BAB II

PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK

2.1 Kegiatan kerja Praktek

Selama Kerja Praktek di bagian humas PT. Indonesia power UBP Saguling aktivitas yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1

Kegiatan kerja Praktek Di PT. Indonesia Power UBP Saguling

Hari / Tanggal	Kegiatan	Keterangan
Selasa, 13 Juli 2004	Orientasi lapangan	Perkenalan dengan Kepala Humas dan anggotanya, dilanjutkan dengan membuat schedule. PKL, membuat absensi PKL, dan format kliping,
Rabu, 14 Juli 2004	Survey pembagian beasiswa ke SD,SMP,SMA di sekitar PT . Indonesia power UBP Saguling	
Jum'at, 16 Juli 2004	Membagikan kupon kemasyarakat pengobatan gratis bagi yang mempunyai penyakit katarak dan bibir	Kupon terlampir

	sumbing secara gratis, di tangani oleh dr.soetanto dari R.S Cicendo Bandung.	
Senin, 19 Juli 2004	Mencari bahan kliping dari media massa	
Selasa, 20 Juli 2004	Membuat kliping tentang : Waduk Citarum yang tercemari limbah yang dapat membuat air bendungan Saguling kualitas airnya menjadi jelek	Kliping terlampir
Rabu, 21 Juli 2004	Membuat kliping tentang : Enam desa di kecamatan Batujajar terisolasi, PT. Indonesia Power diminta untuk membiayai pembangunan jembatan penyebrangan di sungai saguling jika proyek ini selesai segera di enam desa kecamatan Batujajar tidak akan terisolasi, taksiran kebutuhan dana pembangunan jembatan	Kliping terlampir

	sebesar 82 miliar	
Kamis, 22 Juli 2004	Membuat kliping tentang : 50% Warga Jabar belum Nikmati Listrik . berdasarkan data tahun 2003 meski tingkat elektrifikasi (proses pemberian tenaga listrik) di Jawa Barat telah mencapai 99% namun rasio elektrifikasinya baru mencpai 54,75%. Artinya hamper setengah penduduk Jabar belum menikmati pelayanan listrik	Kliping terlampir
Jum'at, 23 Juli 2004	Membuat kliping tentang : Indonesia power UBP Saguling adakan lomba jaringan pemuda berbakat, dalam menyambut hari ulang tahun ke 59 Republik Indonesia (RI), berbagai kegiatan digelar di PT. Indonesia Power unit bisnis pembangkitan (UBP) saguling,	Kliping terlampir

	mulai pertandingan olah raga sampai pada penyerahan bantuan terhadap sarana prasarana yang dibutuhkan masyarakat termasuk ke pondok pesantren dan mesjid.	
Senin, 26 Juli 2004	Membuat kliping tentang : limbah merkuri di citarum. Limbah kandungan merkuri yang dapat menimbulkan penyakit manimata yang heboh di teluk minahasa sulawesi utara kini sudah merambah di kawasan sungai citarum khusus di kawasan Citarum waduk Saguling.di lanjutkan membantu persiapan gratis di tempat dokter soetanto.	Kliping terlampir
Selasa, 27 Juli 2004	Kegiatan Operasi Katarak dan Bibir Sumbing dan melakukan wawancara terhadap kepala Desa Mandala Wangi tentang PT Indonesia Power	Photo kegiatan dan isi wawancara terlampir

Rabu, 28 Juli 2004	Pembuatan Stand secara Gotong royong	Untuk melaksanakan kegiatan pameran di Cianjur Fair 2004
Kamis, 29 Juli 2004	Menjaga stand Cianjur Fair 2004 PT. Indonesia Power UBP Saguling.	Mahasiswa PKL mendapat kesempatan untuk menjelaskan kepada pengunjung stand, mengenai PT. Indonesia Power UBP Saguling, dan photo kegiatan terlampir.
Jumat, 30 Juli 2004	Menjaga stand Cianjur Fair 2004 PT. Indonesia Power UBP Saguling.	Mahasiswa PKL mendapat kesempatan untuk menjelaskan kepada pengunjung stand, mengenai PT. Indonesia Power UBP Saguling.
Sabtu, 31 Juli 2004	Menjaga stand Cianjur Fair 2004 PT. Indonesia Power UBP Saguling.	Memberikan pengarahan kepada pengunjung.
Minggu, 01 Agustus 2004	Membuat kliping, dan menjaga stand Cianjur Fair 2004 PT. Indonesia Power UBP Saguling.	Kliping terlampir

