BAB II

PELAKSANAAN PKL

UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN UNIKOM

2.1 Aktivitas Selama PKL

Selama PKL di Humas PT Pos Indonesia penulis melakukan kegiatan rutin dan insidentil. Kegiatan rutin adalah kegiatan yang secara rutin dilakukan penulis selama mengikuti PKL. Seperti, membaca surat kabar pada pagi hari serta membuat kliping jika ada berita tentang PT Pos Indonesia. Sedangkan kegiatan insidentil adalah kegiatan tidak rutin yang dilakukan penulis selama mengikuti PKL. Seperti, mengarsip surat dan menfotokopi.

2.1.1 Jadwal Kegiatan Selama PKL.

Jadwal penulis selama PKL dapat dilihat pada tabel 2.1di bawah ini :

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan selama PKL

NO	Hari/ Tanggal	Kegiatan
1.	Senin, 11 Agustus 2003	❖ Pengenalan Lingkungan. ❖ Pengenalan fasilitas. ❖ Belajar menggunakan alat kantor.
2.	Selasa, 12 Agustus 2003	❖ Membantu kegiatan prktis kantor. ❖ Mengarsip data. ❖ Membaca surat kabar / membuat kliping
3.	Rabu, 13 Agustus 2003	❖ Membantu kegiatan praktis kantor

		❖ Mendapat materi dan bimbingan.
4.	Kamis. 14 Agustus 2003	❖ Membaca surat kabar/membuat kliping ❖ Membantu kegiatan praktis kantor ❖ Mengirimkan fax. ❖ Mengarsipkan data laporan kegiatan sesuai dengan file.
5.	Jumat. 15 Agustus 2003	❖ IZIN KE KAMPUS
6.	Sabtu / Minggu	❖ LIBUR NASIONAL
7.	Senin 18 Agustus 2003	❖ LIBUR
8.	Selasa. 19 Agustus 2003	❖ LIBUR
9.	Rabu. 20 Agustus 2003	❖ Menjadi operator ❖ Membaca surat kabar./membuat kliping ❖ Membantu kegiatan praktis kantor.
10.	Kamis. 21 Agustus 2003	❖ Membantu kegiatan praktis kantor ❖ Mencari informasi tentang kantor berita. ❖ Mengarsip data laporan / surat.
11.	Jumat. 22 Agustus 2003	❖ Membaca surat kabar/membuat kliping ❖ Membantu kegiatan praktis kantor.

		❖ Mendaapat materi dari pembimbing.
12.	Sabtu / Minggu	❖ LIBUR
13.	Senin, 25 Agustus 2003	❖ IZIN KE KAMPUS
14.	Selasa, 26 Agustus 2003	❖ Menghadiri pelantikan pejabat PT Pos
15.	Rabu, 27 Agustus 2003	❖ Membaca surat kabar/membuat kliping ❖ Membantu kegiatan praktis kantor. ❖ Mendaapat materi dari pembimbing.
16.	Kamis, 28 Agustus 2003	❖ Membaca Majalah Sahabat Pena ❖ Membuat Kliping. ❖ Membantu kegiatan prktis kantor.
17.	Jumat, 29 Agustus 2003	❖ Membaca surat kabar/membuat kliping ❖ Membantu kegiatan praktis kantor. ❖ Mendaapat materi dari pembimbing.
18.	Sabtu / Minggu	❖ LIBUR

19.	Senin, 1 September 2003	❖ Mulai mencari data untuk laporan PKL ❖ Membaca surat kabar/membuat kliping ❖ Membantu kegiatan praktis kantor. ❖ Mendapat materi dari pembimbing
20.	Selasa, 2 September 2003	❖ Membaca surat kabar/membuat kliping ❖ Membantu kegiatan praktis kantor. ❖ Mendaapat materi dari pembimbing.
21.	Rabu, 3 September 2003	❖ Membantu kegiatan praktis kantor. ❖ Mendapat materi dan bimbingan. ❖ Mengirinkan fax. ❖ Mengarsip data laporan sesuai file.
22.	Kamis, 4 September 2003	❖ Mencari data untuk laporan PKL. ❖ Membuat kliping.
23.	Jumat, 5 September 2003	❖ Mengirinkan fax. ❖ Mengarsip data laporan sesuai file. ❖ Membuat kliping.
24.	Sabtu / Minggu	❖ .LIBUR
25.	Senin, 8 September 2003	❖ Berdiskusi dengan rekan PKL dari universitas lain (Unisba, Unpad)

