BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah PT. Pikiran Rakyat Bandung

Pada bulan Januari 1966, di Kota Bandung terdapat sejumlah wartawan yang kehilangan pekerjaan. Surat kabar tempat mereka bekerja harus berhenti terbit, karena terlambat memenuhi ketentuan yang mengharuskan setiap suratkabar berafiliasi dengan salahsatu surat kabar yang ditentukan oleh Departemen Penerangan.

Atas dorongan Panglima Kodam VI/Siliwangi (kini Kodam III/Siliwangi) -- Ibrahim Adjie-- pada waktu itu, wartawan-wartawan tadi menerbitkan suratkabar "Harian Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat yang berafiliasi dengan Harian "Angkatan Bersenjata " (Pusat) yang terbit di Jakarta. Izin rekomendasi berafiliasi dengan Harian "Angkatan Bersenjata" Pusat ini tertuang dalam Surat Keputusan Papelrada Jawa Barat Nomor: 04/Papelrada/BD/1966, Tertanggal: 31 Januari 1966. Sedangkan izin terbit dari Deppen tertuang dalam Surat Izin Terbit (SIT) Deppen RI Nomor: 021/SK/DPHM/SIT/1966.

Nomor perdana Harian "Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat terbit pada 24 Maret 1966 bertepatan dengan peringatan ke-20 peristiwa heroik "Bandung Lautan Api". Namun belum genap satu tahun Harian "Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat terbit, Menteri Penerangan RI mencabut peraturannya tentang keharusan berafiliasi.

Menyusul pencabutan itu, Panglima Kodam Siliwangi HR. Dharsono (pengganti Ibrahim Adjie) lalu mengeluarkan surat keputusan Papelrada Jawa Barat Nomor: 055/Papelrada/DB/1967, Tertanggal 5 Februari 1967, Tentang: Pelepasan afiliasi Harian "Angkatan Bersenjata Edisi Jawa Barat" dari Harian "Angkatan Bersenjata Pusat" sekaligus melepas sepenuhnya dari ketergantungan Kodam Siliwangi. Seiring dengan keputusan ini pulalah, terhitung 24 Maret 1967, nama Harian "Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat pun berganti nama menjadi HU. Pikiran Rakyat (juga dikenal dengan singkatan "PR") hingga saat ini

Masa Prihatin (1967 - 1973)

Enam tahun pertama sejak kelahirannya --**24 Maret 1967** s/d **1973**-- merupakan masa berat dan serba sulit. Jangankan gedung kantor tempat wartawan dan karyawan bekerja dan mesin cetak untuk mencetak penerbitan koran sehari-hari, mesin tik yang berharga murah sekali pun pada masa ini tidak dimiliki oleh Pikiran Rakyat. Pada masa prihatin ini, para pengelola Pikiran Rakyat kalau bekerja --membuat berita, dll-- kerap "numpang" dan meminjam peralatan kantor- orang lain.

Begitu pula oplah cetak. Dalam kurun waktu ini pula oplah Pikiran Rakyat tidak pernah lebih dari 20.000 eks / hari. Sedangkan tenaga kerjanya --wartawan dan non wartawan / tata-usaha-- tidak lebih dari 30 orang.

Berbicara masalah honor (gaji), pada masa perintisan ini para pengelola Pikiran Rakyat benar-benar tidak mengenal dalam arti yang sebenarnya. Paling-paling kalau ada sedikit uang --bila boleh dinamakan honor-- itu diperoleh dari hasil

penjualan kertas koran sisa. Maksudnya, kertas koran sisa dari percetakan dan koran yang tidak laku pada hari itu dikumpulkan setiap hari. Lalu di akhir bulan dikilo dan dijual ke tempat penampungan kertas bekas. Dari hasil penjualan inilah didapat uang lalu dibagi rata.

Namun berkat kegigihan dan keuletan yang didasari oleh jiwa idealisme para perintis kala itu, Pikiran Rakyat dengan pasti terus semakin mendapat tempat di hati para pembacanya. Melihat kenyataan ini --atas saran Menteri Penerangan RI waktu itu-- bentuk badan hukum Pikiran Rakyat yang semula berupa "yayasan" dirubah menjadi perseroan terbatas (PT), dengan nama PT. Pikiran Rakyat terhitung 9 April 1973 dengan Akte Notaris No. 6 yang dibuat di hadapan Notaris Noezar, SH di Bandung. Perubahan ini lalu disyahkan dengan Surat Keputusan Menteri Kehakiman RI No. 7. A 5/212/10, tanggal 13 Juli 1973, yang diumumkan dalam berita negara No. 58 tanggal 20 Juli 1973, dengan Surat Ijin Terbit No. 0553/PER/2/SK/DIRJEN-PG/SIT/1973 tanggal 8 Agustus 1973.

