BAB II

PELAKSAAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1. Aktifitas Praktek Kerja Lapangan

2.1.1. Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Pada hari pertama Peraktek Kerja Lapangan penulis melakukan perkenalan dan interview serta arahan oleh Manejer Sumber Daya Manusia(SDM) PT. Pos Indonesia yaitu Ibu Diani Ekanugraha .kegiatan yang harus penulis lakukan yaitu ikut berpartisipasi di dalam sebuah organisisi yang ada di Kantor Pos Subang. Dimana PT. Pos Subang mempunyai aturan –aturan dan tata tertib perusahan yang harus di ikuti oleh semua semua staf atau pegawai juga anak –anak didik yang melakukan Peraktek Kerja Lapangan atau penelitian. Selain itu PT. Pos juga mempunya tata tertib peraturan wajib dalam berbusana sesuai tata tertib yang telah ditentukan , karna hal ini juga untuk menerapkan kedisiplinan dalam lingkungan kerja. PT. Pos manawarkan pelayanan jasa *mail logistic*, dan *finace* kepada masyarakat baik pengiriman dan penerimaan surat atau barang sesuai dengan tujuan.penulis melaksanakan waktu pkl sesuai dengan jam kerja kantor pos pada hari senin sampai hari sabtu. Di mana di bagi menjadi 2 shif yaitu :

2.1.1.1 Jam dinas kerja shif 1 (pagi)

1. Jam dinas kerja hari senin s/d kamis jm 07.30-15.00 WIB dengan waktu istirahat pada jam 12.00-13.00WIB

2. Jam dinas kerja hari jum'at 07.30-15.00 WIB dengan waktu istirat jam 11.30-13.00 WIB

3. Jam dinas kerja hari sabtu 07.30-13.00

2.1.1.2 Jam dinas shif 2(siang)

1. Jam dinas bekerja hari senins/d kamis jam 15.00-2100 WIB waktu istirahat pada jam 18.30-19.00WIB
2. Jam dinas kerja hari jum'at 13.00-20.30 WIB dengan waktu istirahat jam 18.30-19.00 WIB
3. Jam dinas bekerja hari sabtu 13.00-18.00 WIB.

Di dalam melaksanakan kegiatan PKL penulis melakukan Kegiatan rutin yaitu kegiatan yang wajib untuk dilakukan selama melaksanakan kegiatan PKL dan juga ada kegiatan insidentil yaitu kegiatan yang dimana penulis tidak selalu melakukan kegiatan tersebut dan bersifat dadakan atau spontanitas saja di lakukan.

Dan untuk lebih jelasnya penulis mendeskripsikan kegiatannya dengan menggunakan tabel.

Adapun jadwal kegiatan yang di lakukan yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Pelaksanaan Peraktek Kerja Lapangan

NO.	HARI/TGL	KEGIATAN	SIFAT	
			Rutin	Insidentil
1	Senin 11-07-11	- Perkenalan & interview dari manejer SDM kantor Pos subang serta penjelasan mengenai tata cara pelaksanaan PKL dan pemilihan bidang untuk melakukan PKL.		✓
2	Selasa 12-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Menyortir Surat - Ubah status	✓ ✓ ✓	
3	Rabu 13-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Menyortir Surat - Ubah status	✓ ✓	
4	Kamis 14-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah status	✓ ✓	

5	Jumat 15-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Menyortir Surat - Ubah status.	✓ ✓ ✓	
6	Saptu 16-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Menyortir Surat	✓ ✓	
7	Senin 18-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah Status	✓ ✓	
8	Selasa 19-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah Status *Reqtur*	✓ ✓	
9	Rabu 20-07-11	- Menyortir Surat - *Deivery order* kiriman Surat	✓ ✓	
10	kamis 21-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah Status	✓ ✓	
11	Jumat 22-07-11	- *costumer s* - Ubah status	 ✓	✓
12	Sabtu 23-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah Status	✓ ✓	
13	Senin 25-07-11	- Menyortir Surat - *Deivery order* kiriman Surat	✓ ✓	
14	Selasa 26-07-11	- mrengadakan pertemuan dengan kepala cabang pos subang		✓

