BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Selama Praktek Kerja berlangsung, penulis mendapatkan berbagai jenis aktivitas kerja yang menyangkut *job description Public Relation* maupun yang menyangkut komunikasi perusahaan secara keseluruhan.Penulis mendapatkan kesempatan melakukan aktivitas kerja praktek tepatnya di department komunikasi secara bergilir setiap minggu selama 30 hari.

Yaitu Pada bidang *Public Relation*,Promosi dan Publikasi penulis melakukan tugas-tugasnya yang meliputi, penerbitan *Press Realease*, Penyajian informasi PT.DI dalam bahasa inggris,dokumentasi dan dukungan (*support*).Sementara pada bidang promosi, peneliti mendapati tugas yang meliputi penulisan perumusan pembuatan brosur,*backdrop*, kalender dan media keperluan promosi lainya.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 tabel yang disajikan sebagai berikut :

Tabel 2.1

Jadwal Aktifitas Praktek Kerja Lapangan

Hari /Tanggal	**Aktivitas**	**Keterangan**	
		Rutin	Insidentil
Jumat 1 Juli 2011	• Pengarahan PKL • Konfirmasi PKL	X X	
Senen 4 Juli 2011	• Perkenalan dengan staff Departement komunikasi perusahaan • Pengarahan seluruh divisi Humas	X X X	
Selasa 5 Juli 2011	• Pengambilan *ID Card* • Bagian Promosi : Mendata Materi Pameran	X X	

Rabu 6 Juli 2011	• Kliping Berita Media cetak • Menyusun Naskah Pidato Hut PT.DI 37 • Menyusun surat ucapan terima kasih kepada Media Cetak	X	
Kamis 7 Juli 2011	• Kliping Berita Media cetak • Menyusun naskah pidato Hut PT.DI Ke-37 • *Plan Tour* Area PT.DI Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan	X	X X
Jumat 8 Juli 2011	• Kliping Berita • Sharing sejarah PT.DI dengan pembimbing	X	X
Senin 11 Juli 2011	• *Resume* Berita online • *Search News Online*	X X	

Selasa 12 Juli 2011	• *Resume* Berita *online*	X	
Rabu 13 Juli 2011	• *Resume* Berita online • *Search News online*	X X	
Kamis 14 Juli 2011	• Transkip Hasil wawancara Nara Sumber • *Search News Online*	X	X
Jumat 15 Juli 2011	• Transkip Hasil Wawancara • *Search News Online*	X	X
Senin 18 Juli 2011	• *Search News Online* • Div Promosi : Sharing mengenai program kerja Div promosi	X	X
Selasa 19 Juli 2011	• *Resume* Berita Media cetak	X X	

	• *Search News Online*		
Rabu 20 Juli 2011	• *Resume* Berita *Online* • *Search News Online*	X X	
Kamis 21 Juli 2011	• *Resume* Berita *Online* • *Search News Online*	X X	
Jumat 22 Juli 2011	• *Resume* Berita *Online* • Distribusi Info Karyawan	X	
Senin 25 Juli 2011	• *Resume* Berita *Online* • *Search News Online*	X X	
Selasa 26 Juli 2011	• *Resume* Berita *Online* • Mengumpulkan Data kerja Praktek	X	X
Rabu 27 Juli 2011	• *Search News Online* • Mengumpulkan data kerja praktek	X	X
Kamis 28 Juli 2011	• *Search News Online* • Mengumpulkan data	X	

	kerja praktek		X
Jumat 29 Juli 2011	• *Distribusi* Info karyawan	X	
Senin 1 Agustus 2011	• Div Publikasi :*Documentasi Test Raining* CN 235		X
Selasa 2 Agustus 2011	• *Resume* Berita Online	X	
Rabu 3 Agustus 2011	• *Resume* Berita Online • *Search News* Online		X
Kamis 4 Agustus 2011	• Mengumpulkan Data pkl • Perpisahan		X X

Sumber : Arsip Penulis 2011

2.2 DESKRIPSI AKTIVITAS PKL

2.2.1 Deskripsi Aktivitas PKL Rutin

Setelah digambarkan dalam tabel aktivitas praktek kerja lapangan, penulis akan menggambarkan secara detail mengenai kegiatan-kegiatan selama Praktek

Kerja Lapangan berlangsung baik terdeskripsi berdasarkan bagian-bagian dalam Departemen Komunikasi Perusahaan maupun terdeskripsi pada setiap detil jenis kegiatannya.Berikut merupakan rincian gambaran kegiatan serta program kerja yang dilaksanakan oleh Departemen Komunikasi.

1 .Aktifitas PKL Di Divisi *Public Relation*

Program kerja dan kegiatan yang dilaksanakan oleh *Public Relation* merupakan program kerja yang memberi fungsi dalam mengembangkan PR *network* untuk memposisiskan kepentingan perusahaan bercitra baik dimata *client/public* internal dan *eksternal* /*stake holder* ,namun public relation tidak hanya sekedar persoalan pencitraan saja tetapi membuka informasi yang sejelas-jelasnya sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman 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 meliputi :.

- *Resume* Berita

- Kliping Berita
- *Search News Online*
- Info Karyawan

- ***Resume* Berita *Online***

  Membuat resume dan analisa opini, klasifikasi opini, grafik kuantitas opini, kesimpulan dan saran untuk didistribusikan kepada direksi, Ka.Unit dna kadiv.Laporan ini berisi opini yang berkembang di media online baik melalui internet web (r*egetdesk*,ironis) maupun melalui eksternal website (pubrel).Resume terdiri dari rangkuman-rangkuman berita baik yang didapat secara online, kiriman wartawan langsung, maupun media cetak (klipingan)Monitoring opini publik dilakukan dan didistribusikan setiap hari secara rutin.

  Berikut merupakan hasil resume dan kliping yang penulis lakukan selama praktek kerja lapangan :

Tabel 2.2

Contoh Tampilan dan Isi *Resume* Berita Online

		Sumber Berita : Detik Finance

	RESUME BERITA	Tanggal Penerbitan : 25 Juli 2011
		Halaman :

Judul Berita : PEMERINTAH DAN BUMN DIMINTA TEKAN 20% KONSUMSI LISTRIK

Isi Berita :

Jakarta – Instansi Pemerintah dan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) diminta untuk tekan konsumsi listrik hingga 20% di gedung perkantoran masing-masing dalam penggunaannya sehari-hari.

Demikian disampaikan Jarman, selaku Direktur Jenderal Ketenagalistrikan Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral (KESDM) di kantor KESDM, Jakarta, Jum'at malam (22/7/2011).

"Jadi nanti akan diberi buku panduan, agar masing-masing kepala kantor yang menangani rumah tangga itu mengkontrol dan membuat laporan tentang penghematan konsumsi listrik. Jadi ini dimulai melalui pemerintah untuk memberi contoh, dan habis itu ke BUMN-BUMN. Kita harapkan kalau konsisten dilakukan maka bisa mencapai 20% penghematan listrik," harap Jarman.

