BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 AktivitasKegiatanPraktekKerjaLapangan

Praktek kerja lapangan di PT. Coca-Cola Amatil Indonesia memberikan peneliti banyak pengalaman yang belum pernah di bayangkan sebelumnya. Menjaga sikap sangatlah penting karena sebagai mahasiswa dituntut untuk siap masuk langsung ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya. Tentunya membutuhkan usaha agar sebagai mahasiswa dipandang memiliki sikap yang sopan dan santun terlebih lagi membawa nama almamater Universitas Komunikasi Indonesia yang otomatis akan membawa dampak positif jika berkelakuan baik.

Banyak sekali hal yang peneliti kerjakan di *PT. Coca-Cola Amatil Indonesia* dalamjangka waktu dua bulan melaksanakan PKL disana, antara lain :

Tabel 2.1

AktivitasKerjaSelama PKL

No.	Hari & Tanggal	Aktivitas	Ket
1.	04 Juli 2011	Perkenalan	Insidentil
		Mengerjakan task 1, 2, 3	Rutin
2.	05 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Mempelajari fotografi	Insidentil
		Pengambilan gambar untuk tugas	Rutin
		Induction	Insidentil
3.	06 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
4.	07 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Rapat bersama warga	Insidentil
5.	08 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Memesan biji tanaman keras	Rutin
6.	11 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan	Rutin

		survey di *green house*)	
		Menentukan jadwal meeting	Insidentil
		"Charles Mason Farewell Visit Bandung Plant"	Insidentil
7.	12 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Meeting bersama warga "Perjanjian Kerjasama Pelaksanaan Pekerjaan Program Coke Farm"	Insidentil
8.	13 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
9.	14 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Coke Tour Universitas Brawijaya Malang Jurusan Teknologi Pertanian	Rutin
		AntarKita	Rutin
10.	15 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Coke Tour Perguruan Advent - Bandung	Rutin

11.	18 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
12.	19 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
13.	20 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		APINDO Meeting	Insidentil
14.	21 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Absensi Pekerja	Insidentil
15.	22 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Sosialisasi kepada pekerja	Insidentil
16.	23 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
17.	25 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
18.	26 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Coke Tour Universitas Pajajaran jurusan Farmasi - Bandung	Rutin
		Coke Tour STMIK DCI -	Rutin

		Tasikmalaya	
19.	27 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Mencoba *Fermi Composting*	Insidentil
20.	28 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		NO Team Visit	Insidentil
21.	29 Juli 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
22.	01 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
23.	02 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
24.	03 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Kedatangan mahasiswa PKL dari UNPAD	Insidentil
25.	04 Agustus 2011	Memberikan arahan kepada mahasiswa PKL dari UNPAD	Insidentil
		Report Coke Farm (melakukan	Rutin

		survey di *green house*)	
		Send Post	Rutin
		Media Clipping	Rutin
26.	05 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
27.	06 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Coke Tour Warga Rw 01, 02, 03 Desa Cihanjuang Sumedang	Rutin
28.	09 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Penghitungan Compost	Insidentil
29.	10 Agustus 2011	*Coke Tour* SMP Cimanggung	Rutin
		Safari Ramadhan SO Bandung Metro	Rutin
30.	11 Agustus 2011	Buka puasa bersama "Amarosa Hotel"	Rutin
		Safari Ramadhan Cianjur	Rutin
31.	12 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan *survey* di *green house*)	Rutin
		Safari Ramadhan SO Purwakarta	Rutin
32.	14 Agustus 2011	Buka puasa bersama "Grand	Rutin

		Serela Hotel"	
33.	15 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Safari Ramadhan Bandung Plant	Rutin
		Buka puasa bersama "The Papandayan Hotel"	Rutin
34.	18 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
35.	19 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Menjalin kerjasama bersama media cetak 'Sumedang Ekspress'	Insidentil
		Safari Ramadhan SO Cirebon	Rutin
36.	20 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
37.	22 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Mading	Insidentil
38.	23 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		Coke Tour UNPAD S2 Magister	Rutin

