BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Aktifitas Kegiatan Pelaksanaan PKL

Selama berlangsungnya Praktek Kerja Lapangan, penulis melakukan berbagai kegiatan berupa kegiatan yang sifatnya rutin (dilakukan hampir setiap hari kerja) dan kegiatan insedental (dilakukan pada waktu atau acara tertentu saja).

Berikut ini adalah jadwal pelaksanaan PKL yang telah penulis lakukan selama 1 bulan 2 minggu (30 hari masa kerja), yakni mulai tanggal 18 juli 2011 s/d 26 Agustus 2011, adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Selama PKL

No.	Hari/tanggal	Jenis Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
1.	Senin, 18-07- 2011	• Pengarahan • Pengenalan tugas humas • Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan	 ✓	✓ ✓

		kesetiap divisi		
2.	Selasa, 19-07-2011	• Kliping berita surat kabar • Liputan ultah PIKKA yang ke 9 • Membuat straight news	✓	✓ ✓
3.	Rabu, 20-07-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
4.	Kamis, 21-07-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
5.	Jum'at 22-07-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	

6.	Senin, 25-07-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
7.	Selasa, 26-07-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
8.	Rabu, 27-07-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi • Diskusi dan share dengan EVP humas KA tentsng sepuar kehumasan • Posting berita melalui web/ situs resmi PT. Kereta Api Indonesia(persero)	✓	✓ ✓

9.	Kamis, 28-07-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
10.	Jumat, 29-07-2011	• Kliping berita • Liputan penutupan pelatihan jurusan JRRS angkatan 1, 2, 3 dan liputan sengketa tanah	✓	✓
11.	Senin, 01-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
12.	Selasa, 02-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
13.	Rabu, 03-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan	✓	

		kesetiap divisi		
14.	Kamis, 04-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
15.	Jumat, 04-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
16.	Senin, 08-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
17.	Selasa, 09-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi • Menyeleksi kliping berita	✓	✓
18.	Rabu,	• Kliping berita surat		

	10-08-2011	kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi • Menyeleksi kliping berita dari majalah internal	✓	✓
19.	Kamis, 11-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
20.	Jumat, 12-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi • Menyeleksi kliping berita dari majalah internal	✓	✓
21.	Senin, 15-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan	✓	

		kesetiap divisi • Menyeleksi kliping berita dari majalah internal		✓
22.	Selasa, 16-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
23.	Rabu, 17-08-2011	Libur		
24.	Kamis, 18-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi • Menganalisis kliping berita	✓	✓
25.	Jumat, 19-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	

26.	Senin, 22-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi • Menganalisis kliping berita	✓	✓
27.	Selasa, 23-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	
28.	Rabu, 24-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi • Packing tabloid kontak	✓	✓
29.	Kamis, 25-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	

30.	Jumat, 26-08-2011	• Kliping berita surat kabar dan mendistribusikan kesetiap divisi	✓	

Sumber : Arsip penulis selama PKL, 2011

2.2 Deskripsi dan Contoh Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan

Selama pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Divisi Hubungan Masyarakat PT. Kereta Api Indonesia (Persero) penulis melakukan dua jenis kegiatan yaitu kegiatan yang bersifat rutin dan kegiatan yang bersifat insidental.

2.2.1 Kegiatan Rutin Selama Praktek Kerja Lapangan

Selama penulis melaksanakan praktek kerja lapangan di Divisi Hubungan Masyarakat PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat, Bandung ada berbagai kegiatan rutin yang wajib selalu dikerjakan dan rutin dalam setiap hari masuk praktek kerja lapangan.

2.2.1.1 Membaca dan Mencari Berita Mengenai PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Kegiatan rutin yang dilakukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja lapangan di divisi Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat Bandung adalah membaca koran, baik itu koran lokal, nasional, dan nasional berbasis internasional. Koran yang

dibaca antara lain : Kompas, Media Indonesia, Seputar Indonesia, Koran Tempo, The Jakarta Post, Investor Daily, Bisnis Indonesia, Suara Karya, Suara Pembaruan, Pos Kota, Koran Jakarta, Pikiran Rakyat, Galamedia, Tribun Jabar, dan Radar Bandung. Majalah yang dibaca antara lain : Tempo. Media *on line* yang dibaca antara lain : kompas.com, mediaindonesia.com, tempointeraktif.com, metrotvnews.com, tvone.co.id, detik.com, okezone.com, vivanews.com, dan antaranews.com.

Tujuan dari membaca koran, majalah, dan media *on line* agar dapat mengetahui berita-berita terkini yang berhubungan dengan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) secara khusus dan kereta api secara umum baik yang berada di Indonesia maupun luar negeri.

2.2.1.2 Membuat Kliping Berita PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Kliping merupakan kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah atau sumber yang lain kemudian disusun dalam sistem tertentu dalam suatu bidang. Kliping sebagai salah satu sumber informasi dan pengetahuan penggunaannya belumlah semaksimal sumber yang lain misalnya buku. Padahal dari

kliping juga bisa didapat sumber informasi dan pengetahuan yang tidak kalah pentingya bahkan bisa didapatkan berita terbaru[1].

Setiap pagi penulis melakukan kegiatan yang rutin yaitu membaca koran untuk mencari berita yang berhubungan dengan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) secara khusus dan kereta api secara umum baik yang berada di Indonesia maupun luar negeri. Setelah mencari berita kemudian melakukan pengguntingan berita setelah penulis membaca koran yang telah disediakan oleh pihak Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero), kemudian hasil guntingan dirapikan untuk siap ditempel.

[1] http://www.tembi.org/perpus/2006_05_perpus01.htm (selasa, 1/11/2011. pukul 17:19.)

Gambar 2.1

Kliping Berita PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat



Sumber : Arsip Penulis 2011

Kemudian setelah berita telah dikliping dilakukan analisis singkat terhadap berita-berita tersebut, apakah berita tersebut bernilai positif, negatif, atau netral.