Dirinya memberi contoh, penghematan energi tersebut dimulai dari penghematan penggunaan AC yang notabenenya menghabisi konsumsi listrik. Jadi, pemakaian AC perlu diatur sesuai dengan jadwal kerja dan hanya digunakan jika dibutuhkan.

"Kalau di-manage, hanya dinyalakan hanya saat jam kantor dan sebelum jam kantor selesai harus sudah dimatikan. Itu bisa menghemat besar, dan lampur yang boros-boros diganti dengan lampu hemat listrik," pintanya selagi memberi contoh.

Penghematan ini perlu dilakukan dari sisi pemerintahan untuk merubah mind-set akan hemat listrik di pemerintah. "Ini akan dilakukan bertahap untuk pemerintah dan BUMN, supaya bisa merubah *mind set* dan memberi contoh," kata Jarman.

Sebelumnya, Presiden SBY telah mengeluarkan perintah agar dilakukan kembali gerakan hemat energi di jajaran pemerintahan. Keberhasilannya pada 2005 dan 2008, harus bisa diulang.

Demikian salah satu agenda rapat kabinet, Kamis (21/7/2011), yang disampaikan Presiden SBY dalam pembukaannya. Rapat digelar di Kantor Presiden, Jakarta.

"Beberapa hari lalu saya sudah keluarkan perintah penghematan energi di jajaran pemerintahan. Hari ini kita bahas bagaimana pelaksanaan penghematan listrik dan BBM," kata SBY.

Menurutnya gerakan menghemat penggunaan listrik dan BBM perlu digiatkan kembali. Sebab harga minyak mentah dunia yang terus meninggi belakangan ini belum juga menunjukkan

tanda-tanda akan turun dalam waktu dekat.

Sumber : Arsip Penulis 2011

- ***Search News Online***

  Merupakan bentuk baru dari kliping,tetapi berita-berita yang datangnya dari internet cenderung cepat diakses sehingga memudahkan untuk mendapatkan berita yang berkaitan dengan PTDI , secara content berita online dengan berita cetak tidak jauh berbeda yakni berupa *Straight News (*berita langsung*),*

  Tabel 2.3

  Contoh *Search News Online*

Industri Pertahanan Diusulkan Dapat Insentif Fiskal

Media Indonesia

JAKARTA - Wakil Menteri Pertahanan Sjafrie Sjamsoeddin mengusulkan industri pertahanan untuk mendapatkan sejumlah insentif agar dapat berkembang.

"Diperlukan pemihakan kepada industri dalam negeri dalam rangka perdagangan internasional dan UU revitalisasi industri pertahanan," ungkap Sjafrie, ketika bicara mengenai industri pertahanan di Wisma Antara, Selasa (12/7).

Sjafrie mengharapkan industri tersebut dapat diberi kemudahan dalam bentuk insentif fiskal maupun pembebasan bea masuk untuk bahan baku.

Insentif fiskal tersebut diusulkan Sjafrie diberikan kepada BUMN produsen alutsista seperti PT PAL, PT Pindad, PT Dirgantara Indonesia, juga BUMS seperti PT Palindo, serta PT Lundin.

"Ini bisa diberikan dengan insentif fiskal dan pembebasan bea masuk untuk bahan baku alutsista. Kita ingin alutsista bea masuknya 0%, tapi khusus untuk bahan baku alutsista dan dapat rekomendasi dari Kemenhan. Kita tidak mau ini disalahgunakan," katanya.

Menurut Sjafrie, sudah selayaknya Indonesia mempergunakan alutsista produksi dalam negeri

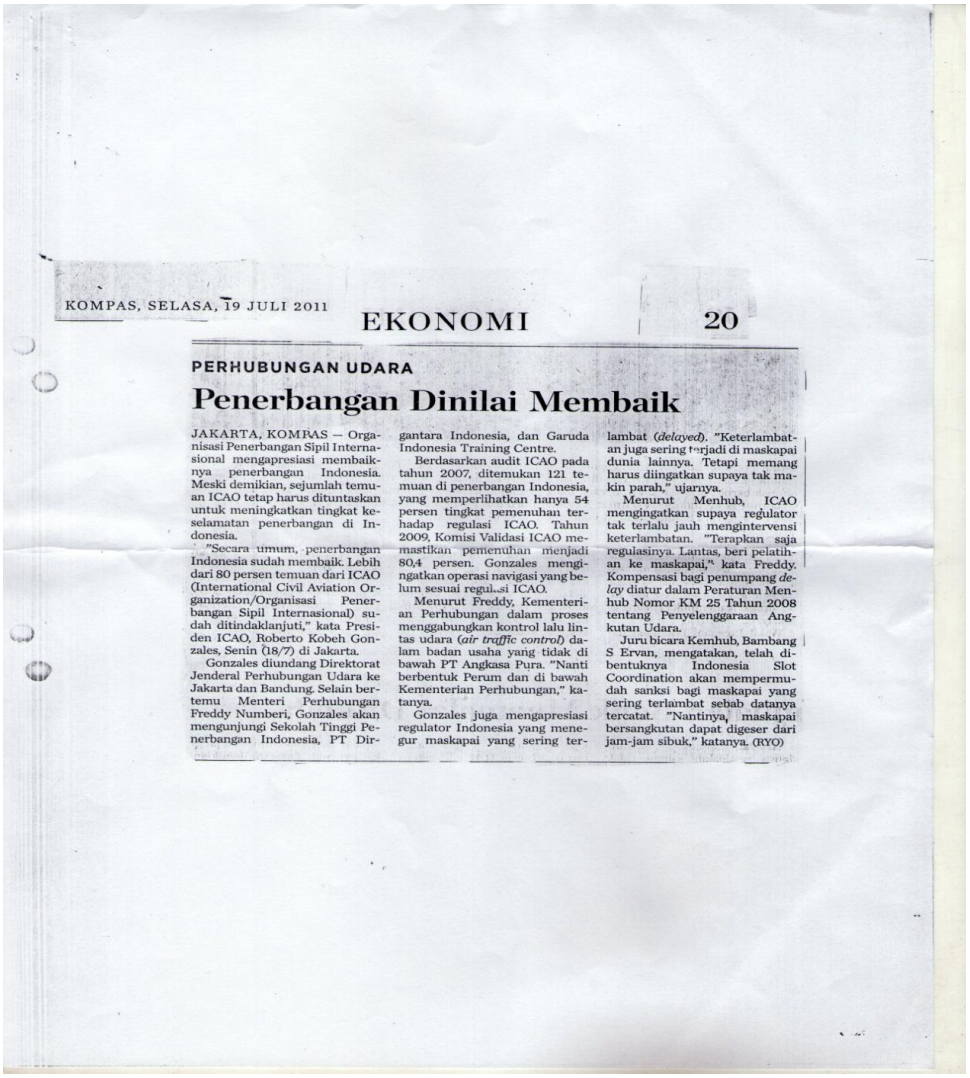
- **Membuat Teks Pidato**

Gambar 2.3

Sumber : Arsip Penulis 2011

- **Kliping Media Cetak**

Gambar 2.1
Contoh Kliping Berita



KOMPAS, SELASA, 19 JULI 2011 EKONOMI 20

PERHUBUNGAN UDARA

Penerbangan Dinilai Membaik

JAKARTA, KOMPAS — Organisasi Penerbangan Sipil Internasional mengapresiasi membaiknya penerbangan Indonesia. Meski demikian, sejumlah temuan ICAO tetap harus dituntaskan untuk meningkatkan tingkat keselamatan penerbangan di Indonesia.