		Manajemen SDM	
		Kunjungan BAPEDA (Badan Pemerintah Daerah)	Insidentil
39.	24 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		List Sampling Lebaran untuk Relasi 2011	Rutin
		Mencari Media yang dibutuhkan	Insidentil
40.	25 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
41.	26 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin
		List Sampling Lebaran untuk Relasi 2011	Rutin
42.	27 Agustus 2011	*Report Coke Farm* (melakukan survey di *green house*)	Rutin

Sumber : Dokumentasi Pribadi

2.2 DeskripsiKegiatan Praktek Kerja Lapangan

Selama melakukan PKL disini banyak sekali ilmu yang bisa peneliti ambil. Peneliti merasa sangat bersyukur sekali bisa ditempatkan di Divisi Public Relation atau jika di *PT. Coca-Cola Amatil Indonesia* biasa disebut dengan Corporate Affair Officer. Tentunya semua pekerjaan yang peneliti lakukan disana sangat sesuai sekali dengan apa yang Public Relation lakukan. Dapat dirasakan sedikit banyak bedanya materi yang didapat di universitas dengan praktek langsung ke lapangan tentang tugas-tugas Public Relation yang sesungguhnya. Tetapi tetap ilmu yang di dapat dari universitas sangat membantu sekali dalam melakukan tugas – tugas yang peneliti lakukan selama PKL. Peneliti akan mencoba mendeskripsikan beberapa kegiatan yang rutin dan kegiatan insidentil yang dilakukan selama masa PKL, antara lain :

2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

Kegiatan rutin adalah kegiatan yang berulang atau sering kita lakukan selama masa praktek kerja lapangan berlangsung.

1. ***Coke Farm Report*:**

Coke Farm adalah program CSR milik *PT. Coca-Cola Amatil Indonesia* Unit Jawa Barat. Mereka merawat green house yang dikelola oleh masyarakat disekitar Pabrik Coca-Cola, keuntungan atau panen yang dihasilkan seluruhnya akan mutlak menjadi milik petani yang mengelolanya. Mulai dari Pupuk yang dibuat dari bahan organik hingga sayur- mayur dan panen ikan yg dihasilkan akan menjadi milik petani tersebut. Sirkulasi yang dilakukan untuk pergantian petani adalah setiap tiga bulan sekali. Mereka juga membudidayakan tanaman kerjas seperti Trembesit dan Mahogany, nantinya jika sudah cukup umur tanaman keras tersebut akan di tanam di daerah yang kurang baik penghijauannya seperti daerah yang rawan longsor. Coke Farm Report adalah laporan yang setiap harinya saya kerjakan. Biasanya saya melakukan survey terlebih dahulu ke lokasi CSR yaitu Coke Farm yang berada tidak terlalu jauh dari head office. Yang saya lakukan adalah Memonitoring apa saja pekerjaan yang telah dilakukan oleh para petani. Sudah sejauh mana pekerjaan yang mereka lakukan. Lalu memberikan arahan menganai hal-hal baru yang harus para petani lakukan. Dan juga menghitung berapa tanaman yang masih layak untuk dirawat dan mana tanaman yang tidak sehingga bisa langsung dimasukan dalam kategori failed.

Tabel 2.2

Coke Farm Bandung Plant Report

MTD : AGUSTUS 2011

PLANTATION PROGRAM

No	Plants Name	Seeding Plantations (0-30 days)				Growing Plantations (30-60 days)				Growing Plantations (60-90 days)				Growing Plantations (90-120 days)				Harvesting		
		Qty	Unit	Age (Days)	Remarks	Qty	Unit	Age (Days)	Remarks	Qty	Unit	Age (Days)	Remarks	Qty	Unit	Age (Days)	Remarks	Qty	Unit	Date
VEGETABLES																				
1	Chili					168	drum	36	days											
2	Tomato	200	Plant	16	days															
3	Selada																			
4																				
5																				
6																				
TREES																				
1	Mahogany	4218	PET	20	days															
2	Trembesi	4665	PET	20	days															
3																				