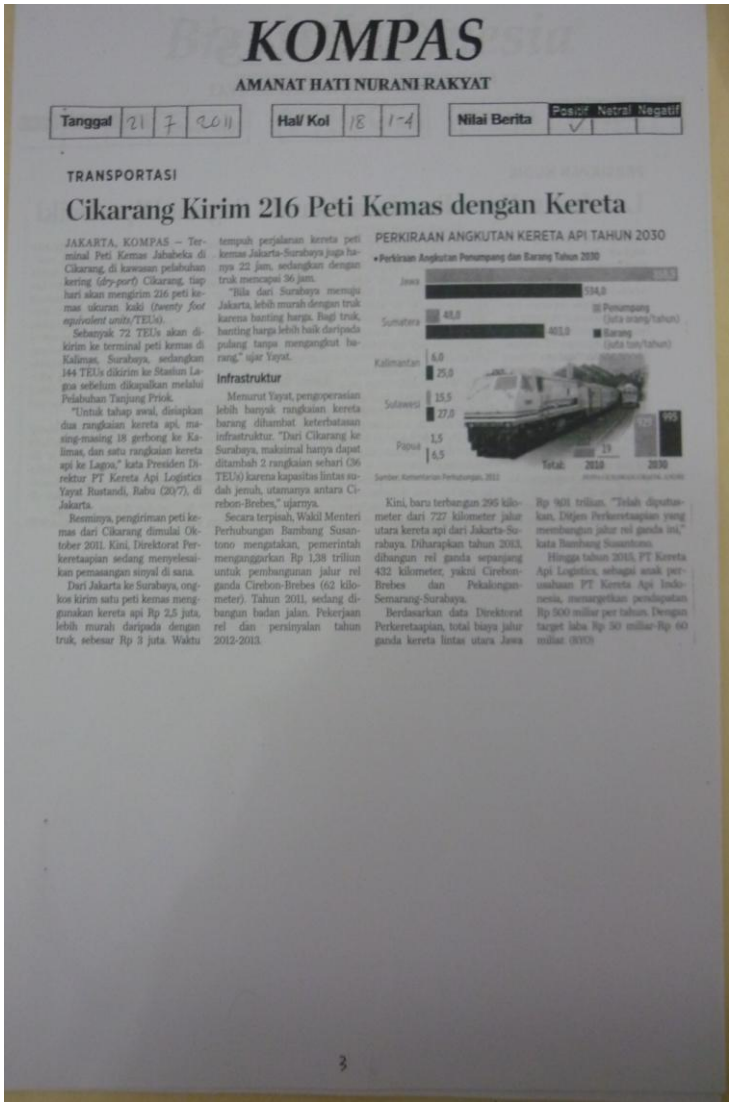
Tujuan dari menganalisis berita yang ada di media cetak yaitu bila terdapat berita yang negatif maka akan ditindak lanjuti oleh pihak yang terkait yakni PT. Kereta Api Indonesia (Persero) melalu Divisi

Hubungan Masyarakat untuk menanggulangi masalah pemberitaan tersebut.

Adapun contoh hasil dari kliping berita pada hari kamis, 21 Juli 2011 dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 2.2

Isi Kliping Berita



KOMPAS

AMANAT HATI NURANI RAKYAT

Tanggal 21 7 2011 | Hal/ Kol 18 1-4 | Nilai Berita: Positif ✓ Netral Negatif

TRANSPORTASI

Cikarang Kirim 216 Peti Kemas dengan Kereta

JAKARTA, KOMPAS — Terminal Peti Kemas Jababeka di Cikarang, di kawasan pelabuhan kering (*dry-port*) Cikarang, tiap hari akan mengirim 216 peti kemas ukuran kaki (*twenty foot equivalent units*/TEUs).

Sebanyak 72 TEUs akan dikirim ke terminal peti kemas di Kalimas, Surabaya, sedangkan 144 TEUs dikirim ke Stasiun Lagoa sebelum dikapalkan melalui Pelabuhan Tanjung Priok.

"Untuk tahap awal, disiapkan dua rangkaian kereta api, masing-masing 18 gerbong ke Kalimas, dan satu rangkaian kereta api ke Lagoa," kata Presiden Direktur PT Kereta Api Logistics Yayat Rustandi, Rabu (20/7), di Jakarta.

Resminya, pengiriman peti kemas dari Cikarang dimulai Oktober 2011. Kini, Direktorat Perkeretaapian sedang menyelesaikan pemasangan sinyal di sana.

Dari Jakarta ke Surabaya, ongkos kirim satu peti kemas menggunakan kereta api Rp 2,5 juta, lebih murah daripada dengan truk, sebesar Rp 3 juta. Waktu tempuh perjalanan kereta peti kemas Jakarta-Surabaya juga hanya 22 jam, sedangkan dengan truk mencapai 36 jam.

"Bila dari Surabaya menuju Jakarta, lebih murah dengan truk karena banting harga. Bagi truk, banting harga lebih baik daripada pulang tanpa mengangkut barang," ujar Yayat.

Infrastruktur

Menurut Yayat, pengoperasian lebih banyak rangkaian kereta barang dihambat keterbatasan infrastruktur. "Dari Cikarang ke Surabaya, maksimal hanya dapat ditambah 2 rangkaian sehari (36 TEUs) karena kapasitas lintas sudah jenuh, utamanya antara Cirebon-Brebes," ujarnya.

Secara terpisah, Wakil Menteri Perhubungan Bambang Susantono mengatakan, pemerintah mengangarkan Rp 1,38 triliun untuk pembangunan jalur rel ganda Cirebon-Brebes (62 kilometer). Tahun 2011, sedang dibangun badan jalan. Pekerjaan rel dan persinyalan tahun 2012-2013.

PERKIRAAN ANGKUTAN KERETA API TAHUN 2030

*Perkiraan Angkutan Penumpang dan Barang Tahun 2030

Sumber: Kementerian Perhubungan, 2011

Kini, baru terbangun 295 kilometer dari 727 kilometer jalur utara kereta api dari Jakarta-Surabaya. Diharapkan tahun 2013, dibangun rel ganda sepanjang 432 kilometer, yakni Cirebon-Brebes dan Pekalongan-Semarang-Surabaya.

Berdasarkan data Direktorat Perkeretaapian, total biaya jalur ganda kereta lintas utara Jawa Rp 901 triliun. "Telah diputuskan, Ditjen Perkeretaapian yang membangun jalur rel ganda ini," kata Bambang Susantono.

