UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Sejarah Perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero)

Komunikasi telah berkembang di Indonesia sejak lama. Kerajaan – kerajaaan di Indonesia, seperti Majapahit, Sriwijaya, Tarumanegara, Mulawarman, dan Mataram telah menggunakan cara komunikasi ini walaupun hanya terbatas dilingkungan istana.

Pada saat itu surat ditulis diatas daun *tal* atau daun pohon siwalan yang disebut *rontal*, kemudian mengalami perubahan pengucapan sehingga selanjutnya disebut *lontar*, pada saat itu komunikasi telah dilakukan dengan kerajaan tetangga, seperti kerajaan Syangka (Thailand), Harutma (Myanmar), dan lain – lain. Meskipun komunikasi tertulis tersebut telah diselenggarakan dengan baik,namun badan khusus yang menjadi perantara pertukaran berita belum melembaga.

Lembaga yang menangani masalah ini baru muncul ketika Belanda dating dan menjajah Indonesia. Melalui Gubernur Jendral G.W. Baron, Belanda mendirikan Kantor Pos pertama di Batavia atau Jakarta pada Tgl 26 Agustus 1746. Setelah telpon dan Telegraf ditemukan, dibentuklah Dinas Pos Telegraf dan Telepon (PTT) pada Tahun 1884.

Pada masa pendudukan Jepang, jawatan PTT terpecah karena Jepang membagi wilayah Indonesia menjadi tiga bagian. Jawatan PTT pun terbagi tiga bagian yaitu:

a) Jawatan PTT Sumatera.

b) Jawatan PTT Jawa.

c) Jawatan PTT Sulawesi.

Setelah Indonesia merdeka jawatan PTT tidak begitu saja diserahkan Jepang. Oleh karena itu pada tanggal 27 September 1945 sekelompok pemuda yang bergabung dalam Angkatan Muda PTT atau AMPTT merebut kekuasaan atau jawatan PTT dari tangan Jepang. Saat itulah berdiri jawatan PTT Indonesia, yang kini di peringati sebagai Hari Bakti Parpostel.

Dalam perkembangan selanjutnya, jawatan PTT Dinyatakan telah memenuhi syarat sebagai Perusahaan Negara melalui Peraturan Pemerintah Pengganti Undang – Undang (PERPU) No 19 Tahun 1950. Oleh karena itu, berdasarkan peraturan pemerintah (PP) No 220 Tahun 1961 status jawatan PTT dirubah menjadi PN. Pos dan Telekomunikasi (PN. POSTEL).

Pada tahun 1965, PN Postel di pecah menjadi dua perusahaan negara;

a) PN Pos dan Giro berdasarkan PP No. 29 Tahun 1965.

b) PN Telekomunikasi berdasarkan PP No. 30 Tahun 1965.

Status PN Pos dan Giro kembali berubah sesuai dengan Undang – Undang No 1969 yang menetapkan status Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menjadi Perjan. Berdasarkan kebijakan itu status PN Pos dan Giro berubah menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pos dan Giro melalui Peraturan Pemerintah No. 9 Tahun 1978. Pada Tanggal 27 Februari 1995, status Perum Pos dan Giro ini menjadi PT. Pos Indonesia (Persero).

Pada tanggal 20 Juni 1995 PT. Poa Indonesia memakai dasar hukum:

a) Undang – undang No 1 Tahun 1995, tentang Perusahaan Perseroan,

b) Peraturan Pemerintah RI No. 5 Tahun 1995, tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum (Perum), Pos dan Giro menjadi Perusahaan (Persero) (Lembaran Negara RI Tahun 1965 No 11),

c) Anggaran Dasar PT. Pos Indonesia Persero yang tercantum dalam Akta Notaris Sutjipta, SH No 117 Tanggal 20 Juni 1995 tentang pendirian Perusahaan Persero PT. Pos Indonesia,

d) Akta Notaris Sutjipta, SH No 89 Tanggal 21 September 1998, dan No. 111 Tanggal 28 Oktober 1998.

1.1.1 Visi, Misi, Falsafah, Motto dan Kredo PT Pos Indonesia (Persero)

1. ***Visi PT Pos Indonesia*** adalah:

   PT Pos Indonesia (persero) adalah penyedia jasa pos bernilai tinggi dengan daya saing global.