"Secara umum, penerbangan Indonesia sudah membaik. Lebih dari 80 persen temuan dari ICAO (International Civil Aviation Organization/Organisasi Penerbangan Sipil Internasional) sudah ditindaklanjuti," kata Presiden ICAO, Roberto Kobeh Gonzales, Senin (18/7) di Jakarta.

Gonzales diundang Direktorat Jenderal Perhubungan Udara ke Jakarta dan Bandung. Selain bertemu Menteri Perhubungan Freddy Numberi, Gonzales akan mengunjungi Sekolah Tinggi Penerbangan Indonesia, PT Dirgantara Indonesia, dan Garuda Indonesia Training Centre.

Berdasarkan audit ICAO pada tahun 2007, ditemukan 121 temuan di penerbangan Indonesia, yang memperlihatkan hanya 54 persen tingkat pemenuhan terhadap regulasi ICAO. Tahun 2009, Komisi Validasi ICAO memastikan pemenuhan menjadi 80,4 persen. Gonzales mengingatkan operasi navigasi yang belum sesuai regulasi ICAO.

Menurut Freddy, Kementerian Perhubungan dalam proses menggabungkan kontrol lalu lintas udara (*air traffic control*) dalam badan usaha yang tidak di bawah PT Angkasa Pura. "Nanti berbentuk Perum dan di bawah Kementerian Perhubungan," katanya.

Gonzales juga mengapresiasi regulator Indonesia yang menegur maskapai yang sering terlambat (*delayed*). "Keterlambatan juga sering terjadi di maskapai dunia lainnya. Tetapi memang harus diingatkan supaya tak makin parah," ujarnya.

Menurut Menhub, ICAO mengingatkan supaya regulator tak terlalu jauh mengintervensi keterlambatan. "Terapkan saja regulasinya. Lantas, beri pelatihan ke maskapai," kata Freddy. Kompensasi bagi penumpang *delay* diatur dalam Peraturan Menhub Nomor KM 25 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Angkutan Udara.

Juru bicara Kemhub, Bambang S Ervan, mengatakan, telah dibentuknya Indonesia Slot Coordination akan mempermudah sanksi bagi maskapai yang sering terlambat sebab datanya tercatat. "Nantinya, maskapai bersangkutan dapat digeser dari jam-jam sibuk," katanya. (RYO)

Sumber : Arsip Penulis 2011

- **Membuat Ucapan Terima kasih**

Ucapan terima kasih merupakan kegiatan insidental yang dilaksanakan Public Relation PTDI dalam rangka mengucapkan terima kasih kepada amedia-media massa cetak dan elektronik sebagai upaya mempererat hubungan kerja dengan insan pres yang sudah berkenan memberitakan dan membantu terbentuknya opini publik secara positif untuk perusahaan.berikut merupakan contoh ucapan terima kasih yang dibuat penulis:

Tabel 2.4

Contoh Surat ucapan terima kasih kepada media Online

Nomor	: SK000/07/2011	Bandung , 06 juli 2011
Perihal	: Ucapan terima kasih	
Lampiran	:	

Kepada

Yth. Pemimpin Redaksi
Rakyat Merdeka

Di

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. Rakyat Merdeka telah menurunkan berita wawancara dengan judul "Airlangga Hartanto : Pemerintah Terlalu Naif Bila Cuekin Masalah PTDI" . 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 Rakyat Merdeka

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

PT. DIRGANTARA INDONESIA (persero)

SEKRETARIS PERUSAHAAN,

RINI T PASARIBU PRASETYO

Sumber : Arsip Penulis tahun 2011

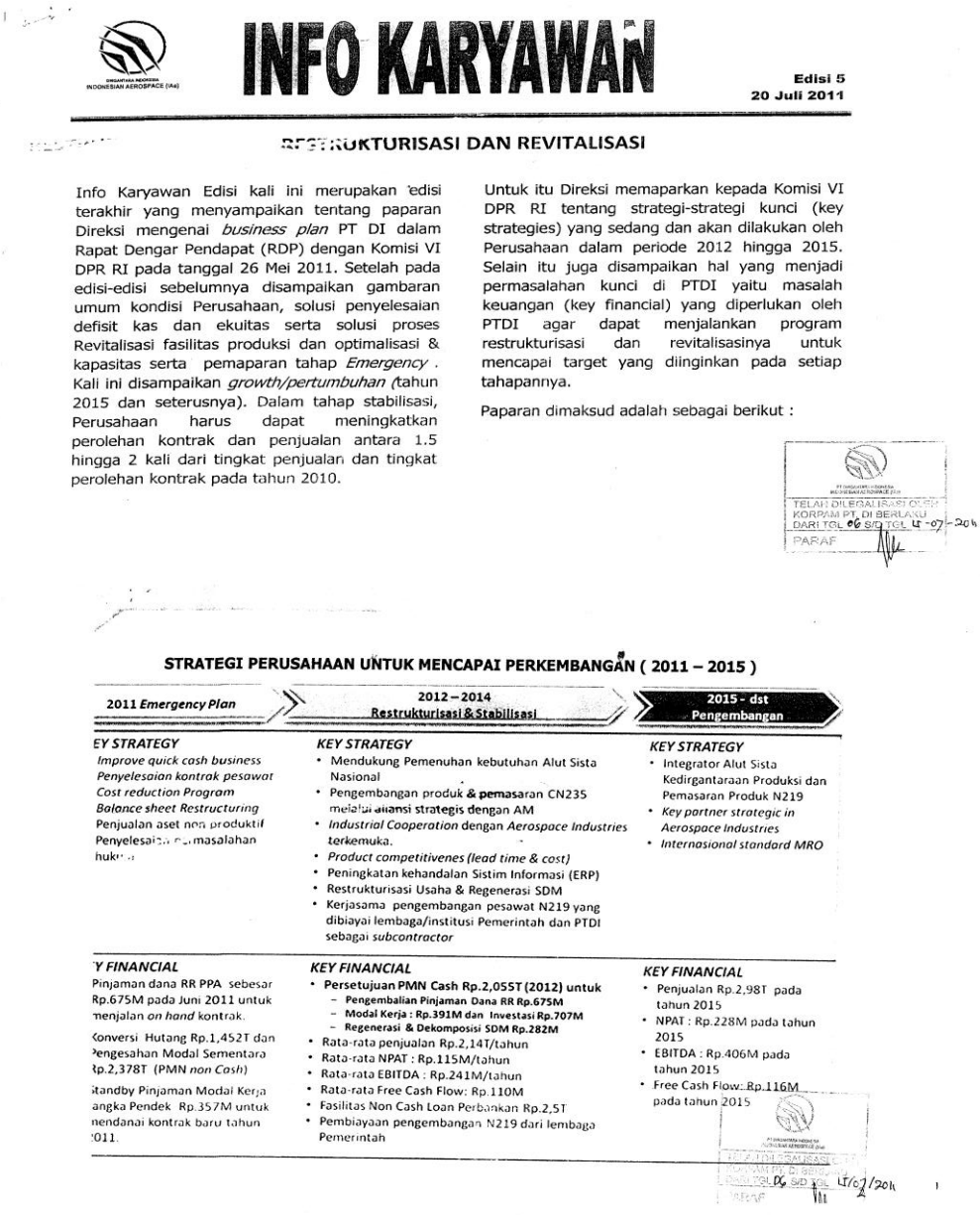
- **Penerbitan *News Letter* info karyawan**

