UNIT PELAKSANA TEKNIS PERPUSTAKAAN
UNIKOM

BAB I

PENDAHULUAN

PT Pos Indonesia merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) berbentuk persero yang berada di bawah pembinaan Departemen Perhubungan dan Menteri Pendayagunaan BUMN. PT Pos Indonesia meyediakan Layanan komunikasi, logistik, transaksi keuangan, filateli yang memiliki nilai tambah bagi kepuasan pelanggan domestik dan internasional. dan layanan pos lainnya. PT Pos Indonesia banyak mengalami kemajuan dalam bidang teknologi Informasi. PT Pos mampu berkompetisi dengan menjadi basis keunggulan dengan memiliki 48 ribu jaringan dan keunggulan delivery. Termasuk 205 kantor pos yang terhubung dalam jaringan virtual Wasantara-Net, terutama untuk layanan Weselpos dan lalu lintas informasi manajemen.

Keunggulan itu dipersiapkan sebagai basis national Payment System dan Backbone sistem informasi Nasional, yaitu PT Pos Indonesia akan menjalankan fungsi intermediari transaksi pembayaran di seluruh pelosok tanah air. Baik antara lembaga pemerintah, perusahaan swasta, Bank dan lembaga-lembaga lain. Jaringan pos akan menjadi sarana pembayaran pajak, rekening listrik, air, telepon, pembayaran gaji dan pensiunan.

Bahkan lebih jauh lagi akan berfungsi sebagai fund manager serta membantu perluasan loket layanan perbangkan mendukung layanan transaksi. Pos Indonesia dalam membangun jaringannya dapat solid dan integrated, antaralain berupaya mnghubungkan kantor pos seluruh kecamatan bahkan desa, dalam

sebuah jaringan elektronik Nasional wasantara-Net untuk mengakomodasikan kebutuhan bisnis Pos masa depan. PT Pos juga mengarahkan pengembangan sebagai jawaban atas perubahan lingkungan dan kebutuhan masyarakat pengguna jasa "Pos sehingga bisnis jasa Pos akan mendukung kelancaran aliran informasi, barang dan uang dalam satu layanan terpadu memasuki era e-commerce. Desain bisnis yang dibagun akan mengintegrasikan berbagai element kompetisi inti dan bidang bisnis inti dalam pengembangan bisnis total logistik. sinergi antara jaringan fisik dengan jaringan virtual yang dimiliki akan mendorong PT Pos Indonesia sebagai penggerak suplai logistik nasional.

1.1 Sejarah PT Pos Indonesia

Komunikasi tertulis telah berkembang di Indonesia sejak lama. Kerajaan-kerajaan di Indonesia, seperti Majapahit, Sriwijaya, Tarumanegara, Mulawarman, dan Mataram telah menggunakan cara komunikasi ini walaupun hanya terbatas lingkungan istana.

Saat itu surat ditulis di atas daun tal atau daun pohon siwalan yang di sebut 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. Kendati komunikasi tertulis tersebut telah terselenggarkan dengan cukup baik, namun badan khusus yang menjadi perantara pertukaran berita belum melembaga.

Lembaga yang menangani masalah ini baru muncul ketika Belanda datang dan menjajah Indonesia. Melalui Gubernur Jenderal GW Van Inhoff atau Baron.

Belanda mendirikan kantor Pos pertama di Jakarta pada tanggal 26 agustus 1746. Setelah telepon 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 menjadi tiga bagian , yaitu jawatan PTT Sumatera, Jawatan PTT Jawa, dan Jawatan PTT Sulawesi.

Setelah Indonesia merdeka, jawatan PTT tidak begitu saja diserahkan oleh Jepang. Oleh karena itu , pada tanggal 27 september 1945 sekelompok pemuda yang bergabung dalam Angkatan Muda PTT (AMPTT) merebut kekuasaan atas jawatan PTT dari tangan Jepang. Saat itulah berdiri Jawatan PTT Indonesia, yang kini diperingati sebagai hari Bakti Parpostel.