2. ***Misi PT Pos Indonesia*** adalah :

   - Mengelola perusahaan sesuai dengan prinsip bisnis yang sehat dengan didukung oleh teknologi tepat guna dan SDM yang professional.
   - Menyediakan layanan Komunikasi, logistik, transaksi keuangan dan layanan pos lainya yang memiliki nilai tambah tinggi bagi kepuasa pelanggan.
   - Mengembangkan usaha yang memiliki daya saing kuat baik dipasar domestik maupun pasar global.

- Memberika layanan untuk kemanfaatan umum yang menjangkau seluruh pelosok tanah air dengan perlakuan yang sama guna memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa serta mempererat hubungan antar bangsa.

3. ***Falsafah PT Pos Indonesia (Persero)***

   Pos Indonesia berupaya untuk meningkatkan mutu layanan yang berorientasi kepada kepuasan pelanggan dengan memerhatikan efisiensi, efektifitas, dan produktifitas sumber daya dan kemampuan usaha melalui pemanfaatan IPTEK.

4. ***Motto PT Pos Indonesia (Persero)***

   1. Tepat waktu
   2. Sasaran tepat
   3. Terpercaya

5. ***Kredo PT Pos Indonesia (Persero)***

   " Kami Ada Untuk Anda "

Selain hal diatas, PT Pos Indonesia juga memiliki 2 misi, yaitu:

a) *Misi social / Public service Obligation (PSO)*:

   Terdiri dari pengiriman surat-surat kedaerah, penerbitan majalah "sahabat pena", pengiriman bahan-bahan untuk pemilu, pembayaran gaji untuk transmigran, dan pensiunan.

b) *Misi Bisnis*, terdiri dari :

Komunikasi, logistik, keuangan,dan keagenaqn (retail) dan filateli.

1.2. Sejarah Divisi Humas PT. Pos Indonesia (Persero)

Sebagai suatu organisasi yang berkaitan langsung dengan komunikasi, bagian Humas dituntut untuk pro aktif menjalankan fungsi ke-Humasan baik melalui media Internal maupun media Eksternal, termasuk tugas – tugas protokoler. Kehandalan jajaran Humas terukur langsung melalui aktivitas dan kinerja yang ditampilkan dan dapat divisualisasikan dalam satu format penyajian informasi tertulis per periode secara regular.

Tujuan utama dari kegiatan Humas dalam lembaga atau organisasi atau perusahaan adalah menciptakan citra perusahaan atau *corporate image*. Untuk menciptakan citra pers ini sudah tentu yang positif, bukan yang yang negatif. Untuk menciptakan citra itu harus dilakukan dengan berbagai cara, yaitu kegiatan yang dilakukan oleh kegiatan komunikasi.

Pada dasarnya, PR merupakan institusi yang bertanggung jawab atas terciptanya satu suasana yang kondusif bagi terlaksananya kegiatan (perubahan), yang harus dikembangkan satu pola pikir bahwa publik harus mau memberikan kontribusi maksimal bagi perubahan yang akan memberikan keuntungan bersama.

Berdasarkan keputusan direksi no. 189/Dirut/ 1995 pada tanggal 18 oktober 1995 mengenai organisasi dan tata kerja PT Pos Indonesia, maka dibentuklah suatu divisi yang sering disebut yaitu Humas PT pos Indonesia.

Penyelenggaraan Humas dilingkungan deparpostel telah digariskan dalam keputusan Menteri Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi no. KM.85/OT. 001/MPPT tanggal 5 Desember 1987, yang bertujuan agar masyarakat, baik internal (pemimpin dan seluruh karyawan dilingkungan perusahaan) maupun eksternal (masyarakat umum) berperan serta dan mendukung seluruh kebijakan Departemen serta pelaksanaanya.Adapun tugas dari divisi humas PT Pos Indonesia sbb:

a) Menyelenggarakan kehumasan mengenai kebijakan yang telah dijelaskan oleh menteri, kebijakan teknis yang telah digariskan Dirjen, dan kebijakan perusahaan.
b) Menyelenggarakan kehumasan mengenai pembangunan dan pelayanan jasa Pos dan Giro.
c) Menyelenggarakan kehumasan untuk mencegah kesimpangan siuran pemberitaan mengenai sesuatu hal yang menyangkut masalah kebijakan dan pelayanan jasa perusahaan.

Berdasarkan tujuan diatas, Humas pos memilih majalah sebagai alat pembina hubungan dengan masyarakat. Majalah yang diterbitkan ada dua macam, yaitu majalah *Sahabat Pena,* yang di tujukan bagi masyarakat eksternal, dan majalah *Merpati Pos* yang ditujukan bagi masyarakat Internal (semua karyawan).