  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 karywan yang dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 2.2

Contoh Info Karyawan



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 :

TELAH DILEGALISASI OLEH KORPAM PT. DI BERLAKU DARI TGL 06 S/D TGL 17-07-2011 PARAF

STRATEGI PERUSAHAAN UNTUK MENCAPAI PERKEMBANGAN (2011 – 2015)

2011 *Emergency Plan*	2012 – 2014 Restrukturisasi & Stabilisasi	2015 - dst Pengembangan
EY STRATEGY	***KEY STRATEGY***	***KEY STRATEGY***
Improve quick cash business *Penyelesaian kontrak pesawat* *Cost reduction Program* *Balance sheet Restructuring* Penjualan aset non produktif Penyelesaian permasalahan hukum	• Mendukung Pemenuhan kebutuhan Alut Sista Nasional • Pengembangan produk **& pemasaran** CN235 melalui **aliansi strategis** dengan AM • *Industrial Cooperation* dengan *Aerospace Industries* terkemuka. • *Product competitivenes (lead time & cost)* • Peningkatan kehandalan Sistim Informasi (ERP) • Restrukturisasi Usaha & Regenerasi SDM • Kerjasama pengembangan pesawat N219 yang dibiayai lembaga/institusi Pemerintah dan PTDI sebagai *subcontractor*	• Integrator Alut Sista Kedirgantaraan Produksi dan Pemasaran Produk N219 • *Key partner strategic in Aerospace Industries* • *Internasional standard MRO*
Y FINANCIAL	***KEY FINANCIAL***	***KEY FINANCIAL***
Pinjaman dana RR PPA sebesar Rp.675M pada Juni 2011 untuk menjalan *on hand* kontrak. Konversi Hutang Rp.1,452T dan Pengesahan Modal Sementara Rp.2,378T (PMN *non Cash*) Standby Pinjaman Modal Kerja angka Pendek Rp.357M untuk mendanai kontrak baru tahun 2011.	• **Persetujuan PMN Cash Rp.2,055T (2012) untuk** – **Pengembalian Pinjaman Dana RR Rp.675M** – **Modal Kerja : Rp.391M dan Investasi Rp.707M** – **Regenerasi & Dekomposisi SDM Rp.282M** • Rata-rata penjualan Rp.2,14T/tahun • Rata-rata NPAT : Rp.115M/tahun • Rata-rata EBITDA : Rp.241M/tahun • Rata-rata Free Cash Flow: Rp.110M • Fasilitas Non Cash Loan Perbankan Rp.2,5T • Pembiayaan pengembangan N219 dari lembaga Pemerintah	• Penjualan Rp.2,98T pada tahun 2015 • NPAT : Rp.228M pada tahun 2015 • EBITDA : Rp.406M pada tahun 2015 • Free Cash Flow: Rp.116M pada tahun 2015

PARAF

Beberapa kondisi yang akan dicapai PTDI, bilamana program RR dapat berjalan dengan baik, diantaranya :

KEBUTUHAN

A. PERSETUJUAN TAHUN 2011

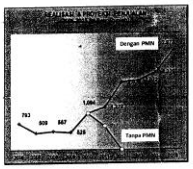
1. PMN *NON CASH* Rp3,80T
   - KONVERSI HUTANG Rp1,45T MENJADI MODAL
   - LEGALISASI PENYERTAAN MODAL SEMENTARA (PMS) SEBESAR Rp2,38T MENJADI MODAL
2. PINJAMAN DANA RR PT PPA TAHUN 2011 Rp675M UNTUK MENUTUP DEFISIT *CASH FLOW (BRIDGING)*.

B. PERSETUJUAN PMN CASH Rp 2,06T TAHUN 2012

- PELUNASAN PINJAMAN RR Rp675M
- INVESTASI Rp707M
- MODAL KERJA Rp391M
- REGENERASI & DEKOMPOSISI SDM Rp282M

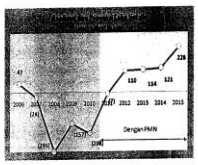
C. FASILITAS NCL DARI PERBANKAN Rp2.5T

HASIL YANG AKAN DICAPAI



Proyeksi Penjualan :

Penjualan diharapkan mengalan peningkatan sejak tahun 2012 yait sebesar ± Rp.2,03 Trilyun dan aka meningkat menjadi ± Rp.2,9 Trilyu pada tahun 2015. Namun bilaman program PMN tidak terlaksana, PTD akan tidak dapat melanjutka bisnisnya (pailit) pada tahun 2012.

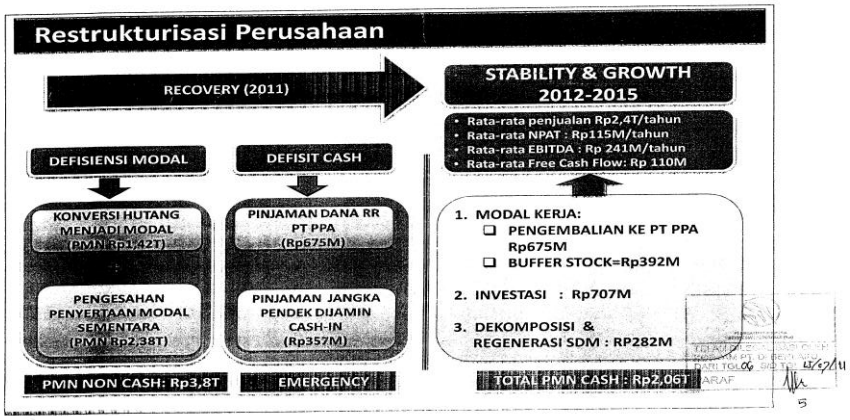


Proyeksi Keuntungan Bersih :

Sejalan dengan meningkatnya nil penjualan dan nilai kontra diharapkan keuntungan bersih PTD pada tahun 2012 mencapai Rp. 11 Milyar, nilai keuntungan ini ter merambat naik hingga mencapai nil ± Rp.228 Milyar pada tahun 2015.