Awal Kebangkitan

Menyusul perubahan status perusahaan dari yayasan menjadi perseroan terbatas (PT), Pikiran Rakyat segera menata diri. Beberapa bulan yang tersisa dari tahun 1973 dimanfaatkan untuk menyamakan persepsi: merancang program kerja yang terencana dan sistematis. Program kerja ini di antaranya adanya kesepakatan untuk memiliki mesin cetak sendiri.

Maka pada awal tahun 1974, PT. Pikiran Rakyat mencatat peristiwa penting. Untuk pertamakalinya berhasil melengkapi diri dengan sarana percetakan offset yang dibeli dari fasilitas PMDN dan bantuan Bank Rakyat Indonesia (BRI).

Mesin cetak ini mampu mencetak koran sebanyak 25.000 eksemplar/jam. Sejak 1974 ini pula, HU. Pikiran Rakyat peredarannya dapat merambah ke seluruh pelosok Jawa Barat. Padahal dalam kurun waktu 1966-1973 daerah Jawa Barat ini didominasi oleh surat kabar terbitan Jakarta.

Beberapa tahun kemudian, sejalan dengan perkembangan teknologi percetakan, mesin cetak itu dirasakan sudah perlu diganti oleh mesin baru yang lebih canggih. Pada 1985, Direksi Pikiran Rakyat memutuskan untuk mengganti mesin lama. Maka dibelilah 2 (dua) unit mesin cetak baru merk *"Ghoss Comunity"* yang langsung didatangkan dari Amerika Serikat. Mesin cetak ini --yang hingga kini masih digunakan-- memiliki kapasitas cetak sebanyak 50.000 eksemplar/jam/unit. Sedangkan sarana percetakan offset yang dibeli pada 1974, kini ditempatkan di PT. Granesia Jl. Sekelimus Barat 6 Bandung (anak perusahaan PT. Pikiran Rakyat) dan masih beroperasi untuk melayani kegiatan percetakan penerbitan umum di luar Grup Pikiran Rakyat.

Menjadi Grup Pikiran Rakyat

Berkat ridlo Allah SWT serta kerja keras seluruh jajaran Direksi dan para staf/karyawan, pada tahun-tahun selanjutnya Pikiran Rakyat terus menunjukkan perkembangan yang mengagumkan baik di bidang finansial maupun material. Maka jika dulu PT. Pikiran Rakyat hanya memiliki satu penerbitan saja yakni HU. Pikiran Rakyat, kini telah ada sejumlah penerbitan, percetakan, radio dan warrtel (warung telekomunikasi) yang dimilki dan dikelola PT. Pikiran Rakyat. Seiring dengan terdapatnya sejumlah penerbitan itu, sebutan PT. Pikiran Rakyat pun berubah menjadi **GRUP Pikiran Rakyat.**

1.1.1 VISI DAN MISI HU PIKIRAN RAKYAT

1.1.1.1 VISI

1. HU Pikiran Rakyat yang bercikal bakal *Harian Angkatan Bersenjata Edisi Jawa Barat* yang dilahirkan pada tanggal 24 Maret 1966 untuk diupayakan, dapat hidup dalam masa yang panjang, bahkan kalau mungkin sepanjang masa. Diwarisi oleh generasi demi generasi sebagai surat kabar yang terus maju, tumbuh dan berkembang menjadi tambah besar, baik sebagai institusi sosial maupun institusi bisnis.
2. Sebagai institusi sosial, *HU Pikiran Rakyat* dilahirkan untuk menjadi dan dijadikan wahana ibadah kepada Allah SWT, sekaligus wahana pengabdian kepada masyarakat, bangsa dan negara.
3. Sebagai institusi bisnis *HU Pikiran Rakyat* dilahirkan untuk menjadi dan dijadikan wahana bisnis yang mampu meraih sebesar-besarnya pendapatan dan laba. Sebagai institusi bisnis *HU Pikiran Rakyat* harus dikelola dengan bertaatazas pada kaidah-kaidah manajemen perusahaan yang baku, serta mampu memenuhi keempat unsur *marketing mix* yang terdiri dari *product, price, place dan promotion.*
4. Kinerja *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi sosial sangat bergantung pada kinerja yang dicapai oleh manajemen dan jajaran terkait dalam mengelola *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi bisnis. Sebaliknya, kinerja *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi bisnis sangat bergantung pada kemampuan kinerja Manajemen dan jajaran terkait menjadikan

HU Pikiran Rakyat sebagai produk idiil yang laku dijual. Oleh karena itu pengelolaan *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi sosial dan pengelolaannyasebagai institusi bisnis harus dilaksanakan berdasarkan hubungan interpendensi yang saling mengisi da saling menunjang. Pengelolaan kedua aspek idiil dan aspek bisnis komersial harus dilaksanakan satu kesatuan strategi yang komprehensif-integral.

