BAB II

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

2.1 Aktifitas Kegiatan Kerja Praktek

Penulis melakukan kegiatan kerja praktek di PT Telkom tepatnya di Kantor Cabang Telkom Lembang selama 25 hari kerja dan memulainya pada hari senin 4 Juli 2011 sampai jumat 5 Agustus 2011. Waktu kerja yang ditetapkan oleh pihak perusahaan adalah dimulai dari pukul 07.00 sampai pukul 16.00 WIB. Pada saat PKL, Penulis ditempatkan di bagian DCS *(Divisi Customer Service)* Telkom Kancatel Lembang. Tugas utama penulis selama aktivitas Kerja Praktek berlangsung adalah membantu para staff Kantor Cabang Telkom Lembang. Adapun aktivitas yang penulis lakukakn selama Praktek Kerja Lapangan ada yang bersifat Rutin dan ada juga yang bersifat Insidentil

Tabel 2.1 Aktifitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

No	Hari / Tgl	Jam Datang	Aktivitas	Jam Pulang	Keterangan
1	Senin, 04 Juli	07.30	• Pengenalan dengan seluruh staff perusahaan dan rekan pkl lain	13.00	Insidientil
			• Melihat situasi Kancatel Telkom Lembang		Insidentil

2	Selasa, 05 Juli	07.30	• Memasukkan data MDF (*Main Distribution Frame)*	16.00	Rutin
			• Mengecek Jaringan di Lapangan (Boscha)		Insidentil
3	Rabu, 06 Juli	07.30	• Memasukkan data *speedy*	16.00	Rutin
			• Memasukkan data MDF		Rutin
4	Kamis, 07Juli	07.30	• *Telemarketing* produk Telkom *speedy*	16.00	Rutin
5	Jumat, 08 Juli	08.00	• Olahraga Mingguan	15.30	Rutin
			• Buat berita mingguan		Rutin
			• Buat KKO minggu I		Rutin
6	Senin ,11 Juli	07.30	• Melayani Pelanggan	16.00	Rutin
			• *E-learning* Telkom		Rutin

7	Selasa, 12 Juli	07.30	• Mengecek gangguan Jaringan di Lapangan (Boscha)	16.00	Rutin
			• Mengecek Jaringan MDF		Insidentil
8	Rabu, 13 Juli	07.30	• Memasukkan data MDF	16.00	Rutin
			• Memasukkan data *speedy*		Rutin
9	Kamis, 14 Juli	07.30	• *Telemarketing* produk Telkom *speedy*	16.00	Rutin
10	Jumat, 15 Juli	08.00	• Olahraga Mingguan	15.30	Rutin
			• Buat berita mingguan		Rutin
			• Buat KKO Minggu II		Rutin
11	Senin, 18 Juli	07.30	• Melayani Pelanggan	16.00	Rutin
			• *E-learning* Telkom		Rutin
12	Selasa, 19 Juli	07	• Pengambilan	16.00	Insidentil

		Pengambilan gambar untuk.30	gambar untuk dokumentasi kantor (Cikole)		
			• dokumentasi penulis		Insidentil
13	Rabu, 20 Juli	07.30	• Memasukkan data *speedy*	16.00	Rutin
			• Masukan data MDF		Rutin
14	Kamis,21 Juli	07.30	• *Telemarketing* produk Telkom *speedy*	16.00	Rutin
15	Jumat , 22 Juli	08.00	• Olahraga Mingguan	15.30	Rutin
			• Buat berita mingguan		Rutin
			• Buat KKO Minggu III		Rutin
16	Senin, 25 Juli	07.30	• Mengikuti *E-learning* Telkom	16.00	Rutin
			• Memasukan data *Speedy*		Rutin
17	Selasa, 26 Juli	07.30	• Pengambilan	16.00	Insidentil

			gambar untuk dokumentasi kantor (pencurian kabel di jalan menuju tangkuban perahu)		
18	Rabu,27 Juli	07.30	• Melayani Pelanggan	16.00	Rutin
			• Masukan Data *Speedy* dan MDF		Rutin
19	Kamis,28 Juli	08.00	• *Telemarketing* produk Telkom *speedy,*	16.00	Rutin
			• Mengecek jaringan di lapangan		Insidentil
20	Jumat,29 Juli	07.30	• Olahraga Mingguan	15.30	Rutin
			• Buat berita mingguan		
			• Buat KKO Mingguan IV		
21	Senin,01Agustus	07.30	• Membuat strategi *telemarketing*	16.00	Insidentil

