BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

Selama Praktek Kerja lapangan berlangsung, peneliti mendapatkan berbagai jenis aktivitas kerja yang menyangkut *job description Public Relation* maupun yang menyangkut komunikasi perusahaan secara keseluruhan.Penulis mendapatkan kesempatan melakukan aktivitas kerjanya secara bergilir di bagian promosi,publikasi dan humas selama 30 hari terhitung sejak tanggal 1 Juli 2011 sampai dengan 11 Agustus 2011 .Setiap hari Senin sampai Jumat dengan waktu kerja Pk 08.00-15.00 WIB.

Pada bidang Public Relation, penulis melakukan tugas-tugasnya yang meliputi penerbitan majalah perusahaan Dirgantara Indonesia, penerbitan Press Realease, Web Site, Penyajian informasi PT.DI dalam bahasa inggris,dokumentasi dan dukungan (s*upport*).Sementara pada bidang promosi, peneliti mendapati tugas yang meliputi penulisan advertorial, s*ponsorshi*p, dan iklan,serta pembuatan kalender.Penulis pun mendapatkan kesempatan melakukan aktivitas kerjanya pada bagian publikasi yang meliputi penerbitan *news letter* info karyawan, monitoring opini publik,dan monitoring berita media massa.Untuk lebih

rinci, penulis menyajikan aktivitas kerja PKL di PT Dirgantara Indonesia berupa table yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 2.1

Kegiatan selama Praktek Kerja Lapangan di PT.Dirgantara Indonesia

No	**Hari/Tanggal**	**Kegiatan**	**Keterangan**	
			Rutin	**Insidental**
1	Jumat / 01 Juli 2011	• Pembuatan ID Card • Mengisi data diri serta kelengkapan arsip pribadi • Pengarahan oleh pembimbing selama PKL		√ √ √
2	Senin/ 04 Juli 2011	• Perkenalan dengan seluruh staff Komunikasi Perusahaan • Pengarahan dari seluruh divisi Komunikasi Perusahaan • Pengambilan ID card		√ √ √

3	Selasa/05 Juli 2011	• Mencari berita online dan cetak • Membuat resume berita • Membuat kliping berita tanggal 5 juli 2011	√ √ √	
4	Rabu/06 Juli 2011	• Mencari berita online • Membuat daftar kliping • Membuat kliping buletin • Membuat surat ucapan terima kasih untuk media massa	√ √ √	√
5	Kamis/07 Juli 2011	• Mencari berita online • Partisipasi plant tour • Membuat kliping berita dan buletin	√ √	√
6	Jumat/08 Juli 2011	• *Sharing* dan pengarahan oleh *manager* humas • Print berita online • Membuat kliping berita cetak dan online	 √ √	√

7	Senin/11 Juli 2011	• Membuat resume berita • Membuat kliping berita cetak • Mempelajari *management* dokumentasi • Mempelajari pembuatan company profile	√ √	 √ √
8	Selasa/12 Juli 2011	• Fotocopy kliping bulan Juli untuk keperluan direksi lain • Mencari berita online dan cetak • Membuat kliping berita cetak	√ √	√
9	Rabu/13 Juli 2011	• Mencari berita cetak dan online • Membuat transkrip rekaman • Mendokumentasikan ruang pamer untuk keperluan direksi	√	 √ √

10	Kamis/14 Juli 2011	• Melanjutkan transkrip rekaman • Mencari berita online dan cetak • Mendokumentasikan kronologis test anti bocor pesawat CN 235	√	√ √
11	Jumat/15 Juli 2011	• Melanjutkan transkrip rekaman • Mencari berita cetak • Membuat kliping berita cetak	√ √	√
12	Senin/18 Juli 2011	• Melanjutkan transkrip rekaman • Mempelajari laporan *exhibition* (rundown acara)	√	√
13	Selasa/19 Juli 2011	• Membuat kliping berita cetak • Membuat resume berita online dan cetak • Mempelajari cara	√ √	√

		pembuatan *company profile*		
14	Rabu/20 Juli 2011	• Mencari berita cetak dan online • Membuat kliping berita cetak • Membuat resume berita cetak dan online • Mengirim resume berita pada direksi	√ √ √ √	
15	Kamis/21 Juli 2011	• Mencari berita cetak dan online • Membuat kliping berita cetak • Membuat resume berita cetak dan online	√ √ √	
16	Jumat/22 Juli 2011	• Membuat resume berita online • Membuat headline info karyawan • Distributor info karyawan	√ √ √	

		di tiap papan pengumuman		
17	Senin/25 Juli 2011	• Pengamatan program acara "Lebih Tahu" di Tv one yang membahas tentang PT DI. • Menganalisis isi tayangan "Lebih Tahu"Tv One tentang PT DI • Mengirim resume berita pada Direksi	√	√ √
18	Selasa/26 Juli 2011	• Mendokumentasikan ruang pamer • Menyambut wartawan • Membuat transkrip hasil wawancara wartawan dengan direksi sekertaris perusahaan		√ √ √
19	Rabu/27 Juli 2011	• Mencari berita cetak dan online • Mengkliping berita cetak dan online	√ √	

		• Membuat resume berita	√	
20	Kamis/28 Juli 2011	• Membuat resume berita • Mempersiapkan acara munggahan Komunikasi Perusahaan	√	√
21	Jumat/29 Juli 2011	• Membuat daftar Kliping bulan Juli • Mempersiapkan acara munggahan Sekertaris Perusahaan	√	√
22	Senin/1 Agustus 2011	• Mencari berita online • Mencari berita cetak • Membuat resume berita	√ √ √	
23	Selasa/2 Agustus 2011	• Membuat ucapan terima kasih • Mengedit Press Realease		√ √
24	Rabu/3 Agustus 2011	• Membuat kliping berita online • Membuat resume berita • Mengirim resume pada	√ √ √	

		direksi		
25	Kamis/4 Agustus 2011	• Merangkum berita-berita • Membuat info karyawan • Mencari data untuk keperluan laporan PKL	√ √ √	
26	Jumat/5 Agustus 2011	• Mencari berita cetak • Membuat resume berita • Membuat daftar kliping bulletin	√ √ √	
27	Senin/8 Agustus 2011	• Melengkapi data untuk keperluan laporan PKL • Monitoring berita media massa	√ √	
28	Selasa/9 Agustus 2011	• Melengkapi data untuk keperluan laporan PKL • Menerjemahkan informasi untuk klien dalam Bahasa Inggris	√	√
29	Rabu/10 Agustus 2011	• Melengkapi data untuk keperluan laporan PKL • Bimbingan dengan	√ √	

		pembimbing di tempat PKL • Mendistribusi Info Karyawan	√	
30	Kamis/11 Agustus 2011	• Melengkapi data untuk keperluan laporan PKL • Bimbingan dengan pembimbing di tempat PKL • Perpisahan • Lapor pada diklat	√ √ √	√