5. *HU Pikiran Rakyat* dilahirkan untuk diupayakan, agar menjadi *Tuan Rumah* yang dominan di daerahnya sendiri, di Jawa Barat yang memang memiliki potensi sangat besar untuk menunjang eksistensi dan penumbuh kembangan surat kabar, karena itu *HU Pikiran Rakyat* harus diupayakan menjadi surat kabar yang menyebar seluas-luasnya dan paling luas penyebarannya, di Jawa Barat, dibaca oleh sebanyak-banyaknya orang dengan tiras terjual sebesar-besarnya, menjadi pilihan sebanyak-banyaknya pengguna jasa iklan denga volume space iklan terjual sebesar-besaarnya dan menghasilkan pendapatan sebesar-besarnya pula.
6. Penyelenggaraan *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi sosial dan penyelenggaraannya sebagai institusi bisnis harus dilaksanakan berdasarkan hubungan interdependensi yang saling mengisi dan saling menunjang. Oleh karena itu segala sesuatunya harus dilaksanakan secara terpadu dan sinkron dalam kerangka satu kesatuan strategi yang komprehensif-integral.

1.1.1.2 MISI

Sebagai institusi sosial *HU Pikiran Rakyat* dilahirkan untuk bekiprah dan berperanserta dalam pembangunan bangsa dan negara, khususnya di Jawa Barat, termasuk pembangunan kualitas manusianya yang mencakup :

1. Kualitas keimanan dan ketaqwaannya kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta ketaatannya melaksanakan segala yang diperintahkan-Nya dan menjauhi segala yang dilarang-Nya;
2. Kualitas pemahaman dan penghayatannya atas nilai-nilai luhur Pancasila, serta komitmen untuk mengamalkannya di dalam kehidupan pribadi dan kehidupan bermasyarakat;
3. Kualitas pemahaman dan penghayatannya atas kewajiban-kewajibannya dan hak-haknya sebagai warga negara, serta komitmen untuk melaksanakan kewajiban-kewajibannya serta mengupayakan/memperjuangkan pemenuhan hak-haknya itu;
4. Kualitas kehidupan secara materiil, serta mamilki etos kerja untuk berupaya mewujudkannya;
5. Kualitas kesehatan, wawasan, pengetahuan dan keterampilan, serta moral yang amanah (jujur,adil,percaya diri dan terpercaya), sehingga menjadi manusia yang dalam bahasa Sunda disebut *cageur*, *bener*, *bageur, pinter*, *jeung singer*.

1.1.2 PELAKSANAAN MISI

1. Untuk terlaksananya misi tersebut *HU Pikiran Rakyat* harus menjalankan peran :

- Sebagai penyebar dan sumber informasi yang terpercaya serta berguna, dan karena itu berita-berita dan sajian-sajian lainnya harus akurat;
- Sebagai media komunikasi sosial yang efektif dan efisien antara pemerintah dengan masyarakat, antar instansi-instansi pemerintah, serta antar kelompok-kelompok masyarakat;
- Sebagai penyalur aspirasi masyarakat yang handal dan gigih, seraya menjadi *penyejuk* dan *penenang* masyarakat dalam menyampaikan aspirasinya;
- Sebagai sarana kontrol sosial yang berwibawa serta efektif, dan karena itu harus obyektif dan proporsional serta melaksanakannya dengan berpegang teguh pada filosofi *silih asah di atas landasan silih asih dan dalam rangka silih asuh;*
- Sebagai penyaji hiburan yang segar dan sehat.

2. *HU Pikiran Rakyat* harus memanfaatkan seoptimal-optimalnya kemerdekaan pers yang *kran* dan *koridornya.* Tetapi di sisi lain heus tetap memegang prinsip :

- Tidak menggunakan kemerdekaan pers untuk semata-mata kemerdekaan pers itu sendiri, melainkan untuk terlaksananya berbagai fungsi dan misi idiil dalam rangka pengabdian kepada masyarakat, bangsa dan negara;

- Tidak secara sadar atau di luar kesadaran menggunakan kemerdekaan pers untuk hal-hal yang bisa secara langsung dan tidak langsung membahayakan bangsa, negara dan atau merugikan seseorang individu atau kelompok;
- Kemerdekaan pers harus diapresiasi sebagai karunia sekaligus sebagai amanah dari Allah SWT yang penggunaannya harus dipertanggungjawabkan di *Mahkamah Akhirat* kelak. Karena itu penggunaannya harus senantiasa dilandasi, dijiwai, digerakan dan dikendalikanoleh keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT, serta oleh penghayatan Kode Etik Jurnalistik dan komitmen untuk mentaatinya.