			speedy		
22	Selasa,02Agustus	07.30	• Membuat strategi *telemarketing speedy*	16.00	Insidentil
23	Rabu, 03Agustus	07.30	• *Telemarketing* produk Telkom *speedy* (Evaluasi Strategi Telemarketing)	16.00	Rutin
24	Kamis, 04 Agustus	07.30	• Memasukan data MDF dan *Speedy*	16.00	Rutin
25	Jum'at, 05 Agustus	08.00	• Membuat berita	15.30	Rutin
			• KKO mingguan (Minggu I)		Rutin
			• Evaluasi kerja dan perpisahan		Insidentil

Sumber : Penulis, Agustus 2011

2.1.1 Deskripsi Aktifitas Rutin Selama PKL

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Telekomunikasi Indonesia Bandung, penulis melakukan aktivitas rutin yakni kegiatan yang dilakukan setiap hari pada PKL. Berikut ini adalah deskripsi dari kegiatan rutin yang telah dikerjakan oleh mahasiswa selama melakukan Praktek Kerja Lapangan:

1. Melayani Pelanggan

Penulis sebagai bagian di *Divisi Customer Service* , mempunyai tugas untuk melayani pelanggan secara langsung, salah satunya melalui kegiatan ini penulis melayani pelanggan mulai dari pemasangan baru, pemutusan , atau keluhan langsung dari pelanggan. Ketika pelanggan mendatangi Kancatel untuk melaporkan gangguan Telepon, penulis mendengarkan dengan baik permasalahan yang di hadapi dan setelah itu penulis menjelaskan permasalahan kepada *Divisi Accsess* untuk segera di atasi. Terkadang penulis mengajak pelanggan agar berbicara langsung dengan pihak *Divisi Accsess.*

2. Memasukan data MDF dan *Speedy*

Kegiatan yang dilakukan penulis salah satunya Memasukan data MDF dan *Speedy*. Dengan tujuan untuk mendata frame distribusi pelanggan, juga untuk mendata File *Speedy*, seperti Pasang Baru, Pasang Kembali, Isolir *Speedy*, Cabut *Speedy*, Mutasi *Speedy* (termasuk ganti paket *speedy*), Claim *Speedy*, Residu *Speedy*, Restitusi *Speedy.* Nomor Telepon atau Nomor *Speedy* pelanggan yang berada pada *Main Distribution Frame*, Di Check manual oleh Outsourching dari *Divisi Accses* dengan dilanjutkan oleh penulis memasukkan data pada Tabel yang sudah di print dan membuat softfile pada aplikasi openoffice di Komputer.

3. Membuat KKO Mingguan

Pekerjaan rutin yang dilakukan penulis setiap minggu tepatnya di Hari Jumat yaitu membuat laporan mingguan tentang aktivitas kerja karyawan di *Divisi Accses* dengan cara mendata satu persatu kegiatan apa saja yang dilaksanakan oleh karyawan dalam setiap harinya yang kemudian di bikin draft laporannya.

Gambar 2.1 KKO Minggu I

KKO Pots (Telepon) Minggu I

PERFOMANCE MONITORING POTS
AREA LEMBANG / CSA — KKO BLN JULI THN 2011 MINGGU KE – I

KP	GGN POTS		PERFORMANCE GANGGUAN TANGGAL- HARIAN							PERFORMANCE MINGGUAN MINGGU					PERFORMANSI BULANAN
	REGU	ORDER	4	5	6	7	8	9	10	I	II	III	IV	V	
	LEMBANG/CSA														
1	WAWAN ; UNEN	ORDER	6	10	5	6	6	4		37					
		SELESAI	6	10	5	6	6	4		37					
		%	100	100	100	100	100	100	0	100	0	0	0	0	0
2	TISNA ; YAYAN	ORDER	6	10	5	6	6	4		37					
		SELESAI	6	10	5	6	6	4		37					
		%	100	100	100	100	100	100	0	100	0	0	0	0	0
	TOTAL WO	ORDER	12	20	10	12	12	8		64					
	TOTAL SELESAI	SELESAI	12	20	10	12	12	8		64					
		%	100	100	100	100	100	100	0	100	0	0	0	0	0
								Rata2 /teknisi		1,142857	0	0	0	0	0
								Rata2 /hari		9,142857	0	0	0	0	0
	PERFOMANCE SD.minggu ini	0													
	GAUL	0													
	Q	0													
	PRODUKTIVITY	0													
	FILTERING RATE	0,3													
	SUBCONTRACTOR COST														

