BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Aktifitas Kegiatan Selama PKL

Selama Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, kegiatan rutin yang dilakukan selama 25 hari adalah mencari berita di koran untuk di klipingkan, mendistribusikan kliping ke mading, membuat agenda surat masuk dan surat keluar, *print out* agenda yang telah dibuat. Sedangkan kegiatan yang bersifat insidental yaitu meliput kegiatan yang berada di kantor PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, seperti meliput kunjungan STIMIK Pranata Bekasi ke Divre V Jawa Barat, meliput Pengarah Mitra Binaan Triwulan II/2010 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL), meliput dan membagikan *doorprize* Nonton Bareng Finala Piala Dunia 2010 bagi Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, ikut dan meliput dalam Siraman Rohani oleh KH Tengku Maulana dan meliput Pisah Sambut.

2.1.1 Jadwal Kegiatan Selama PKL

Selama kegiatan Praktek Kerja Lapangan di PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, 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

Pekerjaan Yang Dilaksanakan Setiap Hari

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Sifat	
			Rutin	Insidentil
1	Senin, 05 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
2	Selasa, 6 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
		3. Membuat Kliping Berita Mengenai PT Pos Indonesia (Persero), Fotokopi dan Didistribusikan ke bagian yang menyangkut dan Mading.	✓	

3	Rabu,07 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
		3. Meliput Kunjungan STIMIK Pranata Bekasi ke PT Pos Indonesia (Persero) Kadivre V Jawa Barat.		✓
4	Kamis, 08 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
		3. Membuat Kliping Berita Mengenai PT Pos Indonesia (Persero), Fotokopi dan Didistribusikan ke bagian yang menyangkut dan Mading.	✓	

		4. Meliput Pengarah Mitra Binaan Triwulan II/2010 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL).		✓
5	Jumat, 09 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
		3. Membuat Kliping Berita Mengenai PT Pos Indonesia (Persero), Fotokopi dan Didistribusikan ke bagian yang menyangkut dan Mading.	✓	
6	Senin, 12 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
7	Selasa, 13 Juli	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat	✓	

	2010	Keluar ke Komputer untuk di Agenda.		
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
8	Rabu, 14 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
		3. Meliput Acara Siraman Rohani oleh KH Tengku Maulana.		✓
		4. Meliput Pisah Sambut (Penerimaan 1 Karyawan baru, 2 Karyawan Mengalami Mutasi dan 1 Karyawan Pensiun Muda).		✓
9	Kamis, 15 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di	✓	

		Klipingkan.		
		3. Membuat Kliping Berita Mengenai PT Pos Indonesia (Persero), Fotokopi dan Didistribusikan ke bagian yang menyangkut dan Mading.	✓	
10	Jumat, 16 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
		3. Membuat Kliping Berita Mengenai PT Pos Indonesia (Persero), Fotokopi dan Didistribusikan ke Mading.	✓	
11	Senin, 19 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	

12	Selasa, 20 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
13	Rabu, 21 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
14	Kamis, 22 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
15	Jumat, 23 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda.	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT	✓	

		Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.		
16	Senin,26 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda**.**	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
17	Selasa, 27 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda**.**	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
18	Rabu, 28 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda**.**	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	

19	Kamis, 29 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda**.**	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
20	Jumat, 30 Juli 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda**.**	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
21	Senin, 2 Agustus 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda**.**	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
22	Selasa, 3 Agustus 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda**.**	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT	✓	

		Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.		
23	Rabu, 4 Agustus 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda**.**	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
24	Kamis, 05 Agustus 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda**.**	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	
25	Jumat, 06 Agustus 2010	1. Memasukan Surat Masuk dan Surat Keluar ke Komputer untuk di Agenda**.**	✓	
		2. Mencari Berita di Koran Mengenai PT Pos Indonesia (Persero) Untuk di Klipingkan.	✓	

Sumber : Arsip Penulis 2010

1.1.2 Deskripsi dan Contoh Kegiatan Rutin Selama PKL

Ada pun kegiatan rutin Humas PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat antara lain :

a. Monitoring Berita

Monitoring berita merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Humas dengan membaca koran dan majalah untuk mencari bahan – bahan yang akan diklipingkan. Agar berita yang telah dicari dapat diklipingkan sesuai dengan kebutuhan lembaga, maka sumber harus jelas (nama koran, majalah atau yang lain, tanggal terbit, halaman), tenaga yang telaten, teliti dan kreatif, profesional (bisa memilih tema yang dikliping misal sesuai pengguna atau misi lembaga).

