BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktifitas Praktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan aktivitas praktek kerja lapangan (PKL) di divisi *Public Relations* PT Pikiran Rakyat selama kurang lebih satu bulan. Banyak sekali pengalaman baru yang didapatkan dalam melaksanakan aktivitas Praktek Kerja Lapangan (PKL), baik itu kegiatan rutin maupun kegiatan insidentil, sehingga menambah wawasan bagi penulis. Adapun daftar aktifitas yang dilakukan selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Divisi *Public Relations* PT Pikiran Rakyat adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Aktivitas Praktek Kerja Lapangan (PKL)

NO	Hari/ Tanggal	Aktivitas Kerja	Keterangan	
			Rutin	Insidentil
1.	Senin, 18 Juli 2011	• Membuat Proposal Wakaf Al-Quran		√
2.	Selasa, 19 Juli 2011	• Mengkliping berita • Operator • Konsep Surat • Merapihkan Dokumen • Proposal Masuk Membuat disposisi surat	√ √ √ √ √	
3.	Rabu, 20 Juli 2011	• Mengkliping berita • Operator • Distribusi surat	√ √ √	
5.	Jumat, 22 Juli 2011	• Senam pagi • Mengkliping berita	√ √	

		• Fotocopy/fax/scan	√	
6.	Senin, 25 Juli 2011	• Mengkliping berita • Operator • Distribusi Surat • Konsep Surat • Merapihkan Dokumen • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √ √ √	
7.	Selasa, 26 Juli 2011	• Mengkliping berita • Operator • Konsep Surat • Merapihkan Dokumen	√ √ √ √	
8.	Rabu, 27 Juli 2011	• Mengkliping berita • Operator • Konsep Surat • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √	
9.	Kamis, 28 Juli 2011	• Mengikuti kunjungan industri • Mengkliping berita • Fotocopy/scan		√ √ √
10	Jumat, 29 Juli 2011	• Senam pagi • Mengkliping berita • Operator • Membuat slide presentasi company profile • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √ √	
11.	Senin, 1 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Melanjutkan Membuat Slide Presentasi Company profile • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √	
12	Selasa, 2 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Distribusi Surat • Konsep Surat • Merapihkan Dokumen • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √ √ √	
13.	Rabu, 3 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Mengetik Surat	√ √ √	

		• Fotocopy/fax/scan	√	
14.	Kamis, 4 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Distribusi Surat • Konsep Surat • Memasang penguman • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √ √ √	
15.	Jumat, 5 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Distribusi Surat • Membuat Press Realese • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √	√
16.	Senin, 8 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Distribusi Surat • Konsep Surat • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √ √	
17.	Selasa, 9 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Merapihkan Dokumen • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √	
18.	Rabu, 10 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Konsep Surat • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √	
19.	Kamis, 11 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Distribusi Surat • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √	
20.	Jumat, 12 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Membantu persiapan buka puasa bersama • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √	
21.	Senin, 15 Agustus	• Mengkliping berita	√	

	2011			
22.	Selasa, 16 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Distribusi Surat • Konsep Surat • Merapihkan Dokumen • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √ √ √	
23.	Rabu, 17 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Konsep Surat • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √	
24	Kamis, 18 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Distribusi Surat • Memasang Pengumuman • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √ √	
25	Jumat, 19 Agustus 2011	• Mengkliping berita • Operator • Konsep Surat • Merapihkan Dokumen • Fotocopy/fax/scan	√ √ √ √ √	

Sumber : Catatan Penulis, September 2011

2.2 Deskripsi Aktifitas Praktek Kerja Lapangan

Aktivitas praktek kerja lapangan yang dilakukan penulis di Unit *Public Relations* PT. Pikiran Rakyat Tbk. Penulis melakukan pekerjaan rutin yang berhubungan dengan humas khususnya yang dilakukan secara rutin setiap hari adalah :

2.2.1 Kegiatan Rutin

Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL), penulis melakukan beberapa kegiatan, baik itu kegiatan yang bersifat rutin maupun kegiatan yang bersifat insidentil.

1. Kliping

Penulis ditugaskan untuk mengkliping berita yang berkaitan dengan PT Pikiran Rakyat. Disini penulis dituntut untuk jeli dan teliti apabila terdapat berita yang berkaitan dengan Perusahaan. Kliping berita disini dilakukan secara manual atau ditempel.

Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

1. Membaca Koran
2. Menandai berita khusus berkaitan PT Pikiran Rakyat
3. Menggunting berita yang sudah ditandai
4. Menempel dalam map arsip Kliping PT Pikiran Rakyat
5. Menyimpannya dalam lemari Arsip PT Pikiran Rakyat.