3. *HU Pikiran Rakyat* harus memanifestasikan keindependenannya dalam bentuk berani menentukan sikap atau pilihan. Keindependenan tidak selalu harus diartikan bersikap netral.
4. *HU Pikiran Rakyat* harus tampil berani, tetapi tidak *sologoto* (main labrak), melainkan tetap bijak dan seksama dalam mempertimbangkan perlu/patut atau tidaknya sebuah berita, artikel, foto atau gambar disajikan.
5. *HU Pikiran Rakyat* harus kritis, tetapi tetap etis dengan berpegang pada norma-norma Kode Etik Jurnalistik.
6. *HU Pikiran Rakyat* harus menjadikan dirinya surat kabar yang memperoleh respek dari masyarakat serta dibanggakan dan *dipikanyaah* oleh masyarakat Jawa Barat yang *pituin* (uang Sunda), tetapi

memperoleh pula respek dari masyarakat Jawa Barat yang *mukmin* (suku-suku lain yang menetap di Jawa Barat). Untuk menjadi surat kabar yang demikian, *HU Pikiran Rakyat* harus :

- Konsistensi pada kiprahnya sebagai *koran daerahnya Jawa Barat.* Itu harus dicerminkan antara lain oleh policy redaksional yang mengutamakan pemberitaan mengenai peristiwa dan masalah yang terjadi di Jawa Barat, maupun yang terjadi atau bersumber di daerah lain, bahkan di luar negeri sekalipun, tetapi ada relevansinya dengan kepentingan daerah dan atau masyarakat Jawa Barat;
- Menitikberatkan peran sertanya menunjang pembangunan bangsa dan negara kepada pesertanya menunjang pembangunan daerah dan masyarakat Jawa Barat, serta secara tekun menyalurkan aspirasi yang hidup di Jawa Barat, dan secara gigih memperjuangkan kepentingan daerah/masyarakat Jawa Barat;
- Berperanserta seoptimal-optimalnya dalam *ngamumule* (memelihara dan melestarikan) kebudayaan Sunda, serta mengupayakannya menjadi komponen dari kebudayaan nasional Indonesia yang masih sedang diciptakan;
- Menerapkan dalam Jurnalistik-nya *HU Pikiran Rakyat* nilai-nilai luhur yang diwariskan oleh para Leluhur Tatar Sunda, sebagaimana terkandung antara lain di dalam nasihat-nasihat :

  a. *Ulah catang dirumpak, tunggul dirurud.* Kalau mengerjakan sesuatu tidak boleh semberono, tidak boleh *main labrak*

seenaknya, melainkan *kudu nyanghulu ka hukum, nunjang ka nagara, mufakat ka balarea,* yang artinya harus senantiasa menjunjung tinggi hukum dan peraturan negara, serta tatakrama yang berlaku dalam masyarakat;

b. *Kudu hade kuomong, goreng ku omong,* penerapannya oleh wartawan adalah harus senatiasa mengkonfirmasikan lebih dulu informasi yang diperolehnya, sebelum memberitakannya. Selain daripada itu dan *HU Pikiran Rakyat* harus menjadikan dirinya sebagai *forum dialog* antara warga masyarakat dengan pemerintah, serta antar warga masyarakat;

c. *Ulah cacag nagkaeun.* Kalau memberitakan sesuatu harus memberikan gambaran yang utuh disamping tentunya akurat dan obyektif;

d. *Ulah sok nyakompetdaunkeun.* Janagn main generalisasi terutama dalam memberitakan sesuatu yang negatif,

- Mrenjadi motivator masyarakat Jawa Barat *pituin* (orang Sunda), agar menyikapi kehadiran masyarakat Jawa Barat yang *mukimin* (suku-suku lain yang menetap di Jawa Barat) dengan berpegang pada nilai-nilai luhur budaya Sunda yang antara lain terkandung di dalam nasihat, agar *someah kasemah*. Seraya memotivasi masyarakat Jawa Barat yang *mukimin* agar tidak menjadi *semah* dalam arti *ngahesekeun anu boga imah* (menimbulkan kesulitan bagi masyarakat *pituin*). Masyarakat Jawa Barat yang *mukimin* harus dimotivasi oleh *HU Pikiran Rakyat*

untuk berpegang pada filosofi yang terkandung di dalam ungkapan, "*dimana bumi dipijak, disana langit dijunjung".*

7. Selain daripada itu sudah barang tentu *HU Pikiran Rakyat* harus menjadi surat kabar yang religius, dalam arti segala sesuatunya, termasuk pemilihan dan pemuatan berita-berita dan sajian-sajian lainnya, dilakukan dengan senantiasa dilandasi, dijiwai, digerakkan dan dikendalikan oleh ajaran agama yang melarang main fitnah, mengadu domba, menimbulkan perpecahan. *HU Pikiran Rakyat* harus menjadi dan dijadikan wahana untuk ber-*amar ma'ruf* dan *ber-nahi munkar.* Wahana untuk mengajak kepada kebenaran, menyeru kepada kebijakan, mencegah kemunkaran, kebatilan dan ketidakadilan.

