.Masyarakat tidak akan ada tanpa komunikasi. Struktur sosial-struktur sosial diciptakan dan ditopang melalui interaksi.Bahasa yang dipakai dalam komunikasi adalah untuk menciptakan struktur-struktur sosial.

Gambar 2.2

Foto Megatron Dago



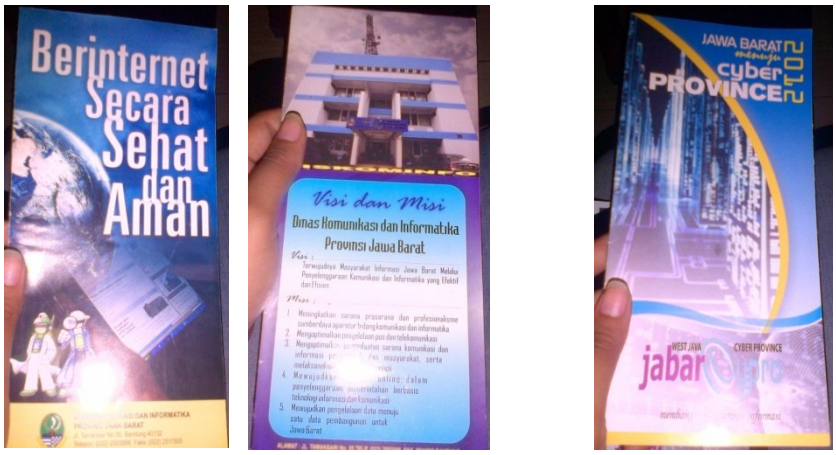
*Sumber: Arsip Penulis 2012*

Komunikasi dalam kehidupan manusia terus mengalami perkembangan. Jika pada awal penemuan teknologi komunikasi kehidupan sehari-hari telah dimediasi dengan telepon, dan pesan-pesan singkat, kini komunikasi diperluas dalam bentuk yang tidak hanya mengandalkan media elektronik maupun media cetak yang hanya itu- itu saja. Media cetak kini hadir dalam berbagai bentuk, tidak berupa surat kabar ataupun majalah saja. Tetapi, ada poster, pamphlet, leaflet, brosur, dan lain - lain. Media elektronikpun kini tidak hanya televisi dan radio, namun ada media baru (internet) serta megatron.Hal ini sejalan pula dengan perkembangan teknologi komunikasi, yang ditulis oleh Cangara dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang menyebutkan bahwa, kecakapan manusia dalam

berkomunikasi dengan alat cetak-mencetak berlangsung kira-kira 500 tahun, kemudian manusia tampil berkomunikasi melalui getaran-getaran elektronik. (Cangara: 2002:8).

Gambar 2.3

Leaflet "Humas Trafiking" DISKOMINFO JABAR




*Sumber: Arsip Dinas Komunikasi dan Informatika, Juli 2012*

Begitu juga dengan Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Pemerintah Kota Bandung yang melakukan kegiatan *eksternal* dalam bentuk menyebarkan informasi kepada perwakilan tiap-tiap dinas untuk menerapkan pemahaman akan adanya informasi yang harus dipahami secara seksama berupa kegiatan pelatihan mengenai Sosialisasi Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik (KIP) sebagai pembekalan informasi bagi dinas yang melayani publik

Dalam pengembangan komunikasi dan informatika serta dalam penyampaian berbagai informasi kepada publik, tentunya Diskominfo menggunakan berbagai media komunikasi, baik media cetak maupun media elektronik. Berbagai macam jenis media komunikasi yang telah digunakan Diskominfo dalam penyampaian informasi mauapun sosialisasi program pemerintah kepada publik agar sosialisasi itu efektif, maka salah satunya dengan menggunakan media komunikasi berupa megatron (Megatron adalah billboard yang sudah menggunakan tampilan elektronik dengan gambar yang bergerak maka, tapi jika gambar tersebut sumbernya video namanya videotron).

Salah satu program pemerintah yang disosialisasikan oleh Diskominfo, di antaranya Program Internet Sehat dan Aman (INSAN).Internet Sehat Aman (INSAN) adalah program nasional yang dimotori oleh Tim Sosialisasi INSAN yang ditujukan untuk mensosialisasikan penggunaan internet secara sehat & aman ke berbagai kalangan sehingga internet dapat memberi manfaat dan nilai tambah.