Gambar 2.1

Contoh Berita Yang dikliping


Marketing&Brand

Kemasan Sebagai Daya Tarik

Sumber : Arsip Dokumen Public Relations PT Pikiran Rakyat, Juli 2011

2. Operator

Tugas operator yakni menerima telepon yang ada di unit *Public Relations*. Penulis menanyakan keperluan daripada si penelepon untuk kemudian disampaikan kembali kepada staff. Biasanya telepon yang penulis terima selalu berkaitan dengan proposal atau telepon dari divisi lain.

Gambar 2.2

Penulis Pada saat menjadi Operator



Sumber : Dokumen Pribadi, Agustus 2011

3. Distribusi Surat

Distribusi surat merupakan pengiriman surat-surat baik surat masuk maupun surat yang berasal dari unit *Public Relations* yang ditujukan ke divisi atau unit lain di PT. Pikiran Rakyat. Surat-surat yang akan didistribusikan tersebut terlebih dahulu dicatat dalam buku agenda yang penyebarannya dicatat di buku ekspedisi dengan menulis nomor surat dan tujuan surat tersebut sebagai arsip. Pada saat surat diberikan kepada penerima, penerima juga diharuskan untuk menandatangani buku ekpedisi sebagai bukti bahwa surat tersebut telah diterima oleh orang yang dituju.

Gambar 2.3

Penulis Pada saat mengekspedisi Surat



Sumber : Dokumen Pribadi, September 2011

4. Konsep Surat

Dalam kegiatan pengkonsepan surat, biasanya penulis ditugaskan untuk mengkonsep tiga jenis surat, yaitu :

- **Penulisan Surat Persetujuan Pastisipasi/*Sponsorship***

  Surat ini dibuat untuk menyatakan bahwa pihak PT. Pikiran Rakyat menyetujui permohonan kerjasama dari suatu Universitas, instansi/lembaga ataupun suatu organisasi dan menyanggupi sebagian dari isi proposal yang masuk ke unit *Public Relations*. Isi dari surat ini secara garis besar yaitu : pernyataan persetujuan, jumlah biaya baik partisipasi sebagai *sponsorship* maupun donatur dan persyaratan pembayaran yang biasanya berupa foto logo PT. Pikiran Rakyat yang dipasang pada media promosi. Proposal yang masuk ke unit *Public Relations* ini adalah proposal kegiatan yang berskala lokal maupun nasional. Konfirmasi untuk setiap proposal yang masuk di beritahukan dua minggu dari tanggal pengiriman yang di tujukan kepada orang yang berwenang dalam kegiatan dalam proposal tersebut.

- **Penulisan Surat Penolakan Pastisipasi**

  Surat ini menyatakan bahwa PT. Pikiran Rakyat tidak dapat berperan serta dan menyanggupi isi proposal dalam *event* yang akan di selenggarakan. unit *Public Relations* mempunyai tim analisis yang bertugas menganalisis setiap proposal yang masuk, layak atau tidaknya sponsor atau donasi yang diberikan bergantung dari pertimbangan-pertimbangan kepala Humas.

Penolakan ini dikarenakan berbagai alasan seperti kegiatan yang diadakan tidak berhubungan dengan PT. Pikiran Rakyat, CSR, atau tidak menguntungkan. Sama halnya dengan surat penerimaan, konfirmasi surat penolakan diberitahukan dua minggu dari tanggal pengiriman. Proposal *sponsorship* hanya boleh masuk ke unit *Public Relations* pada minggu pertama dan ke-dua setiap bulannya.

5. Fotocopy, Fax dan Scan

Untuk fotocopy sendiri penulis menggandakan suatu dokumen melalui mesin fotocopy yang disediakan oleh perusahaan. Fax yaitu mengirimkan dan menerima informasi melalui mesin faksimili dari pihak yang bersangkutan dengan unit *Public Relations. Scaning* yaitu memasukkan data yang berupa *hardcopy* ke dalam Komputer sehingga menghasilkan data *softcopy*.

Semua pekerjaan ini perlu kecepatan dan kelincahan, tetapi harus teliti dan cermat, agar kertas atau salinannya tidak tertukar baik halamannya maupun tertukar dengan dokumen yang lain.

6. Merapihkan Dokumen

Suatu kegiatan yang membutuhkan kerapihan dan ketelitian, karena berhubungan dengan pengarsipan surat-surat dan dokumen-dokumen penting. Surat-surat dan dokumen-dokumen tersebut dirapihkan sesuai kategorinya, seperti surat masuk dan surat keluar.

7. Proposal Masuk

Menerima semua proposal yang masuk ke unit *PublicRelations* baik yang berhubungan dengan unit maupun dengan divisi lainnya yang ada di PT. Pikiran Rakyat.