1.1.3 Logo Perusahaan

Pada awalnya kata "Pikiran Rakyat" diambil dari suara masyarakat dan pikiran masyarakat yang tidak dapat disampaikan secara langsung kepada pihak yang bersangkutan. Dan juga informasi-informasi yang ada diluar sana tidak dapat diterima oleh masyarakat yang berkebatasan dalam hal ekonomi.

Gambar 1.1

Logo PT. Pikiran Rakyat Bandung

Pikiran Rakyat

Sumber: Pikiran Rakyat, 2011

1.1.4 Maskot Perusahaan

Mang Ohle adalah simbol atau ikon yang digunakan Pikiran Rakyat, mencerminkan lelaki paruh baya yang santun, bijaksana, berwawasan luas serta dicirikan dengan menggunakan kostum khas masyarakat daerah Jawa Barat yakni peci dan sarung.

Gambar 1.2

Maskot PT. Pikiran Rakyat Bandung



Sumber : Pikiran Rakyat, 2011

1.2 Sejarah Divisi Humas PT. Pikiran Rakyat

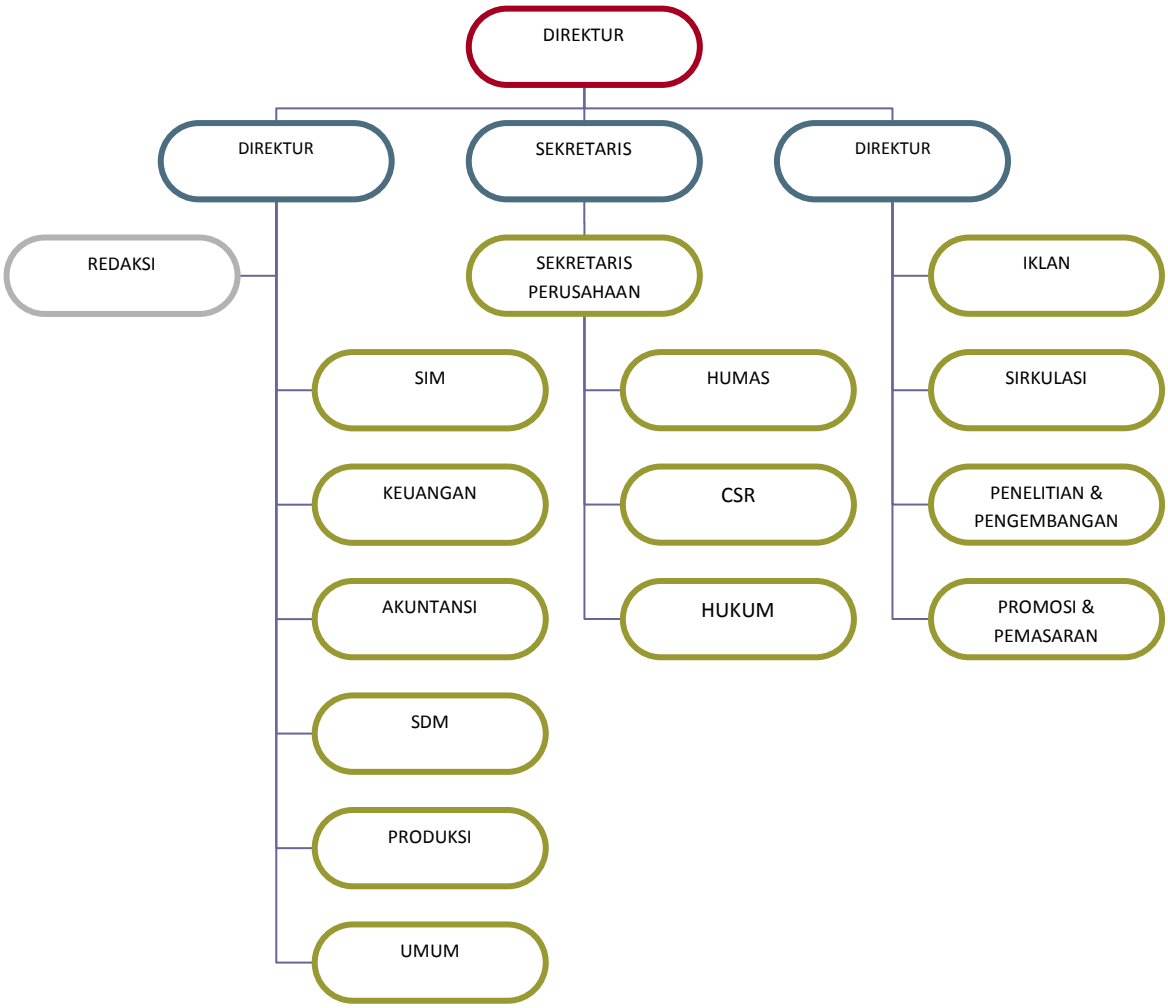
Sejak PT. Pikiran Rakyat berdiri, divisi humas pun telah ada. Dengan kata lain divisi humas PT. Pikiran Rakyat telah berdiri sejak awal berdirinya PT. Pikiran Rakyat Bandung.