Tujuan Humas Pos menerbitkan majalah *Merpati Pos* adalah untuk menyampaikan kebijakan Departemen, Dirjen, serta perusahaan kepada seluruh jajaran perusahaan, menggalang kesatuan dan persatuan antar karyawan PT. Pos Indonesia, menambah ilmu pengetahuan, serta membimbing rohani masyarakat

internal. Sedangkan tujuan dari penerbitan majalah *Sahabat Pena* untuk memupuk kegemaran berkirim surat di kalangan remaja, membina persahabatan, menambah ilmu pengetahuan, dan tujuan sosial lain.

1.2.1. Visi dan Misi Humas PT. Pos Indonesia.

1. ***Visi Humas PT Pos Indonesia*** :

   Humas PT Pos Indonesia adalah pelaku hubungan masyarakat yang efektif dalam membentuk citra perusahaan dimata stockholder.

2. ***Misi humas PT Pos Indonesia*** :

   Humas PT Pos Indonesia mempunyai beberapa misi sebagai berikut;

   a) Memberikan informasi yang akurat dan terpercaya bagi masyarakat eksternal dan internal melalui kerja sama kemitraan guna terciptanya kesamaan persepsi tentang PT. Pos Indonesia(Persero).
   b) Memberikan dukungan protokoler bagi kelancaran kegiatan perusahaan.
   c) Menumbuhkembangkan budaya perusahaan dan penerapan identitas perusahaan

Sejalan dengan upaya peningkatan *Corporate Image* selayaknya berjalan parallel dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari upaya pengembangan perusahaan maka Humas PT. Pos Indonesia membentuk citra positif dimata *Stoke Holder*, mengembangkan budaya perusahaan dan penerapan identitas perusahaan serta mengelola seluruh kegiatan protokoler perusahaan baik yang untuk kegiatan rutin maupun khusus.

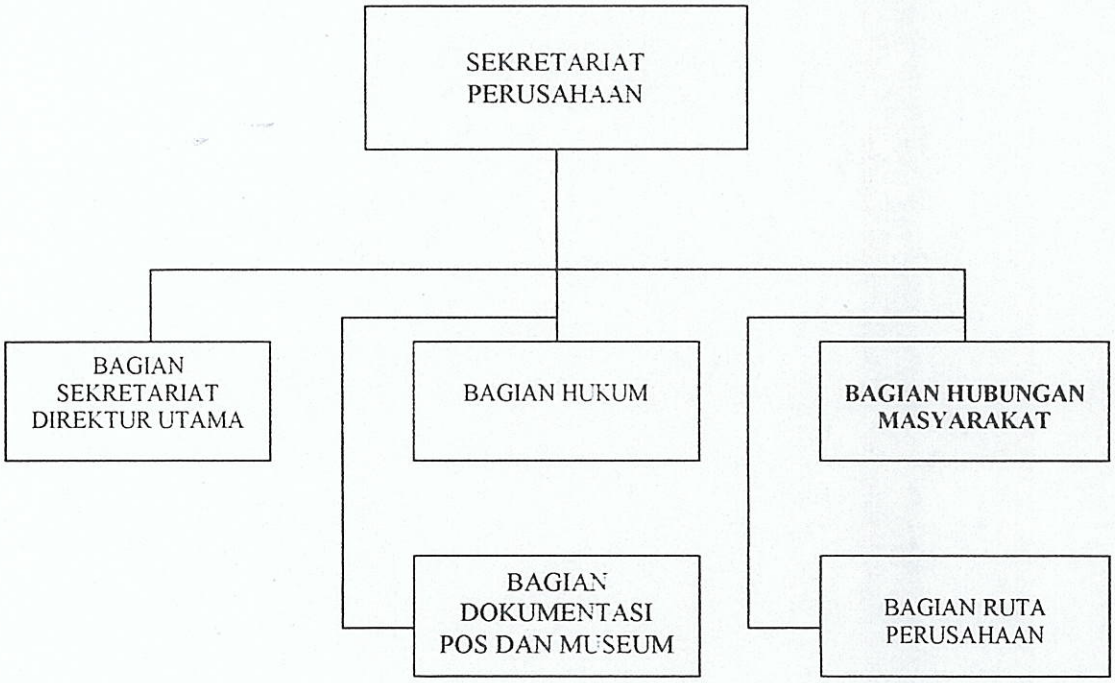
Sedangkan strategi Humas PT. Pos Indonesia, yaitu ;

a) Merencanakan, mengkomunikasikan dan mengevaluasi informasi tentang kegiatan yang dapat menciptakan citra positif, budaya dan identitas perusahaan baik melalui media massa, pameran, tatap muka atau media promosi lainya termasuk media komunikasi Internal.
b) Mengumpulkan dan menganalisa informasi tentang perusahaan baik yang di terima dari pihak eksternal maupun internal untuk dijadikan bahan publikasi dan masukan kepada direktorat terkait.
c) Mengembangkan hubungan baik dengan pihak media massa dan bagian terkait, secara Personal Institusional.
d) Mendelegasikan tugas dan wewenang kehumasan secara professional kepada wilayah.