No	Name	Week 1		Week 2		Week 3		Week 4				TOTAL	
		QTY	Unit	QTY	Unit	QTY	Unit	QTY	Unit			QTY	Unit
1	PET Used	5836	pieces	5836	pieces	8883	pieces					0	pieces
2	Drum Used	168	pieces	168	pieces	168	pieces					0	pieces
3	Sack Used												
4	Polybags Used												

No	Name	Week 1		Week 2		Week 3		Week 4				TOTAL		Harvesting		
		QTY	Unit	QTY	Unit	QTY	Unit	QTY	Unit			QTY	Unit	Qty	Unit	Date
1	Tea Leaf	840	kg	1680	kg	1680	kg									
2	Fermi Composting	20	kg	20	kg	_	_							20	kg	
3	Compost	7539	kg	7539	kg	7539	kg									

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Gambar 2.1

Coke Farm (Green House)



Sumber : Dokumentasi Pribadi

2. *Coke Tour* :

Coke Tour adalah memperkenalkan sejarah dan segala hal yang berhubungan dengan Coca – Cola kepada pengunjung yang telah membuat janji sebelumnya. Pertama-tama pengunjung di persilahkan untuk menempati ruang auditorium untuk menonton video dokumentasi Coca-Cola dari mulai pertama kali Coca-Cola dibuat, dijual secara seadanya, hingga Coca-Cola dipatenkan mereknya karena pada saat itu banyak sekali yang meniru minuman ringan Coca-Cola ini, hingga Coca-Cola bisa sampai ke Indonesia dan sekarang ini menjadi perusahaan minuman ringan nomer satu di dunia.

Gambar 2.2

Menonton Video Pada Saat *CokeTour*



(Saya memimpin Coke Tour yang dikunjungan oleh SMP Cimanggung)
Sumber: Dokumentasi Peneliti

Lalu setelah menonton video, para pengunjung dibawa untuk menikmati bagaimana cara *Coca-Cola* dibuat dengan menggunankan mesin-mesin canggih, tentu saja pengunjung dibawa ke pabrik Coca-Cola line 1, line2, dan line 3. Biasanya dalam satu minggu paling sedikit Coke Tour kedatangan kunjungan dua kali, ini membuktikan Coca-Cola masih memiliki daya tari yang sangat besar dikalangan masyarakat luas.

Gambar 2.3

Mengelilingi *line 1, line 2, dan line 3*



(Saya sedang menjadi tour guide didalam pabrik Coca-Cola)
Sumber: Dokumentasi Peneliti

3. Send Post :

Mengirim Majalah "Antar Kita" kepada beberapa Distric Sales Manager melalui paket post. Pekerjaan ini rutin dikerjakan setiap Majalah Internal

Antarkita datang setiap satu bulan sekali dari NO (National Office) yang bertempat di Jakarta. Agar Head Office yang tersebar diseluruh Jawa Barat bisa mengetahui perkembangan terkini mengenai *PT. Coca-Cola Amatil Indonesia*.

Gambar 2.4

Send Post



(Majalah Antarkita yang akan dikirim ke beberapa Distric Sales Manager)

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 2.5

Majalah *Internal* Antarkita



Sumber : Dokumentasi Pribadi

4. *Meeting* :

Meeting sering sekali dilakukan oleh *PT. Coca-Cola Amatil Indonesia*, terutama divisi *Corporate Affair Officer* karena langsung berhubungan dengan publik luar sehingga kebijakan perusahaan yang akan dilakukan harus selalu sesuai dengan keinginan kedua belah pihak antara perusahaan dan publik luar agar tidak ada yang dirugikan. Contohnya jika ada kebijakan mengenai apapun yang berhubungan dengan lingkungan maka *Corporate Affair Officer* harus mengadakan meeting dengan masyarakat yang tinggal disekitar pabrik *Coca-Cola* agar jika terjadi apa-apa setidaknya telah dibicarakan dahulu sebelumnya mengenai kesepakatan bersama yang diambil. Lalu jika *PT. Coca-Cola Amatil Indonesia* akan mengadakan acara tentunya akan membutuhkan publikasi kepada masyarakat luas agar masyarakat mengetahui acara-acara apa saja yang

dilakukan untuk meningkatkan citra positif perusahaan. Pastilah membutuhkan beberapa media untuk di ikut sertakan dalam acara, maka perlulah juga mengadakan meeting sebelumnya dengan media yang akan diikut sertakan dalam acara tersebut.