**B. Pencarian Berita Melalui Media Cetak**

Penulis mencari berita yang berhubungan dengan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat dengan cara membaca dan menganalisis berita yang ada di setiap surat kabar yang mana telah disediakan. Penulis harus mengumpulkan berita dan menyeleksi berita mengenai DISKOMINFO JABAR dan juga pengaduan-pengaduan dari publik kepada DISKOMINFO JABAR yang mana dimuat dalam surat kabar harian, mingguan, majalah bulanan, dan juga tabloid. Contoh surat kabar harian seperti : Pikiran Rakyat, Kompas, Tribun Jabar, Seputar Indonesia, Radar Bandung, dan Galamedia.

Setelah menyeleksi dan menganalisis berita terhadap seluruh surat kabar harian yang telah terdaftar di Dinas Komunikasi dan Informatika dengan penyortiran terhadap berita khusus mengenai DISKOMINFO itu sendiri dan juga pengaduan dari publik, langkah selanjutnya adalah menggunting berita dan pengaduan publik tersebut.

## 2.4 Analisa Tentang Humas

Dalam sebuah perusahaan, organisasi, atau instansi tentu terdapat bagian Humas/Public Relation yang bertugas untuk menjaga, mengembangkan citra positif, dan memberikan penerangan terhadap publiknya. Walaupun, tidak semua perusahaan, organisasi, atau instansi memiliki bagian humas yang sudah melembaga secara jelas (*State Of Being)*, maka biasanya kegiatan atau urusan ke-humasan ini diperankan

oleh sebuah divisi tersendiri yang berada di bawah divisi lain. Namun, pekerjaan seorang humas dalam merencanakan, mengevaluasi, memberikan informasi, dll, dapat dirasakan di seluruh perusahaan organisasi, maupun instansi pemerintahan.

Pada bagian ini penulis akan menjelaskan tentang humas yang ada di Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Jawa Barat yang diperankan oleh bagian Divisi Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi (SKDI) dengan pembelajaran yang telah didapat oleh penulis selama melakukan study di Universitas Komputer Indonesia.

Batasan pengertian humas/public relations, menurut para ahli sampai saat ini belum ada satu kesepakatan secara tegas, ini disebabkan karena pertama, banyaknya definisi humas yang telah dirumuskan oleh baik para pakar atau ahli, maupun profesional humas yang satu sama lain saling berbeda pendapat tentang humas. Kedua, terjadinya perbedaan batasan pengertian tentang humas diakibatkan karena adanya latar belakang yang berbeda, misalnya definisi yang dilontarkan oleh kalangan akademisi akan lain dengan apa yang diungkapkan oleh kalangan praktisi humas. Ketiga, sesuatu yang menunjukkan baik secara teoritis maupun praktisi bahwa kegiatan ke-humasan itu bersifat dinamis dan fleksibel terhadap perkembangan dinamika masyarakat serta mengikuti kemajuan zaman. Mungkin tidak ada bidang ilmu lain yang sulit didefinisikan seperti humas/public relations. Semua orang percaya bahwa definisi dari humas/public relations bisa saja berbeda-beda arti bagi

masing-masing pihak.Ada yang melihatnya dari segi komunikasi, publikasi, manajemen, pemasaran atau periklanan, begitu kompleksnya.

Menurut John E. Maiston definisi umum dari *humas/public relations* adalah:

***"****Public Relations is planned, persuasive communications designed to influence significant public."* ( Kasali, 2000:6).

Lebih lanjut Rex F. Harlow dalam sebuah bukunya yang berjudul *"A Model for Public Relations Education for Profesional Practice"* memberikan definisi *Public Relations* sebagai berikut : "Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi atau instansi dengan publiknya, yang menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama serta melibatkan manajemen dalam persoalan/permasalahan, yang membantu manajemen mampu menanggapi opini publik, selain mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, Humas bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama."(Ruslan, 1998:17).

Definisi-definisi diatas kiranya memberi gambaran yang lebih jelas tentang konsep *Humas*. Humas atau *Hubungan Masyarakat* dapat diartikan melalui berbagai cara. Tetapi Humas tetap suatu seni, suatu teknik yang memerlukan keahlian khusus.

Humas/PR dibentuk atau digiatkan untuk menunjang organisasi/instansi yang berupaya untuk mencapai tujuannya, sehingga tujuan sentral humas yang akan dicapai adalah tujuan organisasi. Tujuan Humas/Public Relation secara umum adalah

untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi atau instansi kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi dari pada publik yang bersangkutan, dan memperbaikinya jika citra itu menurun/rusak.