Dalam perkembangan selanjutnya, jawatan PTT dinyatakan telah memenuhi syarat sebagai perusahaan Negara melalui peraturan pemerintah pengganti Undang – Undang (PERPU) nomor 19 tahun 1960. Oleh karena itu, berdasarkan peraturan pemerintah (PP) nomor 240 tahun 1961, status jawatan PTT diubah menjadi PN Pos dan telekomunikasi (PN Postel).

Pada tahun 1965, PN postel dipecah menjadi dua perusahaan negara, masing-masing PN Pos dan Giro berdasarkan PP nomor 29 tahun 1965, dan PN Telekomunikasi berdasarkan PP nomor 30 tahun 1965.

Status Pos dan Giro kembali berubah sesuai dengan Undang – Undang nomor 9 tahun 1969 yang menetapkan status Badan Usaha Milik Negara(BUMN) menjadi Perjan. Berdasarkan kebijakan itu status Pos dan Giro melalui Peraturan Pemerintah nomor 9 tahun 1978. Pada tanggal 27 Februari 1995, status Perum Pos dan Giro ini berubah menjadi PT Pos Indonesia (Persero).

1.1.1 Visi PT Pos Indonesia

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

1.1.2 Misi PT Pos Indonesia

- Mengelola perusahaan sesuai dengan prinsip bisnis yang sehat dengan didukung teknologi tepat guna dan sumber daya manusia profesional.
- Menyediakan layanan komunikasi, logistik, transaksi keuangan dan langganan pos lainnya yang memiliki nilai tambah tinggi bagi kepuasan pelanggan.
- Mengembangkan usaha yang memiliki daya saing kuat baik di pasar domestik maupun pasar global.
- Memberikan pelayanan untuk umum yang menjangkau seluruh pelosok tanah air dengan perlakuan yang sama guna memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa serta mempererat hubungan antar bangsa.

1.2 Sejarah Humas PT Pos Indonesia

Seperti halnya perusahaan lain, PT Pos Indonesia pun membagi perusahaannya menjadi berbagai divisi, salah satunya divisi kehumasan. Divisi Humas Pos yang bertempat di jalan RE. Martadinata 56 Bandung, di dirikan pada tanggal 18 oktober 1987 dan di bentuk berdasarkan hasil keputusan direksi no. 189/dirut/1987, mengenai organisasi dan tata kerja .

Humas Pos Memilih majalah Sebagai alat pembina hubungan dengan masyarakat. Majalah yang diterbitkan ada dua macam, yaitu *Sahabat Pena*, yang ditujukan bagi masyarakat eksternal, dan *Merpati Pos*, yang ditujukan bagi masyarakat internel perusahaan.

Tujuan Humas Pos Menerbitkan majalah Merpati Pos adalah untuk menyampaikan kebijakan Depertemen, Ditjen, serta perusahaan kepada seluruh jajaran perusahaan, menggalang persatuan dan kesatuan antar kartawan PT Pos Indonesia, menambah ilmu pengetahuan serta membimbing rohani masyarakat internal. Sedangkan tujuan dari Majalah Sahabat Pena adalah untuk memupuk kegemaran berkirim surat dikalangan remaja, membina persahabatan, menambah ilmu pengetahuan masyarakat, dan tujuan sosial lainnya.

1.2.1 Visi Humas PT Pos Indonesia

Senantiasa berupaya untuk menjadi pelaku komunikasi yang handal bagi perusahaan. peka terhadap perubahan lingkungan, dikelola oleh SDM yang profesional sehingga mampu berperan maksimal dalam pembentukan citra positif perusahaan di mata perusahaan.

1.2.2 Misi Humas PT Pos Indonesia

- Memberikan informasi yang akurat dan terpercaya bagi masyarakat eksternal dan internal melalui kerjasama kemitraan guna terciptanya kesamaan persepsi tentang Pos Indonesia
- Memberikan dukungan protokoler bagi kelancaran kegiatan perusahaan di tingkat wilayah dan di tingkat pusat.