Sumber : Penulis, Agustus 2011

KKO Speedy Minggu I

PERFORMANCE MONITORING SPEEDY
AREA LEMBANG / CSA — KKO BLN JULI THN 2011 MINGGU KE - I

KP	GGN SPEEDY		PERFORMANCE GANGGUAN TANGGAL- HARIAN							PERFORMANCE MINGGUAN MINGGU					PERFORMANSI BULANAN
			4	5	6	7	8	9	10	I	II	III	IV	V	
	LEMBANG / CSA														
1	UNEN ; WAWAN	ORDER	2	2	2	2	1	2		11					
		SELESAI	2	2	2	2	1	2		11					
		%	100	100	100	100	100		0	100	0	0	0	0	0
2	TISNA ; YAYAN	ORDER	2	2	2	2	1	2		11					
		SELESAI	2	2	2	2	1	2		11					
		%	100	100	100	100	100			100	0	0	0	0	0
	TOTAL WO	ORDER	4	4	4	4	2	4		22					
	TOTAL SELESAI	SELESAI	4	4	4	4	2	4		22					
		%	100	100	100	100	100		0	100	0	0	0	0	0
	PERFORMANCE SD	0													
	MINGGU INI	0													
	GAUL	0													
	Q	2,54						Rata2 /teknisi		1,55	1,3	2,23	2,54	0	1,72
	PRODUKTIVITY	0,3						Rata2 /hari		12,43	10,43	17,84	20,29	0	13,77
	FILTERING RATE														
	SUBCONTRACTOR COST														

Sumber : Penulis, Agustus 2011

4. Olahraga Mingguan

Olahraga menjadi kegiatan Rutin ditiap minggunya, Olahraga Bisa Berupa Senam pagi atau melakukan pendakian. Penulis beserta beberapa pegawai dan rekan PKL lain melaksanakan olahraga di hari Jumat.

5. *Telemarketing* produk Telkom *speedy*

Telemarketing adalah kegiatan rutin penulis di mana penulis mengontak pelanggan melalui pesawat telepon untuk menawarkan promosi speedy. Saat melakukan *call* pelanggan penulis diharapkan dapat bersikap dan berkata sopan, tidak memaksa, dan berbicara dengan intonasi yang ramah dan komunikatif.

