BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Humas PT Pos Indonesia ini, penulis telah mendaftar segala bentuk kegiatan penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT Pos Indonesia sbb:

2.1 Aktifitas selama Praktek Kerja Lapangan

No	Hari/tanggal/tahun	Kegiatan	Keterangan
1.	Senin/11/Agustus/2003	• Perkenalan dengan staf karyawan dan anggota PKL lain.	-
2.	Selasa/12/Agustus/2003	• Pengarahan dari salah satu staf mengenai Humas PT Pos Indonesia.	-
3.	Rabu/13/Agustus/2003	• Memfotokopy berkas surat perusahaan. • Mendata surat yang masuk dan keluar.	-tdk terlampir -tdk terlampir
4.	Kamis/14/Agustus/2003	• Mendapatkan pengarahan dari staf karyawan mengenai PKL. • Mendata surat yang masuk dan	-terlampir -tdk terlampir

		yang keluar. • Memfotokopi surat dan dokumen perusahaan.	-tdk terlampir
5.	Jum'at/15/agustus/2003	• Mengkliping surat kabar mengenai target pendapatan PT Posindo meningkat dan mengarsipkanya. • Memfotokopi surat dan dokumen perusahaan	-terlampir -tdk terlampir
6.	Senin/18/agustus/2003	• Mengkliping surat kabar mengenai Depkeu belum setujui PSO PT Pos 101 Miliar,mungkinkah PT Posindo bangkrut dan mengarsipkanya. • Mendapatkan pengarahan dari staf kary. Mengenai misi humas PT Pos Ind.	-terlampir -terlampir
7.	Selasa/19/Agustus/2003	• Mendapatkan pengarahan mengenai struktur organisasi humasPT Pos Ind. • Memfotokopi surat-surat penting.	-terlampir -tdk terlampir

		penting. • Mendata surat yg masuk dan keluar.	-tdk terlampir
8.	Rabu/20/Agustus/2003	• Mengkliping surat kabar mengenai kepolisian bongkar sindikat cyber crime, dan menganalisisnya. • Mengetik laporan tahunan.	-terlampir -tdk terlampir
9.	Kamis/21/Agustus/2003	• Menfotokopy dokumen perusahaan PT Pos Indonesia. • Mengetik surat balasan perusahaan mengenai permintaaan PKL dari mahasiswa lain.	-tdk terlampir tidakterlampir
10.	Jum'at/22/Agustus/2003	• Mendata surat yg masuk dan keluar. • Memfotokopi dokumen perusahaan.	-tdk terlampir -tdk terlampir
11.	Senin/25/Agustus/2003	• Mengetik laporan absensi karyawan. • Mengkliping surat kabar mengenai ASEAN Postal	-tdk terlampir -terlampir

		Bussiness Meeting dan menganalisisnya.	
12.	Selasa/26/agustus/2003	• Mengkliping surat kabar mengenai 70 % kantor pos alami kerugian. • Memfotokopi press release. • Mengikuti kegiatan pelantikan pejabat baru.	-terlampir -terlampir -
13.	Rabu/27/agustus/2003	• Mengkliping surat kabar mengenai pendapatan Posindo masih minus 45 miliar,dan Posindo desak pemerintah keluarkan PSO. • Perwalian ke kampus.	- terlampir
14.	Kamis/28/agustus/2003	• Mendata surat yg keluar dan masuk. • Mengkliping surat kabar mengenai PT Posindo terus kembangkan layanan inovatif, dan Pos Express tumbuh 444,8% .	-tdk terlampir - terlampir
15.	Jum'at/29/agustus/2003	• Izin pembayaran kuliah ke	-

		BNI.	
16.	Senin/ 1/ Sep/ 2003	• Mengkliping surat kabar mengenai PT Posindo yang ingin menawarkan kerjasama pengiriman paket dengan Singapura,danmenganalisisna. • Mendata surat yang masuk dan keluar. • Mengetik surat cuti salah satu karyawan PT Posindo.	-terlampir -tdk terlampir - tdkterlampir
17.	Selasa/2/Sep/2003	• Mengklipingmengenaiakankah PT posindo akan bernasib sama dengan PT DI. • Memfotokopi peraturan baru mengenai PSO.	-terlampir -terlampir
18.	Rabu/3/September/2003	• Menyimak rekaman pidato mengenai Pos Express, lalu mengetiknya. • Memfotokopiberkas mengenai komunikasi korporat. • Mendata surat yang masuk dan yang keluar.	-tdk terlampir -terlampir -tdk terlampir