TELAH DILEGALISASI OLEH KORPAM PT. DI BERLAKU DARI TGL 06 S/D TGL
PARAF

Jadi secara ringkas, program restrukturisasi adalah sebagai berikut :



TELAH DILEGALISASI OLEH KORPAM PT. DI BERLAKU DARI TGL 06 S/D TGL
PARAF

Seluruh anggota Komisi VI DPR RI setuju dilakukannya program restrukturisasi dan revitalisasi di PTDI dengan catatan a.l. kondisi internal Perusahaan harus kondusif dan jajaran Dewan Komisaris dan Direksi harus lengkap. Hal ini juga diulangi lagi dalam kunjungan kerja yang dilakukan oleh Komisi VI bersama-sama dengan Komisi XI ke PT DI pada tanggal 24 Juni 2011 lalu.

Kita sudah seharusnya bersyukur atas dukungan Komisi VI yang sangat menggembirakan tersebut. Tentunya komitmen yang sudah sangat positip terhadap Perusahaan harus betul-betul dijaga agar jangan sampai berubah ke arah yang tidak kita inginkan bersama. Dari catatan yang diberikan oleh Komisi VI DPR RI tersebut, peran karyawan untuk mewujudkan kondisi Perusahaan yang kondusif sangat besar, bisa dikatakan justru dalam hal ini karyawanlah primadonanya.

Untuk itu, marilah kita bekerja sama untuk mewujudkan kondisi kerja yang kondusif sebagai syarat untuk memelihara dukungan positip dari jajaran legislatif di negara kita, marilah kita kesampingkan segala perbedaan yang ada dan memfokuskan diri untuk turut membantu penyelematan Perusahaan melalui apa yang bisa kita lakukan sehari-hari yaitu menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan menolak hal-hal yang akan merusak kekondusifan yang sudah ada. Selamat bekerja, semoga Tuhan YME selalu membantu kita dalam melakukan langkah restrukturisasi dan revitalisasi Perusahaan, amin

" Tim Info Karyawan Unit SK "

TELAH DILEGALISASI OLEH KORPAM PT. DI BERLAKU DARI TGL 06 S/D TGL
PARAF

Sumber : Arsip PT Dirgantara Indonesia Tahun 2011

2. Aktifitas PKL Di Divisi Publikasi

Aktivitas Rutin pada divisi Publikasi meliputi :

- *Up Date Website* Perusahaan
- Dokumentasi Perusahaan
- Penerbitan Majalah internal perusahaan

• *Up Date* Informasi Perusahaan Melalui *WebSite* PT.Dirgantara Indonesia

Web site merupakan media komunikasi *cyber PR* sebagai representasi perkembanagan teknologi komunikasi dan *Information Communications Technology* yang dimana PR bertugas dalam mengaktualisasikan atau *up date website* dengan informasi-informasi baru setiap dua hari sekali adapun *Website* resmi perusahaan ini dapat digunakan menyampaikan keterbukaan informasi yang ditujukan untuk publin internal dan eksternal .Berikut merupakan contoh *website* yang dimiliki PT.DI yang telah dipelajari oleh penulis selama Praktek kerja lapangan

Gambar 2.3

Tampilan Website PT.Dirgantara Indonesia



Sumber : Arsip PT.Dirgantara Indonesia 2011

- **Dokumentasi**

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

Dalam kesempatan aktifitas praktek kerja lapangan penulis melakukan tugas dalam mendokumentasikan kronologis peristiwa test hujan anti bocor pesawat CN 235 yang dapat dilihat di bawah ini:

Gambar 2.4

Documentasi *Raining Test* Pesawat CN 235



Sumber : Arsip Penulis 2011

- **Penerbitan Majalah *Internal* Perusahaan**

  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

2.2.2 Deskripsi Aktivitas PKL *Insidental*

1. Aktifitas PKL Divisi *Public Relation*

Aktivitas Insidental pada divisi ini meliputi :

- *Press Release*
- Menulis Teks Pidato
- *Transkip* Wawancara dengan nara sumber

- ***Press Release***

Press Realease merupakan kegiatan rutin 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 contoh merupakan hasil editing *Press Realease* :

Tabel 2.5

Contoh *Press Release*

Press Release

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 : Arsip Penulis 2011

- **Menulis Teks Pidato**

Teks Pidato merupakan bentuk aktifitas yang sifatnya insidental , aktifitas yang biasa dilaksanakan oleh *Public Relation* digunakan dalam rangka acara-acara perusahaan tertentu seperti : Upacara bendera, pertemuan dengan tamu-tamu dan upacara 17 agustus . adapun isi yang terkandung dalam teks pidato tersebut berupa informasi perusahaan baik itu berupa keuangan , kerjasama perusahaan dan informasi kedireksian. Berikut teks pidato yang akan digunakan dala rangka 17 agustus dan rangka Hut PT.DI yang ke -37 yang dibuat oleh penulis :

Tabel 2.6

Contoh Teks Pidato

SAMBUTAN DAN PENGARAHAN DIREKTUR UTAMA PT DIRGANTARA INDONESIA DALAM ACARA PERINGATAN HUT KE 34

Para Undangan , rekan – rekan Direksi dan seluruh karyawan yang kami hormati.

Assalamu'alaikum Wr . Wb

Salam Sejahtera untuk kita semua

Bertepatan pada hari ini seperti yang telah kita ketahui bersama , kita berkumpul dalam suasana pagi hari ini untuk melakukan Apel peringatan hari ulang tahun PT Dirgantara Indonesia (persero) yang telah memasuki ke 34 setelah berdirinya perusahaan ini. Yakni pada 23 agustus 2011 . untuk itu marilah kita sama-sama memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah Yang Maha Esa, karena hingga sampai saat ini PT.Dirgantara Indonesia masih tetap berdiri serta eksis sebagai satu-satunya perusahaan yang bergerak dalam industri dirgantara. Kita semua patut berbangga diri karena PTDI telah membuktikan mampu bersama-sama untuk mempertahankan keberadaan perusahaan kebanggaan negara ini.Hal lain yang patut kita banggakan pula yaitu membaiknya citra perusahaan 3 tahun terakhir yang dibuktikan dengan diperolehnya kepercayaan dalam hal ini yakni melalui berupa pesanan dari para customer nasional dan internasional. Selain itu , dukungan dari pihak legislatif dan esekutif negara indonesia ini juga semakin tinggi dan positif atas keberadaan PTDI..Rasa syukur memang seharusnya terus kita tingkatkan agar

Para hadirin yang kami hormati .