15	Rabu 27-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah status - Menyotir Surat	✓ ✓ ✓	
16	Kamis 28-07-11	- Menyortir Surat - *Deivery order* kiriman Surat	✓ ✓	
17	Jumat 29-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - *costumer s* - Ubah Status	✓ ✓	 ✓
18	Sabtu 30-07-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah status - Menyotir Surat	✓ ✓ ✓	
19	Senin 01-08-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah Status	✓ ✓	
20	Selasa 02-08-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah Status	✓ ✓	
21	Rabu 03-08-11	- Mengirim paket,surat ke kantor-kantor pos cabang subang		✓
22	Kamis 04-08-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah status - Menyotir Surat	✓ ✓ ✓	

23	Jumat 05-08-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah status	✓ ✓	
24	Sabtu 06-08-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah status - Menyotir Surat	✓ ✓ ✓	
25	Senin 08-08-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah status - Menyotir Surat	✓ ✓ ✓	
26	Selasa 09-08-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah Status	✓ ✓	
27	Rabu 10-08-11	- Menyotir Surat - *costumer s*	✓	 ✓
28	Kamis 11-08-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah status - Menyotir Surat	✓ ✓ ✓	
29	Jumat 12-08-11	- *Deivery order* kiriman Surat - Ubah status - Menyotir Surat	✓ ✓ ✓	
30	Sbtu13-08-11	- Meminta tanda tangan untuk nilai dan perpisahan pada karyawan beserta staff PT.Pos Subang		✓

Sumber : Arsip penulis, subang 2011

2.2. Deskripsi Kegiatan Rutin Praktek Kerja Lapangan di PT. POS Subang dan contoh kegiatan

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan penulis melakukan kegiatan rutin yang di berikan oleh pembimbing Peraktek kerja Lapangan di kantor Pos Subang, selama 1 bulan. Dalam seminggu kerja peraktek dilaksanakan selama 6 hari kerja yang kegiatannya di atur oleh pembingbing Peraktek Kerja Lapangan. Waktu kerja harian mulai pukul 07.30 -15.00 dengan waktu istirahat pada pukul 12.00 – 13.00, dan kegiatan tersebut diantaranya adalah :

2.2.1 Jasa *logistic*

Kegiatan yang penulis lakukan di PT.Pos yaitu pelayanan yang membantu pemakaian jasa untuk mengirimkan barang atau bingkisan dari suatu tempat ke tempat lain sesuai dengan keinginan pengirim berupa jenis layanan paket pos yang di sediakan PT.Pos Subang adalah :

a. Layanan standar

Merupakan layanan pengiriman barang dengan bentuk dan ukuran tertentu dengan layanaan dan operasi standar ,salah satunya adalah paket pos biasa.

a. Layanan Prioritas

Merupakan layanan pengiriman barang prioritas pengangkutan dan pengantaran misalnya paket kilat khusus.

b. Layanan kastemer

Melayani pengiriman barang atribut sesuai permintaan pengirim atau penerima , misalnya paket Pos pwrlakuan khusus.

c. *Paket Pos Bisnis*

Merupakan kiriman paket tercepat untuk dikirim dari bandung dengan tujuan wilayah jagotabek khusus bagi pelanggan industri/bisnis yang membutuhkan waktu tempuh dan penanganan khusus sesuai dengan keinginan pengirim.