1.3 Struktur Organisasi PT. Pikiran Rakyat

Berdasarkan data yang diberikan oleh pihak humas PT. Pikiran Rakyat, struktur organisasinya adalah sebagai berikut :

Gambar 1.3

Struktur Organisasi PT. Pikiran Rakyat Bandung



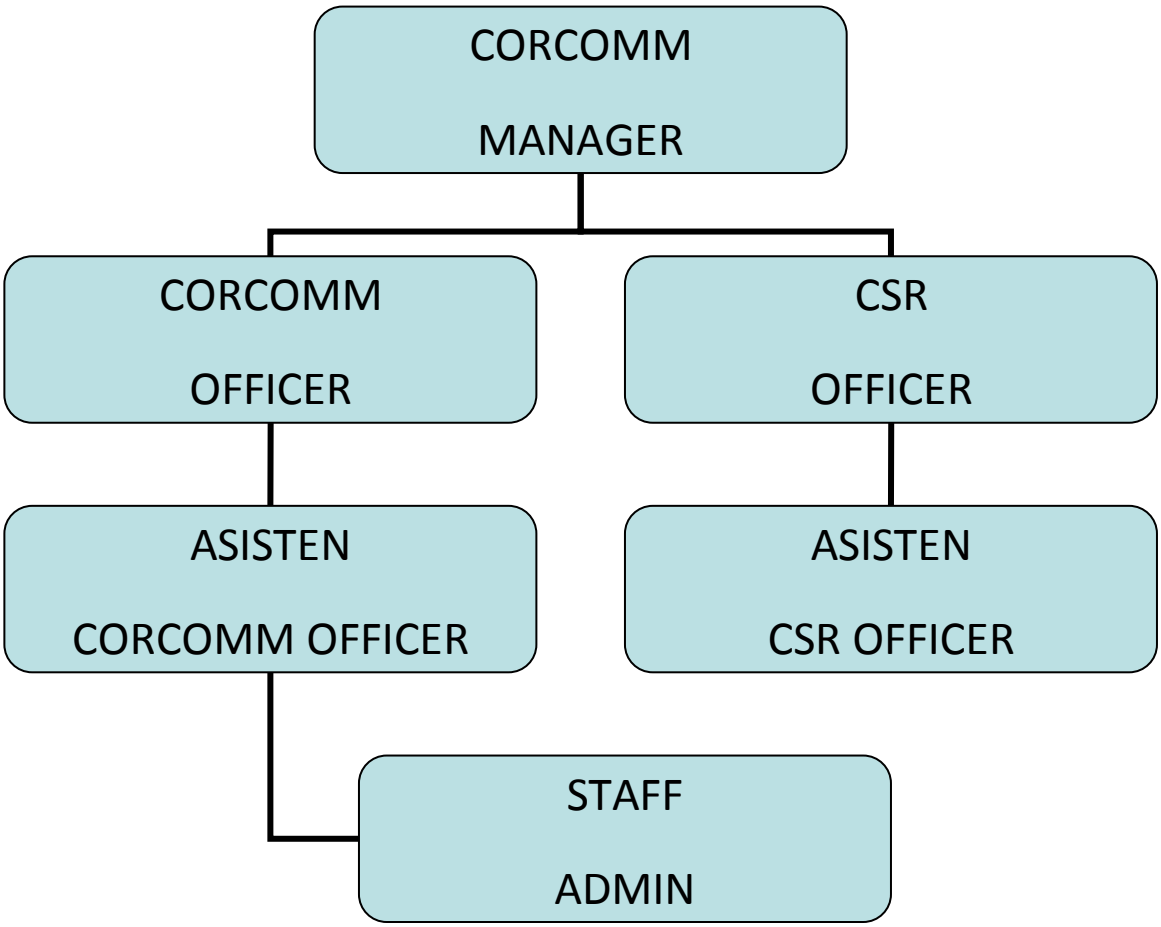
Sumber : Pikiran Rakyat, 2011

1.4 Struktur Humas PT. Pikiran Rakyat

Pikiran Rakyat mempunyai divisi humas guna membantu direktur utama dalam menangani masalah baik dalam maupun luar perusahaan yang berhubungan dengan citra perusahaannya. Adapun strukturnya dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar 1.4