		❖ Membuat kliping ❖ Mengarsipkan data laporan sesuai file.
26.	Selasa , 9 September 2003	❖ Membantu kegiatan praktis kantor. ❖ Mendapat materi dari pembimbing. ❖ Mengirinkan fax. ❖ Mengarsip data laporan sesuai file.
27.	Rabu, 10 September 2003	❖ Mencari data-data yang diperlukan untuk menyusun laporan PKL, ❖ Mendapatkan nasihat dari pembimbing. ❖ Membantu kegiatan praktis kantor.

2.1.2 Deskripsi dan Contoh Kegiatan Selama PKL

2.1.2.1 Pengenalan Lingkungan

Penulis diantar oleh salah satu staff Humas PT Pos Indonesia, untuk melihat-lihat situasi kantor, serta diperkenalkan kepada Manajer Humas. Pembimbing selama PKL.

2.1.2.2 Pengenalan Fasilitas

Penulis diperkenalkan mengenai fasilitas yang ada di Humas PT Pos Indnesia, seperti : Ruang rapat, ruang tamu.

2.1.2.3 Belajar Menggunakan Alat Kantor

Staff Humas PT Pos Indonesia, memperlihatkan kepada penulis cara menggunakan alat-alat kantor seperti, mesin fotokopi dan mesin ketik listrik.

2.1.2.4 Materi dari Pembimbing

Pembimbing memberikan informasi kepada penulis mengenai PT Pos Indonesia. seperti, mengenai sejarah PT Pos Indonesia dan mengenai wilayah- wilayah Pos di Indonesia.

2.1.2.5 Mengarsip data yang masuk ke Bagian Humas

Penulis membantu bagian sekretariat Humas untuk mengarsip data-data yang masuk ke bagian Humas. Misalnya, mengarsip surat.

2.1.2.6 Menjadi Operator Telepon di Bagian Sekretariat Humas.

Penulis Menerima semua telepon yang masuk ke bagian Humas dan mencatat bila ada pesan yang ditinggalkan penelpon.

2.1.2.7 Menghadiri Pelantikan Pejabat Baru di Lingkungan PT Pos Indonesia.

Penulis bersama teman PKL yang lain menghadiri pelantikan pejabat baru di lingkungan PT Pos Indonesia. pelantikan dilaksanakan di Gedung Wahana Bakti lantai VIII (Gedung pusat PT Pos Indonesia).

2.1.2.8 Membaca Surat Kabar dan Membuat Kliping

Setiap pagi penulis membaca surat kabar yang masuk ke Humas PT Pos Indonesia untuk mencari berita mengenai PT Pos Indonesia, kemudian dijadikan kliping. Surat kabar itu antara lain : Kompas, Pikiran Rakyat, Media Indonesia, Galamedia, Rakyat Merdeka, Jakarta Post, Suara Pembaharuan. Contoh Kliping yang penulis buat bisa di lihat di halaman 30-32.

LEMBAR KLIPING PT.POS INDONESIA

MEDIA : SANGSAKA 10
EDISI : 1 - 8 September 2003 NO. :
RUBRIK/HAL :
Sumber Berita :

munikasi PUKK		Logistik GNGBS		Keuangan SDM	X	W-Net PKS		Filateli Iklan		1 2 3 4 dll.	

araf Baca : Kliper [ ] Asman - 1 [ ] Asman - 2 [ ] Manajer [ ]