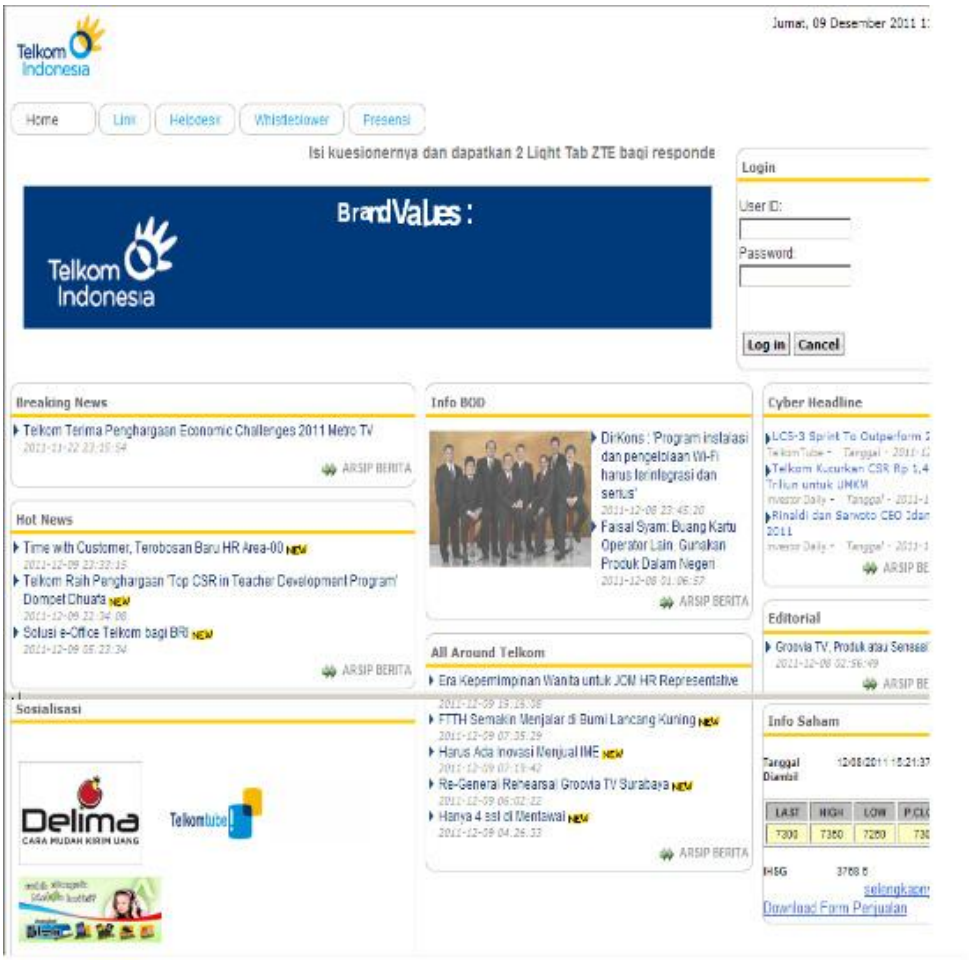
Tugas penulis saat melakukan Praktek Kerja Lapangan adalah menghubungi pelanggan sekitar Lembang untuk menawarkan produk Telkom *speedy*, disini penulis menawarkan pemasangan speedy dengan memberikan promosi-promosi tertentu, sesuai dengan paket yang ditetapkan oleh perusahaan.

6. Membuka Website Portal Internal Telkom (*E-learning* Telkom)

Dalam hal ini setelah penulis menyelesaikan pekerjaan yang ditugaskan oleh pembimbing, maka penulis memanfaatkan waktu untuk membuka dan membaca mengenai berita atau informasi terkini seputar PT. Telekomunikasi Indonesia, dan mengikuti *E-learning*

Telkom dengan tujuan sebagai salah satu referensi untuk membantu penulis dalam proses pengerjaan laporan PKL.

Gambar 2.2 Portal Internal Telkom



Sumber : Penulis, Agustus 2011

7. Membuat berita Mingguan

Dalam hal ini setelah penulis menyelesaikan olahraga di hari Jumat, Penulis menyempatkan diri untuk membuat berita mingguan, yang bertujuan untuk mempererat tali silaturahmi antar setiap individu di Kancatel Lembang.

2.1.2 Deskripsi Aktifitas Insidentil Selama PKL

Selain kegiatan Rutin, Aktifitas kegiatan juga ada yang bersifat Insidentil. kegiatan Insidentil adalah kegiatan yang dilakukan seara dadakan. Berikut ini adalah deskripsi dari kegiatan Insidentil yang telah dikerjakan oleh mahasiswa selama melakukan Praktek Kerja Lapangan:

1. **Pengenalan dengan seluruh staff perusahaan dan rekan PKL lain**

   Pengenalan merupakan awal aktifitas Penulis dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Kancatel Lembang. Disini penulis memperkenalkan diri kepada staff pimpinan yang ada di tempat penulis akan melakukan Praktek Kerja Lapangan bahwa penulis adalah mahasiswa dari Universitas Komputer Indonesia yang ingin melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT. Telkom Kancatel Lembang. Penulis berkenalan dengan seluruh bagian yang ada di Kancatel Lembang. Semisal *Divisi Accses*, *Divisi Customer Service*, Satpam dan *Cleaning Service* serta dengan Rekan-Rekan PKL yang lain. Setelah perkenalan diri penulis kemudian giliran staff pimpinan yang sekaligus sebagai pembimbing Praktek Kerja Lapangan mahasiswa dari Kancatel Lembang yang memperkenalkan diri kepada penulis.