Senin, 02 Agustus 2004	Membuat kliping , dan jaga stand	Kliping terlampir
Selasa, 03 Agustus 2004	Pada hari selasa jam 08.00 sampai jam 11.30 WIB membantu staf humas baik mengetik maupun memfotocopy dan yang lainnya	
Rabu, 04 Agustus 2004	Membuat skema pertandingan VOLLEY BALL dalam rangka menyambut Hari Kemerdekaan Republik Indonesia	
Kamis, 05 Agustus 2004	Persiapan pameran lingkungan CITARUM FAIR 2004 di Rancamanyar Kec. Baleendah Kabupaten Bandung.	Turut bergabung pula PT. PLN PJB I Cirata dan Perusahaan Listrik JASA TIRTA Jati Luhur Purwakarta
Jum'at, 06 Agustus 2004	Pembangunan stand secara gotong royong	Bapak M. Nuryana adalah Mantan Gubernur Jawa Barat dan Bapak Ade adalah Kepala Lingkungan Hidup Propinsi Jawa Barat dan sekaligus memberi

		pengarahan tentang PT. Indonesia Power UBP Saguling.
Sabtu, 07 Agustus 2004	Menyambut kunjungan Bapak M. Nuryana. dan Bapak Ade	Kegiatan yang dilakukan yaitu lomba menggambar dan mewarnai.Lomba menggambar diikuti oleh Siswa/i SD, dan lomba mewarnai diikuti oleh Siswa/i TK. Lomba menggambar dan mewarnai temanya tentang lingkungan yang bersih. selain menggambar dan mewarnai adapun kegiatan yang lain yaitu lomba gerak jalan yang di ikuti oleh Instansi yang mengikuti pameran tersebut termasuk PT. Indonesia Power UBP Saguling.
Minggu, 08	Pameran hari ketiga dan	. Pada hari terakhir

Agustus 2004	sekaligus hari terakhir Pameran CITARUM FAIR 2004.	pameran adapun kegiatan yang dilakukan yaitu lomba menggambar dan mewarnai.lomba menggambar diikuti oleh anak SD,dan lomba mewarnai diikuti oleh anak TK. lomba menggambar dan mewarnai temanya tentang lingkungan yang bersih.selain menggambar dan mewarnai adapun kegiatan yang lain yaitu lomba gerak jalan yang di ikuti oleh antar intasi yang mengikuti pameran.
Senin, 09 Agustus 2004	Membereskan peralatan pameran untuk dibawa kembali ke kantor PT. Indonesia power.	
Selasa, 10 Agustus 2004	Membuat kliping tentang tercemarnya sungai Citarum	
Rabu, 11	Membantu staf humas	

Agustus 2004	membereskan dokumen-dokumen	
Kamis , 12 Agustus 2004	Membantu staf humas baik mengetik maupun memfotocopy dan yang lainnya	
Jum'at, 13 Agustus 2004	Silaturahmi dan berpamitan kepada seluruh karyawan dan staff humas PT. Indonesia Power UBP Saguling.	

UNIT PELAKSANA TEKNIS UNIKOM

2.2 Analisis Kerja Praktek

Public Relation / Humas sebagai interpreter manajemen yaitu Public Relation / Humas harus mampu menerjemaahkan falsafah, kebijakan, program dan praktek manajemen kepada publiknya, baik internal maupun eksternal. Untuk mengerjakan tugas secara tepat harus ditingkatkan perhatian, pengertian, dukungan dan tindakan dari target publik. Untuk melakukannya Public Relation / Humas harus mengetahui apa yang dipikirkan manajemen.

Public Relation / Humas sebagai interpreter publik, dalam hal pikiran ini bertujuan untuk menemukan apa yang benar-benar publik pikiran tentang organisasi/perusahaan agar manajemen dengan segera dapat megetahuinya atau

Public Relation / Humas bekerja guna mengantisipasi secara benar perasaan publiknya.

Hubungan antara suatu perusahaan dengan lingkungan dan masyarakat disekitar perusahaan ataupun konsumen sangat menentukan kekuatan perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu fungsi Humas sangat berperan penting dalam menentukan nasib perusahaan.