5. **Memesan bibit tanaman keras :**

Memesan bibit tanaman keras kepada PERHUTANI menjadi rutinitas karena mengingat CCAI dalam konsen terhadap program CSR mengenai komitmenya terhadap lingkungan sekitar Pabrik Coca-Cola Amatil Indonesia Unit Jawa Barat. Sehingga memiliki target dapat menanam bibit tanaman keras sebanyak 60.000 bibit dalam waktu beberapa bulan dan setelah berumur 3 bulan dapat didonasikan kepada wilayah yang penghijauannya kurang.

6. **Safari Ramadhan Per Sales Office :**

Safari ramadhan atau berkeliling dan melakukan sedekah kepada anak yatim di beberapa sales office Unit Jawa Barat dalam bulan ramadhan menjadi agenda rutin selama bulan puasa tentunya. Hal yang dilakukan adalah mengundang anak yatim, mendengarkan ceramah bersama-sama, buka puasa bersama dan yang terakhir adalah membagi-bagikan bingkisan kepada setiap anak yatim

7. **List Sampling Lebaran Untuk Relasi 2011** :

Memeriksa list sampling lebaran untuk relasi 2011, agar tidak ada relasi yang terlewat. Setiap harinya di update agar bila ada relasi baru yang belum termasuk kedalam daftar, bisa langsung dicatat. Kegiatan ini adalah semacam membagi-bagikan THR. Setiap instansi, departement atau bahkan pribadi yang

memiliki hubungan kerjasama dengan CCAI akan dikirim beberapa kerat produk PT. Coca-Cola Company.

8. ***Media Clipping*** **:**

Mencari berita – berita yang memuat tentang segala macam hal yang berhubungan dengan *Coca - Cola*, seperti *event – event* yang telah dilakukan, program CSR yang saat ini sedang berjalan, penghargaan yang diraih, pencapaian tertinggi yang telah diraih, dll. Lalu mengumpulkannya dan mengaturnya ke dalam *Media Clipping*.

2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidentil

Kegiatan Insidentil adalah kegiatam yang dilakukan sekali-kali. Atau bahkan dilakukan hanya sekali saja, seperti kegiatan tambahan.

1. **Perkenalan :**

Hari pertama peneliti bertemu dengan pembimbing PKL yaitu adalah Bpk. Geri Centura selaku Corporate Affair. Beliau menjelaskan tentang hal apa yang harus dan tidak harus dilakukan dilakukan sebagai seorang Humas. Lalu beliau menjelaskan mengenai tugas yang harus dilaksanakan sebagai corporate affair officer CCAI.

2. **Pengambilan gambar untuk tugas :**
3. Mengambil objek foto yang akan dijadikan bahan laporan pada "*Coke Farm*". Sebagai bukti bahwa laporan yang peneliti buat untuk perusahaan adalah nyata dan tidak dibuat-buat.

4. **Induction :**

Pengarahan mengenai keselamatan dalam bekerja. Apa dan bagaimana sikap kita saat menemui hal yang membahayakan diri kita.

5. **Charles Mason Farewell Visit Bandung Plant :**

Acara ini seperti meet and great bersama Bpk. Carles Masion sebagai Manufacturing Direction CCAI sekaligus pelepasan beliau karena beliau ingin istirahat di masa tuanya. Ingin kembali ke negara asal yaitu Afrika Selatan, berbagi waktu bersama keluarga dan melakukan bisnis sampingan saja untuk mengisi waktu luangnya. Pesan dan kesan terakhirnya yaitu beliau sangat bangga kepada team Bandung karena merupakan team yang sangat produktif melebihi team Surabaya. Dalam acara ini pun diadakan penobatan "The Best Employee" yang tentu sebagai apresiasi kepada para pegawai terbaik yang telah memberikan jasa terbaiknya kepada perusahaan diberikan sejumlah gift.

6. **APINDO Meeting :**

APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia) memimpin rapat laporan tahunan di auditorium Bandung Plant.