PT Pos Indonesia Lantik 107 Pejabat

BANDUNG *Sang Saka*. PT Pos [illegible]apkan pelantikan ini me[illegible] Indonesia selaku Badan Usaha [illegible]rupakan lanjutan dari kebi[illegible] Milik Negara (BUMN) sebagai [illegible]akan yang sebelumnya telah [illegible] mana badan usaha yang lain [illegible] diambil Direksi melakukan im[illegible] sudah tentu akan terpengaruh [illegible]plementasi transformasi bisnis [illegible] dengan perubahan yang terjadi [illegible] sebagai strategi korporat. Per[illegible] pada lingkungan bisnis. Pesat [illegible] timbangannya adalah konsep [illegible]nya perubahan menuntut ada [illegible] ini dinilai telah memenuhi sya[illegible]nya perubahan strategis agar [illegible]rat untuk dijadikan bisnis mo[illegible] mampu menjaga pertumbuhan [illegible]del sebagai strategi penyehatan perusahaan dimasa sekarang [illegible] korporat [illegible] dan yang akan datang [illegible] Arief Setyanto menambah[illegible]

Hal itu dikatakan Manajer [illegible]kan momentum pelantikan 107 Humas PT Pos Indonesia Arief [illegible] pejabat ini juga mewujudnyata Setyanto (268) sehubungan ada [illegible]kan komitmen strategi 6 R [illegible]nya penyesuaian organisasi dan [illegible] yakni Repositioning Reinven[illegible]tata kerja di perusahaan itu de[illegible]ting Reengineering Reorgani[illegible]ngan melakukan pelantikan se[illegible]zing Rightsizing dan Resource [illegible]banyak 107 orang pejabat dari [illegible] Alocation [illegible] [illegible] tingkat jabatan 1 sampai 4. [illegible] Selanjutnya menurut Arief

Penyesuaian berdasarkan SK [illegible] Setyanto strategi korporat sela-
Direksi No 8543 dan 8544/Dirut/ [illegible]ma lima tahun mendatang ada-
0803 tanggal 22 Agustus 2003 [illegible]lah tahapan konsolidasi tahap-
menurut Arief Setyanto berpe[illegible]an revitalisasi dan tahapan per-
doman pada prinsip compli[illegible] tumbuhan. Kemudian me lalui
ance (tunduk pada peraturan [illegible] strategi organisasi dan tata
yang berlaku) quality assuran[illegible] kerja yang baru PT Pos dapat
ce (berdasarkan kepada kai-dah[illegible] mengantisipasi dan mengambil
mutu dengan kinerja yang [illegible] manfaat atas perubahan ling-
terukur) dan dilandasi perjiwa[illegible] kungan bisnis yang
an dan kerangka berpikir sesuai [illegible] Lebih efisien dan rampung
dengan sifat dan jenis peker[illegible] dengan tetap menjalankan
jaan yang sistematik [illegible] fungsinya secara optimal, de-

Dalam pelantikan 107 peja[illegible]ngan kinerja unit yang lebih
bat tersebut di Gedung Wahana [illegible] terukur serta efektif dalam
Bakti Bandung Diruf PT Pos In[illegible] membangun kreatifitas dan
donesia Alinafiah mengung[illegible]kualitas. ■ IP

Tindak Lanjut :

Artikel 3. = Surat Pembaca

LEMBAR KLIPING PT.POS INDONESIA

MEDIA : EKUIN
EDISI : Jumat, 15 Agustus 2003
RUBRIK/HAL :
Sumber Berita :
NO. :

omunikasi PUKK		Logistik GNGBS	X	Keuangan SDM		W-Net PKS		Filateli Iklan		1	2	3	4
										dll.			

Paraf Baca : Kliper [ ] Asman - 1 [ ] Asman - 2 [ ] Manajer [ ]

• Untuk lima tahun ke depan

Target pendapatan PT Posindo meningkat

karta, (Wawasan)
Setelah produk Pos Express diluncurkan, rget pendapatan PT Pos Indonesia dalam na tahun ke depan akan meningkat yakni dari p1,4 triliun menjadi Rp3,7 triliun. Pasalnya, at ini 200 kantor pos utama telah *online* dan roduknya seperti pengiriman tanggungan suransi pada April lalu dari Pos Express telah endapat sambutan yang baik dari kon- umen.