Sumber : Data Penulis, Juli 2011

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Pada bagian ini, penulis akan menggambarkan mengenai kegiatan-kegiatan selama PKl berlangsung baik terdeskripsi berdasarkan bagian-bagian dalam Departemen Komunikasi Perusahaan maupun terdeskripsi pada setiap detil jenis kegiatannya.Aktivitas kerja pun akan dijabarkan dengan mengklasifikasikan dua jenis aktivitas kerja yaitu aktivitas kerja yang bersifat rutin dan insidentil.Aktivitas kerja yang bersifat rutin merupakan aktivitas kerja yang

dilakukan secara berkesinambungan dan selalu dilakukan dengan skala waktu tertentu.Sementara aktivitas kerja yang bersifat insidentil merupakan aktivitas kerja yang hanya pada saat tertentu dilakukan.Berikut merupakan rincian gambaran kegiatan serta program kerja yang dilaksanakan oleh Departemen Komunikasi.

2.2.1 Kegiatan Rutin

- **Public Relation**

Program kerja dan kegiatan yang dilakukan oleh Public Relation merupakan program kerja yang memberi fungsi dalam membangun, mengembangkan PR *network* untuk memposisiskan kepentingan perusahaan bercitra baik dimata *client/public/stake holder* dan terwujudnya kerjasama dan jalinan hubungan yang terintegrasi, harmonis dan sinergi.Selain itu, public relation bertugas dalam menciptakan *relationship* yang berorientasi pada market komunikasi sebagai *tools strategy* bisnis, menjaga *image* dan *posisioning company* dihadapan *client*,mengarahkan dan memimpin aktivitas PR.Perusahaan dalam rangka kelancaran fungsi komunikasi perusahaan seperti yang layak berlaku bagi Industri kedirgantaraan.Program kerja rutin yang dilaksanakan oleh bidang Public Relations meliputi:

\

- Penerbitan majalah perusahaan Dirgantara Indonesia

  Hal-hal yang dilakukan dalam kegiatan ini berupa pengumpulan data/materi, penulisan artikel,*editing&layout*, desain grafis dan distribusi.Majalah perusahaan merupakan media Public Relation internal yang menampung segala opini publik perusahaan serta informasi terkini yang disuguhkan untuk seluruh segmentasi warga perusahaan.Majalah perusahaan Dirgantara Indonesia diterbitkan setiap dua bulan sekali, namun media komunikasi ini dinonaktifkan sejak tahun 2010 dikarenakan keterbatasan anggaran dana dan keputusan direksi yang dirasa bukan menjadi prioritas bagi kebutuhan perusahaan sehingga harus dinonaktifkan untuk sementara.

- Web Site

  Web site merupakan media komunikasi *cyber* PR yang dimana PR bertugas dalam mengaktualisasikan atau meng *up date* website dengan informasi-informasi baru setiap dua hari sekali.Berikut merupakan contoh website yang dimiliki PT DI yang telah dipelajari oleh penulis selama PKL

Gambar 2.5

Contoh Website Company Profile PT Dirgantara Indonesia



Sumber : ArsipPT Dirgantara Indonesia Tahun 2011

Promosi

Promosi merupakan salah satu bidang Departemen Komunikasi Perusahaan yang memiliki tugas dalam bertanggung jawab dalam menyiapkan *Marketing kit*, mulai dari pembuatan brosur, *leaflet, flyer, poster, banner* dan model, menyiapkan proposal pameran beserta *budget* yang diperlukan serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan pameran, mengevaluasi dan melaporkan aktivitas kegiatan promosi kepada manager komunikasi perusahaan untuk mweweujudkan efektifitas dan efisiensi serta optimalisasi kinerja organisasi,memelihara, mengembanghkan dan memperbaharui data-data promosi yang senantiasa *up to date*, memberikan

masukan dan pertimbangan kepada *manager* Komunikasi Perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja bidang promosi, serta mengoptimasikan pemanfaatan sumber daya manusia, infrastruktur dan fasilitas untuk mendukung kelancaran aktivitas bidang promosi.Bidang ini merupakan bidang yang paling penting ketika PT DI harus mengenalkan produknya di mata dunia, terutama melalui berbagai exhibition yang sampai sekarang masih aktif dilaksanakan.Promsi dalam PT DI ini tidak semata terpaku pada marketing saja melainkan berkerja sama dan sejalan dengan kegiatan Public Relation.

Program kerja rutin bidang promosi meliputi:

- Pembuatan Kalender

  Pembuatan kalender meliputi pengumpulan data dan materi, pembuatan konsep komunikasi, konsep *image* atau tampilan dan distribusi.Pembuatan kalender dilakukan sebagai bentuk *souvenir* di awal tahun dan secara tidak langsung sebagai simbol ucapan “Selamat Tahun Baru” dari direksi kepada para karyawan serta seluruhwarga perusahaan.

- Penyelenggaraan *Exhibition*

  Promosi bertugas dalam melakukan prencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi dalam menyelanggrakan suatu *exhibition*.hal ini perlu dilakukan mengingat pameran yang dilaksanakan berada dalam skala besar baik di dalam negeri maupun di luar negri.