2. **Melihat situasi Kancatel Telkom Lembang**

   Setelah itu pembimbing juga memperkenalkan kondisi lokasi dimana penulis akan melakukan tugasnya dalam melaksanakan

Praktek Kerja Lapangan. Dan juga pembimbing menjelaskan tentang peraturan-peraturan yang berlaku di tempat dimana penulis akan melakukan Praktek Kerja Lapangan. Peraturan-peraturan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Jadwal kerja mulai dari hari Senin hingga hari Jum at. Hari Sabtu dan hari Minggu libur kecuali ada kegiatan yang mengharuskan untuk bekerja (lembur).
2. Jam kerja terhitung dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB. Jam istirahat dari pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB.
3. Diharapkan selama berada lingkungan PT. Telkom Bandung Timur para staff pimpinan, karyawan, dan mahasiswa Praktek Kerja Lapangan berpakaian sopan dan rapi.
4. Hari Jum at rutin diadakan kegiatan olahraga, semisal *Hicking* pada pukul 07.30 WIB bagi yang ingin mengikutinya.
5. Jika ada karyawan atau mahasiswa Praktek Kerja Lapangan yang ingin izin bekerja maka diharapkan memberikan keterangan kepada pimpinan dan pembimbing terlebih dahulu.

Kemudian setelah melihat situasi kancatel lembang diatas selesai maka pembimbing memberikan tugas kepada mahasiswa untuk dikerjakan namun sebelumnya pembimbing menjelaskan terlebih dahulu tugas yang diberikan dan memberikan contoh dalam pengerjaanya hingga mahasiswa mengerti pengerjaan tugas yang diberikan untuk dikerjakan tersebut.

3. Membuat Strategi Telemarketing

Ini merupakan tugas yang di berikan oleh pembimbing kepada penulis. Disini penulis membuat strategi telemarketing. Menuliskan bagaimana tata cara menelepon yang baik, penguasaan materi promosi pada saat telemarketing menjadi hal terpenting dalam tahap ini, di harapkan dapat di gunakan dalam proses telemarketing di Kancatel Lembang.

4. Mengecek Gangguan Jaringan di Lapangan

Pada tahap ini penulis mengikuti kegiatan *outsourching* dari *Divisi Accses* untuk mengecek gangguan jaringan di lapangan, ketika terjadi gangguan baik *speedy* atau telepon pihak konsumen langsung menghubungi Kancatel Lembang, dan segera di eksekusi oleh *Divisi Accses*.

5. Mengambil Gambar (Dokumentasi Kantor)

Disini penulis mengambil gambar di lapangan, seperti pencurian kabel atau perbaikan. Untuk di berikan ke *Divisi Acsess* sebagai Dokumentasi.

Gambar 2.3 Pencurian Kabel di Cikole



Sumber : Penulis, Agustus 2011

Gambar 2.4 Perbaikan Jaringan di Boscha



Sumber : Penulis, Agustus 2011

6. Mengambil Gambar (Dokumentasi Pribadi)

Disini penulis mengambil gambar untuk keperluan penulis, seperti mengambil gambar lingkungan kantor, sarana dan prasarana, sebagai penunjang dalam lampiran pada laporan praktek kerja lapangan penulis

Gambar 2.4 Ruang Pelayanan



Sumber : Penulis, Agustus 2011

7. Menerima Telepon dari Konsumen

Terkadang penulis di berikan kesempatan untuk menerima telepon tentang keluhan konsumen. Mulai dari keluhan atau pemasangan baru.

2.2 Deskripsi Tentang Humas

Tugas humas di PT Telekomunikasi Indonesia Bandung yaitu merumuskan dan menyusun program pembentukan citra perusahaan, hubungan kepada masyarakat dan melaksanakan penyuluhan baik internal maupun eksternal. Humas atau *Public relations* merupakan suatu kegiatan untuk menanamkan dan memperoleh pengertian, *goodwill,* kepercayaan, penghargaan dari public pada khususnya dan masyarakat pada umumnya.

