BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Aktifitas Kegiatan Selama PKL

Banyak aktivitas yang di lakukan oleh penulis selama PKL di Harian Umum Bandung Ekspres, baik itu berupa kegiatan yang bersifat rutin maupun tidak rutin atau isedentil. Kegiatan tersebut juga tidak hanya di lakukan dalam ruangan kantor saja namun juga ada kegiatan yang mengharuskan kita berada di luar kantor atau ruangan.

Kegiatan rutin adalah kegiatan yang sering dilakukan penulis selama PKL di Harian Umum Bandung Ekspres, sedangkan kegiatan insedentil adalah kegiatan yang sifatnya kadang-kadang dan sewaktu-waktu yang dilakukan penulis selama PKL di Harian Umum Bandung Ekspres.

Penulis sengaja dilibatkan secara langsung oleh perusahaan untuk setiap kegiatan agar dapat belajar bekerja sama dengan rekan-rekan sesama pemagang ataupun karyawan yang berada di perusahaan.

2.1.1. Jadwal Kegiatan Selama PKL

Selama kegiatan Praktek Kerja Lapangan di PT. Kereta Api (Persero) Daop Bandung penulis melakukan dua jenis kegiatan yaitu kegiatan yang bersifat rutin dan kegiatan yang bersifat insidentil yang terdapat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2.1

Kegiatan Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Sifat	
			Rutin	Insidentil
1	Senin, 4 Juli 2011	1. Pengarahan PKL 2. Perkenalan dengan karyawan-karyawan yang lainnya.		✓ ✓
2	Selasa, 5 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Menganalisa isi berita 3. Browsing Internet	✓ ✓ ✓	
3	Rabu, 6 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Menganalisa berita 3. Memasukan data komputer	✓ ✓ ✓	
4	Kamis, 7 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Mengetik data calon peserta DBL **(**Development Basketball League) dimana Bandung Ekspres sebagai salah	✓	✓

		satu media partner		
5	Jumat, 8 Juli 2011	Izin ke kampus		
6	Senin, 11 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Menscan data peserta DBL **(**Development Basketball League) dari Bandung	✓	✓
7	Selasa, 12 Juli 2011	1. Membaca Koran 2. Mengikuti rapat pensosialisasian Bandung Ekspres sebagai Media Partner DBL	✓	✓
8	Rabu, 13 Juli 2011	1. Membaca Koran 2. Meliput berita kejuaraan IVOBA(ikatan Voli Bandung) di lapangan Lodaya, Buah Batu.	✓	✓
9	Kamis, 14 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Memfotokopi 3. Berdiskusi dengan	✓ ✓ ✓	

		rekan-rekan dari divisi marketing		
10	Jumat, 15 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Membuat News Release	✓ ✓	
11	Senin, 18 Juli 2011	Izin ke kampus		
12	Selasa, 19 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Menscan data 3. Memfotokopi	✓ ✓ ✓	
13	Rabu, 20 Juli 2011	1. Membaca Koran 2. Evaluasi PKL	✓	✓
14	Kamis, 21 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Memfotokopi 3. Ikut liputan berita	✓ ✓	✓
15	Jumat, 22 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Rapat mensosialisaikan kegiatan Bandung	✓	✓

		Ekspres dan IRON 88 (perusahaan air mineral)		
16	Senin, 25 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Searching internet untuk mencari daftar alamat seluruh kantor instansi/ dinas di Bandung.	✓	✓
17	Selasa, 26 Juli 2011	IZIN		
18	Rabu, 27 Juli 2011	1. Membaca koran 2. Menscan data 3. Memfotokopi	✓ ✓ ✓	
19	Kamis, 28 Juli 2011	1. Membaca Koran 2. Internetan/ online 3. Distribusi info karyawan	✓ ✓ ✓	
20	Jumat, 29 Juli 2011	IZIN		

21	Senin, 1 Agustus 2011	1. Membaca koran 2. Internetan/ online 3. Membuat konsep kegiatan dan games Bandung Ekspres dan IRON 88 yang akan dilaksanakan di berbagai Sekolah Dasar di sekitar daerah Soekarno Hatta	✓ ✓	✓
22	Selasa, 2 Agustus 20101	1. Membaca koran 2. Internetan/ online 3. Memasukan data ke komputer	✓ ✓ ✓	
23	Rabu, 3 Agustus 2011	1. Membaca koran, internetan 2. Meminta data-data perusahaan	✓	✓
24	Kamis, 4 Agustus 2011	1. Membaca koran, internetan 2. Perpisahan	✓	✓

Sumber : Aktifitas penulis, Praktek Kerja Lapangan Juli – Agustus 2011

Demikianlah jadwal kegiatan ini di susun selama melakukan Praktek kerja Lapangan di Harian Umum Bandung Ekspres, yang berlangsung selama satu bulan yang di mulai pada tanggal 4 Juli – 5 Agustus 2011.