Kegiatan rutin yang dilakukan oleh Humas PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat adalah monitoring berita dengan membaca Koran Lokal. Praktek monitoring berita yang dilakukan oleh Humas PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat sudah sesuai dan sama dengan teori yang telah dijelaskan diatas seperti mencari sumber – sumber yang jelas yaitu dari surat kabar, tenaga yang telaten, teliti dan kreatif, professional untuk memilih tema yang akan diklipingkan sesuai dengan pengguna PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat. Koran yang di baca adalah Pikiran Rakyat, Tribun Jabar dan Bisnis Indonesia.

Tujuan dari monitoring berita adalah agar dapat mengetahui berita – berita terkini yang berhubungan dengan PT Pos Indonesia (Persero), baik itu masalah umum maupun permasalahan lainnya.

b. Kliping Berita

Kliping berita merupakan kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah atau sumber yang lain kemudian disusun dalam sistem tertentu dalam suatu bidang. Sumber kliping bisa didapat dari terbitan berkala misal jurnal, tabloid, koran dan majalah. Fungsi kliping adalah mengemas ulang bacaan, sedangkan yang dikliping bisa berupa artikel, berita atau foto.

Terdapat dua sistem dalam pembuatan kliping, yaitu :

1. Sistem *Ordnere*

   Sistem *Ordnere* dimana satu bendel berisi satu tema tanpa memperhatikan judul surat kabar maupun urutan waktu.

2. Sistem *Evixe*

   Sistem *Evixe* menitikberatkan pada satu surat kabar atau majalah yang terbit dalam jangka waktu tertentu secara kronologis.

Setiap pagi penulis melakukan kegiatan yang rutin dilakukan yaitu membaca Koran untuk mencari berita mengenai PT. Pos Indonesia (Persero) dan yang berhubungan dan yang berkaitan dengan PT. Pos Indonesia (Persero) yang ada di seluruh Indonesia baik itu berita perusahaan maupun surat pembaca. Berita – berita tersebut di dapat dari sumber surat kabar Pikiran Rakyat, Tribun Jabar dan Bisnis

Indonesia. Setelah berita yang dicari di dapat, lalu penulis melakukan pengguntingan pada berita tersebut kemudian dirapikan untuk ditempel.

Setelah proses pengguntingan berita, kemudian berita yang telah digunting di tempel pada lembaran kertas yang telah di beri kop nama dari surat kabar. Proses selanjutnya adalah *fotocopy* kliping sebanyak empat rangkap yang kemudian salah satunya di tempel di madding, satunya lagi disimpan ke dalam map arsip Humas PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat dan dua sisanya di berikan kepada bagian yang bersangkutan.

Adapun hasil dari guntingan berita dapat dilihat pada tanggal 9 Juli 2010 sebagai berikut :

KLIPING SURAT KABAR DIVRE 5

POS INDONESIA

Nomor : 08/GA.V/0710
Harian : **TRIBUN JABAR**
Hari : Jum'at
Tanggal : 09 Juli 2010
Topik : PT POS INDONESIA DIVRE V KUCURKAN KREDIR LUNAK

PT Pos Indonesia Divre V Jabar Kucurkan Kredit Lunak

BANDUNG, TRIBUN- PT Pos Indonesia Divre V Jabar mengucurkan bantuan kredit pinjaman lunak sebesar Rp 540 juta pada 15 pengusaha kecil. Para pengusaha kecil ini merupakan pengusaha binaan PT Pos Divre V Jabar yang selama ini dinilai memenuhi syarat dan berhasil memanfaatkan fasilitas kredit dari PT Pos Divre V.

Pengucuran kredit dilakukan di PT Pos Indonesia Divre V, Kamis (8/7), dihadiri langsung oleh kelimabelas pengusaha kecil binaan PT Pos Indonesia Divre V.

Menurut Kepala PT Pos Indonesia Divre V Jabar, Hariyanto SE MM melalui Kepala Unit Program Kemitraan Dan Bina Lingkungan (PKBL) Aan Abdullah Parhani, kucuran kredit dengan nilai total Rp 540 juta memang ditujukan terhadap para pengusaha kecil melalui berbagai proses seleksi yang ketat sesuai prosedur.