Sikap ramah tamah dan kemampuan komunikasi sangat diperlukan untuk pekerjaan ini. Bagaimana kita bersikap pada pihak yang mengajukan proposalnya dan bagaimana kita menjelaskan tentang prosedur penerimaan, proses evaluasi dan konfirmasi hasil dari proposal yang diajukan. Mulai dari waktu dan cara konfirmasinya. Sehingga tidak terjadi kesalahpahaman sewaktu pihak yang bersangkutan melakukan konfirmasi hasil proposal yang diajukan.

8. Memasang Pengumuman

Pada pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL), memasang pengumuman merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh penulis.

Setiap informasi yang akan disampaikan kepada karyawan melalui media papan pengumuman harus melalui prosedur sebagai berikut:

1. Pengumuman yang akan dipasang harus ada izin dari bagian *Public Relations*
2. Mencatat pengumuman yang akan dipasang, didalam buku administrasi surat
3. Memberikan cap pada pengumuman yang akan dipasang

   Tandatangan dari pihak *Public Relations.*
4. Tandatangan oleh pihak asisten *Public Relations*

5. Memasang pengumuman dibeberapa papan pengumuman yang tersebar dikawasan PT Pikiran Rakyat

9. Mengetik Surat

Disini Penulis membantu membuat surat untuk dikirimkan kepada public eksternal atau public internal yakni orang-orang yang ada dalam satu perusahaan akan tetapi berbeda Divisi. Biasanya surat ini merupakan surat permohonan kepada bagian direksi, surat undangan, ataupun surat balasan permohonan kunjungan industry.

2.2.2 Kegiatan Insidentil

1. Penerimaan Kunjungan

Kegiatan Kunjungan ini dilakukan oleh bagian *Public Relations*

PT Pikiran Rakyat sebanyak 1 kali dalam seminggu. Permintaan kunjungan industry

PT Pikiran Rakyat, terhitung dari awal 2010 sampai saat ini telah diterima kurang lebih sebanyak 83 Suratyang mengajukan permohonan kunjungan industry.

Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan saat penerimaan kunjungan adalah sebagai berikut :

a. *Greeting*

Sambutan berupa ucapan selamat datang kepada tamu kunjungan.

b. Presentasi

Presentasi ini dilakukan oleh pihak PT Pikiran Rakyat mengenai *product knowledge.*

c. Pemutaran video *company profile* PT Pikiran Rakyat

d. Sesi Diskusi

Setiap peserta kunjungan diberi kesempatan untuk mengajukan pertanyaan.

e. *Factory Tour*

Para peserta kunjungan diajak berkeliling untuk melihat proses produksi dan fasilitas yang tersedia di PT Pikiran Rakyat yang bisa diakses kecuali untuk beberapa areal "akses perbatasan".

Gambar 2.4

Suasana saat Kunjungan Industri di Kantor Redaksi

PT. Pikiran Rakyat



Sumber : Dokumen Pribadi, Agustus 2011

2. Pembuatan *Press Release* atau siaran Pers

Membuat *press release* atau *news release (*siaran perss) ini merupakan salah satu kegiatan inisidentil yang dilakukan oleh penulis. *Press release* dibuat ketika perusahaan akan mengadakan kegiatan atau acara yang besar atau menarik, da menumbuhkan serta mengundang *press* untuk meliput acara tersebut.

Pada saat itu perusahaaan menyelenggarakan kegiatan "Bazar Ramadan". Sebelum pelaksanaan kegiatan tersebut, penulis ditugaskan untuk membuat *press release.*

Penulis diwajibkan menulis *press release* dengan memperhatikan segala unsur-unsur yang telah ditetapkan. Misalnya isi dari sebuah *press release* harus memenuhi unsure "5 W + 1 H", yaitu *what, when, where, why* dan *how.*

Press release yang telah selesai dibuat, kemudian dikirimkan ke beberapa media cetak dan televisi, melalui mesin *fax*. Pengiriman *Press release* tersebut dilakukan satu hari sebelum kegiatan diselenggarakan.

3. Buka Puasa Bersama

Buka Puasa bersama merupakan kegiatan rutin tahunan yang dilakukan oleh PT Pikiran Rakyat. Dan buka puasa bersama juga merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan yang dilakukan *Public Relations* PT Pikiran Rakyat Bandung guna membangun rasa kekerabatan antara atasan dengan bawahan, karyawan antar karyawan bukan saja antar divisi akan tetapi dengan para *Office Boy* dan *Office Girl*.

Selain itu Kegiatan buka puasa bersama juga selalu diadakan bersama para anak-anak yatim piatu. Dan untuk tahun ini PT Pikiran Rakyat Bandung, mengundang 5 Yayasan Panti Asuhan. Sebagai wujud kepedulian PT Pikiran Rakyat Bandung terhadap *public eksternal* yang kurang beruntung.