2.2 Deskripsi Kegiatan PKL

2.2.1 Deskripsi kegiatan rutin

1. Membaca Surat Kabar Harian Umum Bandung Ekspres

Dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan hampir setiap hari penulis disajikan koran Harian Umum Bandung Ekspres dan koran-koran lainnya untuk dibaca sehingga penulis mengetahui bagaimana karakteristik berita yang ditampilkan oleh Harian Umum Bandung Ekspres. Terkadang juga penulis diminta untuk membandingkan beberapa berita yang disajikan oleh koran-koran yang berdedar di Bandung untuk mengetahui perbedaan isi dari koran Harian Umum Bandung Ekspres dengan koran-koran lainnya.

2. Berdiskusi Dengan Divisi Marketing

Saat melakukan Praktek Kerja Lapangan penulis diberi pengetahuan tentang bagiamana divisi *Marketing* berjalan. Sebagai seorang Humas selain bertugas membentuk pencitraan yang baik di mata publik tentunya seorang Humas juga dituntut untuk bisa mencoba membuat strategi marketing komunikasi. Di Harian Umum Bandung Ekspres divisi *Marketing* adalah salah satu divisi yang mewakili “Humas” untuk publik eksternal

perusahaan. Dalam menjalankan aktifitasnya divisi *Marketing* adalah salah satu divisi yang sering bertemu dan bersentuhan dengan publik eksternal.

3. Menscan Data, memfotokopi dan internetan atau *online.*

Pada kesempatan ini penulis diinstruksikan oleh Bapak Handri untuk bertemu Bapak Rahmat. Saat bertemu Bapak Rahmat penulis diberi tugas untuk *scan* data perserta DBL (*Development Basketball League*) dan mencan data-data kegiatan yang lain. Selain itu penulis juga banyak beraktifitas memfotokopi berbagai dokumen perusahaan dan berkas-berkas penunjang kegiatan yang lainnya. Setelah *scanning* selesai penulis menyimpan data pada folder yang telah ditunjuk. Setelah kegiatan-kegitan rutin tersebut penulis selesaikan, biasanya tidak ada tugas lagi dan kegiatan yang sering dilakukan adalah browsing internet.

2.2.2 Deskripsi kegiatan insidental

1. Pengenalan Kegiatan Humas Bandung Ekspres

Pada kesempatan ini penulis di beri penjelasan oleh Bapak Handri bahwa Bandung Ekspres sebagai perusahaan yang bergerak di media cetak yang baru berdiri 2 tahun lebih ini belum memiliki Humas yang melembaga (*state of being*), walaupun begitu ada banyak fungsi divisi dari perusahaan yang mewakili fungsi "Humas". Bapak Handri menjelaskan bahwa beliau selaku Manager HRD bertugas sebagai pengganti "Humas" untuk pihak internal/dalam perusahaan, diantaranya bertugas untuk menerima tamu dan juga mengurusi *complain* yang datang dari berbagai pihak eksternal.

Seperti salah pengetikan nama yang kadang terjadi pada penulisan berita yang diterbitkan Harian Umum Bandung Ekspres. Sebagai "Humas" untuk pihak eksternal/luar

perusahaan ada Pemimpin Redaksi, Divisi *Marketing*, Divisi Iklan dan Wartawan yang banyak berurusan dengan pihak eksternal/luar dari perusahaan dalam melakukan tugasnya.

2. Pengenalan Kegiatan Wartawan Bandung Ekspres

Sebagai perusahaan yang bergerak di media cetak Bandung Ekspres tentu saja wartawan adalah bagian dari perusahaan yang menjadi ujung tombak dari perusahaan. Karena produk yang dijual adalah berita yang diliput oleh wartawan dari berbagai penjuru kota Bandung.

Wartawan juga berperan sebagai "Humas" eksternal karena dalam pelaksanaan tugasnya wartawan ikut dalam mempromosikan dan memperkenalkan Harian Umum Bandung Ekspres kepada setiap narasumber yang diwawancarai setiap harinya.