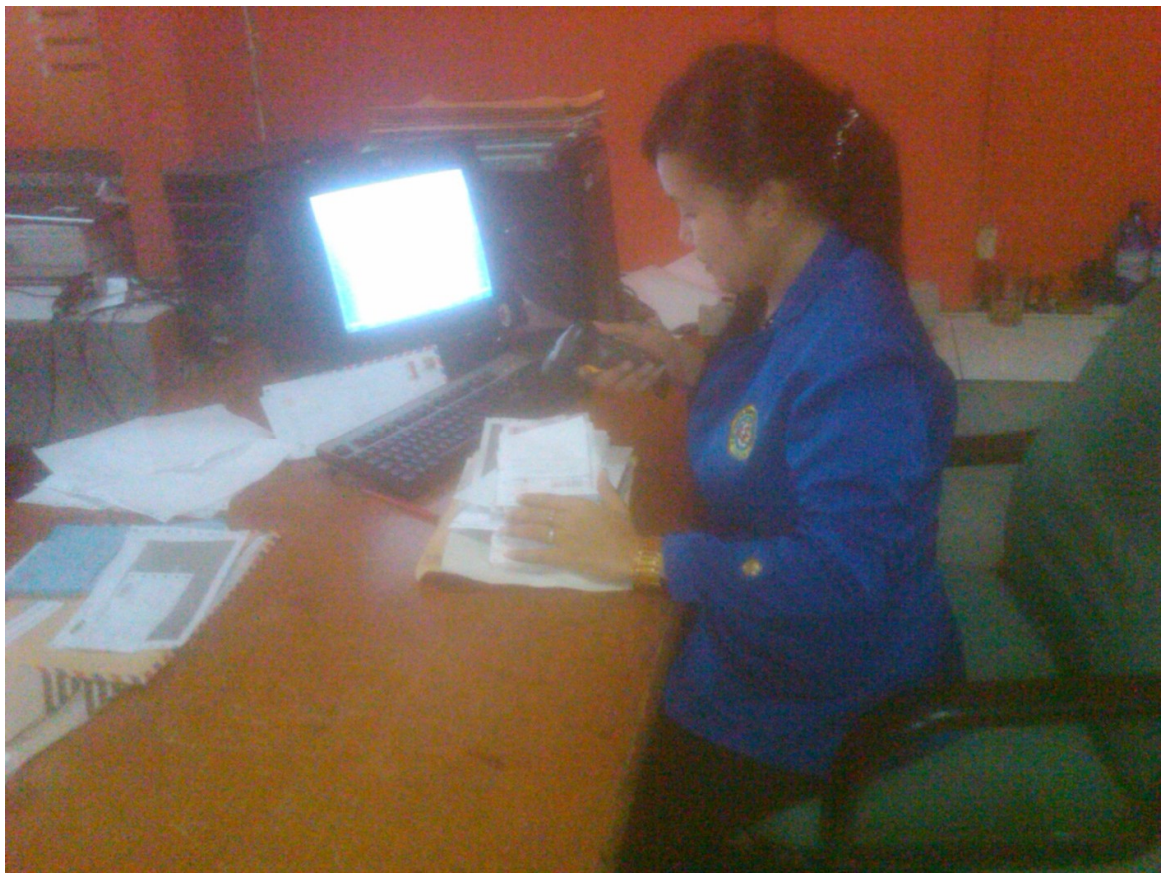
2.2.2 Deivery order kiriman Surat

Kegiatan yang penulis lakukan di PT. Pos yaitu melakukan kegiatan menyortir dan *deivery order* kiriman Surat yang di awasi oleh Bpk Aripin selaku pembimbing yang juga Asman pengolahan di kantor Pos. Dimana kegiatan yang dilakukan diantaranya menerima kiriman surat dan mengantarkan ke cabang - cabang yang ada di wilayah Subang Serta menerima kiriman surat yang dari luar wilayah Kabupaten Subang untuk di antar sesuai dengan tujuan surat.

penulis melaksanakan Peraktek Kerja Lapangan sebagai pengelola surat dalam hal ini penulis tidak melakukannya secara sendiri tetapi didampingi dan diawasi oleh pembimbing yaitu Bapak Aripin selaku pembingbing selain itu penulis juga di temani oleh rekan dari Universitas lain yang sama-sama melaksanakan Peraktek Kerja Lapangan di kantor Pos Subang.

Gambar 2.1

Contoh Kegiatan *Deivery Order* Kiriman Surat



Sumber : Arsip penulis, Subang 2011

2.3 Contoh Kegiatan Isidentil Kerja Lapangan di PT.Pos Subang .

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Pos Subang penulis juga melakukan kegiatan Insidentil yang diberikan oleh kepala bagian PT.Pos Subang dan pembimbing Peraktek Kerja Lapangan di PT.Pos Subang , Kegiatan Insidentil tersebut antara lain:

1. Mendengarkan materi

Sebelum memulai melakukan kegiatan praktek kerja lapangan penulis di berikan arahan mengenai kegiatan yang akan di lakukan pada saat melakukan praktek kerja lapangan. Penulis juga di berikan materi mengenai jenis kegiatan yang dilakukan oleh bagian produksi, serta di berikan materi mengenai proses pengolahan paket antar, mulai dari pengiriman surat, pengiriman paket, transfer online sampai dengan jasa pembayaran beberapa *fnensi*.