Hingga tahun 2015, PT Kereta Api Logistics, sebagai anak perusahaan PT Kereta Api Indonesia, menargetkan pendapatan Rp 500 miliar per tahun. Dengan target laba Rp 50 miliar-Rp 60 miliar (ISW)

3

Sumber : Kliping Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat 21 Juli 2011

Setelah kliping selesai ditempel lalu membuat daftar isi. Adapun contoh dari daftar isi kliping berita PT. Kereta Api Indonesia (Persero) pada hari kamis, 21 Juli 2011 adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2

Contoh Daftar Isi Kliping

No	Media	Judul	Nilai Berita			Hal
			Pos	Net	Neg	
1	Kompas	KRL Kembali Terganggu		X		1
2	Kompas	Pameran dan Peluncuran Gerbong	X			2
3	Kompas	Cikarang Kirim 216 Peti Kemas Dengan Kereta	X			3
4	Kompas	Landasan Pacu Bandara Juanda Segera Diperbaiki	X			4
5	Bisnis Indonesia	Pemerintah Kaji KA Pakai BBM Bersubsidi	X			5
6	Koran Tempo	Harga Selangit, Tiket Pesawat Mudik tetap Diburu	X			6

7	Republika	Jalur mudik Dijamin Aman	X			7
8	The Jakarta Post	Foto : Shock Treatment		X		9
9	Suara Karya	Tiduran Diatas Rel Dapat Sembuhkan Penyakit		X		10
10	Investor Daily	Tiket Kereta Lebaran H-7 di Gambir Ludes	X			11
11	Investor Daily	Tarif Pesawat Jangan Sentuh Batas Atas	X			12
12	Pos Kota	Warga Terapi di Rel Kereta Api		X		13
13	Pos Kota	Berobat Mahal, Terapi Sepur Bukan Masalah		X		14
14	Rakyat Merdeka	KAI Genjot Perbaikan Sarana dan Prasarana	X			15
15	Pikiran Rakyat	Persiapan Lebaran, Kereta Masuk Bengkel	X			16
16	Pikiran Rakyat	Tiket KA Lebaran Nyaris Habis	X			17
17	Pikiran Rakyat	Seorang PNS Diduga Jadi		X		18

		Calo Tiket KA				
18	Tribun Jabar	Tiket KA H-1 Masih Tersedia	X			19
19	Radar Bandung	PT. KAI Harus Perjelas Jual Tiket	X			20
20	Galamedia	Tiket KA H-7 Habis	X			21
21	Detik.com	DPR Ingatkan Pemerintah Antisipasi Spekulan Tiket Mudik		X		22
22	Detik.com	PT. KAI : Berada Dijalur Kereta Api Berbahaya & dilarang	X			23
23	Detik.com	Penemu Terapi di Rel KA Rawa Buaya Masih Misterius		X		24
24	Detik.com	Listrik di Rel KA Capai Sampai 5-10 Volt, Bisa Bikin Gosong	X			25
25	Detik.com	KA Jarang Melintas, Warga		X		26

		Leluasa Terapi di Rel				
26	Detik.com	Dilarang Terapi di Rel KA Rawa Buaya, Warga Resah		X		27
27	Detik.com	Fenomena Terapi di Rel KA Karena Akses Kesehatan Terbatas		X		28
28	Detik.com	Proyek Pembanguna Flayover Diponegoro Akan Berlajut		X		29
29	Detik.com	Sehatkah Berbaring di Rel Kereta Api?	X			30
30	Detik.com	Dilarang Walikota Jakbar, Pengobatan di Rel KA Tetap Berjalan		X		32
31	Detik.com	Mankes Tak Anjurkan Terapi Tiduran di Rel Karena Bisa Kesetrum	X			33
32	Detik.com	PT. KAI Sudah Larang Warga Terapi di Rel Rawa Buaya	X			34

33	Kompas.com	Wow, Gerbong Perpustakaan Bikin Kejutan	X			35
34	Kompas.com	Yuk, Berwisata Dengan Kereta Api	X			36
35	Kompas.com	Rupanya Rel Rawa Buaya Berkhasiat		X		38
36	Okezone.com	PT. KAI Imbau Pemudik Beli Tiket Online	X			40
37	Okezone.com	Tiket KA Bisnis & Eksekutif Hingga H-2 Ludes Terjual	X			41
38	Okezone.com	Stasiun Solo Siapkan 2 Rangkain KA Eksekutif Tambahan	X			42
39	Okezone.com	Pemerintah Harus Antisipasi Spekulan Tiket Mudik		X		42
40	Vivanews.com	Penumpang KRL di srasiun Sudirman Berkurang		X		43
41	Okezone.com	Foto : Sensasi Terapi Listrik		X		44

		di Rel Kereta				
Jumlah			24	17		

Sumber : Kliping Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat 21 Juli 2011

2.2.1.3 Mendistribusikan Kliping Berita PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Setelah proses fotocopy sebanyak 50 rangkap diberi cover dan di*hackter*, kemudian didistribusikan ke : Direksi, Manajemen Resiko, Sekretaris Perushaan, Sistem Informasi, Pendidikan dan Pelatihan, Aset Produksi, Pelestarian Benda Bersejarah, Pusel, Logistik, Hukum, Sarana, Keuangan Perusahaan, Aset Non Produksi, Pembinaan dan Pengendalian Personalia, Pemasaran dan Penjualan Angkutan Barang, Perencanaan Strategi dan Pengembangan, Hubungan Masyarakat, dan Yayasan Pusaka. Penulis dengan peserta praktek kerja lapangan lainnya membagi tugas untuk penditribusian hasil kliping berita ke bagian yang telah ditentukan.

2.2.2 Kegiatan Insidentil Selama Praktek Kerja Lapangan

Selama penulis melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat Bandung ada beberapa kegiatan yang bersifat insidental yang dikerjakan.