Dalam menjalankan tugasnya wartawan dituntut untuk bisa bersikap layaknya sebagai seorang Humas karena dalam kinerjanya wartawan akan menemui berbagai macam narasumber yang berbeda-beda dan berpengaruh terhadap citra dari Harian Umum Bandung Ekspres

Untuk berita yang berada di luar kota Bandung, Harian Umum Bandung Ekspres bisa mendapatkan sebagian berita dari Jawa Pos Group kareana Harian Umum Bandung Ekspres adalah salah satu cabang usaha dari Jawa Pos Group.

3. Evaluasi Praktek Kerja Lapangan

Pada hari ini penulis melaksanakan evaluasi tentang apa yang penulis jalani dari pembimbing praktek kerja lapangan Bapak Adi selama satu minggu kebelakang. Penulis

dimintai keterangan bagiamana dan apa saja yang ditemui dilapangan setelah mencoba terjun ke publik dengan membawa nama Harian Umum Bandung Ekspres.

Pada hari ini penulis berbagi cerita tentang eksistensi Harian Umum Bandung Ekspres di publik. Penulis berbagi cerita tentang apa yang dijalani pada satu minggu kebelakang khususnya saat terjun ke publik, pada hari peliputan penulis juga mencoba mengecek tentang bagaimana keberadaan Harian Umum Bandung Ekspres di luar dengan mencoba menanyakan atau mencoba membeli Harian Umum Bandung Ekspres pada loper koran.

Penulis diharapkan bisa mendapatkan ilmu dari apa yang dijalani satu minggu kebelakang tentang bagaimana sebuah media massa (media cetak Harian Umum Bandung Ekspres) bekerja. Karena sebagai seorang humas diharapkan dapat mengetahui kinerja tentang lembaga/perusahaan yang diwakilinya agar bisa mengatasi permasalah yang berhubungan atau berkenaan dengan lembaga/perusahaan yang diwakilinya dalam hal ini Harian Umum Bandung Ekspres.

4. Membuat Game Sederhana

Pada kesempatan ini penulis berbincang dengan Bapak Rahmat seperti hari sebelumnya tentang *marketing*/prosmosi di Harian Umum Bandung Ekspres. Pada kesempatan ini penulis diajak sharing tentang kerjasama Harian Umum Bandung Ekspres dengan perusahaan air mineral IRON 88 untuk memperkenalkan produknya.

Penulis diharapkan oleh Bapak Rahmat untuk memberi saran tentang game yang menarik dan juga pas untuk pelaksanaan kerjasama tersebut.

Berikut deskripsi Games yang di usulkan oleh penulis :

1. Perserta terdiri dari tiga orang
2. Perserta masing-masing berdiam di posisi sehingga membuat sudut yang berbentuk segitiga
3. Pada pososi pertama seorang perserta harus berlari pada temannya dan akan diajukan pertanyaan berupa perkalian atau penambahan angka dengan total angka yang diajukan jawabannya akan berjumlah 88.
4. Setelah berhasil menjawab pertanyaan perserta yang berada pada barisan kedua berlari ke *base* ketiga dan akan diajukan pertanyaan seputar budaya daerah/ menyanyi lagi nasional/ pertanyaan seputar geografi.
5. Selanjutnya setelah berhasil menjawab anak yang berdiri pada barisan ketiga berlari ke *base* pertama dan akan di instruksikan untuk mengambil air mineral yang berjumlah 8 gelas dan menaruhnya pada posisi semula tempat perserta berdiri.
6. Grop yang berhasil menaruh 8 gelas air mineral pada posisi pertama dia berdiri adalah grop yang akan memenangkan perlombaan atau *game*.

5. Meliput Kompetisi IVOBA (Ikatan Voli Bandung)

Pada kesempatan ini penulis diberikan tugas meliput di satdion Lodaya pada babak final kompetisi voli pasir IVOBA (ikatan voli pasir), hari ini penulis terjun kelapangan untuk bisa mencoba dan juga mengetes mental penulis supaya bisa berhadapan dengan berbagai macam karakter seseorang.

Setelah selesai meliput penulis juga diminta untuk menulis tentang peliputan voli pasir tersebut. Pada kesempatan ini penulis diuji mentalnya agar bisa mewawancarai atau menghadapi berbagai macam karakter/pribadi seseorang. Jika berperan sebagai seorang humas penulis juga akan dihadapkan dengan berbagai macam karakter/pribadi sehingga dari kesempatan ini penulis belajar bagaimana caranya untuk bisa berhadapan atau menghadapi berbagai macam karakter/pribadi seseorang.