1.2.3 Sasaran Humas PT Pos Indonesia

- Membentuk citra positif perusahaan di mata stakeholders.
- Menumbuhkembangkan budaya perusahaan.
- Penerapan identitas perusahaan.
- Mengelola seluruh kegiatan protokoler perusahaan, baik untuk kegiatan rutin, maupun kegiatan khusus.

1.2.4 Strategi Humas PT Pos Indonesia

1. Mengumpulkan dan menganalisis informasi tentang perusahaan baik yang diterima dari pihak internal maupun eksternal untuk dijadikan bahan publikasi dan masukan kepada direktorat terkait.
2. 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 lainnya termasuk media komunikasi internal.

3. Mengembangakan hubungan baik dengan pihak terkait, baik secara pesonal maupun situasional.
4. Menungkatkan sumber daya manusia Humas
5. Mendelegasikan tugas dan wewenang sumber daya manusia Humas.

1.2.5 Tugas Pokok Humas PT Pos Indonesia

- 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 lainnya termasuk media komunikasi internal
- Mengumpulkan dan menganalisis informasi tentang perusahaan, baik yang diterima dari pihak internal maupun eksternal untuk dijadikan bahan publikasi dan masukan kepada direktorat terkait.
- Mengembangkan hubungan yang baik dengan pihak media massa dan bagian terkait, baik secara personal maupun institusional.
- Mendelegasikan tugas dan wewenang kehumasan secara proposional kepada wilayah.

1.2.6 Kegiatan Humas PT Pos Indonesia

Program kegiatan Humas PT Pos Indonesia terdiri dari dua bagian yaitu :

1.2.6.1 Kegiatan Humas Eksternal

Kegiatan Humas Eksternal adalah peningkatan corporate image. corporate image (citra perusahaan) merupakan salah satu faktor penentu sukses sebuah perusahaan dengan terbentuknya citra yang baik mengenai perusahaan dimata masyarakat maka kepercayaan masyarakat kepada perusahaan tidak mudah luntur dan akan setia pada perusahaan tersebut. Kegiatan-kegiatan yang di programkan dalam upaya peningkatan corporate image adalah :

a. *Publikasi media massa* : Siaran pers, jumpa pers, press tour, sayembara artikel, sponsor artikel dan advertorial, orientasi wartawan, iklan coporate, menanggapi keluhan dimedia massa, talk show di TV dan Radio serta menjadi pembicara dalam berbagai kegiatan eksternal, penayangan perusahaan dan kegiatan-kegiatannya dalam program berita TV nasional, penerbitan majalah pena, buku laporan tahunan dan company profile, penerbitan poster,leaflet, brosur dan artikel.
b. *Pemasyarakatan "Aset"* : Pembinaan dan penampilan Nawala Pos Indonesia dan marching band dalam event penting, pembinaan dan penampilan paduan suara Bakti Gita Nawala baik internal maupun eksternal, pembinaan dan penampilan group kesenian, penerbitan buku tentang Pos. kalender – kalender dan buku agenda.

c. Hubungan antar lembaga dan partisipasi dalam perhumasan, forum humas BUMN dan bakohumas, partisipasi pada seminar atau workshop dan kegiatan sejenis lainnya, serta penerimaan kunjungan tamu institusi lain maupun kalangan akademi, kunjungan ke dapur media massa.

1.2.6.2 Kegiatan Humas Internal

Pembinaan internal perusahaan merupakan hal yang tidak kalah pentingnya dengan pembinaan eksternal, karena komunikasi yang efektif dalam perusahaan merupakan salah satu tolak ukur dalam kepuasan kerja. Kegiatan-kegiatan tersebut diantaranya adalah :

a. Peningkatan Komunikasi Internal : Penerbitan majalah merpati pos, pembukaan Homepage humas diwasantara-Net, Coffee Morning, pemasyarakatan kegiatan humas dikalangan pimpinan.
b. Pemasyarakatan budaya perusahaan dan identitas perusahaan : pemuatan 8 butir budaya pada kalender pemuatan tulisan melalui majalah merpati pos, pemantauan penerapan identitas perusahaan dan budaya perusahaan, memasuki butir- butir budaya perusahaan dalam kegiatan-kegiatan kehumasan dukungan protokoler.