2.2.2.1 Meliput Peringatan Ulang Tahun PIKKA yang Ke-9

Dalam kegiatan praktek kerja lapangan, penulis sempat mendapatkan tugas untuk membantu meliput peringatan ulang tahun PIKKA yang ke 9. yang berulang tahun bertepatan pada tanggal 17 Juli 2011 yang ke 9. Mengingat tanggal 17 Juli 2011 adalah hari Minggu maka acara ini dilaksanakan pada tanggal 19 Juli 2011, acara tersebut dilaksanakan di Auditorium PT. Kereta Api dari mulai jam 9 sampai dengan selesai

PIKKA merupakan suatu perkumpulan istri karyawan dan karyawati kereta api, bertepatan dengan ulang tahun persatuan istri karyawan dan karyawati kereta api, maka PT. Kereta Api mengadakan acara yang bertajuk dengan tema menghadapi perubahan kebijakan dalam terus berkarya. Acara ini di gelar dengan tujuan untuk meningkatkan motivasi kinerja karyawan, serta menjalin kedekatan antar istri karyawan dan karyawati PT. KAI. Adanya beberapa sambutan dari ketua panitia yang diwakilkan oleh wakil ketua panitia, beliau memaparkan tentang tujuan dan dasar-dasar berorganisasi dimana harus adanya semangat kerja bagi para karyawan PT. KAI tersebut. Sama halnya dengan sambutan yang diberikan oleh istri direksi PT. KAI yang mengharapkan dengan adanya kegiatan ini mengajak para istri karyawan bisa membantu menyemangati para suami yang bekerja di PT. KAI agar terciptanya

hubungan, komunikasi yang baik dan saling mendukung satu sama lain sehingga terbentuk kinerja yang baik.

Gambar 2.3

Peserta Perkumpulan Istri Karyawan dan Karyawati Kereta Api (PIKKA)



Sumber : Arsip Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat

Gambar 2.4

Pemotongan Tumpeng Oleh Dirut KA



Sumber : Arsip Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat

2.2.2.2 Membuat Laporan Berita *Straight News* dari Ulang Tahun PIKKA

Dalam kegiatan praktek kerja lapangan, penulis sempat mendapatkan tugas untuk membuat laporan berita berupa straight news dari hasil peliputan ulang tahun PIKKA yang dilaksanakan pada tanggal 19 Juli 2011, yang kemudian diserahkan kepada pembimbing sebagai bahan penilaian dan bukti telah melakukan peliputan sebuah acara.

Menurut pengertiannya straight news adalah berita langsung, apa adanya,[2] ditulis secara singkat dan lugas. Adapun contoh beritanya sebagai berikut :

Gambar 2.5

Hasil Berita Peliputan Ulang Tahun PIKKA



"Peringatan Ulang Tahun PIKKA Ke IX Dengan Gelaran Acara Menghadapi Perubahan Kebijakan Dalam Terus Berkarya"

Bertepatan dengan ulang tahun persatuan istri karyawan dan karyawati kereta api, maka PT. Kereta Api mengadakan acara yang bertajuk dengan tema menghadapi perubahan kebijakan dalam terus berkarya. PIKKA merupakan suatu perkumpulan istri karyawan dan karyawati kereta api, yang berulang tahun bertepatan pada tanggal 17 Juli 2011 yang ke 9. Mengingat tanggal 17 Juli 2011 adalah hari Minggu maka acara ini dilaksanakan pada tanggal 19 Juli 2011, acara tersebut dilaksanakan di Auditorium PT. Kereta Api dari mulai jam 9 sampai dengan selesai. Acara ini berlangsung dengan terbuka dan hidmat, tidak hanya itu direksi PT. KAI turut hadir dalam kesempatan acara ini.

Acara ini di gelar dengan tujuan untuk meningkatkan motivasi kinerja karyawan, serta menjalin kedekatan antar istri karyawan dan karyawati PT. KAI. Adanya beberapa sambutan dari ketua panitia yang diwakilkan oleh wakil ketua panitia, beliau memaparkan tentang tujuan dan dasar-dasar berorganisasi dimana harus adanya semangat kerja bagi para karyawan PT. KAI tersebut. Sama halnya dengan sambutan yang diberikan oleh istri direksi PT. KAI yang mengharapkan dengan adanya kegiatan ini mengajak para istri karyawan bisa membantu menyemangati para suami yang bekerja di PT. KAI agar terciptanya hubungan, komunikasi yang baik dan saling mendukung satu sama lain sehingga terbentuk kinerja yang baik.

Tidak hanya itu saja, Direksi PT. KAI turut memberikan sambutan dan dukungan penuh atas diadakannya acara ini. Dukungan serta sambutan yang diutarakan oleh Direksi PT. KAI mengenai pemasukan dan pengeluaran perusahaan secara garis besar, serta memnyampaikan berita baik tentang keadaan PT. KAI dimana pada tahun ini PT. KAI berada pada 20 besar perusahaan BUMN pada tahun 2011, dan diperkirakan pada tahun 2015 PT. KAI akan menempati peringkat ke 10 besar dalam daftar perusahaan BUMN. Karena adanya lonjakan penumpang dari tiap tahunnya apalagi mengahadapi lebaran/ musim mudik 2011 PT. KAI bekerjasama dengan pihak swasta untuk menambah jumlah kereta api. Yang selanjutnya adanya rencana dalam pengembangan-pengembangan kereta api di beberapa sejumlah daerah.

Dalam kesempatan ini secara tidak langsung Direksi PT. KAI memberikan dukungan penuh dimana "kesejahteraan karyawan demi mewujudkan PT. KAI menjadi lebih baik, dan ini merupakan suatu target yang benar-benar ingin dicapai" tegasnya. Dukungan ini diwujudkan dengan simbolisasi dengan pemotongan nasi tumpeng oleh Direksi PT. KAI yang diberikan kepada istri Direksi PT. KAI. Banyak hal positif yang bias diambil dari acara ini, panitia menyelenggrakan beberapa perlombaan dan memberikan penghargaan berupa hadiah kepada pemenang lomba. Ini bertujuan tak lain untuk mmingkatkan kinrerja karyawan PT. KAI

Sumber : Arsip Penulis 2011

[2] http://kries07.blogspot.com/2009/02/pengertian-berita.html. 11/11/2011, 15.30 wib

2.2.2.3 Posting Berita

Dalam kegiatan praktek kerja lapangan, penulis sempat mendapatkan tugas untuk membantu melakukan posting berita. posting berita sifatnya merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh pihak kehumasan. Berita yang diposting biasanya berita yang di dapat dari media online yang telah bekerjasama sebelumnya. Ada bebeapa media online yang sering digunakan adalah detik.com, okezone.com.

Posting berita yang dilakukan oleh humas PT. Kereta Api Indonesia adalah memasukan atau memasang berita seputar perkeretaapian kedalam situs atau web resmi PT. Kereta Api Indonesia yang tujuannya adalah untuk memberikan informasi seputar perkeretaapian kepada khalayak.