Public Relations menurut *J. C., Seidel* sebagaimana dikutip oleh Oemi Abdurachman dalam buku dasar-dasar *Public Relations* adalah:

> *"Public relations is the continuing process by which management endeavors to obtain goodwill and understanding of its customers, its employees and the public at large, inwardly through self analysis and correction, outwardly through all means of expression"* artinya *public relations* adalah proses kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para langganannya, pegawainya, dan publik umumnya; kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan. (Abdurachman, 2001:24)

Adapun tujuan dari *Public Relations* sendiri adalah sebagai berikut:

> Tujuan *Public Relations* adalah mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini *public* yang *favorable* atau menciptakan kerjasama bedasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai *public*, kegiatan *public relations* harus dikerahkan kedalam dan keluar. (Abdurachman, 2001:34)

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

> "*Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling perhatian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya". (2003:9).

Dari definisi diatas maksudnya "upaya yang terencana dan berkesinambungan" adalah humas merupakan suatu rangkaian kegiatan yang di organisasikan sebagai rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.

Tujuan utamanya adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa di mengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan. Dengan adanya kata saling, maka itu berarti organisasi juga harus memahami sikap kelompok atau individu yang terlibat dengan khalayak atau public.

Fungsi humas menurut *Cutlip & centre and Candflield* dalam Ruslan pada bukunya "Manajemen *Public relations* dan Media Komunikasi Konsep dan aplikasi" fungsi humas yaitu :

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang di wakilinya, atau sebaliknya.

4. Melayani keinginan public dan memberikan sumbang saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.

5. Menciptakan komunikasi dua arah atau timbale balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak (2006:19).

Sedangkan menurut Maria (2002) *public relation* merupakan satu bagian dari satu nafas yang sama dalam organisasi tersebut, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut. Hal ini sekedar memberikan gambaran tentang fungsi *public relation* yaitu:

1. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
2. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
3. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna,

budaya, citra, suasana, yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.

4. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

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

2.3 Analisa Kegiatan PKL

Selama penulis melaksanakan PKL, penulis mengikuti banyak kegiatan rutin ataupun kegiatan insidentil, salah satunya adalah kegiatan yang sifatnya berhubungan langsung dengan konsumen. Kegiatan yang di lakukan langsung dengan konsumen merupakan tugas penting bagi *Public Relations* dalam satu perusahaan misalnya seperti menerima keluhan-keluhan dari konsumen baik konsumen yang datang langsung ke kantor ataupun konsumen yang menyampaikan keluhannya melalui telepon.

> *Public Relations,* dilihat dari sudut etimologi kata merupakan gabungan dari dua kata, yaitu *public* dan *relations* . Publik secara universal yaitu sekelompok orang yang mempunyai minat dan perhatian yang sama terhadap sesuatu hal, sedangkan Relations diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah hubungan-hubungan dalam arti menyangkut banyak hubungan. (Yulianita, 1999:21).

Penulis dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Kancatel Lembang mempunyai kegiatan Rutin, dimana Kegiatan rutin yang dijalankan oleh Penulis adalah Melayani Pelanggan. Dalam hal ini penulis sebagai bagian dari *Divisi Customer Service* di Kancatel lembang mempunyai peranan dalam pelayanan terhadap konsumen. *public relations* memegang peranan yang sangat penting dan berbahaya jika ditiadakan.

Ada dua tahapan sebelum melakukan menjalankan prosedur pelayanan dalam hal ini masalah keluhan pelanggan, yang pertama kita harus menerima dan mendengarkan secara baik apa keluhan dan permasalahan dan keluhan dari para pelanggan, dan yang kedua kita harus melaporkan keluhan atau permasalahan

teknis yang dialami oleh pelanggan kepada pihak DIVA (*Divisi Accses*), dan setelah dilaporkan kepada pihak DIVA diharapkan permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan dapat terselesaikan.

Kegiatan yang penulis lakukan dibagian DCS sebagaimana telah dijelaskan diatas, hal tersebut sejalan dengan teori-teori komunikasi secara umum dan teori humas secara khusus yang sedang penulis pelajari dalam perkuliahan. Karena dalam pelayanan terhadap pelanggan berlangsung komunikasi yang aktif dimana penulis secara langsung menerima keluhan pelanggan atau menawarkan promosi dari produk. pesan yang disampaikan secara persuasif kepada pelanggan supaya pelanggan bisa terpengaruh oleh pesan yang kita sampaikan kepada pelanggan. Penyampaian informasi tersebut merupakan kegiatan komunikasi secara umum dan kegiatan Humas secara khusus.