7. **NO Team Visit :**

NO Team dari Jakarta datang. Mereka adalah Bpk. Galih, Diah Permatasari, Andika Kumala 'fatih', Mita Efianti dan Pipit Dian. Banyak sekali hal yang mereka tanyakan mengenai Coke Farm mulai dari kelayakan lahan hingga luas lahan yang mereka singkronisasikan dengan berapa banyaknya tanaman yang seharusnya ada di Coke Farm. Acara berlanjut pada seeding

tanaman keras yaitu menanam trembesi secara bersama-sama lalu setelah itu lanjut dengan acara panen ikan hasil dari budi daya di Coke Farm.

8. Menentukan jadwal meeting :

Menentukan jadwal meeting untuk "Perjanjian Kerjasama Pelaksanaan Pekerjaan Program Coke Farm". Ahirnya ditentukan meeting menjadi dua bagian, bagian pertama dihadiri oleh ketua RW 1 bpk. Furkon, RW 2 bpk. Solihin dan RW 3 bpk. Adom. Ikut pula dihadiri oleh petani yang telah habis masa kontraknya yaitu adalah bpk. Dadang dan bpk. Dodi. lalu meeting bagian ke dua dihadiri oleh para petani baru yang akan menggantikan para petani lama yaitu adalah bpk. Engkus, bpk. Endang dan bpk. Agus.

9. Absensi Pekerja :

Membuat statistik absensi pekerja. Agar para pekerja dapat bekerja secara teratur dan tidak seenaknya dan tentunya lebih bertanggung jawab.

10. Rapat bersama warga :

Bpk. Geri Centura selaku Corporate Affair Officer memberikan pengarahan kepada warga disekitar kantor CCAI tentang pengelolaan Coke Farm. Yang dihadiri oleh perwakilan RT 2 yaitu Bpk. Solihin, perwakilan RT 3 yaitu Bpk. Adom dan dihadiri oleh Bpk. Engkus yang merupakan salah satu warga. Pertemuan ini membicarakan tentang perjanjian kerjasama pelaksanaan pekerjaan program Coke Farm. Mulai dari sistematika kerja hingga keuntungan apa saja yang akan diperoleh warga jika ikut berpartisipasi dalam Program Coke Farm.

11. Fermi Composting :

Mencoba menggunakan cacing sebagai bahan campuran untuk membuat compost. Percobaan dilakukan dalam dua minggu, jika berhasil daun teh basah yang diberikan sebagai pakan untuk cacing akan habis dan berganti dengan kotoran cacing sebagai compostnya.

12. Penghitungan Compost :

Menghitung berapa jumlah dan berat pupuk compost yang berada di Coke Farm untuk selanjutnya diserahkan kepada Bpk. Dadang dan Bpk. Dodi petani yang lama karena dalam perjanjian yang telah disepakati pupuk compost menjadi hak milik mereka.

13. Mencari Media yang dibutuhkan :

Mencari media yang telah memuat berita-berita tentang Coca-Cola. Berupa media cetak seperti koran. Agar Masyarakat mengetahui apa saja kegiatan yang di lakukan oleh CCAI.

14. Memberikan arahan kepada mahasiswa PKL dari UNPAD :

Karena Bpk. Geri Centura selaku Corporate Affair Officer telah memberikan arahan kepada saya untuk membimbing mahasiswi-mahasiswi UNPAD dalam melakukan segala hal terkait dengan job desk yang mereka lakukan sehingga saya harus memberikan pengarahan kepada mereka tentang hal apa saja yang harus mereka lakukan selama melakukan job training disini.

2.3 Deskripsi Tentang Humas

Menurut Onong Cahyana Effendi, “Komunikasi adalah Komunikasiadalah proses penyampaianpesanolehseseorangkepada orang lain untukmemberitahu, mengubahsikap, pendapat, atauperilaku, baiksecaralisan (langsung) ataupuntidaklangsung (melalui media)”.

Dalam bukunya, *A working Definition*, Robert F. Harlow membagi fungsi *Public Relations* menjadi dua, yaitu untuk menjelaskan apa itu *Public Relations*, mengapa diadakan, dan bagaimana melakukannya (*method of communication* dan *state of being*).