2.2.2.4 Diskusi dengan EVP (*Eksecutive Vice President*) Humas PT. Kereta Api Indonesia

Dalam kegiatan praktek kerja lapangan, penulis sempat mendapatkan pengarahan/diskusi yang diberikan oleh EVP Humas Kereta Api Indonesia Pusat Bandung yaitu Bpk. Sugeng Priyono. Dalam pengarahan/diskusi beliau menyampaikan tugas-tugas seorang Humas, kemudian sejarahnya PT. Kereta Api Indonesia.

Pada halaman berikutnya terdapat foto-foto saat diskusi/pengarahan yang berlangsung pada tanggal 27 Juli 2011 di

ruang kerja Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat Bandung Jln. Perintis Kemerdekaan No. 1, Bandung :

Gambar 2.6

Pengarahan oleh Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero)



Sumber : Arsip penulis 2011

2.2.2.5 Meliput Penutupan Pelatihan Jurusan JRRS dan JRR 1, 2, 3

JRRS dan JRR adalah orang yang bekerja dalam menangani persinyalan kereta api. Dimana semua hal yang mengurusi tentang persinyalan. Sinyal kereta api adalah sebagai informasi yang diberikan atau aba-aba bahwa kereta api telah datang. Selainitu mereka juga mengurusi tentang bagian teknik mesin yang ada pada kereta api. Jika

ada kereta api yang mengalami kerusakan maka merekalah yang bertanggung jawab. Kerja mereka lebih kepada terjun langsung k lapangan. Disamping itu mereka bertanggung jawab jika kereta siap diberangkatkan sehingga masinis hanya tinggal menjalankan.

Pelantikan ini telah dilaksakan satu bulan sebelumnya yaitu bulan juni yang dilaksanakan di lembang. Bentuk kegiatannya adalah pelatihan fisik dan mental adapun latihannya seperti apa yang dilakukan oleh para TNI, latihan ini dimaksudkan agar peserta lebih bisa berdisiplin dalam kerjanya. Adapun peserta yang ikut dalam pelantikan ini dari beberapa daop yang ada di Indonesia.

Gambar 2.7

Peserta Pelantikan



Sumber : Arsip Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusa

Gambar 2.8

Pemanggilan Peserta Terbaik



Sumber : Arsip Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat

Gambar 2.9

Penyematan Kepada Peserta



Sumber : Arsip Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat

Gambar 2.10

Pemberian Piagam Penghargaan



Sumber : Arsip Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat

2.2.2.7 Meliput Sengketa Tanah Milik PT. Kereta Api Indonesia (Persero)

Adanya sengketa tanah milik PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dengan pensiunan yang dulunya bekerja di PT. Kereta Api Indonesia (Persero), yang dulunya berganti nama serta kepemilikan dimana ada kesalah pahaman antar keduanya yang tetap mempertahankan *statement* mereka bahwa tanah tersebut adalah miliknya. Tanah tersebut berada di daerah JL.Ir. H Juanda (dago).

Kesalah pahaman ini muncul karena tidak ada kejelasan tenang surat tanah tersebut. Dalam hal ini PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menyerahkan kasus ini kepada kuasa hukumnya yang kemudian diproses, sehingga tempat tersebut di segel oleh pihak kepolisian yang kemudian diproses secara hukum.

Gambar 2.11

Menempelkan Tanda Aset PT. Kereta Api Indonesia (Persero)



Sumber : Arsip Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat

Gambar 2.12

Tanah Sengketa



Sumber : Arsip Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat

2.2.2.8 Mengepak Tabloid Kontak

Dalam kegiatan praktek kerja lapangan, penulis sempat mendapatkan tugas untuk membantu melakukanpengepakan tabloid kontak yang akan dikirim ke setiap daop dan stasiun

Tabloid kontak ini dibuat untuk memberikan informasi kepada seluruh karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) seputar perkeretaapian dan yang berhubungan dengan perusahaan atau sebagai media internal perusahaan.

Gambar 2.13

Mengepak Tabloid Kontak



Sumber : Arsip Penulis 2011

2.3 Deskripsi Mengenai Humas

2.3.1 Pengertian Humas

Humas adalah salah satu cabang Ilmu Komunikasi yang sangat penting. Setiap orang pasti melakukan fungsi humas baik untuk kepentingan dirinya sendiri maupun orang lain atau untuk kepentingan keluarga, kelompok, organisasi dan masyarakat.

Public relations merupakan sebuah ujung tombak dari perusahaan. Pada saat ini tidak ada organisasi yang tidak membutuhkan humas, karena salah satu fungsi dari *Public relations* adalah untuk menjaga image atau citra dari perusahaan. Oleh karena itu PT. Kereta Api Indonesia (Persero) menyadari akan pentingnya keberadaan humas dalam bagian perusahaan.

Adapun definisi dari *Public Relations* itu sendiri menurut *Tony Greener* adalah presentasi positif suatu organisasi kepada seluruh publiknya. Sedangkan menurut *The First World Forum Of Public Relations " Public relations practise* adalah seni dan ilmu pengetahuan mengenai proses menganalisis trends, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, memberikan konseling kepada pimpinan organisasi, dan mengimplementasikan program yang terencana yang akan melayani kepentingan organisasi dan publik." (Kriyantono, 2008 : 5)

Dalam definisi *Public Relation* seperti yang sudah disebutkan diatas, dapat kita ketahui bahwa *Public Relation* bukan hanya ujung tombak dari sebuah perusahaan yang salah satu fungsinya adalah untuk menjaga image atau citra dari sebuah perusahaan, tetapi humas juga dalam menjalankan kerjanya harus menganalisis mengenai masalah apa yang terjadi dalam perusahaannya. Tidak hanya sampai disitu peran seorang humas diperlukan dalam organisasi suatu perusahaan, setelah menganalisa kasus yang terjadi dalam perusahaan tersebut, sebaiknya seorang humas mengambil tindakan yang terbaik bagi perusahaan tersebut dan memikirkan resiko (akibat) apa yang dapat timbul dari keputusan yang telah diambil. Sebagai seorang humas atau *Public Relation* yang baik, hendaknya seorang humas dapat mengetahui citra perusahaan di mata publik. Apabila citra perusahaan kurang baik di mata publik, maka seorang humas sekiranya dapat memberikan saran, dan masukan kepada pemimpin perusahaan untuk membuat strategi agar citra perusahaan

tersebut menjadi baik di mata masyarakat atau publik. Karena setiap sesuatu yang bersangkutan dengan perusahaan harus mempunyai persetujuan dari pimpinan perusahaan, selain itu seorang humas juga bertugas untuk menjalankan program yang sudah terencana.