Usaha tetap berdiri tegak selama 34 tahun bukanlah waktu yang singkat , jika di analogikan pada ukuran umur manusia , 34 tahun adalah masa dimana saatnya seseorang mencapai tahap matang dan produktif menuju pada tingkat kemapanan.Tetapi sedikit berbalik pada kondisi PTDI itu sendiri diusianya ke 34 belum sepenunhya mencapai titik yang diharapkan.seperti yang telah diketahui kita masih dihadapkan pada persoalan-persolan yang cukup kompleks. Kita semua tidak memungkiri bahwa kondisi internal perusahaan masih belum sepenuhnya kondusif dan persoalan-persoalan semacam ini menjadi sebuah sesuatu yang pernah dialami beberapa perusahaan didunia.Tetapi dengan penuh dedikasi dan semangat marilah kita bersama-sama berjuang untuk mewujudkan kembali kondisi kesejahteraan yang dicita-citakan bersama oleh kita , bangsa , masyarakat dan keluarga. Tetap bersinergi dalam bekerja walaupun perbedaan itu ada , kita harus mampu memperoleh tujuan-tujuan yang kongkrit yaitu dalam memperoleh kontrak – kontrak penjualan yang signifikan agar perusahaan dapat kembali memberikan kontribusi penuh kepada seluruh karyawan yang selama ini telah bekerja keras demi terwujudnya tujuan-tujuan bersama. Perbaikan kesejahteraan karyawan secara kesinambungan dan holistik merupakan salah satu satu target direksi dan staff. Namun semuanya tetap kami lakukan dengan penuh pertimbangan serta perhitungan yang tepat sehingga tidak menjadi ancaman bumerang bagi untuk kita semua seperti yang telah terjadi masa lalu.

Seiring dengan terus berjalanan PTDI , akhir-akhir ini nampaknya kita perlu sedikit besenang hati , bertepat pada tanggal 24 juni , momentum dimana PTDI dengan hormat mendapat kunjungan dari anggota komisi VI dan XI DPR RI , jadikan sebagai sebuah kesempatan dan itu juga sebagai bentuk upaya dukungan nyata legislatif negara ini , kemudian pasca kunjungan anggota Komisi VI dan XI beberapa media cetak dan online hampir serempak memberitakan hasil kunjungan tersebut. Ini menjadi langkah untuk menstimulus stake holder.

Para hadirin yang senantiasa kami cintai.

Masa depan perusahaan ini masinh panjang , kita masih memiliki harapan untuk terus berkontribusi kepada bangsa dan negara.sedkit saja kesempatan kita jadikan sebagai peluang yang harus dimanfaatkan secara maksimal tentunya tetap dengan penuh pertimbangan tepat. Layaknya sebuah industri besar diseluruh dunia yang menjadi kebanggan negaranya karena dianggap sebagai penopang ekonomi nasional , begitu pun yang dialami PTDI saat ini yang terus berupaya mempertahankan serta menunjukan kepada stake holder bahwa kita adalah sebuah industri besar yang dapat menjadi salah

Perlu kami ingatkan , ini juga sekaligus himbauan bagi kita semua jangan mudah mempercayai dengan munculnya issue-issue yang berkembang tanpa sumber berita yang tidak kredibelitas dan tidak jelas. Yang dapat mengganggu kinerja sehingga menurunkan produktifitas dan loyalitas terhadap perusahaan.

Para hadirin yang tetap senantiasa kami cintai.

Apa yang telah kami sampaikan hendaknya dapat dijadikan sebagai sebuah bentuk dorongan , kita harus tetap optimis . prinsip paling fundamental bahwa semua masalah dapat diselesaikan dengan jalanya masing-masing.inilah yang kita jadikan kunci untuk menyatukan presepsi dan mampu mengatasi gangguan-gangguan bersama-sama , jika kekompakan terus dibina niscaya beban berat pun menjadi ringan.

Pada para hadirin yang senantiasa selalu kami cintai.

Dalam setiap peringatan HUT PTDI , seperti biasanya kami selalu mengadakan agenda rutin. Pertama adalah acara pelepasan para karyawan yang telah menyelesaikan masa bhkatinya. Tentunya dalam kesempatan ini perkenankanlah kami mewakili perusahaan menyampaiakan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya atas dharma bhakti ibu dan bapak, semoga semua yang telah diberikan kepada perusahaan dapat terus dikembangkan dan dapat diwariskan kepada generasi ibu dan bapak sekalian. Lebih dari itu kami berdoa semoga Allah SWT selalu melimpahkan kesehatan serta kebahagian kepada bapak dan ibu dalam menjalani masa purnabhakti.amien .kemudian acara yang kedua adala pelaksanaan Sosial Responsibility yang pada tahun ini dedikit mengalami perbedaan dengan tahun sebelumnya, yaitu berupa batuan barang kepada panti asuhan untuk dimanfaatkan sebagai keperluan operasional sehari-hari tentunya guna menunjang aktifitas pendidikan yatim piatu, dalam hal ini kami memberikan berupa barang komputer , tempat tidur , meja belajar dan lantai keramik untuk terus menciptakan hubungan harmonis dengan lingkungan sekitar yakni pembinaan lingkungan kami tetap berupaya berpartisipasi dengan memberikan berupa komputer untuk kantor lurah dan camat kemudian gerobak sampah untuk tingkat RW.

Hadirin yang kami Hormati dan cintai.

Akhirul kata , Dirgahayu PT DIRGANTARA INDONESIA (perseo) ke 34 , semoga bisa maju dan lebih berjaya di tahun-tahun depan. Kami mengucapkan selamat bekerja terus semangat , semoga setiap langkah baik kita mendapat rakhmat dan karunia dari ALLAH SWT .amien. Ya rabbul Alamin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Sumber : Arsip Penulis 2011

- **Transkip Wawancara Nara Sumber**

Aktivitas mentraskip wawancara masuk kedalam insidentil,karena kegiatan wawancara ini digunakan untuk keperluan tertentu seperti wawancara dengan tokoh-tokoh pendiri PT.Dirgantara Indonesia dan keperluan yang sifatnhya sebagai pendukung program kerja *Public relation.*

Pada saat melakukan aktivitas pada divisi public relation penulis diberi kesempatan untuk mentranskip hasil wawancara yang telah dilakukan oleh bapak raehndi sebagai kepala departemen komunikasi perusahaan dengan salah sdatu pelaku sejarah berdirinya PT.Dirganatara Indonesia yaitu bapak A.Soleh sebagai berikut :

Tabel 2.7

Contoh Transkip Wawancara Nara Sumber

Ceritakan kronologis sebelum PT Nurtanio berdiri .pada saat pak presiden seoharto berbicara pada pak habibi tentang pendirian PT Nurtanio?

Saya mulai masuk pangkat letnan 1 sudah dapat membaca bahwa negara ini sudah punya chemistry dengan dunia penerbangan, penerbangan itu kurang lengkap dari angkatan udara sampai dengan dunia industri penerbangan.industri penerbangan itu tidak hanya membuat pesawat terbang,pesawat yang dipakai itu selalu siap.dari pertama saya tidak selalu di industri pesawat terbang.sebenarnya sudah ada sejarahnya yaitu pak nurtanio dan pak wineko

Pa wineko masih tergantung pada komponen-komponen dari yang beli dari kita.kalau membuat itu selalu siap.kalau mau menjual pesawat.beberapa persen sudah siap 70% minimum,sekarang ini sudah 80% yang siap. Dari 24 yang siap,hanya membuat komponen-komponen itu semua harus selesai dengan luar negri , tidak seperti sekarang ,dulu harus kerja sama.jadi, bagaimana kemampuan bengkel-bengkel kita membuat supaya tidak tergantung dengan luar.ada embargo,saya mempunyai konsep yang disampaikan oleh pak nurtanio agar dengan pesawat penerbangan ini bisa latiahn terus.