Gambar 2.5

Suasana Buka Puasa Bersama



Sumber : Dokumentasi PT Pikiran Rakyat, September 2011

2.3 Analisis Aktivitas Praktek Kerja Lapangan

2.3.1 Kegiatan Rutin

1. Analisis Kliping

Kliping berita di PT Pikiran Rakyat, Tbk adalah kumpulan berita, baik tulisan maupun gambar dari surat kabar, majalah, atau media lainnya yang berkaitan dengan PT. Pikiran Rakyat, Group Pikiran Rakyat, maupun Surat Pembaca. Kliping berita dilakukan secara rutin setiap paginya di mulai dari pukul 08.00 sampai dengan selesai. Kliping berita ini di lakukan di ruangan HUMAS.

Pembuatan kliping berita diawali dengan mencari berita-berita atau iklan yang berhubungan dengan Pikiran Rakyat, Group Pikiran Rakyat (anak perusahaan) yang ada di media cetak yakni Pikiran Rakyat itu sendiri yang terbit pada hari itu.

Kliping berita merupakan alat bantu yang memiliki manfaat, yaitu:

- Sebagai pedoman atau acuan untuk mengantisipasi suatu kejadian yang sedang berlangsung serta pengembangan dan perbaikan langkah untuk yang akan datang.
- Sebagai tolak ukur sejauh mana keberhasilan prestasi dan reputasi yang dicapai dari perusahaan.

Dalam kegiatan ini, ketelitian penulis sangat dituntut untuk memilih kliping yang termasuk berita maupun iklan. Bukan saja pemilihan kliping, tetapi juga keahlian dalam menganalisa isi dari berita yang dikliping. Pelajaran yang penulis dapatkan dalam perkuliahan pun dapat diaplikasi

dalam kegiatan ini. Yaitu penulis dapat memilih berita yang termasuk dalam kategori informasi dan yang menjadi iklan.

2. Operator

Operator yakni kegiatan menerima telepon, untuk menanyakan kepentingan daripada si penelepon. Biasanya kegiatan ini menuntut cara penguasaan bertutur kata yang baik dan sopan. Biasanya kegiatan yang di lakukan, memberikan informasi kepada penelepon mengenai proposal, kegiatan Praktek Kerja Lapangan dan penelitian, menginformasikan staff yang bersangkutan apabila sedang ada pekerjaan lain atau di luar dan keperluan lain yang di butuhkan.

3. Distribusi Surat

Distribusi surat dapat dilakukan dengan dua cara yaitu :

- Dikirim secara langsung

Surat dapat dikirim atau diantar sendiri oleh petugas atau kurir ke alamat tujuan dengan bukti pengiriman surat berupa buku ekspedisi surat keluar

- Dikirim melalui sarana jasa

Surat keluar bisa dikirim dengan menggunakan sarana jasa pengiriman seperti pos atau sarana jasa pengiriman lainnya.

Menurut Wurasanto (1991 : 145-148), pada dasarnya pengurusan atau pengelolaan surat keluar mencakup tiga macam kegiatan pokok, antara lain:

a. Pembuatan konsep surat

Ada tiga cara dalam pembuatan konsep surat yaitu :

1. Konsep surat dibuat oleh pimpinan

   Biasanya pimpinan membuat konsep sendiri, kemudian diserahkan kepada juru tik atau sekertarisnya untuk di ketik dalam bentuk yang telah ditetapkan atau atau yang berlaku bagi kantor yang bersangkutan.

2. Konsep surat dibuat oleh bawahan

   Untuk membuat surat pimpinan menugaskan bawahan, konsep dibuat berdasarkan petunjuk atau data yang bersangkutan. Setelah konsep dibuat diserahkan kepada pimpinan untuk mendapatkan persetujuan, barulah konsep surat tersebut diketik, kemudian setelah melalui beberapa prosedur, surat tersebut ditandatangani oleh pimpinan yang berwenang.

3. Konsep surat dibuat dengan cara mendikte

   Pembuatan surat dengan cara mendekte dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Mendikte secara langsung dilakukan dengan cara pimpinan melakukan tatap muka (*face to face*) dengan bawahan yang ditugaskan untuk membuat konsep.sedangkan untuk mendekte secara tidak langsung dapat

dilakukan dengan cara pimpinan dapat merekam dikte konsep surat pada sebuah media yang disebut magnetik atau piringan magnetik. Yang kemudian dikirim pada bawahan atau pegawai yang bertugas mengetik konsep surat tersebut.

b. Pengetikan Konsep Surat

Ada beberapa proses didalam pengetikan konsep surat antara lain sebagai berikut:

1. Persetujuan konsep surat

Sebagai tanda persetujuan terhadap konsep surat, pimpinan yang berwenang harus membubuhi paraf dan tanggal pada konsep surat.