Berikut merupakan laporan berupa *rundown* acara yang sempat dilakukan oleh penulis,

Tabel 2.2

LAPORAN PROGRAM BRIDEX 2011 BRUNEI DARUSSALAM

TANGGAL 6-9 JULI 2011

1	TANGGAL	JAM	ACARA	KETERANGAN
1	5 Juli 2011	O7.30-18.00	Persiapan pameran	Pemeriksaan persiapan oleh: 1. Wamenhan Brunei Darussalam 2. Wamenhan RI 3. Sekjen Kemenhan RI 4. Dirjen Potham Kemenhan RI
		19.00	*Welcoming Reception* Di Indera Kayangan Ballroom dan Indera Pura Lounge, Empire Hotel & *Country Club*	Dihadiri oleh: 1. Wamenhan RI 2. Sekjen kemenhan RI 3. Dirjen Potham Kemenhan RI 4. Direktur Utama PT

				Pindad
2	6 Juli 2011	08.30	Peresmian/pembukaan oleh Sultan Hassanal Bolkiah merangkap menteri Pertahanan Brunei Darussalam dan panglima Tertinggi angkatan Bersenjata	Dihadiri oleh: 1. Wamenhan RI dan Isteri 2. KASAL 3. Duta Besar RI untuk Brunei Darussalam 4. Para Assisten KASAD, KASAU, KAPOLRI 5. Direksi PT Pinpad dan PT.LEN
		12.00	Kunjungan ke Paviliun kementrian Pertahanan RI, diantaranya: 1. Sultan Hassanai Bolkiah 2. Putra Mahkota merangkap KASAD Brunei 3. Wamenhan Brunei 4. Menteri Pertahanan Philipina/Tuvera Gazmin	

			5. Mentri Pertahanan Singapura/Dr.Ng Eng Hen 6. Mentri Pertahanan Pakistan/Mr.Sardar Bahadur Khan Sehar 7. Mentri Pertahanan Malaysia/Dato seri Dr.Ahmad Zaid 8. Dubes Ukraina untuk Brunei/ HE Dato Paduka Pavlo Sultansky 9. Dubes RI untuk Brunei Darussalam 10. KASAL 11. Para asisten KASAD, KASAU, KAPOLRI	
		14.00-16.00	Wamenhan menerima tamu-tamu di Ruang Tamu Pavilion Kemenhan RI	1. *Permanent Secretary* Menteri Pertahanan Australia Dr.Ian J Watt 2. Direktur DGA Perancis untuk Asia Pasifik Mg

				Daniel Argenson 3. *Permanent sec.Ministry of defence of* Turkey Mr.Murad Bayar 4. *Permanent Sec. Ministry of defence* Timor leste Mr. Julio Thomas Pinto
3	7 Juli 2011	09.00-17.00	Kegiatan pameran, diantaranya dikunjungi oleh: 1. Head of UKTI DSO Inggris/Mr.Ricard Paniguian 2. Direktor general Acquisition India/Mr.Shri Vivek Rae 3. *Permanent Secretary* MoD Laos/BG Bangonesengdeth 4. *Direktor of Federal*	Dirtekind Kemenhan RI dengan perwakilan industri mengunjungi *stand* peserta lainnya.

			Service MoD Rusia/Mr.Mikhail A.Dmitriev	
4	8 Juli 2011	O9.00-17.00	Kegiatan pameran, diantaranya dikunjungi oleh: 1. Commander RBAF/BG Jofri Haji Abdullah 2. Director General Procurement MoD Omman/Air comm..Khalid bin Mohammed Al Sulaimi	Pameran untuk umum
		09.00-11.00	Parade kota di taman Haji Sir Muda Omar Ali Saifuddien	Diwakili oleh personil TNI-AL, Panser Pindad, KRI Banjarmasin dan KRI lamone
		19.30-22.00	International Gala Night di indera samudra grand hall Empire Hotel&Country Club,sekaligus penutupan oleh Wamenhan Brunei Darusallam	Dihadiri oleh:Kemenhan, Direksi PT Pinpad, LEN, dan para Putri Indonesia

5	9 Juli 2011	09.00-17.00 17.00-22.00	Kegiatan pameran Pengepakan dan penempatan barang di kapal	Pameran untuk umum

Sumber : ArsipPT Dirgantara Indonesia Tahun 2011

Publikasi

Pubikasi merupakan salah satu bidang dari Departemen Komunikasi Perusahaan yang memiliki tugas dalam menganalisis dan mempersepsi isu publisitas yang berkembang serta dampaknya terhadap perusahaan, membuat proyeksi citra dan identitas perusahaan dari waktu ke waktu, menetapkan standar pelayanan-pelayanan operasional publiksi dan informasi serta memberI bimbingan kepada jajaran di bawahnya,serta menetapkan upaya peningkatan kualitas publikasi dalam berkomunikasi baik secara tertulis maupun presentasi oral.Hal tersebut diimplementasikan berupa tugas yang meliputi:

- Penerbitan *News Letter* info karyawan

Proses aktivitas ini membutuhkan suatu pengumpulan data dan materi, penulisan artikel, editing dan layout, desain grafis dan distribusi.Kegiatan ini merupakan kegiatan yang membantu seluruh karyawan PT. DI untuk mengetahui berita-berita ter *up date* berkenaan dengan keseluruhan PT. DI.Info karyawan merupakan langkah alternatif yang digunakan Departemen Komunikasi Perusahaan dalam mengganti fungsi majalah perusahaan, karena dinilai lebih efektif dan efisien.Terbit 2 minggu sekali.Dan didisribusikan di mading tiap-tiap gedung.Penulis diberikan beberapa kesempatan dalam mengolah info karyawan yang dapat dilihat sebagai berikut

Gambar2.6

Contoh Tampilan Info Karyawan Juli 2011

DIRGANTARA INDONESIA
INDONESIAN AEROSPACE (IAe)

INFO KARYAWAN

Edisi 5
20 Juli 2011

RESTRUKTURISASI DAN REVITALISASI

Info Karyawan Edisi kali ini merupakan edisi terakhir yang menyampaikan tentang paparan Direksi mengenai *business plan* PT DI dalam Rapat Dengar Pendapat (RDP) dengan Komisi VI DPR RI pada tanggal 26 Mei 2011. Setelah pada edisi-edisi sebelumnya disampaikan gambaran umum kondisi Perusahaan, solusi penyelesaian defisit kas dan ekuitas serta solusi proses Revitalisasi fasilitas produksi dan optimalisasi & kapasitas serta pemaparan tahap *Emergency* . Kali ini disampaikan *growth/pertumbuhan* (tahun 2015 dan seterusnya). Dalam tahap stabilisasi, Perusahaan harus dapat meningkatkan perolehan kontrak dan penjualan antara 1.5 hingga 2 kali dari tingkat penjualan dan tingkat perolehan kontrak pada tahun 2010.