Sebagai *Method Of Communication*, *Public Relations* merupakan rangkaian/sistem kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan, baik pimpinan, karyawan maupun staf.

Sebagai *state of being*, *Public Relations* merupakan perwujudan kegiatan komunikasi yang dilembagakan ke dalam bentuk biro, bagian, divisi, atau seksi dalam sistem manajemen *Public Relations* yang mempunyai pemimpin.

Hal senada juga diumgkapkan dalam penelitian yang diadakan oleh *International Public Relation Association* (IPRA) pada tahun 1981. Dalam penelitian tersebut dikemukakan fungsi umum Public Relation masa kini yang meliputi 15 pokok berikut.

1. Memberikan konseling yang didasari pemahaman masalah perilaku manusia.

2. Membuat analisis "*trend*" masa depan dan ramalan akan akibat-akibatnya bagi institusi.
3. Melakukan riset pendapat, sikap dan harapan masyarakat terhadap institusi dan memberi saran tindakan-tindakan yang diperlukan institusi untuk mengatasinya.
4. Menciptakan dan membina komunikasi dua arah berlandaskan kebenaran dan informasi yang utuh.
5. Mencegah konflik dan salah pengertian.
6. Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial.
7. Melakukan penyerasian kepentingan institusi terhadap kepentingan umum.
8. Meningkatkan itikad baik institusi terhadap anggota, pemasok, dan konsumen.
9. Memperbaiki hubungan industrial.
10. Menarik tenaga kerja yang baik agar menjadi anggota dan mengurangi keinginan anggota untuk keluar dari institusi.
11. Memasyarakatkan produk atau layanan.
12. Mengusahakan perolehan laba yang maksimal.
13. Menciptakan jati diri institusi.
14. Memupuk minat mengenai masalah-masalah nasional maupun internasional.
15. Meningkatkan pengertian mengenai demokrasi.

Tujuan utama kegiatan *Public Relations* adalah membangun kredibilitas dan membangkitkan motivasi bagi *stakeholders* perusahaan guna meminimalkan biaya pengeluaran proses transfer komunikasi.

Tujuan kegiatan *Public Relations* dapat dikelompokkan sebagai berikut :

1. *Performance Objective*

   Public Relation merupakan kegiatan komunikasi yang mempresentasikan citra perusahaan kepada publiknya (*stakeholders*), melaksanakan serangkaian kegiatan untuk membentuk dan memperkaya identitas, serta citra perusahaan di mata *stakeholder.*

2. *Support of consumer Market Objective*

   Kegiatan Public Relation dapat digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan yang timbul sehubungan dengan kegiatan komunikasi yang dilaksanakan oleh perusahaan dengan menitikberatkan pembahasan pada identifikasi tingkat kesadaran konsumen, sikap, dan persepsi konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan perusahaan. Hasil identifikasi kemudian dijadikan sebagai bahan pertimbangan perusahaan untuk menerapkan strategi/pendekatan yang sesuai.

Dari sekian banyak tugas yang diemban oleh seorang *Public Relations*, tujuan yang ingin dicapai dalam bidang *Public Relations* adalah komuikasi internal dan komunikasi eksternal.

1. Komunikasi internal (personil/anggota institusi)
    a. Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.
    b. Menciptakan kesadaran anggota/personil mengenai peran institusi dalam masyarakat.
    c. Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya.
2. Komunikasi eksternal (masyarakat)
    a. Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi.
    b. Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya.
    c. Motivasi untuk menyampaikan citra baik.

Strategi Public Relations atau yang lenih dikenal dengan bauran *Public Relations* adalah sebagai berikut :

1. *Publications*

    Setiap fungsi dan tugas PR adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui

oleh publik. Dalam hal ini, tugas PR adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pihak pers/wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

2. *Event*

   Merancang sebuah *event* yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan, mendekatkan diri ke publik dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik. Berikut beberapa jenis *event*.

   a. *Calender event*

      Calender event meliputi kegiatan rutin selalu diselenggarakan pada waktu tertentu, seperti menyambut hari raya Idul Fitri, hari Natal, Tahun Baru, hari Ulang Tahun, dan sebagainya.

   b. *Special event*

      Event atau acara ajang yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen tertentu di luar acara rutin dari program kerja PR, seperti peluncuran produk baru (*product launching*), pembukaan kantor, pabrik baru, jalan baru, gedung baru, dan sebagainya.

   c. *Moment event*

      Event atau acara yang bersifat momentum atau lebih khusus lagi, misalnya menyambut pesta perak, pesta emas, pesta berlian, hingga menghadapi millenium.