"Namun memang para pengusaha ini merupakan pengelola perusahaan kecil yang menjadi binaan kami selama ini," tutur Aan Abdullah.

Pengusaha kecil yang mendapatkan bantuan lunak tersebut, merupakan perusahaan yang memiliki keuntungan di bawah Rp 1 miliar per tahunnya. Rata-rata dari mereka merupakan pengusaha yang bergerak di dalam bidang industri seperti industri bobeka, sepatu wanita, jaket, donpet wanita, konveksi dan lain sebagainya. "Namun ada juga di antaranya yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa angkutan" terang Aan.

Kredit lunak PT Pos Indonesia Divre V, terang Aan, memang khusus dikucurkan kepada para pengusaha kecil yang biasanya atas nama perseorangan. Dengan kredit lunak masa pengembalian selama 3 tahun, bunga kredit yang diterapkan juga sangat ringan, yakni hanya 6 persen per tahun. "Atau hanya 18 persen untuk masa 3 tahun pengembalian" ujarnya.

Sesuai harapan Kepala PT Pos Indonesia Divre V, kata Aan, diharapkan bantuan lunak ini bisa membuat para pengusaha kecil mandiri dan berkembang dengan lebih besar. "Dan tidak kalah penting adalah kredit lunak ini diharapkan bisa membuka lapangan kerja baru bagi perusahaan yang berkembang dengan pinjaman lunak kami, di mana selama ini, sangat sulit mencari lowongan pekerjaan bagi mereka yang masih menganggur. Oleh sebab itulah kami sangat peduli terhadap hal ini," kata Aan.

Aan menambahkan, kredit lunak dari PT Pos Indonesia Divre V, para pengusaha kecil ini, serta warga umum lainnya, juga bisa melakukan berbagai transaksi di PT Pos Indonesia. (set/adv)

CATATAN

G.A	SM. HCAF	SM. MLO	SM. FRS
✓	✓		

DESPOSISI

- hrs ada salah satu media pemberitaan ttg PT Pos.
- Ok.

KADIVRE 5

12/7

Berikut dafar – daftar kliping dari periode 5 Juli s.d. 6 Agustus 2010 :

Tabel 2.2

Daftar Hasil Kliping 5 Juli – 6 Agustus 2010

NO.	NAMA MEDIA	TANGGAL	JUDUL ARTIKEL
1.	PIKIRAN RAKYAT	06-07-2010	Pegiriman Surat Pribadi Berkurang
2.	PIKIRAN RAKYAT	08-07-2010	Penjualan Prangko Khusus, Laris
3.	TRIBUN JABAR	09-07-2010	PT Pos Indonesia Divre V Jabar Kucurkan Kredit Lunak
4.	BISNIS INDONESIA	15-07-2010	Pengganti Produk Tabanas dan Taska

Sumber : Arsip Humas PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Bandung 2010

Setelah proses *fotocopy* sebanyak 2 rangkap dilakukan, maka selanjutnya adalah satu dari hasil *fotocopy* dimasukan ke map arsip humas PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat dan satu lagi hasil *fotocopy* di tempel di mading agar karyawan PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat dapat mengetahui berita terkini mengenai PT Pos Indonesia (Persero) yang diambil dari surat kabar.

Praktek kliping berita yang dilakukan oleh Humas PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat sudah sesuai dan sama dengan teori yang telah dijelaskan diatas seperti terjadinya proses pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar yang berisikan berita maupun surat pembaca mengenai PT Pos Indonesia (Persero) yang kemudian disusun dalam sistem tertentu dalam suatu bidang. Sistem yang digunakan dalam proses pengklipingan oleh Humas PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat yaitu sistem *ordnere* dimana dalam satu bendelnya berisikan tema mengenai PT Pos Indonesia (Persero) tanpa memperhatikan judul surat kabar maupun urutan waktu.

c. Agenda Surat Masuk dan Surat Keluar

Selain kegiatan humas yaitu monitoring berita atau media dan kliping berita yang dilakukan penulis dalam kegiatan rutin di PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, penulis pun melakukan kegiatan memasukan nomor surta masuk dan surat keluar dalam agenda yang ada didalam komputer, dimana setelah agenda tersebut terisi untuk hari tersebut maka akan diprint yang kemudian akan disimpan didalam arsip.