Untuk itu Direksi memaparkan kepada Komisi VI DPR RI tentang strategi-strategi kunci (key strategies) yang sedang dan akan dilakukan oleh Perusahaan dalam periode 2012 hingga 2015. Selain itu juga disampaikan hal yang menjadi permasalahan kunci di PTDI yaitu masalah keuangan (key financial) yang diperlukan oleh PTDI agar dapat menjalankan program restrukturisasi dan revitalisasinya untuk mencapai target yang diinginkan pada setiap tahapannya.

Paparan dimaksud adalah sebagai berikut :

PT DIRGANTARA INDONESIA
INDONESIAN AEROSPACE (IAe)
TELAH DILEGALISASI OLEH
KORPAM PT DI BERLAKU
DARI TGL 06 SD TGL 14-07-2011
PARAF

Sumber : ArsipPT Dirgantara Indonesia Tahun 2011

- Monitoring opini publik dan berita media massa

Membuat resume dan analisa opini, klasifikasi opini, grafik kuantitas opini, kesimpulan dan saran untuk didistribusikan kepada direksi, Ka.Unit dan kadiv.Laporan ini berisi opini yang berkembang di media online baik melalui internet web (r*egetdesk*,ironis) maupun melalui eksternal website (pubrel).Monitoring berita media massa memiliki berbagai macam jenis kegiatan lainnya baik yang bersifat rutin maupun incidental.Berikut merupakan hasil resume dan kliping yang penulis lakukan selama PKL

Tabel 2.3

Contoh Tampilan dan Isi Resume Berita

DIRGANTARA INDONESIA INDONESIAN AEROSPACE (IAe)	**RESUME BERITA**	Sumber Berita : Detik Finance Tanggal Penerbitan : 06 Juli 2011 Halaman :
Judul Berita :	PTDI DAN AIRBUS MILITARY MAKIN MESRA INCAR PASAR ASIA PASIFIK	
Isi Berita : .		



Jakarta - PT Dirgantara Indonesia (PTDI) bersama PT Perusahaan Pengelola Aset (PPA) memperbaharui komitmen kerjasama dengan Airbus Military (CASA). Kerjasama strategis ini diharapkan mentransformasi industri dirgantara Indonesia supaya mampu berkompetisi di kawasan Asia Pasifik.

Kesepakatan kerjasama itu dilakukan di kantor Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Jalan Medan Merdeka Selatan, Jakarta, Rabu (6/7/2011).

Kesepakatan itu ditandatangani oleh Direktur Utama PTDI Budi Santoso, Direktur Utama PPA Boyke W. Mukijat dan CEO Airbus Military Domingo Ureña Raso, disaksikan oleh Menteri BUMN Mustafa Abubakar.

"Dalam tiga dekade lalu, CASA (saat ini Airbus Military) telah bekerjasama dengan Nurtanio (sekarang PTDI) untuk meluncurkan pesawat baru di kala itu, CN235 yang kemudian sukses menjadi pemimpin pasar di kategorinya," kata Mustafa.

Kesepakatan dengan Airbus Military hari ini akan membantu PTDI merevitalisasi industri dirgantara, dengan cara pengembangan dan pemutakhiran produk serta dibukanya pasar-pasar baru bersama mitra strategis tersebut.

Budi menyatakan, pilihan terbaik untuk penguatan kerjasama dengan pihak Airbus Military adalah melalui strategic collaboration, karena sangat sesuai dengan rencana restrukturisasi dan revitalisasi yang saat ini dilakukan di PTDI.

Sementara Boyke menambahkan, PPA telah menunjukkan komitmennya dalam restrukturisasi dan revitalisasi PTDI dengan membantu pendanaan untuk penyelesaian kontrak PTDI dalam 2 Tahap

sejak akhir tahun 2010 lalu, yaitu tahap pertama sebesar Rp 236 miliar serta tahap kedua sebesar Rp 89 miliar.

Selain itu, PPA juga telah mengkaji penyelamatan PTDI dengan pemberian pinjaman dana restrukturisasi dan revitalisasi sebesar Rp 675 miliar untuk mengatasi defisit cash flow PTDI di tahun 2011.

"Hubungan dirgantara antara Spanyol dengan Airbus Military-nya dan Indonesia dengan PT DI telah terjalin lama dan menguntungkan bagi kedua pihak. Hubungan ini mempunyai prospek masa depan yang positif," ungka Domingo.

Akan tetapi, kata Domingo, industri dirgantara global saat ini semakin kompetitif, sehingga setiap pemain di industri ini harus terus memperbaharui dan mengembangkan diri. Airbus Military berniat mendukung PTDI supaya terus mempertahankan perannya di panggung dunia.

Kerjasama PTDI dengan Airbus Military (dahulu CASA Spanyol) sudah berlangsung sejak perusahaan pelat merah berdiri di tahun 1976. Setelah PTDI berhasil memproduksi C212 di bawah lisensi Spanyol, pada tahun 1979 PTDI melaksanakan rancang bangun dan produksi bersama pesawat CN-235.

Sampai saat ini, sudah lebih dari 260 pesawat CN-235 dioperasikan di seluruh dunia. CN-235 terbang perdana tahun 1983 dan masuk pasar tahun 1986. Ke depan, pesawat jenis tersebut masih memiliki prospek pasar yang sangat cerah.

Dalam kesempatan tersebut, juga ditandatangani Nota Kesepahaman (Memorandum of Understanding/MoU) antara PTDI, PT Nusantara Turbin dan Propulsi (anak perusahaan PTDI) dan PPA.

Tujuan MoU tersebut adalah untuk penggabungan salah satu unit usaha PTDI yang bergerak dalam bidang perawatan dan pemeliharaan pesawat udara dengan NTP yang selama ini bergerak di bisnis Maintenance, Repair and Overhaul (MRO) Aircraft Engines dan Industrial Turbines.