Dukungan protokoler

Dukungan bidang protokoler diberikan untuk menjamin kelancaran kegiatan. Kegiatan-kegiatan yang perlu mendapatkan dukungan protokoler adalah:

a. upacara bendera meliputi penyusunan dan distribusi tata tertib upacara dan pengumuman pelaksanaan upacara, penetapan petugas upacara, pengendalian

jalannya upacara, dokumentasi kegiatan dalam bentuk foto, video (disesuaikan dengan bobot upacarannya)

b. Pelantikan pejabat, wisuda siswa puslat, hari bakti postel dan sejenisnya meliputi pembuatan susunan acara, protokoler kegiatan, dokumentasi kegiatan, publikasi eksternal dan internal.

c. Penandatanganan MOU/PKS, meliputi : Pembuatan susunan acara, protokoler kegiatan, termasuk penyediaan cenderamata, dokumentasi kegiatan, publikasi eksternal dan internal.

d. Penerimaan kunjungan rombongan tamu direksi (komisi IV DPR-RI, mahasiswa dan sejenisnya) meliputi : membuatan susunan acara untuk upacara pembukaan, protokoler kegiatan (termasuk penjemputan pengantaran dan peyediaan cenderamata), dokumentasi kegiatan.

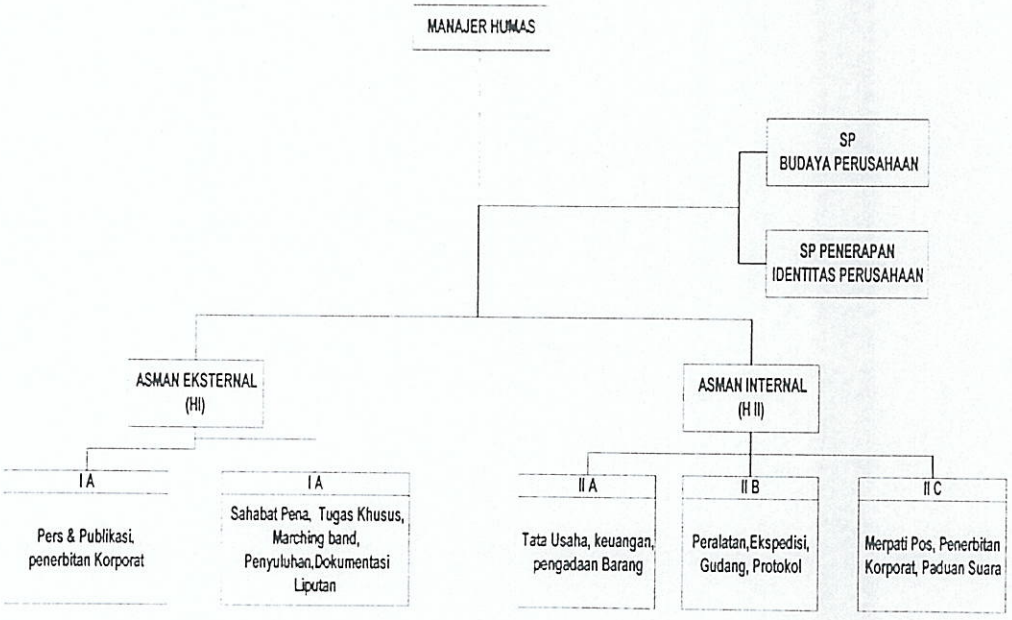
manajemen perusahaan. Kemudian lembaga lian yang ada di bawah Direktur Utama adalah Direktorat operasi, Direktorat keuangan, dan Direktorat Sumberdaya Manusia. Dibawah Direktorat Operasi terdapat Kepala Wilayah Kantor Pos yang membawahi langsung UPT (kantor Pos tingkat Kabupaten / Kodya).