2. Pengiriman konsep surat

Konsep surat yang telah disetujui dikirim pada unit pengetikan atau pada bagian surat-menyurat (*mail departement*) untuk diadakan penelitian.

3. Pemeriksaan hasil pengetikan

Konsep surat yang sudah selesai diketik harus diadakan pemeriksaan terlebih dahulu sebelum dikembalikan kepada pimpinan yang berwenang, apakah pengetikan benar-benar telah sesuai dengan konsep surat.

4. Penandatanganan surat

Setelah pengetikan konsep surat dinyatakan benar, hasil

pengetikan konsep surat tersebut dikembalikan kepada pimpinan yang berwenang untuk ditandatangani. Semua lembar surat (baik asli maupun tembusan) harus ditandatangani dengan tandatangan asli (bukan tanda tangan cap).

c. Pengiriman Surat

Beberapa proses dalam pengiriman surat antara lain :

1. Pemberian Cap

Di Indonesia surat-surat dinas baru dianggap sah apa bila dibubuhi cap dari instansi yang bersangkutan. Cap dibubuhkan disebelah kiri tanda tangan dan sedikit mengenai tanda tangan.

2. Pengetikan amplop atau sampul surat

Sebelum amplop diketik, ditentukan dahulu jenis dan ukuran amplop yang akan dipergunakan, penggunaan omplop hendaknya disesuaikan dengan ukuran kertas surat dan jumlah lampiran.

3. Pemeriksaan surat

Sebelum surat-surat dilipat untuk dimasukkan kedalam amplop hendaknya diperiksa terlebih dahulu:

Kelengkapan surat yang meliputi:

a. alamat surat

b. alamat pengirim apabila perlu

c. Tanggal

d. nomor surat

e. tanda tangan

f. cap atau stempel

g. Jumlah lampiran

Jumlah lampiran upaya diadakan pemeriksaan apakah ada lampiran surat yang dikirim tersendiri.

4. Melipat surat

Setelah surat dinyatakan lengkap, barulah surat dilipat. Surat dilipat sesuai dengan bentuk amplop yang dipergunakan.

5. Menutup amplop

Setelah surat dilipat, dimasukan kedalam amplop, kemudian amplop ditutup, dengan mempergunakan lem atau perekat.

6. Menempelkan prangko

Setelah amplop ditututp, kemudian prangko ditempelkan di bagian kanan atas amplop secukupnya.

4. Fotocopy, Fax dan Scan

Fotocopy yaitu kegiatan penggandaan suatu dokumen, fax yaitu mengirimkan dan menerima informasi melalui mesin faksimili dari pihak yang bersangkutan dengan unit *Public Relations, Scaning* yaitu memasukkan data yang berupa *hardcopy* ke dalam Komputer sehingga menghasilkan data *softcopy*.

5. Merapihkan Dokumen

Suatu kegiatan yang membutuhkan kerapihan dan ketelitian, karena berhubungan dengan pengarsipan surat-surat dan dokumen-dokumen penting. Surat-surat dan dokumen-dokumen tersebut dirapihkan sesuai kategorinya, seperti surat masuk dan surat keluar.

6. Proposal Masuk

Menerima semua proposal yang masuk ke unit *Public & Marketing Communications* baik yang berhubungan dengan unit maupun dengan divisi lainnya yang ada di PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk.

Sikap ramah tamah dan kemampuan komunikasi sangat diperlukan untuk pekerjaan ini. bagaimana kita bersikap pada pihak yang mengajukan proposalnya dan bagaimana kita menjelaskan tentang prosedur penerimaan, proses evaluasi dan konfirmasi hasil dari proposal yang diajukan. Mulai dari waktu dan cara konfirmasinya. Sehingga tidak terjadi kesalahpahaman sewaktu pihak yang bersangkutan melakukan konfirmasi hasil proposal yang diajukan.

7. Memasang Pengumuman

Pengumuman adalah pesan atau informasi yang disanpaikan kepada umum. Tujuan pengumuman adalah untuk menyampaikan sesuatu agar diketahui oleh umum atau masyarakat. Biasanya

pengumuman hanya menyanpaikan pesan atau informasi agar masyarakat tahu.

Sama halnya dengan pengertian tersebut, pengumuman pun dilakukan atau dibuat PT Pikiran Rakyat. Dimana pengumuman dibuat agar seluruh Karyawan mengetahui informasi yang isampaikan lewat pengumuman tersebut. Salah satu media untuk menyebarkan pengumuman atau informasi adalah papan pengumuman.

Seperti yang dijelaskan dalam buku "Teori dan Profesi Kehumasan".