Direktur Utama PT Pos Indonesia, Alinafiah fBA, mengatakan kemarin, bahwa indikasi rsebut telah memberi keyakinan kepada PT os dalam lima tahun ke depan pendapatan PT. Pos akan meningkat dari target Rp1,4 triliun menjadi Rp3,7 triliun.

"Kita yakin pendapatan PT Pos akan meningkat hingga Rp3,7 triliun dalam lima tahun ke depan. Sebab selain memiliki produk unggulan, perusahaan juga telah melakukan transformasi bisnis guna menjawab tantangan ke depan," ujarnya.

Diakui Alinafiah, beberapa waktu yang lalu PT Posindo sempat mengalami kerugian akibat diambilalihnya pengiriman surat dinas oleh pemerintah daerah berkaitan dengan otonomi daerah, namun kerugian tersebut dapat ditutupi dengan melakukan transformasi bisnis.

"Pendapat Pos dari surat dinas, tadinya mencapai Rp90 miliar. Tetapi kini tinggal Rp20 miliar saja, namun berkat berbagai produk unggulan yang telah diluncurkan, semua itu akan tertutupi," katanya.

Di lain pihak Pos Express sendiri merupakan salah satu produk unggulan yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan PT Posindo, sehingga semua petugas pos dituntut untuk bekerja secara maksimal. "Pos Express adalah layanan jasa dokumen dengan tingkat berat maksimum lima kilogram. Layanan pos yang satu ini lebih unggul dari produk lainnya, karena menggunakan resi khusus, memiliki sistem jejak lacak, kemasan khusus, serta mendapat jaminan asuransi," paparnya.

Menurut Alinafiah, peluncuran Pos Express telah dimulai di delapan kota besar Indonesia pada 16 April lalu, dan akhir bulan ini giliran di Jakarta. Sedangkan masyarakat di daerah, memberikan respon yang positif terhadap Pos Express tersebut, karena sesuai dengan motonya yang cepat, tepat, dan terlacak. Pos Express juga diarahkan untuk men-*delivery* surat atau dokumen dengan pelayanan cepat di samping terlacak.

Ditambahkan, pengiriman Pos Express di dalam kota akan lebih hemat, karena hari itu juga kiriman dari pelanggan bisa langsung sampai di tempat tujuan, atau paling lambat disampaikan besok harinya. Hal yang sama juga berlaku untuk kiriman antarkota yang penyampaiannya bisa diatur sampai pada esok hari sebelum pukul 17.00 WIB. (AVs)

Tindak Lanjut :

mhumas@bandung.wasantara.net.id

LEMBAR KLIPING PT.POS INDONESIA

MEDIA : SUARA PEMBARUAN
EDISI : 30 AGUSTUS 2003
RUBRIK/HAL : 5
Sumber Berita :

NO. :

munikasi PUKK	Logistik GNGBS	Keuangan SDM	W-Net PKS	Filateli Iklan	1 2 3 4 dll.

araf Baca : Kliper | Asman - 1 | Asman - 2 | Manajer

Pos Ekspres Tumbuh 600 Persen

BANDUNG – Produk layanan pos ekspres yang diluncurkan sejak bulan April lalu, hingga kini, pertumbuhannya bergerak positif. Bahkan, dua bulan terakhir pertumbuhannya mencapai 600 persen.

Direktur Utama PT Pos Alinafiah kepada pers di Bandung belum lama ini mengungkapkan, pada bulan April terdapat 548 unit kiriman senilai Rp 4,2 juta, padahal saat itu PT Pos baru melakukan *soft launching*.

"Kenaikan terus bertambah. Pada bulan Mei, terdapat 3.457 kiriman senilai Rp 27,59 juta, pada bulan Juni ada 5.557 kiriman senilai Rp 45,48 juta dan pada bulan Juli terdapat 30.277 kiriman senilai Rp 229,61 juta. Sementara untuk bulan Agustus hingga tanggal 24 saja sudah mencapai 23.173 kiriman, atau senilai Rp 183,14 juta," katanya.