1.4 Struktur Organisasi Humas PT Pos Indonesia

Dalam usaha menciptakan citra positif perusahaan dimata stakeholders, Humas PT Pos Indonesia memiliki struktur organisasi seperti pada bagan 1.2 berikut :

Bagan 1.2

STRUKTUR ORGANISASI HUMAS PT POS INDONESIA



Sumber : Humas PT Pos Indonesia

Humas PT Pos Indonesia di pimpin oleh seorang Manajer Humas. Manajer Humas dibantu oleh dua asisten, yaitu Asisten Manajer Internal dan Asisten Manajer Ekternal. Asisten Manajer Ekternal membawahi bagian pers & Publikasi, penerbitan korporat, Sahabat Pena, Tugas Kusus, Marching Band, Penyuluhan, dokumentasi dan Liputan. Kemudian Asisten Manajer Internal membawahi bagian Tata Usaha, Keuanagan, Pengadaan barang, Peralatan Ekspedisi, Gedung, Protokol, Merpati Pos. Penerbitan Korporat dan Paduan Suara. Sedangkan bagian Budaya Perusahaan dan penerapan Identitas Perusahaan adalah diluar Humas yang melapor langsung kepada sekretaris perusahaan.

1.5 Job Deskription

a. Manajer Humas

Manejer Humas melapor Kepada Sekertaris Perusahaan. Tugas Manejer Humas:

1. Menyelenggarakan kegiatan internal dan eksternal maerketing public relations.
2. Mengelola penerbitan kalender, buku agenda, Majalah Merpati Pos, Majalah Sahabat Pena, Majalah Pos Indonesia News, Annual Report, Compani profile serta buku-buku korporat lainnya.
3. Mengembangkan dan memelihara hubungan dengan media masa untuk membentuk citra positif perusahaan.
4. Melaksanakan publikasi yang efektif tentang kebijakan perusahaan atau permasalahan yang dihadapi perusahaan.
5. Melakukan monitoring pemberitaan oleh media massa tentang perusahaan dan mengkonfirmasikannya kepada unit terkait.
6. Mengevaluasi dampak kebijakan manajemen terhadap masyarakat dan karyawan.
7. Menyusun pengembangan panduan kehumasan untuk seluruh unit organisasi.
8. Merumuskan dan mengembangkan strategi penerapan budaya perusahaan (BP) dan Inedtitas perusahaan (IP) serta menevaluasi pelaksanaannya.

9. Menyusun kalender kegiatan korporat berdasarkan data kalender kegiatan bagian.
10. Menyusun kegiatan protekoler bagi pejabat perusahaan dalam acara seremonial tertentu berkaitan dengan pememerintahan atau kunjungan tamu dalam maupun luar negeri bekerja sama dengan unit terkait.
11. Menyusun dan melaksanakan kegiatan protokoler perusahaan untuk kegiatan rutin dan tidak rutin atau khusus.
12. Menyusun panduan atau petunjuk pelaksanaan protokoler untuk unit organisasi perusahaan.

b. Asisten Manajer Humas Internal

Asisten Manajer Humas Internal melapor kepada Manager Humas. Tugas pokok menyelenggarakan kegiatan internal marketing publik relations dan protokoler untuk membentuk dan mengembangkan citra positif perusahaan di lingkungan internal perusahaan serta menyelenggarakan kegiatan administrasi, tata usaha dan lingkungan umum bagian humas.

Tanggung Jawabnya:

1. Terselenggaranya internal public relation yang mampu meningkatkan image positif di lingkungan internal perusahaan.
2. Terselenggaranya kegiatan protokoler, kegiatan tamu perusahaan dan kegiatan pembinaan kesenian untuk meningkatkan image positif perusahaan.