Kegiatan memasukan nomor surta masuk dan surat keluar dalam agenda bukan merupakan kegiatan Humas. Kegiatan ini lebih mengacu pada kegiatan administrasi. Tujuan dari memasukan nomor surta masuk dan surat keluar dalam agenda adalah agar surat masuk dari kantor Pos Indonesia lainnya maupun dari luar perusahaan dan surat yang akan keluar dari PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat dapat terdata sehingga PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat dapat

mengetahui jumlah surat yang masuk dan surat yang keluar. Dari hal tersebut maka kegiatan rutin yang dilakukan penulis di PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat tidak hanya melakukan kegiatan Humas akan tetapi melakukan kegiatan administrasi.

2.1.3 Deskripsi dan Contoh Kegiatan Insidental

Kegiatan indidental merupakan kegiatan yang terjadi atau dilakukan hanya pada kesempatan atau waktu – waktu tertentu saja. Jadi dapat dikatakan bahwa kegiatan insidental merupakan kegiatan yang secara tidak tepat atau rutin.

Selama penulis mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, terdapat kegiatan insidental yang melibatkan para PKL untuk turut dan meliput dalam kegiatan yang sedang berlangsung. Kegiatan insindental tersebut yaitu :

2.1.3.1 Kunjungan STIMIK Pranata Bekasi ke PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat

Kunjungan ini berlangsung pada tanggal 7 Juli 2010 pada jam 10.00 WIB s.d 12.00 WIB. Para pelajar STIMIK Pranata Bekasi langsung memasuki aula. Acara ini diawali dengan sambutan Bapak Erry Hendarsyah. Setelah sambutan, kemudian acara dilanjutkan dengan penjelasan mengenai sejarah PT Pos Indonesia (Persero) , fasilitas dan produk – produk yang dikeluarkan oleh PT Pos Indonesia (Persero) yang dijelaskan oleh Bpk. Andri Santosa. Kemudian acara dilanjutkan dengan menjelaskan tentang infrastruktur teknologi di kantor pos oleh Bpk.

Indrian Wahyudi. Acara kunjungan STIMIK Pranata Bekasi ini diadakan dalam rangka *study tour* dalam menambah wawasan tentang PT. Pos Indonesia (Persero). Di dalam acara ini diadakan sesi tanya jawab dimana setiap siswa yang bertanya mendapatkan bingkisan dari PT. Pos Indonesia (Persero) berupa *souvenir*. Acara ini ditutup dengan doa dan foto bersama.

2.1.3.2 Pengarahan Mitra Binaan Triwulan II/2010 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)

Pada tanggal 08 Juli 2010 diselengarakan Pengarahan Mitra Binaan Triwulan II/2010 yang berlangsung dari pukul 10.00 WIB s.d 11.30 WIB. Acara ini merupakan pemberian kucuran dana bantuan kredit pinjaman lunak sebesar Rp 540.000.00,00 pada 15 usaha kecil oleh PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V. Para pengusaha kecil ini merupakan pengusaha binaan PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V yang selama ini dinilai memenuhi syarat dan berhasil memanfaatkan fasilitas kredit dari PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V.

Pembawa acara didalam acara ini adalah Bapak Erry Hendarsyah. Setelah membuka acara, kemudian Bapak Erry mempersilahkan kepada Kepala PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V yaitu Bapak Hariyanto, SE, MM untuk menjelaskan mengenai Mitra Binaan Triwulan II/2010. Selanjutnya setelah Bapak Hariyanto memberikan penjelasan, penjelasan dilanjutkan oleh Bapak Aan Abdullah Parhani selaku Kepala Unit Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Diakhir acara dilakukan sesi foto bersama bersama para pengusaha yang ikut terlibat didalam Pengarahan Mitra Binaan Triwulan II/2010.

2.1.3.3 Nonton Bareng Final Piala Dunia 2010 Bagi Pegawai PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat

Acara ini berlangsung bertepatan dengan Final Piala Dunia 2010 antara Spanyol dan Belanda yaitu pada hari Senin tanggal 12 Juli 2010. Nonton bareng ini di mulai pada hari Minggu tanggal 11 Juli 2010 jam 21.00 WIB dan berakhir pada hari Senin tanggal 12 Juli 2010 pukul 03.00 WIB di aula PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat dan dihadiri oleh 50 orang pegawai PT Pos Indonesia (persero) Divre V Jawa Barat termasuk penulis dan teman – teman PKL lainnya.