Ada cerita untuk yang terjadi pada hari ini saat menonton final bola voli pasir, seseorang penonton menanyakan/membeli koran Bandung Ekspres pada loper koran yang melintas di area pertandingan dan mengatakan "minta koran Bandung Ekspres soalnya beritanya ada di situ". Pada saat itu penulis tepat berada di samping penonton tersebut dan itu adalah sebagai bentuk dari informasi yang bisa penulis dapatkan.

Bahwa Harian Umum Bandung Ekspres juga mendapat perhatian dari publik dan penulis mendapatkan sedikit ilmu bahwa keberadaan Harian Umum Bandung Ekspres bisa diangkat eksistensinya jika meliput hal-hal seperti olahraga agar strategi marketing komunikasi bisa terus mempublikasikan bentuk olahraga khusunya sebuah kompetisi agar mendapatkan perhatian dan apresiasi dari publik.

6. Membuat Poster Pengumuman Untuk Silatirahmi Akbar.

Pada kesempatan ini penulis diberi tugas untuk membuat poster dan juga pengumuman untuk pihak internal perusahaan tentang kegiatan Silaturahmi Akbar yang akan dilakukan, berikut hasilnya :

Gambar 1.

Poster Silaturahmi Akbar



(Sumber : data penulis)

Contoh Pengumuman dalam bentuk *file word* :

Silaturahmi Akbar Bandung Ekspres

Bulan Suci Ramadhan akan segera datang,sambut Ramadhan dengan bahagia dan giat bekerja. Tunjukan semangat dan juga loyalitas dalam bekerja.

Silaturahmi Akbar Bandung Ekspres, diadakan dengan tujuan untuk lebih mendekatkan dan membangun kesolidan serta kerja sama dalam lingkungan Bandung Ekspres.

2.3 Analisa Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan

2.3 Analisa Mengenai Humas/ *Public Relation*

2.3.1 Definisi P*ublic Relation*

Definisi Humas atau PR menurut Frank Jefkins dalam bukunya Public Relations adalah

"semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian". (*Jeffkins*, 2003:10).

Sementara pengertian Public Relation menurut Institute of Public Relations (IPR) didefinisikan sebagai:

"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."(*Jeffkins*, 2003:9)).

PR merupakan suatu bentuk komunikasi yang berlaku untuk semua jenis organisasi baik itu yang bersifat komersial maupun non-komersial, baik itu yang bersifat formal maupun non-formal, disektor publik dan disektor privat.hal tersebut karena PR pada dsarnya memiliki suatu penegrtian yang amat luas.Pada dsarnya PR senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan dan melalui kegiatan-kegiatan dengan suatu harapan akan muncul suatu perubahan ke arah yang lebih baik.

2.3.2 Tujuan, Tugas dan Fungsi *Public Relation*

1. Tujuan *Public Relation*

Dalam proses kerjanya, seorang PR sebagai salah satu akar dari sebuah organisasi memerlukan beberapa tujuan sebagai acuan dalam setiap kegiatannya. Frank Jeffkins dalam bukunya yang berjudul Public Relatios mengklasifikasikan tujuan –tujuan Public Relation dalam suatu perusahaan sebagai berikut:

1. Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai.

3. Untuk menyebarluaskan cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.

4. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar ekspor baru.

5. Untuk mempersiapkan penerbitan saham tambahan atau karena adanya perusahaan yang akan go public.

6. Untuk memperbaiki hubungan antara perusahan itu dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengibarkan kecaman, kesangsian, atau salah paham di kalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.

7. Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.

8. Untuk meyakinkan khalayak bahwa perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.

9. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi resiko pengambil-alihan

10. Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru.

11. Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosail sehari-hari.

12. Untuk mendukung keterlibatan perusahaan sebagai sponsor dari penyelenggaraan suatu acara.

13. Untuk memastikan bahwa para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atai produk perusahaan yang postif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari Peraturan , Undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.

14. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan. (*Jeffkins:2003,64*)

2. Tugas *Public Relation*

Frank Jeffkins dalam bukunya yang berjudul Public Relatios, pun tidak hanya mengungkapkan tujuan-tujuan dari PR saja tetapi juga Tugas

- *Publicty*
- *Event*
- *News*
- *Communty Invlovement*
- *Indenty Media*
- *Lobbying*
- *Social Investement*

3. Fungsi *Public Relation*

Humas merupakan satu bagian dari satu nafas yang sama dalam organisasi, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai

pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi/perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan fungsi humas yaitu:

1. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
2. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
3. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.
4. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Dapat disimpulkan bahwa Humas lebih berorientasi kepada pihak perusahaan untuk membangun citra positif perusahaan, dan hasil yang lebih baik dari sebelumnya karena mendapatkan opini dan kritik dari konsumen. Tetapi jika fungsi Humas yang dilaksanakan dengan baik benar-benar merupakan alat yang ampuh untuk memperbaiki, mengembangkan peraturan, budaya organisasi, atau perusahaan, dan suasana kerja yang kondusif, serta peka terhadap karyawan, maka diperlukan pendekatan khusus dan motivasi dalam meningkatkan kinerjanya. Dengan singkat dapat dikatakan bahwa fungsi Humas adalah memelihara, mengembang tumbuhkan, mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani,

mengatasi masalah yang muncul, atau meminimalkan munculnya masalah (Black, 2002).

2.3.2 Analisa Mengenai Aktifitas Kerja Humas Harian Umum Bandung Ekspres

Public Relations sebagai bagian dari manajemen perusahaan/organisasi, berorientasi pada aktivitas yang dilakukan, untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang baik dan bermanfaat dengan maksud menyesuaikan dirinya pada keadaan sekeliling dan memperkenalkan diri pada masyarakat.

*Public Relati*ons mempunyai tugas menjadi "garda terdepan" atau publikasi kepada masyarakat agar citra organisasi tetap baik dan menjadi "mediator" yang menjembatani berbagai kepentingan dengan publiknya yang terkait dengan kegiatan PR itu sendiri. Berbagai aktifitas PR senantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra yang positif.

Harian Umum Bandung Ekspres yang pada saat ini belum memiliki Humas yang melembaga (*state of being*) atau tidak memiliki Divisi Humas secara khusus yang berdiri sendiri. Dalam aktifitasnya tetap bisa menjalankan fungsi Humas dengan berbagai macam divisi yang mewakili Humas. Untuk internal perusahaan sendiri Harian Umum Bandung Ekspres mempunyai divisi HRD (*Human Resource Department/Development*).

HRD dalam menjalankan aktifitas sehari-harinya hamper sama dengan fungsi Humas dalam mengurusi publik internal perusahaan dengan berbagai tanggung jawab :

1. Melakukan persiapan dan seleksi tenaga kerja / Preparation and selection.
2. Pengembangan dan evaluasi karyawan / Development and evaluation.
3. Memberikan kompensasi dan proteksi pada pegawai / Compensation and protection.

Namun karena belum adanya Humas yang melembaga di Harian Umum Bandung Ekspres, dalam aktifitasnya divisi HRD juga ikut membantu bekerja sebagai Humas untuk pihak internal/dalam perusahaan, diantaranya bertugas untuk menerima tamu dan juga mengurusi *complain* yang datang dari berbagai pihak eksternal.

Untuk publikasi tentang kekaryawanan juga HRD di Harian Umum Bandung Ekspres ikut andil dalam publikasi untuk pihak internal. Seperti membuat berbagai macam pengumuman diantarnya pengumuman adanya rapat perusahaan dan program karyawan.

Di sisi lain divisi *Marketing* sebagai divisi yang mewakili "Humas" untuk pihak eksternal. Karena dalam aktifitasnya divisi *Marketing* selalu bersentuhan dengan pihak eksternal perusahaan dalam melakukan tugasnya. Adapun tugas yang biasa dilakukan oleh divisi *Marketing* :

1. Sebagai bagian yang memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat melalui produk yang dibuat oleh perusahaan, dalam hal ini koran Harian Umum Bandung Ekspres.
2. Divisi *Marketing* juga berperan menjalin hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat serta menjadi jembatan antara perusahaan dan lingkungan eksternal.
3. Divisi *Marketing* memiliki tugas untuk menyerap informasi dan menyampaikan kepada perusahaan tentang segala sesuatu yang bermanfaat untuk mendukung peningkatan kualitas dan penjualan produk.

Dengan fungsi dari divisi *Marketing* yang selalu bersentuhan dengan pihak Eksternal perusahaan, memang sangatlah lekat hubngannya dengan kinerja seorang Humas. Namun dalam kenyataanya sebuah divisi memang dibentuk agar bekerja dengan maksimal untuk bisa membuat sebuah perusahaan berjalan dengan tujuannya.