Menurut Alinafiah, fakta ini bisa memberikan angin segar bagi PT Pos untuk terus meningkatkan kondisi catatan bisnisnya.

Sementara itu pada hari yang sama Pos melantik 107 pejabat baru dari eselon satu sampai empat, sekaligus melakukan implementasi transformasi bisnis berupa penerapan "6R", yaitu *repositioning, reinventing, reengineers, reorganizing, rightsizeing,* dan *resources alocation*.

"Untuk menghadapi persaingan, PT Pos perlu melakukan proses pemetaan kembali potensi dan kelemahannya, melakukan kompetensi bisnis, rekayasa ulang dengan harapan mencapai tingkat efisiensi dan keefektifan tinggi, restrukturisasi organisasi, penyesuaian kualitas dan kuantitas SDM, dan alokasi sumber daya disesuaikan dengan konteks bisnis," katanya.

Mengenai niat PT Pos untuk menawarkan pensiun dini bagi karyawanya, Direktur SDM PT Pos, Widodo Dwi T mengakui hal itu dilakukan untuk mengatasi masalah SDM yang melilit PT Pos. "Selama ini, ada permasahan mendasar di PT Pos, yakni tidak idealnya komposisi, tidak idealnya sebaran, dan adanya *gap* kompetensi. Dari sekian banyak masalah SDM yang dihadapi PT POS, rasionalisasi ini hanyalah satu cara yang digunakan PT Pos," katanya.

Menurut Widodo, tidak ada pemaksaan yang dilakukan dalam rasionalisasi ini karena prosesnya dilakukan dengan sistem penawaran. Target kita, untuk tahun ini ada 800 orang yang pensiun dari PT Pos. PT Pos sendiri sudah menyediakan dana hingga Rp 50 miliar untuk membiayai pesangon," ujarnya lagi.

Lebih jauh Widodo mengungkapkan, bagi karyawan yang berniat melakukan pensiun dini, pihaknya akan memberikan modal ilmu berupa pelatihan sesuai dengan minat dan bakat untuk mencari prospek penghidupan yang baru sementara pesangon yang diberikan diharapkan bisa menjadi modal usaha.

Performa PT Pos yang mengalami kerugian hingga Rp 45 miliar pada semester pertama dimana 70 persen kantor pos juga mengalai kerugian, menurut Alinafiah masih dirasa sebagai hal yang wajar. "Kita akan mengejar ketertinggalan ini pada akhir tahun, karena saat itu ada hari raya Lebaran, Natal, dan Tahun Baru," ujarnya.

Namun, Ali juga mengharapkan bantuan dari pemerintah terutama dari Meneg BUMN untuk mengabulkan pengajuan Service Public Obligation (SPU) sebesar Rp 100 miliar bagi PT Pos.

"Kalau PT Pos dibiarkan menanggung kerugian yang dialami 70 persen kantornya tapa bantuan dari pemerintah maka PT Pos akan ambruk karena tidak kuat," katanya.

(150)

Tindak Lanjut :

= Artikel 3. = Surat Pembaca
= Berita 4. = Iklan

2.2 Analisis Kegiatan

Batasan pengertian mengenai Humas menurut para ahli sampai saat ini belum ada kesepekatan secara tegas. Cukup banyak definisi Humas yang telah diungkapkan tetapi definisi tersebut berbeda. Menurut **Howard Bonham** *Public Relations adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian yang lebih baik, yang dapat memperdalam kepercaayaaan publik terhadap seseorang atau sesuatu organisasi/badan.* Sedangkan **J.C.Seidel** menyatakan bahwa *Public Relations adalah proses yang kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari para langganannya, pegawainya dan publik umunnya ; kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri keluar dengan menyatakan pernyataan-pernyataan.***W.Emerson Reck** juga berpendapat bahwa *Public Relations adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentu pelayanan-pelayanan dan sikap yang sesuai dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan goodwill dari mereka.*

Dari pendapat beberapa ahli diatas dapat penulis simpulkan bahwa ***Public Relations*** adalah suatu proses yang berkelanjutan dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh pengertian dan memperdalam kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Tugas dan fungsi Humas / Public Relations

- Tugas utama Humas adalah menciptakan citra yang baik bagi perusahaan dimata publik, mengembangkan goodwill, dan menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai pihak.