Acara diawali dengan *game* gapleh diantara pegawai PT Pos Indonesia (persero) Divre V Jawa Barat. Bentuk permainan ini yaitu para pegawai PT Pos Indonesia (persero) Divre V Jawa Barat yang memiliki pendukung Spanyol dan Belanda di bagi menjadi dua kubu yaitu kubu Spanyol dan kubu Belanda. Hadiah yang ditawarkan yaitu untuk pemenang pertama sebesar Rp 500.000,00 dan pemenang ke dua sebesar Rp 400.000,00. Selain diadakan *game*, diadakan pula pengocokan nomor untuk memberikan *doorprize* kepada pemenangnya. Jadi bagi peserta yang mengikuti acara Nonton Bareng Final Piala Dunia 2010 diwajibkan untuk mengisi daftar hadir agar mendapatkan jatah nomor untuk pengocokan *doorprize*. Hadiah yang ditawarkan yaitu 3 dispenser, 1 pemanggang roti, 3 setrika, 1 blender, 2 dvd player, 1 kompor gas dan 2 kipas angin. Selain meliput acara Nonton Bareng final Piala Dunia 2010 bagi Pegawai PT Pos Indonesia

(persero) Divre V Jawa Barat,penulis pun turut dalam pembagian *doorprize* kepada para pemenang.

2.1.3.4 Siraman Rohani

Siraman Rohani dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 14 Juli 2010 pukul 10.00 WIB yang bertempat di aula PT Pos Indonesia (persero) Divre V Jawa Barat. Acara ini diawali dengan pembawa acara yaitu Bapak Erry Hendarsyah yang mempersilakan KH Tengku Maulana untuk memulai Siraman Rohaninya. Acara ini diikuti oleh seluruh pegawai PT Pos Indonesia (persero) Divre V Jawa Barat dan PKL dan berlangsung selama 30 menit. Selain mengikuti acara Siraman Rohani ini, penulis pun ikut meliput acara ini.

2.1.3.5 Pisah Sambut

Pisah Sambut pegawai diadakan tepat setelah Siraman Rohani oleh KH Tengku Maulana yaitu pada pukul 10.30 WIB dan berlangsung hingga pukul 11.30 WIB. Dalam acara pisah sambut ini menginformasikan mengenai 1 pegawai pensiun muda yaitu Ibu Ani Nistiarini dan 1 karyawan mengalami mutasi yaitu Bapak Otong Idi ke Papua. Acara ini diisi dengan isak tangis setelah Ibu Ani dan Bapak Otong memberikan kata perpisahan kepada seluruh pegawai PT Pos Indonesia Divre V Jawa Barat

Dalam mengikuti kegiatan – kegiatan insidental di PT Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, penulis bertugas meliput dan mendokumentasikan kegiatan insidental tersebut yang merupakan ruang lingkup dari fotografi. Fotografi merupakan salah satu aspek penting dalam dunia Humas, mengingat setiap

informasi Humas perlu didukung oleh ilustrasi berupa gambar atau foto –foto yang baik. Hal ini karena tidak jarang foto mengandung lebih banyak informasi daripada kata – kata.

Menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations* mengatakan bahwa kegunaan fotografi dalam humas adalah :

1. Untuk membangun sebuah perpustakaan foto yang selalu siap menyediakan cetakan foto setiap kali dibutuhkan demi menunjang kegiatan – kegiatan humas.
2. Untuk memperindah, menunjang dan mempopulerkan *news release*.
3. Untuk menghias, melengkapi atau member ilustrasi bagi tulisan feature.
4. Untuk menceritakan suatu pesan atau kisah tanpa naskah atau kata – kata.
5. Untuk menyamarkan panel pameran dan *showroom*.
6. Untuk memamerkan dan menunjang kegiatan perusahaan didalam suatu eksibisi, panel pameran disuatu seminar, acara konferensi atau resepsi pers dan di berbagai kesempatan lainnya.
7. Untuk memperindah, memperluas dan menyamarkan panel atau gerai pameran.
8. Untuk memberi ilustrasi bagi jurnal internal.
9. Untuk memberi ilustrasi bagi setiap literature dan alat visual humas, termasuk lembaran – lembaran atau *leaflet edukasional*, buklet, poster, folder, lembaran yang memuat riwayat singkat perusahaan, buku petunjuk bagi para staf, laporan tahunan, buku petunjuk pemakaian produk perusahaan, sampai

dengan lembaran – lembaran data teknis. Literatur humas yang berkualitas baik bahkan bisa dimanfaatkan sebagai literature penjualan dan alat bantu periklanan (brosur humas itu cukup dimasukkan ke dalam amplop dan dikirim ke alamat – alamat tertentu; dengan cara ini, lembaran humas sudah menjadi alat batu periklana).