3. Penerbitan majalah internal.
4. Perselenggaranya kegiatan administrasi, keuangan dan dukungan umum bagi kelancaran kegiatan bagian humas.

c. Asisten Manajer Humas Eksternal

Melapor Kepada : Manager Humas. Tugas Asisten Manajer Humas Eksternal :

1. Merencanakan. mengorganisir dan melaksanakan kegiatan eksternal public relations. meliputi: kegiatan jumpers, press realise, publikasi, pemeran bersama-sama dengan unit organisasi lain yang terkait dan kegiatannya kegiatan lainnya.
2. Mengembangkan program dan kegiatan untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan dengan pihak-pihak luar terkait untuk mengembangkan citra positif perusahan, seperti pembinaan wartawan, hubungan dengan lembaga kehumasan departemen dan asosiasi kehumasan.
3. Melakukan monitoring pemberitaan oleh media massa dan memberikan respon yang tepat dan cepat terhadap keluhan masyarakat terhadap layanan maupun kebijakan perusahaan.
4. Mengolah data untuk bahan informasi yang akan digunakan untuk publikasi yang akan dilakukan oleh pejabat terkait perusahaan.

5. Merancang, mengembangkan dan melakukan berbagai program untuk mengembangkan dan membina surat-menyurat, sahabat pena dan kegiatan lainnya untuk meningkatkan minta postal.
6. Melakukan pengumpulan bahan dan naskah untuk penerbitan majalah publikasi eksternal.
7. Merancang panduan pelaksanaan kegiatan kehumasan eksternal yang dilakukan unit lain maupun humas wilayah.
8. Melakukan evaluasi dampak berbagai kebijakan manajemen terhadap pembentukan image terhadap perusahaan, memberikan rekomendasi untuk memperbaiki image publik.
9. Menyelenggarakan kegiatan internal dan eksternal maerketing public relations.
10. Mengelola penerbitan kalender, buku agenda, majalah Merpati Pos, majalah Sahabat Pena, majalah Pos Indonesia News, Annual Report, Compani profile serta buku-buku korporat lainnya.
11. Mengembangkan dan memelihara hubungan dengan media massa untuk membentuk citra positif perusahaan.
12. Melaksanakan publikasi yang efektif tentang kebijakan perusahaan atau permasalahan yang dihadapi perusahaan.
13. Melakukan monitoring pemberitaan oleh media massa tentang perusahaan dengan mengkonfirmasikannya kepada unit terkait.
14. Mengevaluasi dampak kebijakan manajemen terhadap masyarakat dan karyawan.

15. Menyusun pengembangan panduan kehumasan untuk seluruh unit organisasi.
16. Merumuskan dan mengembangkan strategi penerapan budaya perusahaan (BP) dan Inedtitas perusahaan (IP) serta menevaluasi pelaksanaannya.
17. Menyusun kalender kegiatan korporat berdasarkan data kalender kegiatan bagian.
18. Menyusun kegiatan protekoler bagi pejabat perusahaan dalam acara seremonial tertentu berkaitan dengan pemerintahan atau kunjungan tamu dalam maupun luar negeri bekerja sama dengan unit terkait.
19. Menyusun dan melaksanakan kegiatan protokoler perusahaan untuk kegiatan rutin dan tidak rutin atau khusus.
20. Menyusun panduan atau petunjuk pelaksanaan protokoler untuk unit organisasi perusahaan.

1.5 Sarana dan Prasarana Humas PT Pos Indonesia

Sarana dan prasarana yang dimiliki oleh Humas PT Pos Indonesia dalam menunjang aktivitas karyawannya adalah sebagai berikut :.