"Papan pengumuman standar dapat ditempatkan pada berbagai lokasiyang ramai atau sering disinggahi, agar segenap pegawai dapat memperoleh informasi yang sama dan waktu yang bersamaan pula. Wujud fisiknya bisa bermacam-macam, mulai dari poster cetakan yang mudah dipasang dan diganti dengan papan permanen yang terbagi atau sejumlah kolom sesuai dengan jenis berita yang sering diumumkan. Bentuk fisik ini tidak perlu terlampau dipersoalkan. Idealnya setiap kolom berita ditangani oleh staff humas (*Public Relations*) yang mampu memproduksi setiap lembaran pengumuman dalam bentuk yang menarik dan bertanggung jawab atas pemasangannya"(Anggoro,2008:219)

Begitu pula yang dilakukan oleh Divisi *Public Relations* PT Pikiran Rakyat dalam membuat pengumuman. Pengumuman yang

dibuat tidak asal disebarkan atau ditempel dipapan pengumuman saja. Divisi *Public Relations* PT Pikiran Rakyat bisa dikatakan sudah baik dalam menangani masalah pengumuman ini, mulai dari proses pencatatan pengumuman yang masuk, pengecapan izin temple pengumuman, hingga penyebaran pengumuman yang ditempel dipapan pengumuman yang ada di PT Pikiran Rakyat.

2.3.2 Kegiatan Insidentil

1. Penerimaan Kunjungan

Kegiatan ini dilakukan oleh divisi *Public Relations* PT Pikiran Rakyat sebanyak 1 kali dalam seminggu. Divisi *Public Relations* memanfaatkan waktu melalui kegiatan ini untuk memperkenalkan perusahaan beserta produk-produknya dan juga memperkuat *brand positioning* dimasyarakat sebagai produsen perusahaan yang bergerak dimedia cetak yang bertaraf nasional.

Brand Positioning merupakan salah satu tugas penting bagi *Public Relations*. Hal ini akan menjadi investasi jangka panjang bagi perusahaan agar produknya mudah dikenal dan mendapatkan kepercayaan yang tinggi dari masyarakat.

Kegiatan penerimaan kunjungan ini sudah menjadi cara untuk memperkuat *brand positioning* produk yang ada di PT Pikiran Rakyat.

2. Pembuatan *Press Realese* atau Siaran Pers

> *Press Realese* atau *news realese* yang baik harus menyajikan suau kisah yang sama bermutunya dengan yang biasa ditulis oleh para jurnalis. Informasi yang terungkap harus jelas, dan sepenuhnya sesuai dengan kenyataan yang ada, serta menaati segenap kaidah penulisan yang baik. Jangan sekali-kali memulai sebuah siaran berita dengan kalimat seperti
> 'Dengan bangga kami mengumumkan bahwasannya….' Atau ungkapan-ungkapan yang cenderung memuji-muji diri sendiri. *News Realese* tidak boleh berlebih - lebihan sehingga mirip iklan. Cara mudah untuk belajar menulis *news realese* adalah dengan rajin membaca surat kabar (Anggoro,2008:121)

Begitu pula dengan *press realese* yang dibuat oleh Divisi *Public Relations* PT Pikiran Rakyat yang selalu memperhatikan kaidah penulisan yang baik. Hanya saja *press realese* atau *news realese* yang dibuat oleh Divisi *Public Relations* PT Pikiran Rakyat selalu mencantumkan kapan berita itu dimuat atau ditayangkan.

3. Pembuatan *Slide Presentasi Company Pofile*

Company profile merupakan media yang mempresentasikan perusahaan yang berisi gambaran umum atau informasi yang terkait dalam sebuah perusahaan.*Company Profile* dibuat khusus sesuai dengan kebutuhan.

Divisi *Public Relations* dalam setiap penerimaan kunjungan selalu menampilkan slide-slide yang berfungsi sebagai representasi perusahaan, *mutual understanding*, *building identity,*dan *corporate image* (membangun identitas dan citra perusahaan).

Adapun isi dari *Company Profle* yang ditampilkan pada saat presentasi di PT Pikiran Rakyat ketika penerimaaan kunjungan adalah

1. History (Sejarah)
2. Visi dan Misi Perusahaan
3. Group Pikiran Rakyat

2.4 Deskripsi *Public Relations* di PT Pikiran Rakyat

2.4.1 Definisi *Public Relations*

Tugas Humas di PT Pikiran Rakyat Bandung yaitu menjalin hubungan dengan *public* internal maupun eksternal. Humas atau *Public Relations* merupakan suatu kegitan unutk menanamkan dan memperoleh pengertian, *goodwill*, kepercayaan penghargaan pada dan dari publik suatu badan khususnya dan masyarakat umumnya.

Humas atau *Public Relations* menurut (*British*) *Institute of Public Relations* (IPR) Frank Jefkins dalam bukunya "*Public Relations*" adalah sebagai berikut :

"PR adalah 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 ". (2003 : 9)

Dari definisi diatas maksudanya adalah "upaya yang terencana dan berkesinambungan", ini berarti humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.