Sumber : ArsipPT Dirgantara Indonesia Tahun 2011

Untuk memudahkan dalam pencarian *list* kliping, maka bidang publikasi membuat *list* kliping setiap bulan yang didalamnya memuat judul berita serta asal media yang memuat berita tersebut.Untuk lebih jelas berikut daftar kliping yang disajikan berupa tabel:

Tabel 2.4

Contoh Tampilan Daftar Kliping Bulan Juli

DAFTAR KLIPING BULAN JUNI 2011		
Tanggal	**Isi Berita**	**Media**
Kamis, 2 Juni 2011	Industri Penerbangan Perlu Perhatian Pemerintah	**Kompas.com**
Senin, 6 Juni 2011	Habibie : reformasi di indonesia tak kenal revolusi	**Republika.co.id**
	Habibie Kembali Puji Singapura Sebagai Negara Unggul	**Antara**
	Kementrian BUMN minta jatah anggaran Rp, 141 miliar di 2012	**Detik Finance**
	Kementrian BUMN baru serap anggaran Rp. 38 Miliar	**Deik Finance**

Selasa, 7 Juni 2011	Lisensi Eropa Lebih Susah Didapat Dari Pada FAA	**Detik Finance**
Rabu, 08 Juni 2011	Habibie, Islam Dan Teknologi (1) : Ditantang Soeharto Untuk Aktualisasikan Ajaran Islam	**Republika.Co.id**
	Habibie, Islam Dan Teknologi (2) : Dipaksa Boutros – Boutros – Ghali dan Terima Standing Applause	**Republika. Co.id**
	Kememprim Biayai Pengembangan Pesawat N219	**MICOM**
	Puluhan Pemda Berminat Membeli Pesawat N219 Buatan Dirgantara Indonesia	**Kompas**
Kamis, 09 Juni 2011	Indonesia Promosi Industri Penerbangan Ke D- 8	**Kompas. Com**
	Pesawat N – 219 Kebanjiran Peminat	**Koran Tempo**
	Bengkel Pesawat Bidik D – 8	**Bisnis Indonesia**
Jum’at, 10 Juni 2011	Di mesir BJ habibie berbagi 19 Butir Kebijakan Masa Tranksaksi	**Bisnis Indonesia**

Sabtu, 11 Juni 2011	TNI AU Akan Dapat Tambahan Lima Pesawat Hercules	**MICOM**
\ Kamis, 16 Juni 2011	Marinir AS Perihatkan Pesawat Osprey	**Pikiran Rakyat Online**
Minggu, 19 juni 2011	Boeing 747 – 8 nitercontinental Tampil Di Paris Air Show Batcopter Terbang Diantara Koloni Kelelawar	**MICOM** **Pikiran Rakyat Online**
Senin, 20 Juni 2011	Pesawat Jet Bisnis Bahan Bakar Bio Berhasil Lintasi Samudra Atlantik Penyehatan 19 BUMN Dipercepat EADS Akan Luncurkan Pesawat Supersonic Sriwijaya Air Beli 20 Jet Embraer Brasi US $ 1, 28 Milliar	**Pikiran Rakyat Online** **Kompas** **Pikiran Rakyat Online** **Detik Finance**

Selasa, 21 Juni 2011	Pesawat Rusia Berpenumpang 48 Orang Terjatuh	**MICOM**
	Garap Penerbangan Murah, Garuda Citi link	**Detik Finance**
	Garuda Borong 50 Airbus A 320 Untuk Citi Link US $ 2,2 Milliar	**Detik Finance**
Rabu, 22 Juni 2011	Garuda Beli Simulator Air Bus dan Boeing	**Kompas.com**
	Anggaran Pertahanan Diusulkan Naik	**Kompas**
	Garuda Borong 50 Unit A 320 Untuk Citilink	**Bisnis Indonesia**
	Air Bus A 320 Perkuat Citi Link	**Kompas**
	Kalahkan Boeing, Air Bus Catat Rekor Pesanan Pesawat US $ 72 Milliar	**Detik News**
	Pesawat Baru N-219 Garapan PT Di bandrol US $ 4 Juta	**Detik Finance**

Kamis, 23 Juni 2011	Boeing Business Jet 2 Calon Pesawat Kepresidenan RI	**Pikiran Rakyat**
Jum'at, 24 Juni 2011	Panglima TNI Berharap Proses Hibah 24 Pesawat Berjalan Lancar	**Detik News**
Sabtu, 25 Juni 2011	Jet Tempur F – 22 Dilarang Terbang Oleh AS Penerbangan B 787 Mencuri Hati	**Detik News** **Kompas**

Sumber : ArsipPT Dirgantara Indonesia Tahun 2011

2.2.2 Kegiatan Insidental

Public Relation

- Press Realease

Press Realease merupakan kegiatan insidental PR dengan cara mengumpulkan data dan materi, penulisan berita dan distribusi.Program kerja ini masih berfungsi dengan optimal dan aktif dilakukan oleh PR Dirgantara Indonesia.Press realease biasanya dilakukan ketika PT

Dirgantara Indonesia melakukan berbagai *event-event* serta kegiatan-kegiatan yang didalamnya memiliki nilai berita.

Berikut merupakan hasil editing Press Realease yang dilakukan penulis ketika PKL

Press Release

(Kamis, 7 Juli 2011)

PTDI Akan Serahkan Pesawat

CN235 -110 *Korean Coast Guard*

Ke Korea Selatan

PT Dirgantara Indonesia (PTDI) telah siap untuk menyerahkan 2 (dua) unit pesawat CN235-110 *Korean Coast Guard* (KCG) di Korea Selatan. Penyerahan ini merupakan realisasi tahap pertama dari pesanan sebanyak 4 (empat) unit. Namun jumlah pilot KCG yang terbatas, maka *ferry flight* ke Korea Selatan akan dilakukan dalam 2 tahap, pesawat pertama pada tanggal 7 Mei 2011 dan pesawat kedua pada 13 Mei 2011. Nilai kontrak keempat unit pesawat CN235-110 *KCG* ini mencapai USD 94 Juta.