2. *customer*

Selain menjadi pengolahan paket di PT.Pos Subang penulis juga di berikan kesempatan untuk menjadi *customer* di PT.Pos Subang yaitu pelayanaan bagi publik, *customer* merupakan salah satu kegiatan yang di lakukan oleh pegawai PT. Pos Subang untuk melayani publik yang membutuhkan pelayanan maupun infornasi tentang PT.Pos, dimana siswa PKL di beri kesempatan bagaimana melayani publik yang membutuhkan pelayanan tentang pengiriman surat, pengiriman paket, maupun transfer secara online atau informasi tentang PT. Pos .

3. mrengadakan pertemuan dengan kepala cabang pos subang.

Selain itu para siswa yang turut serta dalam kegiatan PKL diberi kesempatan untuk menambah wawasan dengan mengikuti kegiatan pertemuan dengan kepala cabang –cabang , untuk melakukan rapat –rapat kepala cabang atau kumpulan untuk diskusi bagaimana cara kinerja karyawan serta apa saja yang menjadi hamabatan yang ada selama pengiriman surat dan mencari solusi yang tepat untuk membarikan pelayanan yang tebaik bagi masyarakat yang menggunakan jasa PT.Pos Subang.

4. Mengirim paket,surat ke kantor-kantor pos cabang subang

Selain itu juga siswa yang PKL juga di beri kesempatan untuk ikut mengantarkan paket atau suratke kantor –kantor cabang yang ada di wilayah kota subang untuk di kirim ke penerima surat.

2.4 Definisi *Public Relation*

Public Relations adalah salah satu bidang spesialisasi dalam komunikasi yang menitik beratkan kepada usaha menumbuhkan saling pengertian dan kerja sama antar publik pada suatu intansi atau perusahaan.

Public relations Menurut Cutlip dan center : *"Public relations* adalah suatu usaha yang terencana untuk mempengaruhi pendapat dan kegiatan melalui pelaksanaan yang bertanggung jawab dalam masyarakat berdasarkan komunikasi dua arah yang saling memuaskan." (S.M. Cutlip & A.H. Center, 1994:98) :

Banyak para ahli komunikasi yang mengemukakan pengertian *public relations*, diantaranya adalah Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations*, yaitu:

> "Humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian." (Jefkins 1996:9)

Definisi di atas menjelaskan bahwa *public relations* merupakan suatu kegiatan komunikasi yang terencana dan memiliki tujuan-tujuan spesifik yang hendak dicapai. Publik sasarannya bukan hanya yang berada di dalam perusahaan, tetapi juga yang berada di luar perusahaan.

Public relations dalam bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai hubungan masyarakat (humas). Rhenald Kasali dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Public Relations* mengemukakan pengertian humas sebagai berikut:

> "*Public relations* adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur seseorang/sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik." (*Public Relations News* dalam Kasali 2000:7)

Definisi tersebut mengemukakan kedudukan *public relations* dalam menjalankan fungsi manajemen dalam perusahaan adalah sama pentingnya dengan pemasaran, keuangan, produksi, dan sumber daya manusia.

Public relations adalah: Interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam

pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena *public relations* merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan (Maria, 2002, p.7). Hal ini didukung oleh pendapat Alma yang mengatakan bahwa "*public relations* adalah kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk membangun citra yang baik terhadap perusahaan" (2002, p.145). Sedangkan Marston mengatakan "*public relations* adalah suatu perencanaan dengan menggunakan komunikasi persuasif untuk mempengaruhi persepsi masyarakat" (1999, p.1). Scholz (1999,p.2) mengatakan bahwa "*public relations* adalah suatu perencanaan yang mendorong untuk mempengaruhi persepsi masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial berdasarkan suatu komunikasi timbal balik untuk mencapai keuntungan pada kedua belah pihak". Pengertian *public relations* secara umum dan khusus sebagai berikut:

1. Pengertian Umum *Public relations* adalah proses interaksi dimana *public relations* menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. *Crystallizing Public Opinion* menyebutkan bahwa *public relations* adalah profesi yang mengurusi hubungan antara suatu perusahaan dan publiknya yang menentukan hidup perusahaan itu (Widjaja, 2001).
2. Pengertian khusus *public relations* adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah

manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren, dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama (Maria, 2002).