Batasan pengertian mengenai Humas menurut para ahli sampai saat ini belum ada kesepakatan secara tegas. Cukup banyak definisi Humas yang telah diungkapkan tetapi definisi tersebut berbeda. Menurut **Cutlip, Center and Brown** *Public Relations adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya Saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan berbagai publiknya.* Sedangkan **Howard Bonham** *menyatakan bahwa Public Relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi / badan.* Konsep lainnya *adalah Public Relations sebagai interpreter manajemen yaitu Public Relations harus mampu menerjemahkan falsafah, kebijakan, program dan praktek manajemen kepada publiknya, baik internal maupun eksternal (diadopsi dari Sietel, 1992:10-11).* Menurut **Frank Jefkins.** *Public Relations adalah suatu sistem komunikasi untuk menciptakan kemauan baik,*

Adapun kegiatan yang dilakukan oleh Mahasiswa yang melaksanakan kegiatan kerja praktek di PT. Indonesia Power UBP Saguling adalah membuat Kliping. Dalam kegiatan Kliping ini, penulis mengklasifikasi berita-berita media

cetak menurut jenis data dan nama surat kabar yang bersangkutan kedalam Box File, kemudian disimpan dan dijadikan sebagai sumber informasi yang diperlukan sebagai dasar atau referensi untuk kegiatan dokumentasi dan untuk membuat rencana program kerja praktek Public Relation berikutnya.

Secara lengkap urutan kerja dari kegiatan pembuatan kliping tersebut:

- Menggunting berita atau informasi tentang PT. Indonesia Power UBP Saguling
- Menempel lembaran-lembaran berita atau informasi yang telah digunting.

Adapun tujuan dari kegiatan Kliping adalah :

1. Untuk dijadikan sumber informasi dan data dalam melaksanakan pesan atau mengambil keputusan yang akan di laksanakan oleh PT. Indonesia Power UBP Saguling
2. Untuk dijadikan bahan informasi terbaru yang dapat disebarkan atau diedarkan ke bagian lain untuk dijadikan media komunikasi internal dan disimpan sebagai kegiatan dokumentasi PT. Indonesia Power UBP Saguling.

Kliping Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Kamus komunikasi adalah pengguntingan berita, artikel, fhoto dan lainnya, yang dilakukan disurat kabar atau majalah untuk didokumentasikan ***(Effendy, 1989 : 53)***

Pengertian Kliping (News kliping), merupakan kegiatan humas / Public Relation dalam arti sempit yaitu "suatu kegiatan memilih, menguntungkan, menyimpan dan kemudian memperbanyak mengenai suatu berita (News) atau karangan (artikel), serta fhoto berita (press Fhoto), pada event atau peristiwa tertentu yang

telah terjadi dan dimuat di berbagai media cetak, sepeti surat kabar, majalah, tabloid dan lain sebagainya yang kemudian dibuat kliping" ***(Ruslan, 1999 : 207-208)***

Pameran adalah kegiatan yang menunjukan sesuatu kepada orang banyak mengenai keenggulan dan kelebihan sesuatu tersebut. ***(Ruslan, 2003:218-219)***

Atas dasar teori-teori diatas penulis dapat menyimpulkan bahwa Public Relations adalah suatu proses dalam membina hubungan antara publik internal dan eksternal dalam menciptakan citra perusahaan dan membangun hubungan yang harmonis dengan lingkungan.

TUGAS DAN FUNGSI PUBLIC RELATIONS

Tugas dan Fungsi Humas / Public Relations PT. Indonesia Power UBP Saguling telah tercantum dalam Program Community Development.

Program Community Development

Pengertian Community Development bagi perusahaan adalah :

Pertama, Turut mendorong partisipasi masyarakat dalam setiap langkah perbaikan kondisi hidupnya, dengan sebanyak-banyaknya menggerakan inisiatif mereka sendiri.

Kedua, Usaha menyediakan jasa / pelayanan teknis dalam rangka mendorong masyarakat kearah swadaya (self help) secara spontan dengan bergotong royong.

Sedangkan prinsip Community Development, adalah :

Pertama, Pembangunan masyarakat berdasrakan Community Needs (bukan Community wants).

Kedua, Pembangunan masyarakat dengan memperhatikan permasalahan, aspirasi serta potensi masyarakat setempat (Spesific on Each).

Ketiga, Mengarahkan masyarakat menuju sikap kemandirian melalui program yang sesuai dengan kemampuan kedua belah pihak (perusahaan dengan masyarakat) – ***helping them to help themselves.***

Ruang Lingkup Pekerjaan Community Development

1. **Intelejen** Memetakan kondisi sosial setempat, melalui :
    1. Pengumpulan data dari lapangan untuk diolah kemudian dianalisa sehingga menjadi informasi yang dibutuhkan oleh pengambil keputusan.
    2. Melakukan analisis sosial secara berkala untuk memperoleh peta kondisi sosial serta problem potensial / konflik yang mungkin terjadi dari waktu ke waktu.
    3. Melakukan kegiatan persuasif dan melakukan penggalangan dana masyarakat bagi tujuan-tujuan perusahaan.
2. **Keamanan :**
    1. Merancang, membentuk, memelihara dan mengembangkan sistem keamanan lingkungan yang di sesuaikan dengan siruasi serta kemampuan perusahaan.
    2. Menyiapkan tindakan pengamanan yang di butuhkan dalam situasi tertentu.