Beberapa fungsi Public Relations :

1. Menunjang aktivitas utama manajmen dalam mecapi tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga/organisasi)
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan pihak publiknya, sebagai khalayak sasaranya.
3. Mengidentifikasi yang menyangkut opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap badan/ organisasi yang diwakilinya, atau sbaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan membrikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi untuk kemajuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya atau terjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. **(Cutlip & Center and Canfield)**

Humas PT Pos Indonesia terus berusaha melaksanakan tugas dan fungsinya secara maksimal. Yaitu dengan membinma hubungan yang harmonis antara berbagai pihak, serta menciptakan komunikasi timbal balik. Komunikasi timbal balik ini bisa kita lihat dengan adanya surat yang masuk dari publik PT Pos ke bagian Humas. Surat itu biasanya berisi pertanyaan maupun keluhan dari pelanggan, kususnya pelanggan Majalah Sahabat Pena.

Jadi peranan Humas/Public Relations tersebut diharapkan menjadi "*mata*" dan "*telinga*", serta "*tangan kanan*" bagi top manajemen dari perusahaan. Untuk melaksanakan semua tugas dan fungsinya, aktivitas Humas meliputi:

a. Membina hubungan kedalam (Internal Relations) yang dimaksud Publik Internal adalah perusahaan atau organisasi itu sendiri.

   Contoh internal Relation :

   - Hubungan dengan pihak karyawan
   - Hubungan dengan keluarga karyawan
   - Hubungan dengan pemegang saham

Salah satu cara yang dilakukan oleh Humas PT Pos Indonesia dalam membina hubungan dengan keryawan atau keluarga karyawan adalah dengan menggunakan majalah Merpati Pos. Majalah Merpati Pos ini berisi kegiatan seluruh karyawan PT Pos maupun profil keluarga dari keryawan.

b. Membina Hubungan Keluar (Eksternal Relations) yang dimaksud Publik Eksternal adalah publik umum yang berada di luar perusahaan.

Contoh Eskternal Relations :

- Hubungan dengan Pers
- Hubungan dengan pelanggan
- Hubungan dengan Bank

Hubungan dengan pers yang dilakukan dengan Humas PT Pos Indonesia bisa kita lihat hampir setiap hari. Itu dibuktikan dengan datangnya beberapa wartawan dari suat kabar ke kantor Humas untuk mencari berita yang berkaitan dengan PT Pos Indonesia. Selain itu, konferensi pers yang dilakukan bagian Humas juga bisa mempererat hubungan antara pihak pers dengan perusahaan, khususnya bagian Humas.

Berdasarkan uraian diatas, dapat kita ketahui hal-hal yang dilakukan Humas PT Pos Indonesia selama penulis PKL antara lain :

a. Mengeluarkan Press Release yang berisi pelantikan pejabat baru di lingkungan PT.Pos Indonesia
b. Melakukan dokumentasi acara pelantikan pejabat baru di lingkungan PT Pos Indonesia, baik .menggunakan video kamera, maupun kamera foto.

c. Membuat Naskah Pidato Dirut. PT Pos Indonesia untuk sambutan pelantikan pejabat baru di lingkungan PT Pos Indonesia

d. Secara rutin menerbitkan majalah Merpati Pos (Internal) dan Sahabat Pena (Ekternal)

e. Melakukan korespondensi(surat-meyurat) dengan wilayah Pos di seluruh Indonesia

Dari hal di atas dapat kita ketahui bahwa Humas PT Pos Indonesia sudah melakukan tugas-tugasnya berkaitan dengan fungsi kehumasan baik itu kegiatan Internal maupun Eksternal.