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 seperti yang dilakukan oleh Penulis selama melakukan PKL.

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

Dengan demikian tujuan humas secara umum/universal yang pada prinsipnya menekankan tujuan pada aspek citra/image. Citra merupakan salah satu tujuan penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan memiliki citra yang baik, sebuah

perusahaan akan dinilai bonafid. Hal ini memberikan pengaruh pada tingkat kepercayaan publik-publikya.

Proses Humas sangat tergantung dari input informasi, karena bidang ke-humasan adalah suatu studi yang menyangkut sikap manusia yang membutuhkan ketajaman dan kepekaan analisis, serta data yang dapat mengubah sikap manusia atau kelompok manusia secara efektif. Proses humas selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian. Berdasarkan prosesnya, ada empat langkah yang biasa dilakukan dalam proses ke-Humasan (*Public Relations*) sebagai berikut:

1. Definisikan Permasalahan

   Dalam tahap ini seorang humas perlu melibatkan diri dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Selain itu humas juga perlu memantau dan membaca terus pengertian, opini, sikap, dan perilaku mereka yang berkepentingan dan terpengaruh oleh sikap dan tindakan perusahaan, organisasi, atau instansi. Tahap ini merupakan penerapan atau fungsi intelijen perusahaan. Langkah ini dilakukan oleh seorang humas setiap saat secara kontinu bukan hanya pada saat krisi terjadi.

2. Perencanaan dan Program

   Pada tahap ini seorang humas sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah-langkah pemecahan atau pencegahan. Langkah-langkah ini dirumuskan dalam bentuk rencana dan program, termasuk anggarannya. Pada tahap ini penting bagi humas mendapatkan dukungan penuh dari pimpinan puncak perusahaan karena besar

kemungkinan langkah yang diambil akan sangat strategis dan melibatkan keikutsertaan banyak bagian.

3. Aksi dan Komunikai

   Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan/kegiatan sesuai dengan fakta dan data yang telah dirumuskan dalam bentuk perencanaan.Pada tahap ini, aksi dan komunikasi harus dikaitkan dengan *objective* dan *goals* yang spesifik.

4. Evaluasi Program

   Proses ke-Humasan selalu dimulai dari mengumpulkan fakta dan diakhiri pula dengan pengumpulan fakta.Untuk mengetahui prosesnya sudah selesai atau belum, seorang humas perlu melakukan evaluasi atas langkah-langkah yang telah diambil. Maka, tahap ini akan melibatkan pengukuran atas hasil tindakan di masa lalu. Penyesuaian dapat dibuat dalam program yang sama, atau setelah suatu masa berakhir.

Keempat langkah diatas merupakan tahap-tahap yang penting bagi kesuksesan seorang humas, sehingga dalam menjalankan keempat tahapan itu harus lengkap, tidak boleh ada yang terlewat.

Fungsi merupakan kegiatan operasional dari suatu benda atau lembaga. Mengenai istilah fungsi ini, Ralph Curier dan Allan C. Filley dalam bukunya "*Principle of Management*" dikutip oleh Onong Uchjana Effendy (1993:24) menyatakan bahwa "istilah fungsi menunjukkan suatu tahap yang jelas yang dapat dibedakan bahkan dari tahap pekerjaan lain".

Dalam kaitannya denga ke-humasan, maka humas dalam suatu organisasi dapat dikatakan berfungsi apabila menunjukkan kegiatan yang jelas yang dapat dibedakan dengan kegiatan yang lainnya.

Fungsi utama hujmas adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan antara lembaga/organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan, motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/organisasi.

Adapun fungsi dasar dari humas, meliputi :

1. Memberikan penerangan kepada publik.
2. Melakukan persuasi kepada publik untuk mengubah sikap dan tingkah laku publik.
3. Upaya untuk membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik ekstern maupun intern.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Tujuh puluh persen dari kegiatan seorang humas yang juga dilakukan oleh penulis selama PKL berhubungan dengan tulis menulis selain tugas-tugas lainnya. Diantaranya adalah :

1. Merancang pesan tematik agar pesan yang disampaikan oleh organisasi memiliki keseragaman/ keterkaitan pesan.

2. Melakukan segmentasi media, dimana seorang humas harus mampu memformulasikan keseimbangan saling dukung antara media cetak dan elektronik.
3. Komunikasi interaktif. Contoh komunikasi interaktif yang dilakukan penulis adalah rubrik konsultasi atau jasa layanan konsumen melalui telpon.
4. Menjaga reputasi perusahaan dan citra produk melalui pemanfaatan kekuatan pesan dan atau kombinasinya.
5. Melakukan iklan layanan masyarakat.