Divisi Marketing yang dalam aktifitasnya berhubungan dengan pihak eksternal perusahaan. Seperti menjalin berbagai hubungan dengan pihak perusahaan lain untuk sebuah acara/*event* dalam perannya mempromosikan Harian Umum Bandung Ekspres. Telah menjadikan divisi *Marketing* menjadi bagian dari perusahaan yang mewakili Humas di Harian Umum Bandung Ekspres.

Fungsi Humas yang ada di perusahaan Harian Umum Bandung Ekspres yang terwakili atau digantikan oleh divisi HRD dan juga *Marketing* memang membuat Harian Umum Bandung Ekspres bisa menjalankan fungsi Humas yang menjadikan tujuan perusahaan terpenuhi.

2.3.3 Analisa Pelayanan Harian Umum Bandung Ekspres Kepada Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan.

Ketika penulis memulai studi pendahuluan untuk bisa PKL di Harian Umum Bandung Ekspres, penulis bertemu dengan Bapak Handri selaku HRD di Harian Umum Bandung Ekspres. Awal mula bertemu, sikap dari Bapak Handri sangat ramah dan menyambut dengan baik kedatangan penulis.

Lewat perbincangan ringan penulis merasa nyaman saat bertemu Bapak Handri dan akhirnya penulis diterima untuk bisa PKL di harian Umum Bandung Ekspres. Saat hari pertama PKL di Harian Umum Bandung Ekspres sikap Bapak Handri yang ramah dan menyambut dengan baik membuat penulis bisa mudah beradaptasi dengan suasana di dalam perusahaan.

Penulis diperkenalkan dengan beberapa karyawan dari berbagai divisi dan juga Peimimpin Redaksi dari Harian Umum Bandung Ekspres. Setiap hari pada saat PKL penulis

diberi penjelasan dan juga arahan agar penulis bisa melaksanakan tugas yang diberikan. Keramahan dari karyawan Harian Umum Bandung Ekspres begitu terasa, disaat diantara mereka mencoba menyapa dan berbincang-bincang membuat penulis merasa diterima dengan baik oleh pihak perusahaan.

Adapaun kegiatan yang dilakukan oleh penulis saat melakukan PKL yaitu membaca koran, membuat poster pengumuman, *scanning file* DBL, mencari data Dinas Kota Bandung, mencari data Dinas Kota Cimahi, meliput kompetisi IVOBA. Setiap tugas yang dikerjakan oleh penulis selalu mendapatkan pengarahan yang jelas, bilamana penulis merasa kurang mengerti tentang tugas yang di berikan pembimbing dengan sabar menjelaskan kembali tentang tugas yang diberikan.

Suasana yang akrab antara satu sama lain di dalam perusahaan membuat penulis merasa diterima dengan baik dan merasa nyaman. Penulis juga melihat suasana kekeluargaan diantara karyawan yang membuat penulis tidak merasa canggung untuk menyapa dan bertanya tentang kegiatan selama PKL ataupun yang bersangkutan dengan perusahaan Harian Umum Bandung Ekspres.

Namun ada kalanya penulis dibatasi dalam hal-hal tertentu, seperti rapat untuk internal perusahaan karena rapat ini hanya boleh di ikuti oleh pihak internal perusahaan yang menyangkut evaluasi kinerja karyawan dan beberapa program kekaryawanan. Penulis juga sempat berdiskusi tentang kedudukan Harian Umum Bandung Ekspres sebagai salah satu koran di kota Bandung.

Dari penjelasan yang diberikan memang Harian Umum Bandung Ekspres yang masih berumur 2 tahun lebih masih terus berusaha untuk bisa meraih simpati dari pembaca koran kota Bandung. Di masyarakat sendiri masih ada kekeliruan karena nama Bandung Ekspres

sendiri terdengar seperti salah satu nama perusahaan yang bergerak di bidang jasa transportasi.

Praktek Kerja Lapangan yang penulis jalani di Harian Umum Bandung Ekspres membuat penulis menerima banyak pengalaman dan juga pengetahuan baru. Sikap yang datang dari pihak perusahaan yang terbuka dan ramah membuat penulis bisa merasa nyaman dalam melaksanakan PKL di Harian Umum Bandung Ekspres. Penulis diberikan pengalaman yang nyata bagaimana berjalannya sebuah dunia kerja yang butuh kerja sama dan juga rasa nyaman dalam melakukan pekerjaan sehingga sebuah kegiatan perusahaan bisa berjalan dengan lancar dan juga efektif.