2. Fungsi *Public Relations*

Public relation dalam suatu perusahaan dikatakan berfungsi apabila *public relations* itu menunjukkan suatu kegiatan yang jelas dan berbeda dari jenis kegiatan lainnya di dalam perusahaan.

Berikut pendapat F. Rahmadi dalam bukunya *Public Relations dalam Teoti dan Praktek*, mengenai fungsi utama *public relations*, yaitu:

> "Fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/organisasi." (Rahmadi 1993:21)

Seorang praktisi PR harus mampu menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan publik internal dan eksternal. Fungsi ke dalam misalnya mengusahakan terciptanya lingkungan kerja dimana seluruh karyawan merasa tenang dan puas akan kebijakan-kebijakan perusahaan sehingga para karyawan bisa bekerja dengan baik. Fungsi ke luar misalnya dengan memperhatikan dan melayani kepentingan publik eksternal agar kesan baik terhadap perusahaan tetap terjaga.

3. Ruang Lingkup *Public Relations*

Ruang lingkup kegiatan *public relations* ada dua yaitu internal dan eksternal. Adapun tujuan dan tugas *public relations* berdasarkan ruang lingkup kegiatannya adalah:

1) *Internal Public Relations*

Kegiatan *public relations* secara umum terbagi di 2 wilayah, dalam dan luar organisasi/perusahaan. Publik yang tergolong bagian internal adalah para karyawan dan investor. Masing-masing membutuhkan penanganan yang khusus. Mari kita mulai dengan membahas hubungan karyawan.

2) *External Public Relations*

Hubungan dengan publik diluar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak. Karena perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain. Karena itu perusahaan harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik-publik khususnya dan masyarakat umumnya.

4. Strategi *Public Relations*

Perusahaan menggunakan metode hubungan masyarakat (*public realations*) untuk menyampaikan pesan dan menciptakan sikap, citra dan opini yang benar. Hubungan masyarakat (humas) merupakan salah satu alat promosi atau komu-

nikasi yang penting. Selama ini, humas tidak lebih dari alat promosi atau komunikasi yang paling sedikit digunakan, tetapi alat ini memiliki potensi besar untuk membangun kesadaran dan frekuensi di pasar, untuk memperkuat kembali posisi produk, dan untuk mempertahankan produk.

Banyak perusahaan menggunakan humas pemasaran (*marketing public realations*) untuk melakukan promosi perusahaan atau produk dan membuat citra perusahaan dan produk. Humas pemasaran mempunyai peran antara lain:

a. Membantu dalam meluncurkan produk baru
b. Membantu dalam melakukan penempatan posisi kembali produk yang sudah dewasa.
c. Membangun minat dalam sebuah kategori produk, misalnya Maspion mengajak untuk membeli produk buatan Indonesia.
d. Mempengaruhi kelompok target yang spesifik.
e. Membangun citra perusahaan sehingga mendukung produknya.

5. Karakteristik *Public Relations*

a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
b. Humas merupakan sarana penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen dari suatu organisasi.
c. Publik menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik internal dan publik eksternal.

d. Operasionalisasi humas dalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegahnya terjadinya rintangan psikologis baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

Metode hubungan masyarakat dan publisitas yang utama ialah publikasi, kegiatan penting, sponsor kegiatan, berita, acara, kegiatan pelayanan masyarakat, media identitas perusahaan, hubungan karyawan, penempatan produk pada program acara televisi atau film dan pelayanan informasi telepon maupun internet.