Struktur Divisi Humas PT. Pikiran Rakyat Bandung



Sumber : Pikiran Rakyat, 2011

1.5 Job Description

A. Bagian redaksi

Kerjasama dengan berbagai redaksi sangat penting karena menyangkut publisitas yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk meupun kelembagaan sehingga masyarakat semakin percaya pada produk maupun jasa yang ditawarkandan akan berdampak pada peningkatan tiras dan iklan.

Kerjasama dalam bentuk:

1. Press release

2. Liputan kegiatan intern maupun ektern yang melibatkan perusahaan baik dalam bentuk tulisan maupun foto.

B. Bagian iklan

Penggunaan bartet iklan sebagai upaya meningkatkan kerjasama saling menguntungkan dengan kompensasi yang menguntungkan bagi perusahaan

Pembuatan PR Advertising yaitu iklan yang ditujukan kepada masyarakat dengan tujuan menjelaskan / menyampaikan hal – hal mengenai perusahaan yang layak diketahui, jadi lebih sekedar pengumuman biasa.

C. Bagian Sirkulasi

Membenahi dan mengaktifkan kelompok pembaca PR (KPPR) dengan jalan :

- Kunjungan untuk melakukan dialog langsung sehingga dapat kita ketahui sejauh mana perkembangan KPPR
- Melengkapi kepustakaan KPPR dengan jalan mencari donatur / relasi yang dapat menyumbangkan buku – buku
- Pembentukan KPPR baru di KAB2 yang belummemiliki KPPR / di KAB yang dirasa perlu dikembangkan lagi.

Pembinaan agen dan luper :

- Secara rutin, setiap tahun PR memberikan beasiswa bagi Putra –putri agen, loper, dan pengecer.
- Memberikan hadiah ONH untuk agen berprestasi.
- Setiap tahun diadakan acara yang bersifat rekreatif atau mudik lebaran bersama.

D. BP-2 (Badan penelitian, dan pengembangan) :

Dalam rangka wawasan dan pengetahuan, menyelenggarakan seminar/ semikola, *study banding, in house training* dan berbagai kegiatan pendidikan lainnya.

E. Bidang Promosi / Pemasaran :

Kegiatan promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan cara persuasif sedangkan kegiatan humas berfungsi mendekatkan konsumen / public sasarannya kepada perusahaan dengan cara mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat dengan menciptakan citra

positif dalam masyarakat. Karena humas harus melibatkan dalam berbagai kegiatan promosi, seperti :

- Pameran merupakan salah satu media efektif untuk promosi eksistensi
- Sponsorship : berpartisipasi dalam program / kegiatan sosial yang akan memberikan nilai tambah, hal berkaitan dengan komitmen bahwa PR bukan hanya sebagai institusi bisnis saja tapi juga institusi sosial. Namun kita harus lebih seefektif memilih proposal / program yang ditawarkan.
- Pembuatan *Company Profile*
- Pembuatan leaflet/brosur
- Pembuatan cendera mata yang inovatif dan mewakili citra perusahaan. Kita dapat melihat bahwa dewasa ini masyarakat mempunyai kecenderungan mengoleksi benda-benda dari perusahaan besar tertentu, seperti : Coca-cola, Mc Donald's, RCTI, Dll.
- Mengadakan kegiatan bakti sosial : sumbangan korban bencana alam, pembagian sembako, pengobatan gratis untuk masyarakat tidak mampu.

F. Bagian personalia

Hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi dilingkungan kerja perusahaan, secara langsung atau tidak langsung akan berakibat buruk pada perusahaan. Untuk itu perlu dibuat program-program yang cukup efektif untuk membentuk dan membina hubungan harmonis antara unsur pimpinan dengan karyawan / hub. Antar karyawan itu sendiri.

G. Humas :

Ruang lingkup aktivitas PR/ Humas meliputi :

1. Membina hubungan kedalam *(internal public*)

   Public internal yang dimaksudkan adalah public yang merupakan bagian dari satu unit, badan, perusahaan.