10. Untuk menghias latar belakang suatau acara rekaman televisi atau sebagai lembaran bulletin berita TV (bagi keperluan ini, lembaran transparansi berwarna sangat dianjurkan).
11. Sebagai alat cadangan yang setiap saat bisa dikonversikan menjadi *slide* 35mm guna mendukung presentasi yang memakai alat bantu *slide*. *Slide* yang berwarna dan indah bahkan bisa dirangkai menjadi sebuah film singkat, yang selanjutnya dapat direproduksi dalam bentuk kaset rekaman video. (1992 : 195)

Dalam kegiatan insidental ini, penulis meliput dan mendokumentasikan seluruh acara dimana hasil gambar dan foto tersebut disimpan didalam arsip humas PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat untuk menyediakan cetakan foto setiap kali dibutuhkan untuk kegiatan – kegiatan humas dan salah satu foto yaitu pada kegiatan Mitra Binaan Triwulan II/2010 Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) disisipkan pada artikel didalam majalah internal PT. Pos Indonesia (Persero) yaitu Merpati Pos. Kegiatan meliput dan mendokumentasikan merupakan salah satu kegiatan fotografi.

2.2 Deskripsi Humas di PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat

1.2.1 Definisi *Public Relations*

Tugas Humas di PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat yaitu merumuskan dan menyusun program pembentukkan citra perusahaan, hubungan kepada masyarakat, dan melaksanakan penyuluhan baik internal maupun eksternal. Humas atau *Public Relations* merupakan suatu kegitan unutk menanamkan dan memperoleh pengertian , *goodwill*, kepercayaan penghargaan pada dan dari publik suatu badan khususnya dan masyarakat umumnya.

Humas atau *Public Relations* menurut Frank Jefkins dalam bukunya *"Public Relations"* adalah sebagai berikut :

> "Humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan seluruh khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan – tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian". (1992:9)

Dari definisi diatas maksudanya adalah "sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana", ini berarti humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu yang telah dirangkum, dan dimana kegiatan – kegiatan tersebut dikomunikasikan secara terencana untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Sedangkan tujuan utamanya adalah mencapai tujuan – tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian. Maksudnya adalah untuk memastikan bahwa

organisasi telah mencapai tujuan – tujuan spesifik yang telah ditetapkan, maka tujuan – tujuan tersebut telah tercapai dengan adanya saling pengertian antara organisasi dan khalayaknya, baik khalayak internal maupun khalayak eksternal dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

1.2.2 Ruang Lingkup dan Tujuan *Public Relations*

1.2.2.1 Ruang Lingkup *Public Relations*

Ruang lingkup *Public Relations* menurut Rosady Ruslan, S.H.,M.M. dalam bukunya yang berjudul "*Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi & Aplikasi*", yaitu :

1. Membina hubungan ke dalam (*public internal*)

   Yang dimaksud publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit atau badan atau perusahaan atau organisasi itu sendiri.

2. Membina hubungan ke luar (*public eksternal*)

   Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. (2008:23)

1.2.2.2 Tujuan *Public Relations*

Tujuan *Public Relations* menurut Hj. Neni Yulianita, Dra., MS. Dalam bukunya yang berjudul "*Dasar – Dasar Public Relations*" mengatakan bahwa tujuan *Public Relations secara universal* adalah untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi –

kondisi dari pada publik yang bersangkutan dan memperbaikinya jika citra itu menurun atau rusak.