Dalam komunikasi terdapat penyampaian informasi dan pengertian informasi dari seseorang kepada orang lain. Melalui lambang-lambang yang telah disepakati bersama (kata-kata, gambar, dll) maka, komunikasi terjadi dengan langsung ataupun melalui media. Komunikasi akan timbul apabila terdapat saling pengertian antara pengirim dan penerima sehingga terdapat suatu pemahaman. Bukan berarti bahwa kedua belah pihak harus menyetujui suatu gagasan tersebut, tetapi yang penting adalah kedua belah pihak sama-sama memahami gagasan tersebut, dalam keadaan seperti itu maka komunikasi dapat dikatakan berlangsung dengan baik.

Melalui pemahaman bersama tersebut, tujuan komunikasi adalah adanya perubahan sikap. Melalui pemahaman gagasan bersama diharapkan dapat memberikan rangsangan bagi perubahan sikap yang dilakukan oleh pengirim

(komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah pernyataan manusia. Pernyataan manusia tersebut dapat berupa lisan, tulisan, isyarat, simbol, yang dimengerti oleh komunikator dan komunikan.

Selain itu penulis juga mencoba untuk menjalankan karakteristik Humas menurut Frank Jefkins dalam bukunya "Dasar-dasar *Public Relations*" menurutnya Untuk menjadi Humas / PR setidaknya ada 5 karakteristik yang harus diperhatikan, dan elemen-elemen pada karakteristik tersebut antara lain sebagai berikut :

1. **Kemampuan berkomunikasi.**

   Mampu berkomunikasi dengan baik terhadap orang yang memiliki aneka ragam karakter. Penulis harus mampu dan mau berusaha memahami, serta terkadang berusaha untuk bersikap setoleran mungkin kepada setiap pelanggan yang dihadapinya tanpa harus menjadi penakut atau penjilat. Kemampuan berkomunikasi penulis ini secara lisan maupun tertulis, seperti penanganan langsung pelanggan yang memberikan keluhan adalah kemampuan komunikasi lisan. Sedangkan penulisan *press realese*, membuat berita, tulisan-tulisan membangun yang di tampilkan melalui media *internal* seperti majalah dinding adalah kemampuan komunikasi tulisan.

2. **Kemampuan mengorganisasikan**

   Kemampuan mengorganisasikan dapat diartikan sebagai kemampuan manajerial yang dapat mengelola program PR mulai dari *fact finding*

(pengumpulan data), *planning* (perencanaan), *communicating* (mengkomunikasikan program) dan *evaluating* (evaluasi program).

Kemampuan ini juga berarti mampu mengantisipasi masalah di dalam seperti masalah internal dan di luar perusahaan seperti permasalahan dengan konsumen, serta mampu menyusun rencana kegiatan dan melaksanakan kegiatan.

3. Kemampuan bergaul/membina relasi

Kemampuan ini dapat diartikan sebagai kemampuan menciptakan *networking* (jaringan) dengan berbagai pihak yang berkaitan dengan organisasi/perusahaan. Penulis berusaha untuk membina relasi dengan Berbagai unsur public di sekitar Kancatel Lembang, tentunya menciptakan hubungan yang lebih dalam dan akrab sehingga para relasi ini dapat mendukung berbagai program yang di adakan oleh PR Kancatel Lembang.

Dalam membina relasi ini pun tentunya terjalin *take and give* antara keduanya serta terjadi hubungan yang sinergis antara PR dan berbagai unsur publik ini, yang tetap berlandaskan integritas profesi. Unsur publik disini termasuk konsumen pengguna produk Telkom

4. Berkepribadian utuh/jujur

Kejujuran harus tetap melandasi seseorang yang menjadi profesi apa pun, termasuk *Public Relations* (PR), karena aspek ini yang dapat membentuk kredibilitas (kepercayaan) orang lain terhadap *Public*

Relations Officer (PRO) maupun perusahaan tempat PRO itu bekerja. Penulis sebagai *Public Relations Officer* Di Kancatel Lembang harus berkepribadian jujur karena dengan kejujuran kredibilitas PRO secara khusus atau PT Telkom secara umum akan di perhitungkan.