Produk-produk tertulis humas yang dilakukan oleh penulis diantaranya adalah :

1. Siaran pers yaitu informasi yang mengandung nilai berita dan disampaikan oleh publik melalui media massa.
2. Latar belakang (Backgrounder).
3. Media internal.
4. Laporan tahunan.
5. Advetorial.
6. Profil perusahaan.
7. Lembaran berita (Newsletter).
8. Prospektus.
9. Penulisan komentar pembaca.
10. Penulisah naskah pidato.

11. Iklan layanan masyarakat

Pekerjaan humas sangat erat kaitannya dengan pers. Apalagi humas perusahaan. Humas perusahaan harus bisa mencari penyebab terjadi kesalah pahaman dengan media massa. Media massa yang hanya asal mencari berita biasanya akan menuliskan apapun yang ia ketahui secara sepihak tentang hal yang terjadi pada suatu perusahaan. Memang itu melanggar kode etik jurnalistik, namun biasanya untuk mendapatkan uang, wartawan menulis berita yang seharusnya tidak di tulis. Peran humas disini sangat penting, karena dengan adanya humas kita bisa mengklarifikasi berita yang dianggap salah.

Humas perusahaan harus bisa secerdik mungkin dalam menyusun strategi untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan, apalagi di zaman yang semakin banyak persaingan ini. Dunia humas saat ini sudah memasuki era yang disebut era kompetisi, di mana pembentukan, pemeliharan dan peningkatan citra (termasuk reputasi) menjadi sangat krusial (penting).

Dengan banyaknya perusahaan, maka persaingan makin ketat. Peran humas, bukan hanya menyebarkan informasi kepada khalayak agar mendapatkan opini dan penangkapan kesan mereka terhadap perusahaan. Humas juga harus bisa membangun kepercayaan khalayak tentang perusahaan. Maka dari itu pekerjaan humas tidak terlepas dari two way communication (Komunikasi dua arah).

Humas perusahaan adalah tulang punggung perusahaan, jika perusahaan itu ingin mendapatkan reputasi yang baik di mata masyarakat, maka perusahaan itu harus mempunyai humas yang bisa meningkatkan citra perusahaan tersebut, karena perusahaan akan mempunyai citra yang baik, jika humasnya pun baik.

## 2.5 Analisa Tentang Sarana Komunikasi dan Diseminsai Informasi(SKDI)

Bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi merupakan bagian dari DISKOMINFO yang meliputi kegiatan pengkajian bahan kebijakan teknis dan fasilitasi sarana komunikasi dimana di SKDI dipimpin oleh Kepala Bidang Secara garis besar SKDI merupakan sarana komunikasi di DISKOMINFO bedirinya pun hampir sama dengan berdirinya DISKOMINFO.

Bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi dipimpin oleh seorang Kepala Bidang merupakan unsur pelaksana yg berada dibawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas.Bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi mempunyai tugas mengelolah urusan pemerintahan daerah dibidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi.

Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi memiliki tujuan tertentu, yaitu memberikan penerangan pada masyarakat mengenai isu – isu sosial yang dapat merugikan atau membodohkan masyarakat, sehingga masyarakat diharapkan bisa lebih kritis dalam menanggapi informasi yang beredar.

### 2.5.1 Fungsi Sarana komunikasi dan Desiminasi Informasi (SKDI).

- Perumusan kebijakan teknis dibidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi;
- Pengelolaan urusan pemerintahan dan pelayanan umum dibidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi;
- Pembinaan dan pelaksanaan tugas bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi; dan
- Pelaksanaan tugas lain,yg diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya

## 2.6 Analisis Tentang Kerja Sarana Komunikasi dan Desiminasi Informasi (SKDI)

Dalam analisis ini penulis mendeskripsikan tentang kerja divisi Sarana Komunikasi dan Diseminasi Infornasi (SKDI) Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Jawa Barat, berikut adalah uraian mengenai kerja Sarana Komunikasi dan Diseminasi Infornasi:

1. Membantu Kepala Dinas, dalam melaksanakan tugas dibidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi

2. Mengelola penyiapan rencana dan program kerja bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi, sebagai pedoman pelaksanaan tugas
3. Mendistribusikan dan memberi petunjuk pelaksanaan tugas kepada para Kepala Seksi, sesuai dengan bidang tugasnya
4. Membina dan memotivasi bawahan dalam rangka melaksanakan tugas;
5. Memantau, mengendalikan, mengevaluasi, dan menilai pelaksanaan tugas bawahan
6. Melaksanakan kebijakan dibidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi, sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan
7. Melaksanakan kebijakan pelayanan, penyiaran, pemberdayaan kelembagaan komunikasi sosial, hubungan kelembagaan komunikasi pemerintah daerah dan kemitraan media
8. Melaksanakan pengelolaan dan pelayanan informasi publik bidang hukum, politik, keamanan, perekonomian, kesejahteraan rakyat dan pengelolaan pendapat umum
9. Melaksanakan pemberian rekomendasi persyaratan Adm. Dan kelalayakan data teknis terhadap permohonan ijin penyelenggaraan radio/TV
10. Merencanakan, mengendalikan dan mengevaluasi ijin koneksi studi dan stasiun pemancar radio/ TV
11. Mengkoordinasikan dan memfasilitasi pembangunan kemitraan media skala kabupaten

12. Melaksanakan pengadaan dan penyediaan sarana dan prasarana komunikasi dan informasi
13. Melayani Informasi media baru meliputi penyediaan dan penyebaran melalui media online dan media call center
14. Melaksanakan pelayanan informasi melalui media konvensional meliputi media cetak, media langsung, dan media tradisional
15. Melaksanakan diseminasi informasi
16. Memberikan saran dan bahan pertimbangan kepada Kepala Dinas, yg berkaitan dengan urusan sarana komunikasi dan diseminasi Informasi, dalam rangka pengambilan keputusan/kebijakan
17. Melaporkan pelaksanaan tugas kepada Kepala Dinas, setiap selesai melaksanakan tugas/penugasan
18. Mengelola penyusunan rencana dan pelaksanaan anggaran lingkup bidang sarana komunikasi dan diseminasi informasi
19. Bersama dengan sekretaris melaksanakan asistensi/pembahasan rencana anggaran bidang sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi dengan satuan kerja terkait/Tim/Panitia Anggaran
20. Melaksanakan evaluasi dan pelaporan pelaksanaan tugas/kegiatan Bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi, sesuai ketentuan yg berlaku; dan
21. Melaksanakan tugas lain yg diberikan oleh Kepala Dinas, sesuai dengan tugas dan fungsinya

Kegiatan internal adalah kegiatan yang dilakukan oleh dinas komunikasi dan informatika Provinsi Jawa Barat yang aktifitasnya menyangkut kegiatan yang akan dilaksanakan bersama orang-orang dalam perusahaan. Adapun kegiatan internal yang dilaksanakan adalah kegiatan Publikasi Antara lain:

**1. Kegiatan Publikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat Melalui Media Cetak**

Kegiatan publikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat melalui media cetak meliputi surat kabar, majalah dan *leaflet*.

Surat kabar merupakan media massa cetak yang dapat tersebar secara luas dan dapat dinikmati oleh sebagian besar kalangan. Oleh karena itu surat kabar dipilih sebagai salah satu media publikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat. Sedangkan untuk majalah, dalam hal ini yang dibuat merupakan majalah khusus yang berisikan tentang informasi mengenai program-program pemerintah yang disebarkan ke kabupaten, kota dan OPD (Organisasi Perangkat Daerah). Majalah tersebut tidak ditujukan untuk masyarakat umum, namun hanya untuk aparatur pemerintah. Majalah-majalah tersebut disebarkan oleh tim yang telah dibentuk secara khusus untuk tugas tersebut. Majalah dipilih sebagai salah satu media publikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat dengan pertimbangan bahwa dalam majalah sisi pendalaman konten dapat diulas secara lebih baik dan lebih mendalam.

Publikasi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat melalui media cetak selanjutnya adalah *leaflet*. *Leaflet* dipilih dengan pertimbangan yang tidak jauh berbeda dengan majalah. *Leaflet* biasanya berisi satu pogram atau materi yang dibahas khusus sehingga kontennya terfokus hanya pada program atau materi yang ingin disampaikan dalam *leaflet* tersebut. Penyebaran *leaflet* tergantung pada konten yang ada di dalamnya, apakah ditujukan untuk aparatur pemerintah atau masyarakat umum.