Perkembangan masyarakat yang sangat kompleks ternyata diikuti oleh pertumbuhan dan perkembangan organisasi bisnis yang semakin membesar. Kondisi ini membawa satu konsekuensi terhadap bentuk relasi yang terjadi antara masyarakat sebagai salah satu *stakeholder*nya.

Dan dapat kita ketahui bahwa fungsi *Public Relations* menurut *Cutlip dan Center* adalah untuk menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi, menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan, melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum, serta membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal. (Kriyantono, 2008 : 5)

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa *Public Relations* juga dapat membantu kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi, karena keberhasilan praktisi humas dalam menjalankan tugasnya bergantung kepada kepiawaiannya dalam mempersuasi pihak manajemen unutk menjalankan tanggung jawab sosial dan mempersuasi masyarakat untuk percaya kepada organisasi bahwa mereka telah menjalankan tugasnya dengan sebaik

mungkin. Dan seorang humas juga dapat menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan dan publik, dimana adanya feed back dari masyarakat kepada perusahaan yang berupa opini publik. Yang kemudian akan disampaikan oleh seorang humas kepada pimpinan perusahaan dan peran serta seorang humas dalam memberikan saran dan masukan kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum. Dan juga agar terbentuknya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan publik, baik publik eksternal maupun publik internal.

Humas atau *Public Relations* merupakan suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *goodwill*, kepercayaan penghargaan pada dan dari publik suatu badan khususnya dan masyarakat umumnya.

Humas atau *Public Relations* menurut (*British*) *Institute of Public Relations* (IPR) Frank Jefkins dalam bukunya "*Public Relations*" adalah sebagai berikut :

"*Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya ". (2003 : 9)

Dari definisi diatas maksudanya adalah "upaya yang terencana dan berkesinambungan", ini berarti humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang

diorganisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.

Sedangkan tujuan utamanya adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian, maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan. Dengan adanya kata "saling", maka itu berarti organisasi juga harus memahami setiap kelompok atau individu yang terlibat dengan khalayak atau publik.

2.3.3.1 Fungsi Humas

Perkembangan teknologi dan kondisi masyarakat yang semakin kompleks menjadi faktor penyebab yang membawa pengaruh sangat besar terhadap *public relations*.

public relations merupakan suatu konsep dasar yang menjadi arah acuan yang berhubungan dan bertanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat atau publiknya dapat menciptakan interaksi positif yang pada ujungnya akan bermanfaat bagi kedua belah pihak. *Public relations* menjadi dibutuhkan disuatu instansi pemerintah atau perusahaan swasta karena relasi dan interaksi merupakan satu kebutuhan penting dalam kehidupan bisnis dan organisasi yang ada dimasyarakat. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri oleh setiap instansi pemerintah atu perusahaan swasta karena komunikasi dan

interaksi yang dilakukan suatu instansi atau perusahaan akan menentukan keberhasilan serta kemajuan instansi atau perusahaan swasta tersebut.

Organisasi atau perusahaan pasti selalu berhubungan dengan khalayaknya. Namun praktisi humas pada saat ini sudah harus memfokuskan pekerjaannya pada khalayak tertentu saja. Khalayak humas, yaitu kelompok atau orang-orang yang berhubungan atau berkomunikasi dengan perusahaan, baik khalayak internal maupun eksternal.

Dan adapun ruang lingkup pekerjaan humas mencakup enam bidang pekerjaan yaitu : 1. Publisitas. 2. Pemasaran. 3. *Public Affair*. 4. Manajemen Isu. 5. Lobi. 6. Hubungan Investor. Seluruh bidang pekerjaan humas tersebut telah menghasikan spesialisasi kehumasan yang bersifat khusus. (Morissan, 2008 : 31-32)

Menurut *Cutlip dan Center*, dalam bukunya "*Effective Public Relations*" mengemukakan bahwa fungsi *Public Relations* itu mengandung tiga unsur, yaitu :

1. "*To ascertain and evaluate public opinion as it relatestohi organizations*" (menjamin dan menilai opini public yang ada dari organisasi).
2. "*To counsel executives on ways of dealing with public opinion as it exits*" (untuk memberikan nasehat/penerangan pada manajemen dalam hubungannya dengan opini public yang ada).
3. "*To use communication to influence public opinion*"(untuk menggunakan komunikasi dalam rangka mempengaruhi opini publik).(1987:54)

Effendy, dalam bukunya "Hubungan Masyarakat" mengemukakan fungsi Public Relations, yaitu :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan public, baik public ektsern atau intern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada public dan menyalurkan opini public kepada organisasi.
4. Melayani public dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum (1986:36)

Dengan demikian S.Steinberg tujuan *Public Relations* pada dasarnya berfungsi menghubungkan publik-publik yang berkepentingan di dalam suatu perusahaan. Publik disini merupakan bagian dari publik internal maupun publik eksternal.

2.3.1.2 Tujuan *Public Relations*

Tujuan utama *Public Relations* adalah "Menciptakan dan memelihara saling pengertian" (Jefkin, 1955:9). Maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak yang berkepentingan, seta berusaha menciptakan kondisi yang menyenangkan sehingga dapat menciptakan, meningkatkan dan memelihara citra positip masyarakat dengan komunikasi yang timbal balik.

Public Relations mempunyai peran yang sangat penting bagi suatu perusahaan atau suatu institusi. Ke-urgen-an *Public Relations* dalam suatu organisasi, perusahaan atau instansi ini sangat mempengaruhi tugas *Public Relations* itu sendiri. Secara garis besar, tujuan *Public Relations* itu menyangkut 3 hal yaitu :

1. Reputasi dan citra. Tugas *Public Relations* tidak dapat lepas dari reputasi dan citra, dengan asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan semakin tingginya akses publik terhadap ‘output’ dari perusahaan tersebut.
2. Jembatan komunikasi. *Public Relations* menjadi komunikator dan mediator organisasi dengan lingkungannya.
3. ‘Mutual benefit relationship’, yaitu *Public Relations* harus menjamin kepada publik bahwa perusahaan berada didalam operasinya memiliki niat baik dalam berbisnis yang diwujudkan dalam tanggung jawab sosial dan diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan diantara perusahaan dan publiknya. (Darmastuti, 2007 : 16)

2.3.2 Analisis Kegiatan Kerja Praktek Lapangan

Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat Bandung kegiatannya terbagi menjadi dua, yaitu hubungan dengan pihak internal dan hubungan dengan pihak eksternal. Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat Bandung adalah satuan organisasi yang berada di bawah PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat Bandung. Humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat, Bandung dipimpin oleh seorang Kepala Bidang Humas (Kabid Humas) yang bertanggung jawab langsung kepada Sekretaris Perusahaan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Pusat Bandung.