2.5. Analisa Kegiatan Penulis Selama Praktek Kerja Lapangan

Dalam melaksanaakan kegiatan peraktek Kerja Lapangan di Kantor Pos Subang penulis mendapatkan begitu banyak ilmu yang bermanfaat berkaitan dengan bidang keilmuan yang dimiliki penulis, suasana yang nyaman pada saat melakukan kegiatan Peraktek Kerja Lapangan membuat penulis dapat melaksanakan tugas yang di berikan pembimbing dengan baik, serta tidak mengalami kesulitan yang besar. Kesempatan itu telah memberikan pengalaman bagi penulis, khusunya praktek bagaimana humas yang penulis pelajari dalam perkuliahan.

Padangan terhadap Humas yang terus berubah mereflesikan revolusi dalam praktek Humas di dalam organisasi dan masyarakat.Perubahan ini juga menggambarkan sebuah profesi yang berkembang mencari identitas diri dan

pengakuan professional. Evolusi ini menunjukan bagaimana pungsi humas menjadi bagian dari manajemen oraganisional.

Pada kesimpulan, berdasarkan kutipan yang terdapat di bawah ini menurut *Cutlip* dan *center* :

> *"Public relations* adalah suatu usaha yang terencana untuk mempengaruhi pendapat dan kegiatan melalui pelaksanaan yang bertanggung jawab dalam masyarakat berdasarkan komunikasi dua arah yang saling memuaskan." (*S.M. Cutlip & A.H. Center, 1994:98)*

Banyak orang mendefinisiskan humas sebagai sekedar persuasi atau bujukan. telah ditemukan bahwa istilah "Hubungan Masyarakat" yang disingkat Humas itu adalah terjemahan dari istilah *Public relation* yang di singkat PR. Misalnya salah satu kamus mendifinisikan *Public Relation* sebagai "Mengajak publik memahami dan mempunyai kemampuan baik (*goodwill*). Definisi ini mereflesikan tulisan Edward L. Bernaly –salah satu bapak pendiri humas dalam bukunya yang berpengaruh,*The engineering of Consent* (1955). Bahkan dewasa ini, banyak praktisi yang bekerja dengan manajer dan klayen mereka masih menganggap Humas hanya sebagai komunikasi satu arah untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain.

Definisi hubangan masyarakat telah ditulis oleh banyak pihak dalam upaya mereka mendapatkan intisari hubungan masyarakat, dengan cara membuat daftar aktifitas utama yang membentuk peraktek ini. Menurut kamus *Institute of Public Relation* terbitan bulan November 1987, "Peraktek

Humas atau *PR* adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antar satu organisasi dengan segenap khalayaknya."(Jefkins,1992). Sementara itu define Humas menurut Frank Jefkins sendiri adalah "Sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana,baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan –tujuan spesifik yang belandaskan pada salaing pengertian" (Wasesa ,2005). Menurut Rex F. Harlow, "Hubungan masyarakat merupakan fungsi manajemen khusus yang membantu membentukan dan pemeliharaan komunikasi dua arah, saling pengertian, penerima, dan kerjasama antara organisasi dan masyarakatnya, yang melibatkan manajemen *problem* atau masalah; membantu manajemen untuk selalu mendapatkan informasi dan merespon pendapat umum ; mendefinisi dan menekankan tanggung jawab menejemen dalam melayanani kepentingan masyarakat; membantu menejemen mengikiti dan memanfaankan perubahan dengan efektif; berfungsi sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi kecenderungan; dan menggunakan riset serta komunikasi yang masuk akal dan etis sebagai sarana utamanya"(Cutlip, Center, & Broom,2005).

Sementara itu, pengertian dan peraktek hubungan masyarakat mencakup 8 (delapan) aktivitas atau bidang, yaitu publiitas, iklan, *pressagentry*, *public affair*, manajement isu, *lobbying*, hubungan investor, dan pengembangan (Cutlip, Center, & Boom, 2005).

Dalam melaksanakan semua aktivitasnya itu, seorang *Public Relations Offair* (PRO) atau yang disebut juga sebagai petugas humas memiliki empat tahap atau langkah–langkah pokok yang dijadikan landasan acuan untuk melaksanakan program kerja kehumasannya, yaitu (Cutlip dan Center, 1982):

1. *Research – Listening* (Meneliti dan Mendengarkan)

dalam tahap ini, peneliti yang berkaitan dengan opini, sikap, dan reaksi dari mereka yang berkepentingan dengan aksi dan kebijaksanaan suatu organisasi yang masuk untuk menentukan keputusan berikutnya. Pada tahap ini akan ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan organisasi, yaitu *What's our problem*? (apa yang menjadi masalah kita?).