Dengan demikian terdapat empat hal yang prinsip dari tujuan *Public Relations*, yaitu :

1. Menciptakan citra yang baik.
2. Memelihara citra yang baik.
3. Meningkatkan citra yang baik.
4. Memperbaiki citra jika citra organisasi kita menurun atau rusak. (2003 : 42 – 43)

1.2.3 Fungsi dan Peranan *Public Relations*

Fungsi *Public Relations* menurut Prof. Dr. Onong Uchana Effendy, M. A. dalam bukunya "*Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis*", fungsi humas yaitu :

1. Menunjang aktivitas utama manajeman dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
5. Operasionalisasi dan organisasi *Public Relations* adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya. (2008 : 9 – 11)

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan mengenai peran utama *Public Relations* pada intinya yaitu :

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina *relationship,*yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *back up management,* yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
4. Membentuk *corporate image*, artinya peranan *Public Relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

Pada *Public Relations* melekat Dua aspek yang hakiki yang mutlak harus ada. Kedua aspek tersebut adalah :

1. Sasaran *Public Relations* adalah publik intern (*Internal Public*) dan publik ekstren (*External Public*)

   Public internal adalah orang-orang yang bergiat di dalam organisasi, antara lain para karyawan. *Public eksternal* adalah orang-orang di luar organisasi yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi, misalnya para pejabat kantor Pajak, Kantor Telepon, dll.

2. Kegiatan *Public Relations* adalah komuniaksi dua arah timbal balik (*Reciprocal Two Way Traffic Communication)*

Hal tersebut berarti bahwa dalam rangka penyampaian informasi, baik yang ditujukan kepada publik intern maupun ekstern, harus terjadi arus balik *(Feedback).* Ini berarti bahwa kepala Hubungan Masyarakat (Kahumas) harus mengetahui efek atau akibat penyampaian informasinya itu, apakah ditanggapi publik secara positif atau secara negatif.

1.2.4 Strategi dan Sasaran kegiatan *Public Relatios*

1.2.4.1 Strategi *Public Relatios*

Strategi *Public Relations* atau yang lebih dikenal dengan bauran *Public Relations*, yaitu sebagai berikut :

1. *Publications*

   Setiap fungsi dan tujuan *Public Relations* adalah menyelangarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas diketahui oleh publik. Dalam hal ini, tugas *Public Relations* adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pihak pers atau 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. *Calendar event*

Calendar event meliputi kegiatan rutin selalu diselenggarakan pada waktu tertentu.

b. *Special events*

Event atau acara ajang yang sifatnya khusus dan dilaksanakanpada momen tertentu diluar acara rutin dari program kerja *Public Relations*.

c. *Moment event*

Event atau acara yang bersifat momentum atau lebih khusus lagi.

3. *News* (menciptakan berita)

Berupaya menciptakan berita melalui *press release*, *newsletter*, bulletin dan lain – lain. Untuk itulah seorang *Public Relations* harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

4. *Communityinvolvement* (kepedulian pada komunitas)

Keterlibatan tugas sehari – hari tugas *Publis Relatios* adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga hubungan baik (*community relations ang humanity relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

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

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

6. *Lobbying and negotiation*

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

7. *Social responsibility* (tanggung jawab sosial). (Ruslan : 2002)

   Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas *Public Relations* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dimata publik. Saat ini banyak perusahaan menjadikan kegiatan sosial sebagai aktivitas yang harus dilakukan.

1.2.4.2 Sasaran Kegiatan *Public Relatios*

Menurut H. Fayol beberapa sasaran kegiatan *Public Relations*, yaitu :

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

   Menangani keluhan (*compalint*) dan menghadapi krisis yang terhjadi dengan membentuk manajemen krisis dan *Public Relations recovery of image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage*.
3. Mempromosikan aspek kemanusiaan (*promotion public causes*).
   a. Mempromosikan hal – hal yang menyangkutkepentingan publik.

b. Mendukung kegiatan kampanye sosial.

1.2.5 Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Public Relations sebagai bagian dari manajemen organisasi atau lembaga, berorientasi pada aktivitas yang dilakukan oleh industri, perusahaan, perserikatan, organisasi sosial, atau jawatan pemerintah, untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang sehat dan bermanfaat dengan maksud menyesuaikan dirinya pada keadaan sekeliling dan memperkenalkan diri pada masyarakat.

Public Relations mempunyai tugas menjadi "corong" atau publikasi kepada masyarakat agar citra organisasi atau lembaga tetap baik dan menjadi "mediator" yang menjembatani kepentingan organisasi atau lembaga dengan publiknya yang terkait dengan kegiatan PR itu sendiri. Berbagai aktifitas PR senantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra yang positif.

Humas PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat mempunyai tugas pokok melaksanakan Hubungan Masyarakat dengan publik internal maupun publik eksternal yaitu dengan melakukan penyuluhan-penyuluhan dengan mengadakan berbagai kegiatan di lingkungan perusahaan (internal) dan dengan menjalin hubungan dengan konsumen, pelanggan dan mitra kerja (eksternal).