2. Mampu mengidentifikasikan hal – hal yang menimbulkan gambaran positif maupun negatif didalam masyarakat, sebagai kebijaksanaan yang dijalankan oleh suatu perusahaan maupun organisasi.
3. Membina ekternal yang dimaksud adalah public umum (Masyarakat) yang mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran tentang suatu yang baik terhadap public yang diawalinya.
4. Meningkatkan koordinasi / kerjasama dengan relasi
   - Bekerjasama dengan organisasi-organisasi kehumasan, misalkan : Bako humas, perhumasan (Perhimpinan Hubungan Masyarakat) Bandung, PHRI (Pehimpunan Hotel & Restoran). Hubungan dengan para praktisi Humas tersebut sangat menguntungkan bagi peningkatan tiras dan iklan karena mereka merupakan pengambil keputusan dalam hal menentukan media promosi
   - Bekerjasama dengan organisasi-organisasi sosial kemasyarakatan, misalkan : Daarut tauhid, DSUQ, Selasar, dll.
   - Bekerjasama dengan media cetak dan elektronik, misalnya : TVRI, RCTI, Kompas dll.

5. Menerbitkan Jurnal Intern “ mediator “

   Dari serangkaian program kerja humas PT. PRB selalu mengadakan kegiatan- kegiatan dalam rangka mencapai hub yang harmonis dalam kesehariannya, baik antar internal perusahaan, maupun ekternal perusahaan.

   Menurut analisa penulis humas PT. PRB sudah dapat melakukan apa yang menjadi kegiatan PR sehari-hari yang harus dilakukan untuk mencapai suatu perubahan yang bersifat tetap / memajukan nilai-nilai positif bagi PT.PR sendiri, dan dapat menciptakan citra yang baik dalam hubungan masyarakat dan karyawan perusahaan.

H. Radio Mustika- FM

Sebagai salah satu bidang usaha dibawah naungan PR, selain ini bekerjasama dengan Radio Mustika FM belum digarap secara maksimal, padahal sebagai media elektronik yang mempunyai jangkauna cukup las,radio dapat digunakan sebagai media yang dapat mendukung publisitas kegiatan PR.

I. Tugas-tugasnya:

1. Komisaris _ Memonitor Direktur Utama.
2. Direktur utama : Menjalankan perusahaan, melakukan kebijakan perusahaan hasil Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)
3. Direktur Keuangan dan SDM Bertanggung jawab kepada terpeliharanya anggaran dan cadangan keuangan perusahaan

4. Direktur Pemasaran Bertanggung jawab kepada kebijakan pemasaran yang dilakukan oleh bagian Iklan, Sirkulasi, dan Marcomm,
5. Sekretaris : Mencatat, membukukan kegiatan keadministrasian karyawan .
6. Sekretaris Perusahaan Mencatat agenda perusahaan
7. Keuangan : Melaporkan catatan keuangan kepada Direktur Keuangan
8. Akuntansi : Mencatat data keuangan perusahaan perperiodik
9. SDM : Mengurus masalah kekaryawanan, pengembangan karier karyawan, kesejeahteraan karyawan, menjalankan kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan karyawan. Tunjangan Hari Raya, Cuti dsb.
10. Produksi : Mengamankan proses cetak, menyediakan bahan baku cetak, mendistribusikan koran ke bagian Sirkulasi
11. Perencanaan dan pengembangan : Mengamati situasi persaingan, menetapkan kenaikan harga koran, menetapkan kebijakan startegi perusahaan.
12. Teknologi Informatika : Support komputeriasi di lingkungan PT PRB, mengamakan/ membuat *back-up* data perusahaan, secara periodik melakukan up-grade program/ software di perusahaan.
13. Hukum : Mencatatkan asset perusahaan di kantor notariat, memelihara dan menginventarisasi asset perusahaan.

1.6 Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana yang terdapat pada divisi Humas PT. Pikiran Rakyat Bandung adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Sarana Divisi Humas Pikiran rakyat

No.	Sarana	Jumlah	Keterangan
1.	Ruang Kepala Humas	1	Baik
2.	Ruang Officer	1	Baik
3.	Ruang Staff	1	Baik

Tabel 1.2

Prasarana Divisi Humas Pikiran Rakyat

No.	Prasarana	Jumlah	Keterangan
1.	Komputer	3	Baik
2.	Meja kerja	6	Baik
3.	Kursi Kerja	6	Baik
4.	Lemari Data	2	Baik
5.	Telepon	5	Baik
6.	Seperangkat ATK	-	Baik
7.	Papan Jadwal Kegiatan	1	Baik

1.7 Lokasi dan Waktu PKL

l.7.1 Lokasi

Praktek kerja lapangan ini dilakukan di :

PT. Pikiran Rakyat Bandung

Jalan Asia Afrika No. 77 Bandung.

www.pikiranrakyat.com

Telp. (022)637755

Faks. (022) 631004

1.7.2 Waktu penelitian

Kegiatan ini dilaksanakan oleh peneliti dengan menggunakan waktu selama 24 hari yang terhitung mulai tanggal 18 Juli sampai 19 Agustus 2011.