Agar pola penerbangan tidak berhenti , itu harus selalu menghasilkan penerbang. Disitu saya

pembeli sehingga terjual 260 unit.merpati 16 dan angkatan darat 9. Ini juga dapat mebantu PTDI. kemudian IPTN ekspor pesawat latih LT200 makanya sempat di usulkan untuk dibuat sebuah musium atau setiap musium harus ada pesawat LT200 sebagai bukti sejarah

Dekat dengan bapa,untuk generasi penerus terutama masa depan PTDI yang mungkin bapa bisa sampaikan?

Ketika barang mati , uang mati tidak bisa bisa bicara tapi kalo orang sebaliknya,saya berharap agar para direksi tetap bersatu(Solid) ,intinya menginginkan agar tetap bersatu

Sumber : Arsip Penulis 2011

2. Aktifitas PKL Di Divisi Promosi

Pada dasarnya aktivitas yang dilakukan pada divisi ini semuanya bersifat insidentil yang meliputi :

- Mendata penyelenggaraan *Exhibition*

Promosi merupakan salah satu divisi di Departemen Komunikasi Perusahaan yang memiliki tugas bertanggung jawab dalam mempersiapkan *Marketing kit*, mulai dari pembuatan brosur, *leaflet, flyer, poster, banner* dan model, serta mempersiapkan proposal pameran beserta budget yang diperlukan serta bertanggung jawab terhadap pelaksanaan pameran, mengevaluasi dan melaporkan aktivitas kegiatan promosi kepada manager komunikasi perusahaan untuk mewujudkan efektifitas dan efisiensi serta optimalisasi kinerja organisasi, memelihara, mengembangkan dan memperbaharui data-data promosi yang senantiasa *up to date*, serta mengoptimasikan pemanfaatan sumber daya manusia, infrastruktur dan fasilitas untuk mendukung kelancaran aktivitas bidang promosi.Bidang ini merupakan salah satu bidang yang penting ketika PT.DI harus mengenalkan produknya di mata dunia eksternal.

terutama melalui berbagai *exhibition* yang sampai sekarang masih aktif dilaksanakan.Promosi dalam PT.DI ini tidak semata terpaku pada *marketing* saja melainkan berkerja sama dan sejalan dengan kegiatan *Public Relation.*

Materi pameran utama PT.DI yang sering ditampilkan pada sebuah event pameran adalah produk *Aircraft* dan *non-Aircraf*t (berupa model / miniatur), antara lain :

Tabel 2.8

Data Produk PT. Dirgantara Indonesia Untuk Pameran

Model Aircraft & Helicopter :

- Pesawat CN235 MPA dan Military
- Pesawat NC212 – 200
- Pesawat C212 – 400
- Pesawat N219
- Pesawat Seastar
- Helicopter Superpuma, NBO -105, NBELL - 412

Model Non - Aircraft :

- ES : Hovecraft, Vertical Wind Tunnel, Ranpur dan Rantis, dll.
- Sista : NDL-40 Army & Navy, Rocket Launcer 2.75'', SUT Torpedo, dll.
- ACS : Poster – poster tentang kemampuan merawat pesawat terbang
- Aero : Poster – poster tentang kemampuan fasilitas fabrikasi
- Dittek : Produk –produk yang sifatnya kerjasama dengan pihak lain (BPPT, Pusditlatbagad, Pusditlatbangau, dll.)

Sumber : Arsip PT.Dirgantara Indonesia 2011

Promosi bertugas dalam melakukan perencanaan, 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 daftar-daftar pameran dalam negeri dan luart negeri yang di ikuti PTDI acara yang sempat dilakukan oleh divisi promosi :

Tabel 2.9

Daftar Pameran Dalam Negeri

Uraian	Waktu	Tempat	Penyelenggara
Pameran Dalam Negeri :			
RAPIM TNI	Januari	Jakarta	Mabes TNI
ITB	Pebruari	Bandung	Penerbangan ITB
Alat Transportasi dan Pendukungnya	April	Jakarta	Dep. Perindustrian
BUMN Expo	Juli	Jakarta	BUMN
Riset Teknologi (Ristek)	Agustus	Jakarta	BPPT
Indonesia Transport & Logistic	Agustus	Jakarta	Dep Hub
Pameran Produk Indonesia (PPI)	Agustus	Jakarta	Dep. Perindustrian
Pameran Produk Ekspor (PPE) / Trade Expo	Oktober	Jakarta	Dep. Perdagangan
Indo Defence & Aerospace	November	Jakarta	Dephan RI
Pameran Cadangan	TBD	TBD	TBD
Pameran Cadangan	TBD	TBD	TBD

Sumber : Arsip PT. Dirgantara Indonesia Tahun 2010

Tabel 2.10

Daftar Pameran Luar Negeri

DAFTAR PAMERAN LUAR NEGERI (Tahun GANJIL)

No	Uraian	Waktu	Tempat	Penyelenggara
A	**Pameran Luar Negeri :**			
1	IDEX Abu Dhabi	Pebruari	Abu Dhabi, UAE	
2	Australia Airshow	Maret	Australia	
3	IDEF Ankara Turki	April	Turki	
4	Paris Airshow	Juni	Perancis	
5	TADTE Taipei	Agustus	Taipei	
6	Beijing Airshow	September	China	
7	Seoul Airshow	Oktober	Korea	
8	Dubai Airshow	November	Dubai, UAE	
9	LIMA Langkawi Airshow	Desember	Malaysia	
10	Pameran Cadangan	TBD	TBD	
11	Pameran Cadangan	TBD	TBD	

Sumber : Arsip PT. Dirgantara Indonesia tahun 2010

Gambar 2.4

Foto Pameran di Soul Korea



Sumber : Arsip PT. Dirgantara Indonesia Tahun 2010

2.3 Tinjauan Tentang *Public Relation*

2.3.1 Definisi P*ublic Relation*

Definisi Humas atau PR menurut Frank Jefkins dalam bukunya 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, Tugas dan Fungsi *Public Relation*

1. Tujuan *Public Relation*

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

- ”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 dalam menghadapi resiko pengambil-alihan”

- “Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru.”
- “Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosail sehari-hari.”
- “Untuk mendukung keterlibatan perusahaan sebagai sponsor dari penyelenggaraan suatu acara.”
- “Untuk memastikan bahwa para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atai produk perusahaan yang postif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari Peraturan , Undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.”
- “Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan.(Jeffkins:2003,64)”

2. Tugas *Public Relation*

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

- *Publicty*
- .*Event*
- *News*

- *Communty Invlovement*
- *Indenty Media*
- .*Lobbying*
- .*Social Investement*

3. Fungsi *Public Relation*

Menurut Onong Uchyana Effendy Public Relation memiliki Fungsi-fungsi sebagai berikut **:**

- "Menuju kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi."
- "Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik public eksternal maupun publik internal."
- "Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik**."**
- "Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum."