3. *News* (menciptakan berita)

   Berupaya menciptakan berita melalui *press release, news letter, bulletin*, dan lain-lain. Untuk itulah seorang PR harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

4. *Community involvement* (kepedulian pada komunitas)

   Keterlibatan tugas sehari-hari seorang Public Relations adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations and humanity relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

5. *Inform or image* (memberitahukan atau meraih citra)

   Ada dua fungsi utama dari PR, yaitu memberikan informasi kepada publik atau menarik perhatian, sehingga diharapkan dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif.

6. *Lobbying and negotiation*

   Keterampilan utnuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang PR. Tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan (deal) atau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan.

7. *Social Responsibility* (tanggung jawab sosial)

   Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas PR menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Saat ini banyak

perusahaan menjadikan kegiatan sosial sebagai aktivitas yang harus dilakukan. Bentuknya beragam seperti peduli banjir, memberikan beasiswa, santunan anak yatim, pengobatan gratis, dan masih banyak lainnya.

Dan ada pula yang dinamakan sasaran kegiatan *Public Relations*. Menurut H. Fayol adalah sebagai berikut :

1. Membangun identitas dan citra perusahaan (*building corporate identity and image*).
   a. Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.
   b. Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.
2. Menghadapi krisis (*facting of crisis*)

   Menangani keluhan (*comlaint*) dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan *Public Relation recovery of image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage.*
3. Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*promotion public causes*).
   a. Mempromosikan hal-hal yang menyangkut kepentingan publik.
   b. Mendukung kegiatan kampanye sosial, seperti anti merokok dan menghindari obat-obatan terlarang.

Jika dilihat dari penjelasan diatas, sudah jelas jika kegiatan kehumasan di PT. Coca-Cola Amatil Indonesia sudah mewakili pekerjaan seorang Humas pada umunya. Seperti tujuan PR, fungsi PR, strategi kegiatan PR, dan sasaran

kegiatan PR sudah pula terdapat didalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Corporate Affair Officer PT. Coca-Cola Amatil Indonesia. Tentu saja karena disini posisi humas sudah sebagai State Of Being. Corporate Affair Officer PT. Coca-Cola Amatil Indonesia benar-benar bekerja menjembatani antara publik luar khususnya dengan perusahaan. Sehingga bisa sangat mengurangi masalah yang timbul antara publik luar dengan perusahaan. Tentunya kondisi seperti ini harus dipertahankan agar hubungannya selalu harmonis dan tidak ada kesalah pahaman yang sebenarnya tidak perlu terjadi.

2.4 Analisis Kegiatan PKL

Pada saat Penelitimelakukan PKL di CCAI banyak sekali kebingungan yang sempat dirasakan, karena terdapat perbedaan antara teori yang dipelajari pada saat kuliah dan praktek langsunga pada saat PKL. Salah satu contohnya peneliti mendapatkan berita dari teman satu tempat PKL, saat belajar tentang teori yang menyangkut tentang kegiatan *press release* dimana seharusnya perusahaan membuat sesuatu kegiatan yang bisa dijadikan bahan berita atau diberitakan oleh media kepada masyarakat. Tapi buktinya masih banyak perusahaan yang melakukan pembayaran kepada wartawan, agar perusahaannya bisa dijadikan berita yang pada akhirnya menghasilkan citra positif pada perusahaan tersebut. Ini membuktikan bahwa tidak selamanya teori selalu berjalan sesuai dengan prakteknya. Namun ada juga kesamaan-kesamaan yang dirasakan peneliti antara teori dan praktek, salah satu contohnya yaitu :

Peneliti terlibat dalam komunikasi antar personal, komunikasi massa dan komunikasi organisasi. Komunikasi antar personal terjadi ketika peneliti berbincang dengan pembimbing PKL dimana beliau mengarahkan peneliti untuk bekerja sesuai dengan tugas humas. Komunikasi organisasi terjadi ketika penulis melakukan diskusi mengenai komunikasi dan lain-lain. Komunikasi massa terjadi ketika penulis ikut dalam event-event yang diselenggarakan oleh CCAI.