Menurut Dirut PTDI, Budi Santoso, pada tahun 2000-2001, PTDI telah menyerahkan sebanyak 8 (delapan) unit pesawat CN235-220 kepada pihak Angkatan Udara Korea Selatan (Republic of Korea Air Force atau ROKAF); masing-masing 6 (enam) buah dengan konfigurasi paratroop, 1 (satu) unit dengan konfigurasi VIP dan 1 (satu) unit lagi dengan konfigurasi VVIP. Jika pesawat CN 235-220 Rokaf *home base*-nya di Busan, maka untuk CN 235-110 KCG ini di Seoul .

Sisa pesanan 2 (dua) unit pesawat CN235 KCG ini akan diserahkan pada semester kedua tahun 2011.

Potensi pasar CN235 di Korea Selatan masih sangat bagus dan PTDI mengharapkan masih akan mendapatkan lagi pesanan berikutnya .

Sumber : ArsipPT Dirgantara Indonesia Tahun 2011

- Penyajian informasi PT.DI dalam Bahasa Inggris

  Membuat informasi tentang PT.DI dalam bahasa Inggris yang memenuhi standar merupakan kegiatan insidental yang dilakukan oleh Public relations.Hal tersebut dikarenakan penyajian informasi yang tidak selamanya menggunakan bahasa inggris.dalam kesemp0atan tertentu biasanya public relkatuons melakukan kegiatan ini.Misalkan seperti *translate* dalam bahasa Inggris seperti naskah pidato direktur dalam bahasa inggris,isi informasi *company profile*, isi *annual report*,pemberian informasi dengan client asing,informasi-informasi untuk pameran di luar negeri dan brosur.

- Dokumentasi

  Dokumentasi merupakan tugas PR dalam membuat resume pemotretan dan audio visual serta selalu tersediannya produk foto dan audio visual untuk kebutuhan *company profile* yang *up date* untuk *stakeholder.*

  Penulis dalam kegitan PKL mendapatkan kesempatan dalam melakukan tugas dalam mendokumentasikan kronologis peristiwa test anti bocor pesawat CN 235yang dapat dilihat di bawah ini:

Gambar 2.6

Dokumentasi Test Anti Bocor Pesawat CN 235



Sumber : ArsipPT Dirgantara Indonesia Tahun 2011

- Membuat Ucapan Terima kasih

Ucapan terima kasih merupakan kegiatan incidental yang dilaksanakan PR PT DI dalam rangka mengucapkan terima ksih kepad amedia-media mssa baik cetak amupun elektronik yang berkenan memberitakan dan membantu terbentuknya opini public secara positif untuk perusahaan.berikut merupakan tam,pilan ucapan terima kasih:

Nomor : SK000/07/2011 Bandung , 07 juli 2011

Perihal : **Ucapan terima kasih**

Lampiran :

Kepada
Yth. Pemimpin Redaksi
Tender Indonesia
Breaking News,Jakarta

Dengan hormat ,

Sehubungan dengan kunjungan kerja anggota DPR RI dari komisi VI dan XI ke PTDI pada hari jum'at tanggal 24 juni 2011 lalu. Tender Indonesia Breaking News telah menurunkan berita dengan judul **"PTDI akan disuntik Rp 675 Miliar"** . Berita ini menurut kami telah membuka peluang kesadaran kita semua akan kondisi industri strategis Dirgantara ini.

Kondisi PTDI yang sebenarnya diungkapkan secara rinci dan jelas dalam pemberitaan itu. Atas pemuatan berita tersebut perkenankan kami atas nama Direksi dan seluruh karyawan PTDI mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pemimpin redaksi dan seluruh jajaran redaksi Tender Indonesia Breaking News .Harapan kami semoga kerjasama yang telah terjalin baik selama ini dapat terus terpelihara dan meningkat di masa-masa mendatang.

Demikian yang dapat kami sampaikan, sekali lagi terima kasih semoga sukses selalu , salam hangat untuk seluiruh redaksi Tender Indonesia Breaking News agar diberikan kelancaran dari Allah Yang Maha Esa . Amien.

PT. DIRGANTARA INDONESIA (persero)
SEKRETARIS PERUSAHAAN,

RINI T PASARIBU PRASETYO

Promosi

- Penulisan Advetorial, sponsorship, iklan

  Bagian promosi melakukan pengumpulan data dan materi, melakukan penulisan artikel, dan desain grafis.Karena PT.DI merupakan sebuah perusahaan pesawat terbang dengan segmentasi khusus, dimana konsumen sebagian besar berasal dari bidang pertahanan baik dalam maupun luar negri.Jadi advertorial, sponsorship serta iklan yang dilakukan bukanlah iklan yang dilakukan oleh produk-produk regular lainnya.Kalaupun tiu dilakukan bukanlah bertujuan untuk menjual produk kepda pasaran bebas melainkan membentuk citra serta eksistensi perusahaan agar diakui serta didukung oleh pemerintahan Indonesia.Penulisan ini diterbitkan atas instruksi direksi.

Publikasi

- Monitoring Opini Publik dan berita Media Massa

  Kegiatan monitoring berita media masaa yang bersifat insidental merupakan pengamatan, pencarian serta penganalisisan berita-berita atau informasi tertentu yang dianggap besar dan sangat penting, serta telah diketahui oleh pihak perusahaan sebelumnya.Bidang publikasi biasanya telah mendapatkan informasi dari pers berkenaan dengan berita yang akan ditampilkan ke media massa.Contohnya pada tanggal 25 Juli 2011 , PT DI dijadikan sebagai topik utama dalam acara “Lebih Tahu” yang ditayangkan di Tv One.Monitoring yang dilakukan oleh bidang publikasi

yaitu melakukan pengamatan isi dari tayangan tersebut,kemudian melakukan analisis.Apabila isi dari tayangan tersebut sesuai degan kondisi yang terjadi sebenranya, atau bahkan dapat memebnatu mengangkat citra perusahaan, humas PT DI akan memeberikan surat ucapan terima kasih.Sementara bila terdapat informasi yang salah , humas PT DI akan memberikan surat klarifikasi

2.3 Tinjauan Ilmu Public Relation

2.3.1 Definisi Public Relation

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

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

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

> "keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik *(goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya."(Jeffkins, 2003:9).