Perlengkapan

- Tang : 1 Buah tang Plombir
- Pintu Kotak Pos, Ukuran 140 x 220 mm
- Peti besi dan Peti Uang : 2 buah peti besi ukuran besar.
- Lemari pintu gulung : 5 lemari baja berpintu besar

- ❖ 18 lemari arsip berlaci empet (filling cabinet)
- ❖ 1 lemari Es (kulkas) 1 pintu.
- ❖ Alat-alat keamanan : 3 alat pemadam api, isi 5kg
- ❖ Petunjuk waktu : 7 buah jam dinding elektrik dengan tenaga baterai

Mesin-mesin :

a. Mesin Tulis Manual :

- 3 mesin tulis dengan eretan pendek ukuran 13 inchi
- 1 buah mesin tulis dengan deretan sedang ukuran 11 inchi
- 1 buah mesin tulis dengan deretan panjang ukuran 21inchi

b. Mesin Tulis Elektronik

- 1 buah mesin tulis elektronik merk IBM Ukuran 13 inchi.
- 1 buah mesin tulis elektronok merk olivetti type ET 2500 Ukuran 17 inchi

c. Mesin hitung dengan tenaga tangan

- 1 buah mesin hitung tangan kapasitas 10 angka.

d. Mesin hitung tenaga listrik dan baterai.

- 2 buah mesin hitung tenaga listrik kapasitas 12 angka
- 3 buah kakulator tenaga baterai kapasitas 12 angka.

e. Mesin administrasi :

- 1 buah mesin potng kertas tenaga tangan

Perkakas

- 1 buah tangga aluminium setinggi 2 meter
- 1 buah kopor minyak tanah.

Alat- alat lain

- 7 buah keyboard (instument Musik)
- 1 buah amplifier box speaker bass
- 1 buah amplifier box speaker untik keyboard
- 1 buah mixer

Komputer dan perlengkapannya

- 7 buah monitor color (VGA) ukuran 4 inchi
- 6 buah keyboard 101 tombol.
- 2 buah printer laser HP
- 1 buah printer desk top 160 Cps
- 3 buah printer desktop 200 Cps
- 7 buah disk drive pc 1,44 Mb
- 2 buah UPS 1000 watt

Kursi dan bangku

- 2 buah kursi biasa tak bertangan
- 14 buah kursi biasa bertangan.
- 18 buah kursi utar tidak bertangan
- 3 buah kursi putar bertangan
- 11 buah kursi lipat tidak bertangan
- 2 buah kursi tamu lengkap.

Papan

- 4 papan tulis putih (white board) tanpa standear besar
- 6 buah papan tukis putih (white board) tanpa standar sedang

- 1 buah papan tulis putih (white board) tanpa standar besar
- 1 buah papan nama kantor

Lemari, peti, rak

- 1 buah lemari obat
- 2 toalet (kaca) sudah rapihkan anda
- 2 rak buku besar
- 5 rak besi bulat
- 1 rak handuk
- 2 rak gantungan pakaian

Meja dan Lesnar

- 19 buah meja tulis berlaci
- 2 buah meja tulis setengan biru
- 1 buah meja tulis biru menister
- 4 buah meja mesin tulis
- 1 buah meja telephone

Tirai

- 8 Vitrage
- 10 rel gorden
- 3 karpet

Bendera

- 1 bendera kebangsaan ukuan kecil
- 1 tiang bendera
- 1 tali bendera

- ❖ 1 potrait kebesaran presiden dan wakil presiden RI.
- ❖ 1 lambang bhineka

Kamera foto

- ❖ 1 kamera otomatis
- ❖ 2 kamera poket
- ❖ 1 buah kamera Nikkon manual
- ❖ 1 buah kamera Nikkon otomatis
- ❖ 3 buah kamer
- ❖ 1 video otomatis, 2 manual.

I.7. Lokasi dan Waktu PKL

Penulis melakukan PKL di Humas PT Pos Indonesia, Jln R.E. Martadinata No.56 Bandung. Pelaksanaan PKL dari tanggal 11 Agustus hingga 11 September 2003, setiap hari kerja (Senin s/d Jumat) dari pukul 09.00 WIB s/d pukul 15.00 WIB.