Kegiatan Internal Humas berhubungan dengan kegitan-kegitan yang berada di dalam perusahaan seperti merencanakan program-program yang dapat meningkatkan semangat kerja karyawan, penyuluhan kepada karyawan, dan penerbitan media internal perusahaan yaitu Tabloid “KONTAK”.

Adapun bentuk kegiatan internal humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) antara lain :

1. Membuat kliping berita/ pers sebagai media informasi berita kepada tiap difisi
2. Meliput kegiatan-kegiatan yang diadakan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sepeti ulang tahun PIKKA dan penutupan pelantikan, serta kegiatan yang lainnya yang bisa dijadikan sebagai bahan informasi baik itu kepada seluruh karyawan maupun sebagai dokumentasi perusahaan.
3. Dan mengurusi penerbitan tabloid KONTAK, serta mendistribusikannya ke setiap stasiun.

Sedangkan hubungan dengan pihak eksternal berkaitan dengan penyuluhan eksternal, hubungan dengan pers/media massa, dan tata usaha. Kegiatan eksternal lain yaitu program kerja per semester selama setahun, dan penerbitan majalah “REL” tiap bulannya sebagai sarana informasi kepada masyarakat, posting berita kepada situs resmi PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang bertujuan sebagai informasi baik itu karyawan, pers/ media massa, maupun masyarakat seputar perkeretaapian.

2.3.3 Analisa Aplikasi Praktek Kerja Lapangan Dengan Bidang Keilmuan Humas

Penulis menganalisis bahwasannya selama penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) penulis terlibat dalam komunikasi antar persona, komunikasi massa dan komunikasi organisasi. Komunikasi antar persona terjadi ketika penulis berbincang dengan pembimbing Praktek Kerja Lapangan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) dimana beliau mengarahkan penulis untuk bekerja sesuai dengan tugas humas. Komunikasi organisasi terjadi ketika penulis melakukan *sharring* dan diskusi mengenai komunikasi dll. Komunikasi massa terjadi ketika penulis melakukan posting berita dalam situs resmi (web) PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Selama penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero), penulis melakukan aktivitas kerja yang sesuai dan berkaitan erat dengan komunikasi sebagai latar belakang pendidikan penulis. Aktivitas yang dilakukan beragam, ada yang bersifat rutin dan insidental. Aktivitas tersebut tentunya menambah wawasan penulis, memperbanyak pengetahuan dan pengalaman dalam pekerjaan dan mempertajam *skill* penulis yang harus bersiap untuk menghadapi dunia kerja yang sebenarnya.

Selama Praktek Kerja Lapangan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) penulis diperkenalkan dan diajarkan mengenai apa saja tugas humas baik internal maupun eksternal, namun disini pada pengaplikasiannya penulis lebih dikenalkan dan ditekankan lebih kepada pengaplikasian tugas humas

internal. Pada prakteknya penulis diberikan kesempatan untuk mencari kliping berita dari media cetak yang kemudian didistribusikan kesetiap divisi sebagai bahan informasi, diajarkan untuk proaktif memberikan tanggapan dan solusi, selain itu penulis juga dilatih untuk meliput kegiatan-kegiatan yang diadakan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) sepeti ulang tahun PIKKA dan penutupan pelantikan, serta kegiatan yang lainnya yang bisa dijadikan sebagai bahan informasi baik itu kepada seluruh karyawan maupun sebagai dokumentasi perusahaan, penulis juga diberikan kesempatan untuk mengurusi dalam penerbitan tabloid KONTAK yang kemudian akan didistribusikan kepada setiap stasiun. Tidak hanya itu penulis juga diharapkan bisa proaktif dalam kegiatan ekternal humas dimana penulis diperkenalkan dan diajarkan untuk posting berita kepada situs resmi PT. Kereta Api indonesia (Persero) dan diberikan pandangan mengenai aplikasi ilmu komunikasi di kehidupan nyata terutama didunia pekerjaan.

Bagi penulis tugas-tugas yang diberikan oleh pembimbing Praktek Kerja Lapangan dari PT. Kereta Api indonesia (Persero) sudah sangat berinterpretasi langsung dengan aplikasi ilmu komunikasi. Seperti contohnya adalah kegiatan peliputan dimana kemampuan penulis dalam mengumpulkan data dan informasi tentang suatu kegiatan yang dilakukan PT. Kereta Api indonesia (Persero) serta kemapuan penulis dalam hal etika penulisan berita yang nantinya akan dijadikan sebagai *press release*, dan sebagai dokumentasi humas. Tidak hanya jurnalistik seorang humas juga dituntut harus bisa menulis berita, sama halnya dengan penulis harus mampu menulis dan

melaporkan seperti apa saja kegiatan yang telah dilakukan yang nantinya informasi tersebut di sebarkan melalui tabloid KONTAK agar kaywan dapat mengetahuinya, atau dapat dijadikan sebagai dokumentasi bagi perusahaan.

Pada Praktek Kerja Lapangan ini penulis ditugaskan untuk mencari kliping yang kemudian ditempel dan diperbanyak dan didistribusikan ke setiap divisi. Dalam dunia humas yang sebenarnya mencari berita kemudian mengklipingnya adalah suatu kegiatan yang rutin dilakukan karena sifatnya yang sangat penting sebagai bahan informasi dan dokumentasi. Seorang humas diharapkan bisa jeli terhadap suatu permasalahan yang terjadi baik didalam perusahaan maupun di luar perusahaan, maka dari itu mengkliping berita adalah salah satu kegiatannya, karena dengan mengkliping berita humas dapat mengetahui dan menemukan informasi apapun yang menyangkut perusahaan, sehingga masalah yang muncul tersebut agar dapat segera mendapat respon, diselesaikan jika berita negatif, sedangkan jika berita positif dapat menjaji acuan untuk kedepannya.