Banyak kasus yang mengakhiri kredibilitas seseorang dalam berbagai profesi, termasuk profesi PR, karena melupakan kejujuran. Kejujuran ini pula yang dapat membentuk kepribadian yang utuh bagi penulis.

5. Memiliki imajinasi yang kuat

Profesi PR haruslah seseorang yang penuh dengan gagasan atau ide-ide, mampu memecahkan problem yang dihadapi, mampu menyusun rencana yang orisinal dan dapat mengembangkan imajinasi untuk melahirkan kreativitas-kreativitas kerjanya.

Kreativitas ini bisa mencakup berbagai kegiatan seperti mengelola berbagai *special events* PR (pameran, *workshop,* seminar, *press conference* dan lainnya), pembuatau *House Journal* (media penerbitan PR), krisis manajemn dan lain sebagainya.

Berlandaskan karakteristik menjadi seorang Humas di atas penulis belajar bagaimana menjadi Humas yang baik, sehingga apa yang penulis lakukan berhubung dengan pelayanan kepada konsumen bisa memberikan dampak positif baik itu untuk perusahaan atau untuk pelanggan itu sendiri. Menjadi Humas dalam satu perusahaan memang sangat membutuhkan 5 elemen di atas jika seorang

humas dapat menguasai 5 elemen itu, setiap apa yang humas rencanakan benar-benar bisa tertuju pada sasaran yang dibidik.

2.4 Analisa Pelayanan PT. Telkom Indonesia Kancatel Lembang Terhadap Mahasiswa PKL

Pada saat penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan penulis merasa sangat nyaman dalam melakukan tugas-tugas yang diberikan. Hal ini dikarenakan penulis mendapatkan pelayanan yang sangat baik dari pembimbing dan staff-staff yang ada di Divisi *Customer Servirce* PT. Telkom Kancatel Lembang.

Penulis diperlakukan seperti pegawai tanpa dibeda-bedakan sama sekali. apabila ada yang tidak penulis mengerti ketika melakukan tugas yang diberikan maka pembimbing maupun pegawai yang lain tidak segan-segan membantu dan menjelaskan hal yang tidak dimengerti oleh penulis.

Ketika penulis diberikan tugas yang baru pembimbing tidak memberikan tugas begitu saja, tetapi pembimbing menjelaskan terlebih dahulu fungsi dari tugas yang diberikan apa serta mencontohkan terlebih dahulu bagaimana cara mengerjakan tugas yang baru tersebut.

Dalam komunikasi sehari-haripun baik staff maupun pegawai sangat ramah terhadap penulis. Tidak ada rasa canggung maupun segan antara pimpinan maupun pegawai di Divisi *Customer Service,* komunikasi yang terjalin di lingkungan kerja tidak berjalan terlalu formal walaupun begitu kesopanan tetap diutamakan. Dengan begitu penulis merasakan iklim komunikasi yang baik sehingga dalam melaksanakan tugas penulis merasa tidak terbebani dan senang

dalan menjalankannya. Tentunya hal itu menjadi pendorong atau penyemangat bagi karyawan yang datang untuk melakukan pekerjaan dengan baik sesuai dengan tugas yang telah ditetapkan

Pelaksanaan PKL di Kancatel Lembang adalah sarana untuk memperkaya wawasan dan pengalaman bagi penulis, yang mana penulis bisa merasakan sendiri dunia kerja yang sesungguhnya, ilmu-ilmu yang selama ini penulis dapatkan di bangku kuliah kini dapat teraplikasikan langsung ketika penulis berada dilapangan. Sungguh pengalaman yang sangat berharga bagi penulis, karena penulis bisa bertemu dengan orang-orang baru dan tentunya dari latar belakang keilmuan yang berbeda. Dari adanya kegiatan PKL ini penulis sangat bisa merasakan bagiamana dunia kerja yang sesungguhnya. Oleh karena itu, penulis berpandangan bahwa adanya kesesuaian antara kajian keilmuan yang penulis dapatkan di bangku kuliah dengan Praktek secara langsung ketika penulis berada dilapangan.

Demikianlah sepenggal pengalaman yang bisa penulis sajikan dari pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan yang penulis lakukan di PT. Telkom Kancatel Lembang. Penulis berharap kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini selalu ada dalam kurikulum perkuliahan, karena hal itu dirasakan oleh penulis sangat banyak manfaatnya.