**2. Kegiatan Publikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat Melalui Media Elektronik**

Publikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat dengan media elektronik disampaikan melalui dua media, yaitu LPP (Lembaga Penyiaran Publik) seperti RRI dan TVRI serta LPS (Lembaga Penyiaran Swasta) seperti TV lokal dan Radio.

Untuk media elektronik, tidak ada proses pemilihan secara khusus untuk televisi atau radio mana yang akan digunakan, karena pada dasarnya Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat hanyalah memanfaatkan media yang sudah ada dan bukan memilih media-media tersebut. Yang menjadi pertimbangan penggunaan media elektronik adalah adanya izin prinsip (izin percobaan siaran) yang sesuai dengan UUD No. 32 Tahun 2002 tentang penyiaran.

Untuk LPP (lembaga Penyiaran Publik) Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat memanfaatkan RRI dan TVRI sedangkan untuk LPS (Lembaga Penyiaran Swasta) Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat memanfaatkan beberapa *radio station* seperti Oz dan Radio Mara serta televisi lokal seperti PJTV dan Bandung TV.

**3. Kegiatan Publikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat Melalui Media *Online***

Sesuai dengan salah satu misi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat yaitu mewujudkan layanan *online* dalam penyelenggaraan pemerintahan berbasis teknologi informasi dan komunikasi, maka penggunaan media *online* sebagai salah satu media publikasi dirasa sangat tepat dan mempunyai nilai penting untuk terus dikembangkan.

Media publikasi online yang dibuat oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat adalah berupa sebuah website resmi Pemerintah Provinsi Jawa Barat dengan alamat www.jabarprov.go.id serta website-website resmi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat seperti www.diskominfi.jabarprov.go.id.

**4. Bentuk Kegiatan Publikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat Melalui Media Luar Ruang**

Publikasi Dinas Komunikasi dan Informasi Provinsi Jawa Barat melalui media luar ruang seperti baligo dan spanduk dibuat dalam bentuk gambar dan tulisan

bertemakan program-program pemerintah yang lalu disebarkan di berbagai titik di Kota Bandung dan beberapa Organisasi Perangkat Daerah (OPD).

Baligo terakhir yang disebarkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat berisikan tentang informasi UU No. 14/2008 mengenai keterbukaan informasi publik.

**5. Bentuk Kegiatan Publikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat Melalui Media Tatap Muka**

Publikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat melalui media tatap muka biasanya dibuat dalam bentuk diskusi dan lokakarya yang membahas megenai program-program pemerintah yang diadakan secara rutin. Diskusi dan lokakarya yang diadakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat sebagai media penyampaian informasi biasanya mendatangkan pembicara sebagai salah satu narasumber yang berhubungan dengan materi program pembangunan yang sedang dan akan dilaksanakan.

## 2.7 Analisa Pelayanan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat Kepada Mahasiswa PKL

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Dari definisi diatas maka hal penting dari pelayanan yang pertama adalah interaksi langsung, dan yang kedua adalah kepuasan pelanggan. Karena dari interaksi yang terjadi antara seseorang dengan orang lain, dapat menimbulkan kepuasan tersebut. Pelayanan yang diberikan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika provinsi Jawa Barat terhadap penulis sangat baik. Selama melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika provinsi Jawa Barat, penulis merasa beruntung mendapatkan kesempatan, karena pada hari pertama melakukan PKL penulis diperkenalkan oleh pegawai humas Dinas Komunikasi dan Informatika provinsi Jawa Barat, penulis merasa nyaman dengan sambutan yang ramah dari para pegawai humas Dinas Komunikasi dan Informatika provinsi Jawa Barat, dan karyawan-karyawan Dinas Komunikasi dan Informatika provinsi Jawa Barat di bagian lainnya.

Kesempatan itu telah memberikanan pengalaman bagi penulis, khususnya mengenai Praktek kerja Humas perusahaan dan umumnya mengenai pengaplikasian teori dan praktek yang didapat mahasiswa selama perkuliahan terhadap lingkungan perusahaan.

Penulis juga sering mendapatkan pengarahan dan bimbingan dari pembimbing PKL.Penulis juga diberikan kesempatan untuk mengikuti kegiatan dan acara yang dilaksanakan di lingkungan perusahaan seperti upacara setiap hari senin bahkan dalam melakukan penelitian mengenai billboard Megatron. Hasil kerja praktek ini memberikan suatu pemahaman yang berarti bagi penulis tentang bagaimana sistematika kerja humas dalam perusahaan.