2. *Planning – Decision* (Perencanaan dan Pengambilan Keputusan)

Tahap ini member sikap, opini, ide-ide, dan reaksi yang berkaitan dengan kebijaksanaan serta termasuk menetapkan program kerja organisasi yang sejalan dengan kepentingan atau keinginan pihak yang berkepentingan. Dengan kata lain yaitu *Here,s what we can do*? (Apa yang mesti kita kerjakan?).

3. *Communication – Action* (Mengkomunikasikan dan Melaksanakan)

Tahap ini adalah menjelaskan sekaligus mendramatisirkan informasi mengenai langkah- langkah yang akan di lakukan, sehingga mampu menimbulkan kesan-kesan yang secara aktif dapat mempengaruhi pihak -

pihakyang di anggap penting dan berpotensi dalam upaya memberikan dukungan sepenuhnya. Jadi,*Here's what we did and why*? (Apa yang telah kita lakukan dan mengapa begitu?).

4. *Evaluation* (Mengevaluasi)

Pada tahap ini humas mengadakan penelitian terhadap hasil-hasil dari program kerja atau aktifitas humas lainnya yang telah dilaksanakan, serta keefektifitasan dari teknik-teknik manajemen, dan komunikasi yang telah dipergunakan. *How did we do*? (Bagaimana kita telah melakukannya?).

Dimana pada saat pertama kali melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan sebagai seorang staff jasa *logistic* kegiatan yang peulis lakukan di PT. Pos yaitu pelayanan yang membantu jasa pengiriman barang atau bingkisan dari suatu tempat ke tempat lain sesuai dengan keinginan pengirim berupa jasa layanan paket pos yang di sediakan PT. Pos subang selain itu ada layanan untuk masyarakat di atntaranya:

a. Layana Standar

Merupakan pengiriman barang dengan bentuk dan ukuran tertentu dengan layanan dan operasi standar, salah satunya adalah layanan paket pos biasa.

b. Layanan Prioritas

Merupakan layanan barang prioritas pengangkutan dan pengaturan, misalnya paket kilat khusus.

c. Layanan Castemer Service

Melayani pengiriman barang atribut sesuai permintaan pengirimatau penerima, misalnya paket pos pelayanan khusus.

d. Paket Pos Bisnis

Merupakan peket cepat untuk dikirim dari bandung dengan tujuan wilayah jagotabek khusus bagi pelanggan industry atau bisnis yang membutuhkan waktu tempuh dan penanganan khusus dengan sesui keinginan pengirim.

Selain *jasa logistic* penulis juga melakukan kegiatan Peraktek Kerja Lapangan yaitu dibagian *mail prosesing* yaitu terdiri dari sub bagian yang diantaranya adalah bagian puri paket, puri surat khusus dan barang, penulis dalam hal ini memilih kegiatan Peraktek Kerja Lapangan di sub bagian puri khusus dan puri paket yaitu melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di subbagian puri surat khusus dan puri paket yaitu melakukan kegiatan berupa *deliveri order* kiriman, dimana pemindahan kiriman dari suatu tempat ke tempat lainnya secara tepat waktu, tepat sasaran dan terpercaya. Pengiriman dari suatau tempat ketempat lain tersebut dilakukan dengan melalui tersedianya jejaring yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat menghubungkan wilayah nasional maupun internasional. kesempatan itu telah memberikan pengalaman bagi penulis, khususnya mengenai peraktek bagaimana menjadi humas dalam suatu organisasi dan mengamalkan teori-teori humas yang penulis pelajari dalam perkuliahan

Dalam hal ini kegiatan yang dilakukan oleh penulis berkaitan pulang dengan perinsip dasar komunikasi yaitu menerima dan menyampaikan pesan kepada publik, dan jika diaplikasikan dalam kegian Peraktek Kerja Lapangan, penulis berinteraksi dengan masyarakat dan juga melakukan kegiatan menerima dan menyampaikan pesan yang dikirim oleh *Custumer Service* untuk disampaikan kepada penerima pesan tersebut.