2.4. ANALISA AKTIVITAS PRAKTEK KERJA LAPANGAN DI PT.DIRGANTARA INDONESIA

Berlandaskan pada definisi yang dikemukakan oleh Frank Jeffkins pada bukunya yang berjudul Public Relations, pada dasarnya public relation 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 terncana, terkordinir baik ke dalam maupun ke luar.

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

Sementara dari definsi yang dikemukakan oleh *Institue Of Public Relations*, Public Relation PT Dirgantara Indonesia telah menjadi suatu bidang dibawah Departemen Komunikasi Peusahaan yang telah *state of being* (melembaga).Public Relation PT .Dirgantara Indonesia 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 relation, 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 relation.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:

Majalah perusahaan merupakan salah satu jenis Jurnal internal atau media internal perusahaan yberupa cetakan yang diterbitkan secarab teratur.Jeffkins dalamk 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 Dirgnatara Indonesia pernah ssecara 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 tertaur sehingga dirasa kan memakan biaya yang sanagt besar.

Website merupakan media *eksternal* yang dirancang oleh *Public Relation* dengan tujuan agar publik eksternal menegtahui perkembangan informasi yang berkenaan dengan PT. Dirgantra Indonesia.Website sebagai media dengan segmentasi publik eksternal haruslah memberikan kepuasan kepada publik ketika publik berkunjung.Bukan hanya sekedar puas atas informasi yang akan didaptkan 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 lainyang dapat dimengerti.

Monitoring yang dilakukan oleh PR PT .Dirgantara Indonesia sudah dapat dikatakan baik karena dilakukan secara holistik.Mulai dari pencarian berita di media cetak seperti 10 macam surat kabar, beberapa majalah, serta searching dan browsing

melalui internet di berbagai situs dan pengamatan program sedeta analisi acara atau berita yang ditayangkan di televisi.Aktivitas rutin yang selalu dilakukan setiap hari oleh publikasi yaitu mencari berita dari media cetak dari berbagai surtatkabar maupun majalh dan merangkum serta mengarsipkannya dalam beruap kliping.Namun, sayangnya kliping yang dilakukan masi bersifat konvesional yang ditempel di atas selembar kertas, sehingga akan memiliki resiko besar untuk rusak atau hilang.Selain itu, proses transfer untuk dimasukkan ke dalam file resume berita pun tidak dapat di proses secara praktis, bahkan harus melalui proses ketik ulang dikarenakan sarana scan yang tidak tersedia.

Dari sekian aktivitas yang sengaja di non aktifkan namun banyak juga aktivitas kerja PR PT. Dirgantara Indonesia yang memiliki kualitas yang baik sehingga dapat dipelajari secara teoritis maupun aplikatif oleh penulis, aktivitas kerja tersebut diantaranya ialah:

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

”informasi yang disiarkan untukpers,biasanya media massa cetak”.

(Soemirat:2010:54)

Penulisan *Press Release* 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 penejlasan di atas, PRL yang dibuat oleh PR PT.DI telah dirangkai secara profesional sesuai dengan aturan yang berlaku.

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

Exshibition 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 pesawat terbang, Adapun PT. Dirgantara Indonesia sendiri memiliki 2 jenis pameran :

- Pameran Pendidikan
- Pameran Penjualan

pameran menjadi media iklan paling efektif dibandingkan dengan iklan 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 emmiliki potensi yang besar untuk membeli produk yang ditawarkan.Lokasi dan tujuan negara yang dilakukan bidang prmosi PT Dirgantara Indonesia sudah dpaat dikatakan cukup tepat karena pameran bersifat pameran internasional dan dikhususkan untuk kahlayak pertahanan.

Info karyawan merupakan news letter yang dilaksanakan oleh bidang publikasi PT. Dirgantara Indonesia.*News letter* dapat diklasifikasikan baik bila mempunyayi jumlah halamn 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 emmenuhi kriteria tersebut.Terutama karena info karyawan yang diberikan sesuai denga kebutuhaninformasi karyawan dan warga PT Dirgantara Indonesia serta memberikan data faktual dan jelas mengenai informasi yang diberikan.

Jenis pidato intelektual yang sering dilakukan oleh PT.Dirgantara Indonesia ialah pidato dengan teks terbuka,yang berisikan mengenai pemberian motivasi terhadap staff dan karyawanya.

2.5. ANALISIS PELAYANAN PT.DIRGANTARA INDONESIA PADA MAHASISWA PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Dalam kesempatan melakukan praktek kerja lapangan di PT.Dirgantara Indonesia penulis dan kawan-kawan mencoba melakukan aktivitas PKL secara *rolling* di pada setiap divisi dalam naungan Departemen komunikasi yaitu pada 3 divisi :Divisi *Public Relation*, Publikasi dan Promosi. Sekaligus sebagai proses pembelajaran pada setiap divisinya sehingga pelayanan yang dialami penulis dan kawan-kawan pun berbeda.

Didalam divisi yang dikepalai oleh Bapak Windu yang terhitung baru berada di divisi *public relation* karena sebelumnya beliau adalah sebagai supervisor divisi promosi pada tahun 2010, Penulis secara pribadi lebih cenderung dominan melakukan aktivitas pada di divisi ini,karena untuk kondisi PT. Dirgantara Indonesia pasca reformasi masih mengalami *fase* krisis sehingga program kerja *public relation* lebih banyak dibandingkan divisi lainya. Pelayanan yang diberikan pembimbing sangat memuaskan karena mahasiswa praktek kerja lapangan diberikan keleluasaan dalam mengambil alih sebagian aktivitas *public relation* seperti : *Resume* berita online, *search news online* ,Kliping media cetak dan lain-lain. Pengalaman yang didapatkan pun sangat menarik seperti sharing seputar kedirgantaraan dan pengetahuan public relation.

Kemudian divisi selnjutnya dimana penulis melakukan aktivitas praktek kerja lapangan,seperti pada divisi *public relation* pelayanan pembimbing pun sangat ramah dan memuaskan sehingga mahasiswa PKL tidak merasa dikucilkan,Namun pada divisi ini penulis tidak terlalu banyak melakukan aktivitas karena program kerja

utama divisi ini adalah penerbitan majalah.tetapi karena kondisi keuangan perusahaan yang tidak stabil untuk sementara program tersebut diberhentikan.keluasaan yang didapat pada publikasi ialah mahasiswa langsung diajak untuk melakukan proses dokumentasi yakni memotret *test raining* pesawat CN 235 yang akan dikirim ke korea ,ini sekaligus pengalaman yang berharga bagi penulis.

Pengalaman yang berbeda justru saya dapatkan ketika melakukan aktivitas pada divisi ini,karena semua program kerja promosi bersifat insidentil semua.hal ini disebabkan tugas dan fungsi promosi yang berkaitan dengan Eksternal ,kemudian penulis kurang merasakan adanya komunikasi intensif dengan *supervisor* promosi yaitu Ibu Endang ,tetapi penulis justru lebih banyak melakukan komunikasi dengan staffnya yaitu Bapak Tedi,Pada akhirnya penulis pun merasakan kepuasan yang sama ketika seluruh staff pada divisi ini mengajak *sharing* pada kami