1.3. Struktur Perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero)

STRUKTUR ORGANISASI

SEKRETARIAT PERUSAHAAN



Sekretariat Perusahaan: Perusahaan tertinggi dalam PT. Pos Indonesia, yang membawahi langsung bagian Sekretariat Direktur Utama, Bagian Hukum, Bagian Hubungan Masyarakat, Bagian Dokumentasi Pos dan Museum dan Bagian Rumah Tangga Perusahaan.

Bagian Sekretariat Perusahaan: Pimpinan Pelaksana atau pengatur, pengendali perusahaan yang jabatannya dibawahi langsung oleh bagian Sekretariat Perusahaan.

Bagian Hukum: Dipimpin oleh seorang Manajer Hukum yang mengurusi masalah perhukuman yang berhubungan dengan PT. Pos Indonesia.

Bagian Hubungan Masyarakat: Dipimpin oleh seorang Manajer Humas yang mana dibantu oleh dua Asisten Manajer yaitu internal dan eksternal, yang berhubungan dengan masyarakat luar perusahaan dan dalam perusahaan.

Bagian Dok Pos dan Museum: Dipimpin oleh seorang Manajer yang bertugas mengurusi masalah Dokumentasi dan Permuseuman PT. Pos Indonesia.

Bagian Ruta Perusahaan: Dipimpin oleh seorang Manajer yang menangi masalah Rumah Tangga Perusahaan PT. Pos Indonesia.

1.4 Struktur Divisi Humas PT Pos Indonesia (Persero)

Struktur Organisasi bagian Humas PT. Pos Indonesia (Persero) yang di tetapkan berdasarkan Keputusan Direksi Nomor 28A / Dirut / 1999 Tanggal 26 Februari 1999 tentang Organisasi dan Tata Kerja PT. Pos Indonesia (Persero), dipimpin oleh Manajer yang dibantu oleh dua Asisten Manajer, yaitu Asisten Manajer Humas Eksternal (H1) dan Asisten Manajer Humas Internal (H2) serta dua Staf Profesional Budaya Perusahaan dan Staf Profesional Penerapan Identitas

Perusahaan. Asisten Manajer Humas Eksternal dibantu oleh beberapa staf dengan 1 orang FP – 9 dan 2 orang FP – 10, sedangkan Asisten Manajer Humas Internal dibantu oleh beberapa orang staf dengan 2 orang FP – 10. Sementara ini kedua formasi Staf Profesional yang bertalian belum terisi.

(Bagan Struktur Organisasi Humas PT. Pos Indonesia (Persero) terlampir)

1.5. Job Description Humas PT. Pos Indonesia

A. Manajer Humas

Bertugas melaksanakan hubungan dengan masyarakat, menumbuh kembangkan budaya perusahaan, membina hubungan baik dengan media massa, membentuk dan mengembangkan citra perusahaan, melaksanakan publikasi dan sosialisasi identitas perusahaan, menyelenggarakan publikasi internal & eksternal, serta menyelenggarakan kegiatan keprotokoleran.

B. Asisten Manajer Humas I (Sub Bagian Eksternal).

Bertugas menyelenggarakan kegiatan kehumasan eksternal yang meliputi pembinaan media massa dan publikasi kegiatan perusahaan untuk membentuk dan mengembangkan citra perusahaan.