19.	Kamis/4/Sep/2003	• Mengkliping surat kabar mengenai hari pelanggan national dicanangkan. • Mengetik berkas dokumen untuk dirut. • Mendata surat yg masuk dan keluar.	-terlampir -tdk terlampir -tdk terlampir
20.	Jum'at/5/Sep/2003	• Izin tidak masuk karena sakit.	-
21.	Senin/8/Sep/2003	• Mengkliping surat kabar mengenai PT Pos berpaling ke pelanggan,Presiden canangkan hari pelanggan national,dan 107 pejabat PT Posindo dilantik. • Mendata surat yg masuk dan keluar. • Mengetik berkas perusahaan PT Posindo.	- terlampir - terlampir -tdk terlampir -tdk terlampir
22.	Selasa/9/Sep/2003	• Mendata surat yg masuk dan keluar. • Memfotokopi surat - surat penting.	-tdk terlampir -tdk terlampir

		• Mengkliping surat kabar mengenai pameran filateli nasional yang diadakan di Surabaya dan menganalisisnya.	- terlampir
23.	Rabu/10/Sep/2003	• Mendata surat yang masuk dan keluar. • Memfotokopi dokumen untuk Sekretariat Perusahaan PT Posindo. • Mengetik daftar alamat para karyawan.	-tdk terlampir -tdk terlampir -tdk terlampir -tdk terlampir
24.	Kamis/11/Sep/2003	• Mendata surat yang masuk dan yang keluar. • Memfotokopi data-data yang dibutuhkan untuk pembuatan Laporan PKL. • Berpamitan pada karyawan karena waktu PKL telah selesai.	-tdk terlampir -terlampir -

2.2 Analisa Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan di Humas PT Pos Indonesia (Persero)

Public Relations banyak dipraktekan diberbagai organisasi dalam rangka menunjang manajemen untuk mencapai tujuanya secara efektif dan efisien, dan dalam pelaksanaanya public relations lebih bertitik berat pada ketrampilan membina hubungan antar manusia di dalam dan di luar organisasi seraya mencegah timbulnya masalah atau bisa dikatakan bersifat preventif.

Public Relations memiliki dua pengertian, yaitu;

- PR sebagai " method of communication"
- PR sebagai " state of being".

PR dalam pengertian method of communication merupakan rangkaian atau sistem kegiatan (*order or system of action*), yaitu kegiatan berkomunikasi secara khas. PR dalam pengertian state of being adalah perwujudan kegiatan berkomunikasi tersebut sehingga melembaga.

Untuk dapat memahami pengertian PR lebih luas dan dalam, kita dapat menelaah pendapat dari para pakar, untuk kemudian kita simpulkan agar kita dapat mencernanya dengan baik. *Cultip dan Center* bersama *Glen M. Broom,* menyatakan bahwa PR adalah: "fungsi manajemen yang meniai sikap publik, mengidentifikasikan kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik"(dikutip dari buku Humans Relations dan Public Relations, Onong U.E).

Sedangkan pengertian PR menurut Dr. *Rex Harlow* (*Human Relations dan Public Relations*) adalah; " Public Relations adalah fungsi manajemen yang

> khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan, dan kerjasama; melibatkan manajmen dalam persoalan; membantu manajemen menjadi tahu dan tanggap terhadap opini publik; menetapkan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kpentingan publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam membantu mengantisipasi kecenderungan; dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama" (*Humans Relations dan Public Relations*, Onong U.E, 1993 : 117-118).

Seorang ahli PR yang lain, yaitu *Frank Jefkins* (dalam bukunya Pengantar PR) memberikan definisi PR sbb; PR merupakan keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik itu keluar dan kedalam, yakni antara suatu organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian.

Dari pengertian - pengertian tersebut sangatlah jelas bahwa PR dalam sebuah organisasi/ badan/ perusahaan memiliki banyak tujuan yang berhubungan dengan masyarakatnya, demi tercapainya keberhasilan atau kesuksesan perusahaan/ organisasinya.

Tujuan dari sebuah PR atau Humas yang sudah melembaga diantaranya adalah:

1. Mengubah citra umum perusahaan dimata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan – kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
1. Untuk meningkatkan bobot dan kualitas para calon pegawai (perusahaan) atau anggota (organ) yang hendak direkrut.
2. Untuk menyebar luaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapat pengakuan.

Secara universal tujuan PR adalah :

1. Untuk menciptakan Citra Organisasi.
2. Untuk memelihara Citra Organisasi.
3. Untuk meningkatkan Citra Organisasi.
4. Untuk memperbaiki Citra Organisasi.