Sedangkan tujuan utamanya adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian, maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihka-pihak lain yang turut berkepentingan. Dengan adanya kata 'saling', itu berarti organisasi juga harus memahami setiap kelompok atau individu yang terlibat dengan khalayak atau publik.

2.4.2 Ruang Lingkup *Public Relations*

Publik Relations memiliki ruang lingkup yang luas dalam menghadapi permasalahan-permasalahan dalam suatu organisasi yang berkaitan dengan kegiatan organisasi yang berhubungan dengan kegiatan organisasi, baik dalam public internal maupun eksternal. Oleh karena itu *Public Relations* harus memiliki perencanaan terlebih dahulu, kemudian adanya program yang terstruktur.

Public Relations atau Humas memiliki bidang-bidang cakupan atau ruang lingkup sebagai berikut :

1. Hubungan dengan Pelanggan (*Cutomer Relations*)
2. Hubungan dengan Masyarakat atau penduduk (*Community Relations)*
3. Hubungan dengan Pers atau Media Massa *(Press Relations)*
4. Hubungan dengan instasi-instansi Pemerintah (*Government Relations*).
5. Hubungan dengan Karyawan atau Pegawai (*Employee Relations*)
6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait (*Stakeholder Relations*)

Ruang Lingkup *Public relations* dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relations*)

Hal ini mencakup kegiatan-kegiatan seperti member informasi kepada pelanggan atau nasabah, menjelaskan prosedur, tata cara, waktu, menyampaikan pesan-pesan, laporan berkala (melalui brosur, Jurnal, surat dan sebagainya), meyelenggarakan acara bersama pelanggan dan

menciptakan suasana kenyamanan atau kemudahan bagi urusan para pelanggan dan melayani pelanggan dan tamu.

2. Hubungan dengan Masyarakat atau penduduk (*Community Relations)*

Hal ini mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk/ masyarakat yang sekurang-kurangnya meliputi penduduk disekitar lokasi pabrik atau perusahaan atau toko atau disekitar kantor organisasi atau lembaga yang bersangkutan.

3. Hubungan dengan Pers atau Media Massa *(Press Relations)*

Hal ini mencakup kegiatan membuat *clippings* (Guntingan berita dari Koran, majalah dan lain-lain) serta menganalisa pendapat umum (opni public) atau aspirasi kelompok tertentu (*Specific groups opinion)*, menyampaikan informasi dan penyataan resmi melalui media massa, menyelanggarakan jumpa pers (*press conference)*, membina hubungan komunikasi dua arah dengan wartawan dan redaksi media massa (Surat Kabar, TV, Radio, Majalah, Tabloid, dan lain-lain).

4. Hubungan dengan instasi-instansi Pemerintah (*Government Relations*).

Hal ini mencakup kegiatan pembinaan dan penyelanggaraan hubungan komunikasi dua rah dengan instansi-instansi pemerintah (pemerintah daerah atau provinsi atau kabutan atau kota, pihak kepolisian, dinas tenaga kerja, dinas perindustrian, dinas pariwisata, dan lembaga lainnya), upaya-

upaya pero;ehan informasi actual dari berbagai instansi pemerintah dan sebaliknya menyampaikan informasi kepada instansi terkait.

5. Hubungan dengan Karyawan atau Pegawai (*Employee Relations*)

Hubungan dengan karyawan atau pegawai (*employee relations)* hal ini mencakup kegiatan pembinaan hubungan kedalam (pimpinan dengan karyawan dan sesama bawahan) yang memang terkesan tumpang tindih dengan fungsi dan tugas bagian kepegawaian (personalia).

Adapula yang secara spesifik sebenarnya merupakan ruang lingkup kehumasan, yaitu menyampaikan kebijakan organisasi atau perusahaan kepada karyawan dan sebaliknya menampung serta memantau aspirasi karyawan untuk disampaikan kepada pimpinan. Dengan demikian, diharapkan tercipta suasana harmonis atau selaras dalam kegiatan organisasi atau perusahaan.

6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait (*Stakeholder Relations*)

Hal ini mencakup kegiatan yang menunjang atau terus menerus berhubungan dengan kegiatan organisasi atau perusahaan atau lembaga (seperti agen-agen, Suplayer, distributor) dan juga mencakup hubungan dengan para pemegang saham (*shareholder relations).* (Rudy, 2005 :85-88).

2.4.3 Tujuan *Public Relations*

" Tujuan *Public Relations* secara universal adalah untuk menciptakan, memelihara dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada public yang disesuiakan dengan kondisi-kondisi daripada public yang bersangkutan dan memperbaikinya jka citra itu menurun atau rusak.