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

2.3.2 Tujuan Public relation

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

- Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
- Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai.
- Untuk menyebarluaskan cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
- Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar ekspor baru.

- Untuk mempersiapkan penerbitan saham tambahan atau karena adanya perusahaan yang akan *go public*
- Untuk memperbaiki hubungan antara perusahan itu dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengibarkan kecaman, kesangsian, atau salah paham di kalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.
- Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
- Untuk meyakinkan khalayak bahwa perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.
- Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalammneghadapi resiko pengambil-alihan
- Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru.
- Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari.
- Untuk mendukung keterlibatan perusahaan sebagai sponsor dari penyelenggaraan suatu acara.
- Untuk memastikan bahwa para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang postif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan , undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.

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

2.3.3 Fungsi dan Peranan *Public Relations*

a. Fungsi *Public Relations*

Fungsi humas menurut Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations*: *Principles and Problems*, mengemukakan fungsi humas sebagai berikut:

1. *It should serve the public's interest* (mengabdi kepada kepentingan umum)
2. *Maintain good communication* (Memelihara komunikasi yang baik)
3. *Stress good morals and manners* (menitikberatkan moral dan perilaku yang baik)

Dari fungsi humas di atas menurut Bertrand R. Canfield dapat dirumuskan, sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik ekstern maupun intern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi

4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

b. Peranan *Public Relations*

Peran utama *Public* pada intinya adalah sebagai berikut :

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.

2.4 Analisa Kegaitan Praktek Kerja Lapangan

Bertolak pada definisi yang dikemukakan oleh Frank Jeffkins pada bukunya yang berjudul *Public Relations*, pada dasarnya *public relations* memang melakukan sejumlah kegiatan yang berhubungan dengan suatu proses komunikasi dalam suatu organisasi yang telah terencana baik itu ke dalam maupun ke luar dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi itu tersebut.Sama halnya dengan PT Dirgantara Indonesia yang memiliki Departemen Komunikasi yang didalamnya

menjalankan suatu tugas-tugas yang berkaitan dengan seluruh aktivitas yang berhubungan dengan proses komunikasi secara terencana, terkordinir baik ke dalam maupun ke luar.

Di tengah kondisi yang sedang tidak stabil dan sangat membutuhkan dukungan dari pemerintah, PT .DI memerlukan suatu fungsi yang dapat menangani, mengantisipasi dan memahami berbagai persoalan akibat berlangsungnya suatu peristiwa yang menyangkut perusahaan. Terutama kondisi perusahaan akibat krisis komunikasi akibat pemberitaan yang negatif.Maka dari Itu PT.DI selaku Industri Strategis besar Milik Negara membutuhkan peran Public Relations yang mampu menopang segala bentuk krisis komunikasi.

Sementara bertolak dari definsi yang dikemukakan oleh *Institue Of Public Relations*, Public Relations PT Dirgantara Indonesia telah menjadi suatu bidang dibawah Departemen Komunikasi Peusahaan yang telah *state of being* (melembaga).Public Relations PT DI sudah berdiri sendiri dengan rangkaian *job desk* yang terencana dan terstrukutur dan berkesinambungan dalam satu tubuh PT Dirgantara Indonesia.

Berdasarkan aktivitas kerja yang penulis lakukan selama praktek kerja lapangan, kegiatan-kegiatan telah sesuai dengan peranan dalam *public relations*, *job description* pun telah mewakili fungsi ke humasan dalam upaya mencapai tujuan-tujuan organisasi yaitu tujuan PT Dirgantara Indonesia.Namun, secara keseluruhan terdapat beberapa hal yang berjalan

secara tidak optimal bahkan di non-aktifkan untuk sementara waktu akibat kondisi perusahaan yang tidak stabil yang berdampak pada anggran dana yang dialokasikan untuk keperluan dan aktivitas kerja komunikasi perusahaan dan *public relations*.Namun, direksi akan berusaha untuk melakukan aktivitas lain sebagai alternatif agar fungsi aktivitas yang di non aktifkan memiliki fungsi pengganti.Adapula beberapa aktivitas kerja yang masih aktif hingga kini namun penulis merasa belum maksimal secara kualitas dan efektifitas.Kegiatan tersebut yaitu:

Penulisan advetorial dan sponsorship

Surachman dalam bukunya yang berjudul *Public Relations Writing* memberikan pengertian advertorial sebagai berikut:

> ” Advertising tak lain adalah iklan, yang berarti penyajian materi persuasif pada publik dengan menggunakan sarana berupa ruang/waktu di media massa yang dibeli untuk mempromosikan produk, jasa, atau gagasan.Sementara editorial adalah pernyataan tentang opini yang merupakan sikap nresmi dari redaksi” (Surachman:2006:126)

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan di atas sudah jelas bahwa suatu perusahaan yang hendak menampilkan advertorialnya di media massa harus membayar dengan ketentuan tertentu karena di dalamnya terdapat unsur iklan yang dapat mendukung produknya.PT Dirgantara Indonesia menon-aktifkan kegiatan ini semenjak berubahnya budaya perusahaan dan ketidak stabilan anggran dana.Disamping itu,

prduk pesawat terbang yang tidak serta merta ditujukan untuk publik biasa dirasa tidak mengharuskan PT DI untuk mengiklankan diri di media massa, kecuali dalam rangka membangun cityra positif melalui opini yang ingin dibentuk dalam advetorial ini.

Penerbitan Majalah Peusahaan

Majalah perusahaan merupakan salah satu jenis jurnal internal atau media internal perusahaan yang berupa cetakan yang diterbitkan secara berkala.Frank Jeffkins dalam bukunya yang berjudul *Public Relations* memberikan deskripsi mengenai majalah sebagai jurnal internal yaitu:

> ”formal majalah dan biasanya berukuran A4(297 x 110 mm).Isinya kebanyakan adalah tulisan fitur dan ilustrasi.Jurnal ini bisa dicetak dengan menggunakan teknik lithografi atau photogravure.”(jeffkins:2003,147)

Bertolak dari definisi di atas,PT Dirgantara Indonesia pernah secara aktif dan produktif memproduksi majalah perusahaan dengan klasifikasi dan ciri-ciri yang sama seperti yang diungkapkan pada penjelasan Frank Jeffkins.Namun, media ini di non-aktifkan untuk sementara karena biaya percetakan yang relatif mahal, ditunjang dengan penerbitan yang sifatnya rutin dan berkala sehingga dirasa kan memakan biaya yang sangat besar.