Pelayanan yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia (persero) terhadap mahasiswa yang melakukan Kegiatan Peraktek Kerja Lapangan di perusahaan terdiri dari dua katagori yaitu:

1) Kegiatan Internal

Public Relations dari sub kepegawain umum PT. Pos Indonesia (persero) bertugas untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat tentang informasi-informasi yang di butuhkan masyarakat tentang PT. Pos Indonesia (persero). Selain itu menjaga hubungan baik internal dengan para staff dan karyawan serta mendukung kegiatan-kegiatan yang ada di PT. Pos Indonesia (persero). Staff karyawan Pos selalu meberikan pelayanan yang tebaik untuk publik atau masyarakat, berusaha mebangun citra yang baik terhadap pandangan masyarakat tentang PT. Pos agar selalu di percaya oleh masyarakat untuk memakai jasa Pos dalam mengirim surat atau jasa. Para pekerja staff kantor Pos juga sudah bekerja secara maksimal untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan jasa Pos. Namun ada beberapa hal yang penulis lihat dari proses kerja yang kurang

efektif dari masing-masing staff karyawan hali ini hal ini diakibatkan karna keterbatasan yang ada, hal ini sangat mempengaruhi sekali pada kualitas suatu perusahaan

2) Kegiatan Eksternal

Kegiatan ekternal merupakan bagian dari kegiatan *Public relations* PT. Pos Indonesia (persero) dalam membina hubungan baik dengan para kostumerya dalam memberikan berbagai informasi tentang PT. Pos Indonesia (persero) kepada publik. Sampai saat ini PT. Pos masih di percaya oleh masyarakat untuk sebagai sarana berkirim surat atau paket, Tetapi seiring berjalannya jaman serta semakin cangihnya teknologi cara masyarakat untuk berkirim surat sudah berkurang karna ada yang lebih gampang dan cepat untuk mengirim pesan, akan tetapi staff PT. Pos selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk publik atau masyarakat yang membutuhkan jasa pengiriman surat atau paket, selain itu juga PT. Pos juga memberikan pelayanan kepada masyarakat yang membutuhkan informasi-informasi atau pembayaran melalui Pos kepada perusahaan-perusahaan yang bekerja sama dengan PT. Pos. Hal ini sangat mempengaruhi efektifitas hubungan internal antara PT. Pos Indonesia (persero) dengan publik.Namaun selama penulis melakukan kegiatan Peraktek Kerja Lapangan penulis menilai ada beberapa staff karyawan yang kinerjanya belum cukup atau kurang maksimal.hal ini di akibatkan karna keterbatasan yang ada.

Dalam aktifitas kerja penulis selama melakukan Peraktek Kerja Lapangan di PT. Pos Indonesia (persero) ada keterkaitan dengan kajian ilmu humas yang di pelajari penulis selama di Universitas komputer Indonesia Bandung, di dalam melakukan aktifitas Peraktek Kerja Lapangan banyak sekali ilmu yang didapat berkaitan dengan kegiatan seorang humas dimana selama melakukan Peraktek kerja Lapangan penulis penulis melakukan kegiatan pelayanan kepada publik atau pengiriman surat, paket atau informasi-informasi serta pembayaran kepada perusaha-perusahan yang bekerja sama dengan PT. Pos. PT. Pos selalu berusaha memberikan yang terbaik kepada masyarakat agar selalu di percaya oleh publik atau masyarakat untuk selalu memakai jasa Pos sebagai sarana berkomunikasi, walaupun ada beberapa staff atau karyawan yang kinerjanya belum cukup atau kurang maksimal tetapi para pekerja selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk publik atau masyarakat. Cara kinerja humas di PT. Pos sudah cukup baik terhadap pelayanan kepada publik atau masyarakat, serta kepada staff karyawan PT. Pos agar selalu bisa memberikan yang terbaik untuk PT. Pos itu sendiri. Selain itu juga humas sangat memperhatikan program kerja pra staff PT. Pos agar bisa meningkatkan citra positif dan masyarakat selalu memberikan kepercayaan untuk memakai jasa Pos.