Dengan demikian terdapat 4 hal yang prinsip dari tujuan *Public Relations,* yaitu :

a. Menciptakan citra yang baik
b. Memelihara
c. Meningkatkan
d. Memperbaiki citra jika organisasi kita menurun atau rusak."

(Yulianita, 2003: 42-43).

2.4.4 Fungsi dan Peranan *Public Relations*

Fungsi Humas menurut Cultip & Center and Canfield Ruslan Rosady dalam bukunya "*Manajemen PR dan Media Komunikasi*", fungsi humas adalah :

1. Menunjang aktivitas utama manajeman dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajeman organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi denga publiknya yang merupakan khalayak sasaran.

3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, perserpsi, dan tanggpan masyarakat terhadap organiasasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.
5. menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (Ruslan, 1998:311)[1]

Dari penjelasan di atas dapat di tarik kesimpulan mengenai peranan humas pada intinya adalah sebagai penghubung perusahaan yang diwakilinya dengan publik, sebisa mungkin terus membina hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan, serta menciptakan citra positif bagi perusahaan.

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

a. Sasaran *Public Relations* adalah publik intern (*Internal Public*) dan Public Ekstren (*External Public*)

   Publik intern adalah orang-orang yang bergiat di dalam organisasi, antara lain para karyawan. *Publik ekstern* adalah orang-orang di luar organisasi

[1] http://kuliahkomunikasi.com/2009/12/tujuan-dan-fungsi-public-relation/ (Senin, 22 Nopember 2010 : 22.05 WIB)

yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi, misalnya para pejabat kantor Pajak, Kantor Telepon, dll.

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

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

2.5 Analisis Pelayanan Perusahaan terhadap Mahasiswa PKL

Pada saat mengajukan proposal praktek Kerja Lapangan, Penulis diterima dengan baik oleh PT Pikiran Rakyat. Begitu pula ketika penulis ditempatkan di Divisi *Public Relation.* Kepala Humas dan para staf Divisi *Public Relations* menyambut dengan baik, ramah dan penuh kehangatan.

Ketika Penulis memasuki kawasan PT Pikiran Rakyat untuk menyerahkan Proposal Praktek Kerja Lapangan, Penulis harus melapor terlebih dahulu kepada bagian *security,* ini berlaku untuk siapa saja kecuali Karyawan PT Pikiran Rakyat.

Awalnya Penulis tidak langsung diterima untuk melaksanakan praktek Kerja Lapangan, tetapi harus menunggu dengan waktu yang telah ditetapkan oleh pihak Perusahaan.

Setelah diterima untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, Penulis akhirnya melakukan beberapa kegiatan atau aktivitas Praktek Kerja Lapangan yang telah ditetapkan oleh Divisi *Public Relations.*

Hari Pertama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, penulis disambut hangat oleh Staf *Public Relations*. Selama Praktek Kerja Lapangan, penulis diwajibkan mengenakan pakaian rapi seperti kemeja, *Blazer,* celana bahan dan Rok. Selain itu, penulis diharuskan mengenakan tanda pengenal mahasiswa yang melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT Pikiran Rakyat. Hal ini sudah menjadi ketentuan dari pihak perusahaan.

Setiap harinya, penulis melakukan beberapa kegiatan *Public Relations* yang telah diarahkan oleh pembimbing. Arahan yang disampaikan oleh pembimbing sangat jelas sehingga penulis cepat menerima dan mengerjakan tugas yang telah diberikan.

Semua kegiatan yang dilakukan penulis selama melakukan praktek kerja lapangan di Unit *Public Relations* sebagian besar menggambarkan aktivitas-aktivitas yang ada dalam bidang ilmu kehumasan, sesuai dengan bidang kajian ilmu yang dipelajari oleh penulis di bangku perkuliahaan. Aktivitas rutin yang dilakukan selama melaksanakan praktek kerja adalah mengkliping yang juga sudah sesuai dengan tugas dari humas untuk mengetahui informasi mengenai kondisi yang ada di PT. Pikiran Rakyat dan juga sebagai dokumentasi serta arsip bagi perusahaan sehingga dapat mengetahui perkembangan perusahaannya.

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dimulai dari pukul 08.00-17.00 wib. Pihak Perusahaan memberikan waktu istirahat kepada Mahasiswa yang sedang

melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, disamakan dengan pegawai yang bekerja disana, yaitu selama satu jam dari pukul 12.00-13.00 WIB.

Penulis juga dilibatkan dalam segala kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh pihak perusahaan. Hal ini menjadikan penulis menambah wawasan dalam keilmuan konsentrasi humas. Selain itu, menambah pengalaman dengan dilibatkannya penulis pada berbagai kegiatan yang diselenggarakan.