Website

Website merupakan media eksternal yang dirancang oleh *Public Relations* dengan tujuan agar publik eksternal menegtahui perkembangan informasi yang berkenaan dengan PT DI.Website sebagai media dengan segmentasi publik eksternal haruslah memberikan kepuasan kepada publik ketika publik berkunjung.Bukan hanya sekedar puas atas informasi yang akan didapatkan melainkan kepuasan saat menikmati sisi estetika dari sebuah website yang dikunjungi.Tampilan website sudah cukup baik, namun tidak ada sisi yanng membuat pengunjung website merasa terjun ke dalam dunia kedirgantaraan.Tampilan yang dibuat terlalu simpel dan pendek.Gambar terlalu ditonjolkan dibandingkan sisi informasinya.Selain itu, pengunjung tidak bisa memilih bahasa yang diinginkan, alangkah baiknya bila pada halaman awal pengunjung diberi layanan dalam memilih bahasa –bahasa lain yang dapat dimengerti.

Press Realease

Menurut Thomas Bivins dalam bukunya *Handbook For Public Relations Writing*, menyebutkan bahawa *Press Realease* ialah:

> ” informasi yang disiarkan untuk pers, biasanya media massa cetak”.(Soemirat:2010:54)

Penulisan PRL yang tepat merupakan penulisan yang didalamnya terdapt unsur setidak-tidaknya 5w+1H (*What* : apa yang terjadi? *Where*:

dimana terjadinya? *When*:kapan peristiwa tersebut terjadi? *Who:* Siapa yang terlibat dalam peristiwa tersebut?*How*: bagaimana berlamgsungnya peristiwa tersebut?)

Berdasarkan unsur-unsur yang harus ad dalam press realease, PRL(Press Realease) yang dibuat oleh PR PT.DI telah dirangkai sesuai dengan aturan yang berlaku.Namun sayangnya, secara teknis, PRL dirasakan adanya perbaikan.Terdapat beberapa aturan teknis yang tidak sesuai dengan format standar PRL.Bivins mengemukakan standar format PRL berdasarkan konvensi para praktisi PR yaitu:

1. Tipe penulisan harus jelas.
2. Margin adalah satu untuk satu dan setengah inci untuk semua bagian
3. Alamat pengirim diletakkan di sudut kiri atas halaman pertama
4. Tanggal realease tertera di margin kanan,sedikit lebih ke bawah dibandingkan margin bawah alamat yang di blok.
5. Penulisan judul ditulis dalam satu spasi dan digaris bawahi.
6. Tubuh dan uraian PRL ditulis dalam dua spasi.
7. Diakhiri dengan membubuhkan kata ”end” atau simbol ####(Soemirat,2010:60)

Berdasarkan standar format di atas, PRL yang dibuat oleh humas PT DI eberapa hal yang tidak sesuai yaitu tidak dicantumkannya alamat

pengirim, tanggal realease yang smeual di letakkan tengah seharusnya di margin kanan,dan judul yang digaris bawahi.

Dari sekian aktivitas yang sengaja di non aktifkan namun banyak juga aktivitas kerja PR PT Dirgantara Indonesia yang memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kajian ilmu kehumasan yang selama ini penulis pelajari,sehingga dapat dipelajari secara teoritis maupun aplikatif oleh penulis, aktivitas kerja tersebut diantaranya ialah:

Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan oleh seorang humas sangat berkaitan dengan dunia fotografi.Frank Jeffkins menjelaskan beberapa saran dan tips yang baik dalam membuat suatu dokumentasi

> ”janganlah sekali-kali mengajukan foto yang tidak relevan dengan suatu masalah atau pesan yang hendak disampaikan.Satu hal penting yang harus anda ketahui yaitu kulaitas dan daya tarik dari sebuah foto atau gambar tidak semata-mata ditentukan oleh keterampilan memotret dari sang fotografer saja.”(Jeffkins,2003:221)

Kualitas serta kelengkapan kumpulan dokumentasi-dokumentasi yang dilakukan oleh PR PT DI dapat dikatakan sangat baik karenaperistiwa demi peristiwa dapat di dokumentasikan dengan waktu yang cukup aktual, serta dapat mewakili gmabaran PT Dirgantara Indonesia saat ini.

Penyelenggaraan *Exhibition*

Ekshibisi merupakan bentuk perdagangan atau pameran-pameran yang terbuka untuk umum, serupa dengan media iklan, karena tujuan penyelenggaraan ekshibisi adalah untuk memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat agar teratrik.Dalam konteks industri pesaweat terbang, pameran menjadi media iklan paling efektif ketimbang mengiklankan melalui media massa yang dominan diakses oleh publik terbuka.Pesawat terbang diproduksi untuk segmen tertentu, maka ekshibisi menjadi media paling efektif .Hal itu karena selain dapat bertatap muka langsung dengan calon pembeli, segmen yang di undang dalam pameran tersebut memiliki potensi yang besar untuk membeli produk yang ditawarkan.Lokasi dan tujuan negara yang dilakukan bidang promosi PT DI sudah dapat dikatakan cukup tepat karena pameran bersifat pameran internasional dan dikhususkan untuk kahlayak pertahanan.

Info karyawan

Info karyawan merupakan *news letter* yang dilaksanakan oleh bidang publikasi PT DI.*News letter* dapat diklasifikasikan baik bila mempunyayi jumlah halaman yang sedikit, yakni 2 hingga 8 halaman, dan biasanya beukuran A4.Sebagian besar isinya adalah tulisan-tulisan singkat dengan atau tanpa gambar.Percetakannya menggunakan teknik lithografi atau dapat diproduksi pada mesin fotokopi kantor.

Berdasarkan klasifikasi di atas, info karyawan yang selama ini aktif dilakukan sangat memenuhi kriteria tersebut.Terutama karena info karyawan yang diberikan sesuai denga kebutuhan informasi karyawan dan warga PT DI serta memberikan data faktual dan jelas mengenai informasi yang diberikan.