Selama peneliti melaksanakan PKL di CCAI, peneliti melakukan aktivitas kerja yang sesuai dan berkaitan erat dengan kegiatan humas pada umumnya. Aktivitas yang dilakukan beragam, aktivitas tersebut tentunya menambah wawasan penulis, memperbanyak kolega dalam pekerjaan dan mempertajam *skill* penulis yang harus bersiap untuk menghadapi dunia kerja yang sebenarnya.

Bagi peneliti tugas-tugas yang diberikan oleh pembimbing PKL dari CCAI sudah berinterpretasi langsung dengan pelajaran yang didapat pada saat kuliah seperti belajar berbicara dengan baik didepan umum pada saat mata kuliah *Public Speaking*. Seperti contohnya adalah kegiatan Coke Tour dimana kita harus bisa berbicara dihadapan khalayak banyak, menjelaskan pada publik eksternal bagaiman kegiatan didalam pabrik CCAI dari proses pembuatan Coca-Cola hingga proses produksi. Yang tentu saja bisa menambah citra yang baik pada publik eksternal, karena Coca-Cola dibuat dengan higienis dan alat-alat yang paling canggih yang pernah ada didunia.

Melalui PKL ini maka peneliti menjadi proaktif akan sesuatu. Peneliti menjadi proaktif memberikan saran dan pendapat akan suatu pandangan. Peneliti merasa masih awam dalam dunia kerja maka dari itu akan lebih baik jika peneliti bersikap proaktif kepada pembimbing PKL dari CCAI. Proaktif dalam bertanya tentunya akan semakin memperluas referensi pengetahuan bagi peneliti.

Kegiatan PKL yang sangat disukai oleh peneliti adalah kegiatan yang erat kaitannya dengan kegiatan *public speaking*. Peneliti merasa beruntung karena mendapatkan ilmu secara nyata dari *public speaking.* Melalui kegiatan ini pula maka rasa percaya diri semakin meningkat dan *skill* berbicara di hadapan umum semakin terasah yang natinya akan sangat berguna bagi peneliti

2.5 Analisis Pelayanan Perusahaan Pada Mahasiswa PKL

Peneliti diperlakukan dengan baik di tempat PKL. Peneliti diberikan fasilitas satu meja kerja, setiap pagi dibuatkan teh hangat selayaknya karyawan, dan saat istirahat siang diberikan voucer potongan harga untuk makan di kantin yang letaknya tidak jauh dari kantor.

Karyawan-karyawannya ramah dan tidak sombong saat dimintai tolong. Suasana kekeluargaan sangat terasa sekali dilingkungan pekerjaan. Itu yang membuat suasana di kantor CCAI begitu nyaman. Bahkan banyak karyawan yang sering lembur tetapi mereka tidak menunjukan rasa capek, melainkan tersenyum.

Menurut peneliti suasana kerja yang nyaman dan menyenangkan adalah hal paling penting yang harus terpenuhi, agar karyawan betah berlama-lama dikantor dan tentunya menghasilkan kualitas pekerjaan yang bagus. Walaupun

peneliti baru masuk pada hari pertama teteapi sambutan dari para karyawan sangat menyenangkan, menghilangkan rasa canggung yang sebenarnya akan terasa jika suasana kurang akrab.

Sangat menyenangkan bisa bekerja bersama karyawan-karywan yang solid walaupun hanya dalam waktu dua bulan. Banyak sekali pelajaran yang bisa diambil, baik pelajaran dalam kantor maupun pelajaran hidup. Peneliti berharap mungkin suatu saat peneliti bisa bekerja di *PT. COCA-COLA Amatil Indonesia.* Terima Kasih *CCAI*.