Uraian Tugas

a. Bidang pers & Pendapat masyarakat

   Dengan cara menyiapkan *Press Release* (jumpa pers dan wawancara pers).

b. Bidang Publikasi

Diantaranya bertugas mempersiapkan pengantar redaksi, pengumpulan naskah karangan dan mempersiapkan honorium.

c. Bidang Pembinaan dan Peningkatan Postal,

Bertugas mengadakan pembinaan dan kerjasama dengan perkumpulan filateli dan sahabat pena, mempersiapkan penerbitan pengumuman, folder, booklet dsb.

d. Mengembangkan program dan kegiatan untuk menciptkan dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan dengan pihak – pihak luar terkait untuk mengembangkan citra positif perusahaan, seperti pembinaan wartawan, hubungan dengan lembaga kehumasan Departemen dan Asosiasi kehumasan.

e. Melakukan monitoring pemberitaan oleh media massa dan memberikan respon yang tepat dan cepat terhadap keluhan masyarakat terhadap pelayanan maupun kebijakan perusahaan.

f. Mengolah data untuk bahan informasi yang akan digunakan untuk publikasi yang akan dilakukan oleh pejabat terkait perusahaan.

g. Merancang, mengembangkan dan melakukan berbagai program untuk mengembangkan dan membina surat menyurat, sahabat pena dan kegiatan lainnya untuk meningkatkan minta postal.

h. Melakukan pengumpulan bahan dan naskah untuk penerbitan majalah publikasi eksternal.

i. Merancang panduan pelaksanaan kegiatan kehumasan eksternal yang dilakukan unit lain maupun humas wilayah.

j. Melakukan evaluasi dampak berbagai kebijakan manajemen terhadap pembentukan image terhadap perusahaan, memberikan rekomendasi untuk memperbaiki image publik.

C. Asisten Manajer Humas II (Sub Bagian Internal)

Melaksanakan kegiatan kehumasan internal yang mencakup kegiatan pembentukan citra perusahaan melaksanakan kegiatan keprotokoleran, menumbuh kembangkan budaya perusahaan dan melaksanakan kegiatan pendokumentasian.

Uraian Tugas

a. Bidang Pembinaan Masyarakat Internal, Redaktur majalah karangan, mempersiapkan pengantar redaksi, dan lain – lain.
b. Bidang Protokoler, Diantaranya bertugas menyelenggarakan upacara perusahaan, penerimaan kunjungan tamu perusahaan, mempersiapkan dan membuat laporan daerah, rapat bulanan dan tahunan, Dsb.
c. Bidang ketata usahaan, bertugas mencatat agenda surat masuk dan keluar, mengetik surat dan laporan, serta ekspedisi kearsipan dan surat serta mengurus cuti kepegawaian.
d. Bidang Arsip dan Ekspedisi, diantaranya bertugas mengurus ekspedisi surat – surat dan semua penerbitan Humas, mengurus administrasi peralatan atau perlengkapan bagian Humas dan mengurus penyimpanan dokumentasi bagian Humas.

1.6 Sarana dan Prasarana yang dimiliki oleh PT. Pos Indonesia.

1. Sarana

   Segala sesuatu yang menunjang dalam kegiatan kerja staf karyawan Humas PT Pos Indonesia.

No	Sarana	Jumlah	Keterangan
1.	Kantor Operasional	1	Terpisah dari kantor pusat.
2	Ruangan Kerja Karyawan	1 Unit	-
3.	Ruang Rapat	1	-
4.	Kantin	1	-
5.	Gudang	1	-
6.	Kamar Mandi	4	-
7.	Dll.		

Tabel 1

2. Prasarana

   Segala sesuatu yang melengkapi kegiatan kerja staf karyawan Humas PT Pos Indonesia.

No.	Nama Prasarana	Jumlah	Keterangan
1.	Meja dan kursi karyawan	25	satuan
2.	Meja dan kursi tamu	2	set
3.	Meja dan kursi rapat	1	set
4.	Komputer	15	unit

5.	Printer	5	Unit
6.	Mesin fax	1	Unit
7.	Telepon	5	Unit
8.	Kulkas	1	Buah
9.	Mesin tik manual	2	Unit
10.	Mesin tik elektrik	1	Unit
11.	Mobil operasional	1	Unit
12.	Alat-alat dokumentasi	1	Seperangkat
13.	Televisi	2	Unit
14.	VCD	1	Unit
15.	Fotokopy	1	Unit
16.	Brangkas surat dan dokumen	15	Set
17.	Kipas Angin	5	Buah

Tabel 2

1.7 Lokasi dan Waktu Praktek Kerja Lapangan

Praktek Kerja Lapangan dilaksanakan di Humas PT Pos Indonesia yang beralamat di JL. LL RE Martadinata No. 56 Bandung 40115 Telp. 022- 4261597 dan Pelaksanaan PKL pada tanggal 11 Agustus 2003 sampai dengan 11 September 2003, dimulai pada jam 09.00- 15.00 WIB.