Menurut *Dimoek Marshal CS* seorang ahli PR, tujuan PR dibagi menjadi

a) Secara Positif : Berusaha untuk mendapatkan dan menambah penilaian dan goodwill suatu organisasi atau badan instansi.

b) Secara Defensif : Berusaha untuk membela diri terhadap pendapat masyarakat yang bernada negatif, bila di serang, dan serangan itu kurang wajar, padahal organisasi atau badan kita salah. (hal ini biasa terjadi akibat kesalah pahaman) dengan demikian tindakan ini adalah salah satu ospek penjagaan atau pertahanan

Selain hal – hal tersebut diatas, PR memilih cirri – cirri sebagai berikut:

1. *In herent dengan manajemen* :

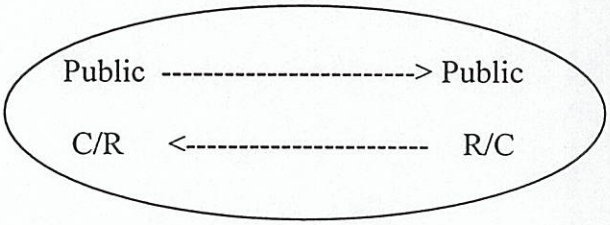
   Maksudnya sebuah PR yang melembaga melekat pada manajemen, susah dipisahkan dengan manajemen, ini mengidentifikasukan dimana ada manajemen pasti ada kegiatan.

2. *In herelasi antar publik*:

   a) Publik Internal : *Employee Relation, Human Relation, Labor Relation & Stock Holder.*

b) Publik Eksternal : *Press Relations, Government Relation, Customer relation Community Relation, Suplier Relation.*

3. *Two – Way – Communications* / komunikasi dua arah / timbal balik.



Kedua belah pihak pengantar & penerima pesan saling bereaksi secara timbal balik.

Apabila penulis analisis dengan segala kegiatan – kegiatan Humas / PR di PT. Pos Indonesia, tempat PKL penulis, Humas PT. Pos Indonesia sudah melembaga / berdiri sendiri atau istilahnya disebut *State Of Being*. Hal ini dapat penulis lihat dari struktur keorganisasian Humas PT. Pos Indonesia sendiri yang sejajar dengan Direktur Utama / dibawah langsung bagian secretariat perusahaan.

Selain hal tersebut, Manajer Humas PT. Pos Indonesia, dalam melakukan tugasnya dibantu oleh dua asisten, yaitu: Asisten Manajer I (Eksternal) & Asisten Manajer II (Internal) dimana pada waktu penulis melakukan PKL di PT. Pos Indonesia, Humas PT. Pos Indonesia melaksanakan kegiatan Internal yaitu :

1. Menertibkan *Publik Service Obligation* (PSO) PT. Pos Indonesia (pedoman PR) yang isinya tentang ketentuan – ketentuan pemerintah mengenai operasionalisasi misi sosial PT. Pos Indonesia (Data terlampir).

2. Menerbitkan/ merevisi fungsi & tugas Komunikasi Korporat di lingkungan Humas PT. Pos Indonesia yang terbaru (Data terlampir).
3. Membuat & menerbitkan Majalah Internal Merpati Pos (MP).

Sedangkan kegiatan – kegiatan eksternalnya yang telah diadakan adalah :

1. Menerbitkan siaran pers / press release sehubungan dengan kegiatan pelantikan pejabat baru dilingkungan PT Pos Indonesia (data terlampir).
2. Membuat dan menerbitkan majalah Sahabat Pena sebagai majalah bulanan untuk kalangan pelanggan.
3. Melakukan peliputan sebagai bagian dari kegiatan keprotokolan sehubungan dengan kegiatan pelantikan pejabat baru di kalangan PT Pos Indonesia.
4. Menyelenggarakan pameran filateli nasional (Emmitan – Philex 2003) di Surabaya.

Dari kegiatan – kegiatan eksternal dan internal dari PT Pos Indonesia(Persero), sudah cukup menggambarkan bahwa humas PT Pos Indonesia sudah mengikuti aturan – aturan dalam keorganisasian Humas secara keseluruhan.

Selain hal itu segala bentuk aktifitas dan media- media Humas yang dipakai seperti;

1. Pembuatan kliping mengenai PT Pos Indonesia setiap kali ada berita positif maupun negatif di surat kabar.
2. Pembuatan press release sebagai bentuk publisitas PT Pos Indonesia mengenai suatu kegiatan yang akan dilakukanya.

3. Penerbitan Majalah Internal (Merpati Pos) dan Majalah Eksternal (Sahabat Pena) sebagai wadah yang bersarat informasi untuk kalangan karyawan PT Pos Indonesia maupun masyarakat luas.
4. Menyelenggarakan pameran tentang filateli di tingkat nasional maupun internasional dalam memenuhi misi bisnisnya PT pos Indonesia.

Merupakan wujud dari segala bentuk dari keorganisasianya Humas PT Pos Indonesia dalam menunjang kesuksesan dari PT Pos Indonesia dan mempertahankan, menambah citra positif dari PT Pos sendiri.