Kegiatan internal PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, yaitu:

1. Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program-program komunikasi dengan publik internal yaitu para pegawai.

2. Membuat artikel – artikel untuk dimasukan ke dalam majalah internal “Merpati Pos” yang diterbitkan selama 3 bulan sekali.
3. Membuat dan menyusun kliping yang berhubungan dengan PT. Pos Indonesia (Persero).

Kegiatan eksternal dari PT Pos Indonesia (Persero) adalah mengurusi hal yang berhubungan dengan penyuluhan eksternal, hubungan dengan tata usaha dan menerima kunjungan dari luar. Kegiatan eksternal PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, yaitu :

1. Merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program-program komunikasi dengan Publik Eksternal yakni pelanggan pers, pelanggan, konsumen dan pemerintah.
2. Menjaga hubungan baik dan harmonis dengan konsumen, pelanggan dan pemerintah.
3. Memantau, menghimpun dan menganalisis informasi yang beredar di masyarakat.

Contoh kongkret kegiatan eksternal Humas PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, yaitu:

1. Membuat *press release*.
2. Menerima kunjungan dari organisasi atau lembaga lain di luar perusahaan.

Dari penjelasan diatas maka posisi Humas PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat sudah sesuai dengan apa yang telah dijelaskan diatas akan tetapi masih

belum efektif kinerja Humas dalam menjalin hubungan dengan publik eksternal terutama dengan pers. Sedikitnya kegiatan yang dilakukan untuk menjalih hubungan dengan publik eksternal membuat hubungan dengan pers kurang harmonis.

1.3 Analisis Layanan PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat Kepada Mahasiswa PKL

Pelayanan menurut Hartanto (1999:2) yaitu :

> "Upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan/pengunjung berupa pemberian kemudahan, kelancaran, kenyamana serta keamanan kepada pelanggan dari pihak perusahaan. J. P. G Sianipar menyatakan bahwa pelayanan tidak hanya terbatas pada fasilitas fisik pelayanan akan tetapi meliputi juga dimensi emphaty yaitu tingkat perhatian dan kepedulian penyedia jasa atas kepentingan, kebutuhan dan keluhan pelanggan (penerima jasa)." (1999 : 2)

Dari uraian diatas maka hal penting mengenai pelayanan yaitu :

Pertama, pelayanan bersifat tanpa wujud *(intangible*) artinya upaya dari aktifitas pelayanan dapat dirasakan oleh pelanggan yang menerima pelayanan (puas/tidak puas). Kedua, pelayanan dapat berbentuk pemberian kemudahan, kelancaran, kenyamanan, serta keamanan dalam diri pelanggan. Maka dari itu pelayanan pelanggan (*Costumers service*) amat dibutuhkan untuk menjaga kredibilitas suatu perusahaan dan menjaga citra perusahaan semakin meningkat.

Pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat kepada penulis baik. Selama melakasanakan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat, penulis merasakan suasana yang cukup menyenangkan, dan karyawan-karyawannya yang ramah walaupun dalam melaksanakan kegiatan rutin, penulis tidak seluruhnya mengerjakan kegiatan yang

dilakukan oleh Humas akan tetapi sebagian mengerjakan tugas administrasi yaitu memasukan surat masuk dan surat keluar ke dalam agenda. Penulis pun diberikan kesempatan untuk mengikuti berbagai kegiatan – kegiatan insidental yang bisanya dilakukan oleh Humas.

Selain itu juga penulis diberikan kesempatan untuk meliputan dan mendokumentasikan kegiatan – kegiatan insidental PT. Pos Indonesia (Persero) Divre V Jawa Barat bersama – sama dengan kedua teman PKL. Bila penulis mengalami kesulitan, hambatan, ataupun hasil yang kurang sempurna maka pihak Humas dan pegawai mengoreksi dari hasil yang telah penulis lakukan, sehingga hal tersebut menjadi suatu pembelajaran bagi penulis agar dapat lebih baik lagi di masa yang akan datang, khususnya dalam bidang Humas.

Hasil dari kerja praktek ini adalah memberikan suatu pemahaman yang berarti bagi penulis tentang bagaimana sistematika kerja manajerial dan pelayanan perusahaan yang semestinya diberikan kepada publik.