Pada hari berikutnya penulis diberi kesempatan untuk posting berita, dimana berita yang sudah didapatkan seputar perkeretaapian diposting ke web resmi PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Pada dasarnya posting berita adalah kegiatan eksternal yang dilakukan humas PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang tujuannya adalah sebagai informasi kepada semua orang termasuk karyawannya sendiri. Seorang humas harus bisa mengelola sarana informasi tersebut agar terciptanya komunikasi yang efektif sehingga apa yang ingin disampaikan bisa tersampaikan dengan baik.

Penulis lalu diajarkan bagaimana cara berdiskusi yang sopan sesuai dengan komunikasi organisasi. Diskusi sangat diperlukan dalam dunia kerja yang nyata karena sangat mustahil seseorang bekerja sendiri tanpa membutuhkan orang lain. Dalam hal ini diskusi sangat diperlukan agar komunikasi berjalan efektif. Penulis diajarkan bagaimana caranya menyanggah, memberikan solusi dan mengeluarkan pendapat.

Melalui Praktek Kerja Lapangan 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 lebih baik jika penulis bersikap proaktif kepada pembimbing Praktek Kerja Lapangan dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Proaktif dalam bertanya tentunya akan semakin memperluas referensi pengetahuan bagi penulis.

Waktu Praktek Kerja Lapangan penulis bertepatan dengan datangnya tabloid KONTAK dari percetakan yang kemudian akan didistribusikan kepada setiap stasiun. Disini penulis diberikan pengetahuan seputar isi dari rubrik-rubrik yang ada dalam tabloid KONTAK itu apa saja serta bagaimana cara menulis berita yang baik serta, bahasa penulisan yang seperti apa yang harus dipergunakan agar sesuai, dan cara peliputannya dalam hal mencari berita. Tidak hanya itu penulis diberikan informasi oleh pembimbing bahwa berita yang diliput oleh penulis sewaktu Praktek Kerja Lapangan dipakai dan diterbitkan di tabloid KONTAK.

Tabloid KONTAK adalah suatu media internal yang ada di PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang dibuat oleh pihak humas, yang tujuannya adalah agar dapat mengkomunikasikan atau sebagai alat komunikasi dan informasi dalam perusaan. Disinilah peran humas sangat dibutuhkan kembali dimana kemampuan dan kreatifitas seorang humas benar-benar diperlihatkan dan ditonjolkan, sama halnya dengan penulis.

Selain itu tidak lupa penulis pun *sharring* dengan pembimbing Praktek Kerja Lapangan mengenai aplikasi ilmu komunikasi dan kehumasan didunia pekerjaan. Ternyata melalui komunikasi masalah bisa terselesaikan dan dengan komunikasi pula masalah bisa muncul. Komunikasi bersifat *irreversible* yang artinya tidak bisa diulang, ditarik ataupun diubah. Maka dari itu komunikasi harus dilakukan secara baik dan efektif agar tidak merugikan diri sendiri dan orang lain.

Selama penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Kereta Api Indonesia (Persero), tentunya penulis mengerjakan berbagai pekerjaan baik yang bersifat rutin ataupun insidental. Pekerjaan yang rutin memiliki dampak positif berupa penulis diberikan gambaran bagaimana pekerjaan humas sehari-hari, bagaimana menjalani pekerjaan rutin tersebut dan kiat-kiat mengerjakan 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 berasumsi, 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.

Humas diharapkan mampu menjadi ujung tombak dari PT. Kereta Api Indonesia (Persero) ini dimana humas akan mencitrakan bagaimana PT. Kereta Api Indonesia (Persero) itu sendiri. Melalui humas pula citra PT. Kereta Api Indonesia (Persero) akan terlahir dan humas-humas yang profesionalah yang mampu melahirkan citra yang positif sebagai citra PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

Para anggota divisi humas akan lebih baik atau idealis jika diisi oleh orang-orang yang berlatar pendidikan komunikasi konsentrasi hubungan masyarakat karena tentunya ilmunya akan sangat berguna dalam pekerjaan yang sesuai dengan apa yang diajarkan di bangku kuliah. Mereka sudah tahu seluk beluknya dunia kehumasan karena selama berkuliah hal-hal yang berkaitan dengan humaslah yang dibahasnya setiap hari.

Humas yang *state of being* tentunya memiliki *job desk* yang pasti dan struktur organisasi kehumasan yang jelas, dimana pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik dan lebih tersrtuktur karena mempunyai tanggungjawab masing-masing sesuai dengan jabatan yang diembannya. Hal ini tentunya sangat baik karena bekerja dan pekerjaan pun akan semakin teratur sehingga ini berimbas pada peningkatan efektifitas kerja karyawan PT. Kereta Api Indonesia (Persero) yang tentunya sangat menguntungkan untuk PT. Kereta Api Indonesia (Persero).

2.3.4 Analisa Pelayanan Humas PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Pusat, Bandung Kepada Mahasiswa *Job Training*

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan.[3]

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 PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Pusat Bandung terhadap penulis sangat baik. Selama melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Pusat Bandung, penulis merasa beruntung mendapatkan kesempatan, karena pada hari pertama melakukan PKL penulis diperkenalkan oleh pegawai humas PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Pusat Bandung, penulis merasa nyaman dengan sambutan yang ramah dari para pegawai humas PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Pusat Bandung, dan karyawan-karyawan PT. Kereta Api Indonesia (PERSERO) Pusat, Bandung di bagian lainnya.

Kesempatan itu telah memberikanan pengalaman bagi penulis, khususnya mengenai Praktek kerja Humas perusahaan dan umumnya

[3] http://definisi-pengertian.blogspot.com/2011/04/definisi-surat.html (Minggu (14-11-2011, 14 : 25 wib)

mengenai pengaplikasian teori dan praktek yang didapat mahasiswa selama perkuliahan terhadap lingkungan perusahaan.

Penulis juga sering mendapatkan pengarahan dan bimbingan dari pembimbing PKL. Khususnya dalam membuat kliping pers, penulis juga diberikan kesempatan untuk mengikuti kegiatan itu acara yang dilaksanakan di lingkungan perusahaan. Hasil kerja praktek ini memberikan suatu pemahaman yang berarti bagi penulis tentang bagaimana sistematika kerja humas dalam perusahaan.