3. Membina aparat kemanan internal perusahaan (Satuan Pengamanan).
4. Membina hubungan dengan aparat keamanan eksternal (Polri / TNI).

3. Legal :

1. Memonitor serta proaktif membantu urusan legalitas perusahaan, termasukperizinan operasi dan tindakan perusahaan lainnya, serta memberikan pertimbangan legal yang dibutuhkan oleh pengambil keputusan.
2. Menyiapkan materi-materi legal yang di butuhkan untuk tindakantertentu yang akan dilakukan oleh perusahaan seperti Surat Perjanjian, Berita Acara, Press Release, dan lain-lain.

4. Hubungan Pers, Publik dan Pemerintah :

1. Membina hubungan baik dengan kalangan pers dan pemerintah.
2. Menonitor pemberitaan Media Massa serta opini yang sedang berkembang di tengah masyarakat (dengan membuat kliping).
3. Melakukan counter terhadap pemberitaan ataupun opini yang berpotensi untuk "menyesatkan" publik.

4. Membuat laporan dan analisis jurnalistik untuk konsumsi internal perusahaan.
5. Ikut serta dalam event-event (Pameran) yang diadakan baik oleh pemerintah maupun yang diadakan oleh Event Organizing lainnya.

5. Negosiasi : Menyelenggarakan dan melakukan negosiasi dengan pihak yang bersangkutan dengan perusahaan, sesuai dengan skenario dan alternatif yang telah diterapkan.

6. Pendampingan :

1. Mengidentifikasi sumber daya lokal yang potensial untuk di kembangkan, mencakup SDA, SDM, Teknologi / Keterampilan lokal dal lain sebagainya.
2. Menggali apresiasi / kebutuhan masyarakat melalui pendekatan / dialog yang intensif.
3. Merangsang tumbuhnya kelompok produktif, melalui pelatihan, bimbingan dan konsultasi serta kegiatan pelayanan usaha termasuk menjalin hubungan kemitraan dengan perusahaan.
4. Menumbuhkan kelompok produktif dalam masyarakat.

Kebanyakan perusahaan-perusahaan besar telah mengakui peranan penting dari Public Relations karena alasan yang sederhana bahwa Public Relations adalah interpreter (penghubung) antara Perusahaan dengan Masyarakat, Media,

Konsumen, ataupun dengan perusahaan lain. Oleh karena itu pengetahuan dan kemampuan untuk melakukan transaksi dengan menjalin berbagai hubungan yang bersifat kompleks (rumit) dan penting dalam organisasi perusahaan, yakni :

1. Public Relations harus memikirkan hubungan organisasi / perusahaan terhadap lingkungannya sendiri.
2. Public Relations harus bekerja sesuai dengan aturan organisasi/perusahaan untuk mengembangkan pemecahan yang inovatif terhadap berbagai masalah organisasi.
3. Public Relations harus berpikir strategis.
4. Public Relations harus memiliki kemampuan mengukur hasil yang telah diperoleh.

Selain tugas Public Relations diatas ada tugas utama Public Relations yaitu menciptakan citra yang baik untuk perusahaan, menjalin kerjasama (dengan lingkungan masyarakat, Media dan perusahaan lain), dan menciptakan Opini Publik yang positif terhadap perusahaan.

Public Relations PT. INDONESIA POWER UBP Saguling terus berusaha agar dapat menjadi perusahaan publik dengan kinerja kelas dunia dan bersahabat dengan lingkungan sesuai dengan visi perusahaan, dengan cara membina hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak (intern / ekstern), serta menciptakan komunikasi timbal balik. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Public Relations PT. INDONESIA POWER UBP Saguling, yaitu:

1. Mengadakan Pameran lingkungan hidup yang diadakan diberbagai daerah di Jawa Barat
2. Memberikan Beasiswa kepada siswa SD, SLTP, SLTA yang berada dilingkungan sekitar PT. INDONESIA POWER UBP Saguling
3. Mengadakan pengobatan mata gratis (Operasi Katarak), dan bibir sumbing kepada masyarakat
4. Mengadakan pertandingan olahraga antara karyawan dan masyarakat disekitar PT. INDONESIA POWER UBP Saguling
5. Membina hubungan dengan Pers dengan mengadakan konfrensi pers

Dilihat dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Public Relations **PT. INDONESIA POWER UBP Saguling** telah melakukan tugas-tugasnya berkaitan dengan fungsi kehumasan baik internal maupun eksternal.