BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1. Aktivitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Pada saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Pos Indonesia (Persero) Divisi Komunikasi Korporat Bagian *Public Relations*, penulis ditempatkan di bagian *Public Relations*. Aktivitas Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Pos Indonesia (Persero) Divisi Komunikasi Korporat Bagian *Public Relations* berlangsung sejak tanggal 15 Juli hingga 16 Agustus 2013, membuat mahasiswa terlibat dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan. Adapun ketentuan perusahaan untuk jam masuk kerja adalah pukul 08.00 WIB sampai dengan jam pulang adalah pukul 16.00 WIB dan jam masuk kerja pada saat bulan Ramadhan adalah pukul 09.00 WIB dengan jam pulang yang sama.

Kegiatan yang dilakukan terbagi menjadi 2 bagian yaitu kegiatan rutin dan insidentil. Kegiatan rutin yaitu kegiatan yang dilakuakan setiap hari atau sering dikerjakan. Sedangkan kegiatan insidentil yaitu kegiatan yang dilakukan sesekali saja seperti perkenalan kepada staf dan lain sebagainya. Adapun aktivitas Praktek Kerja yang dilakukan selama kurang lebih 1 bulan dapat dijabarkan ke dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1

Aktivitas Praktek Kerja Lapangan

NO	TANGGAL	AKTIVITAS	KETERANGAN	
			RUTIN	INSIDENTIL
1.	Senin 15/07/2013	• Pengenalan Kerja PR dan Pengenalan Karyawan		√
2.	Selasa 16/07/2013	• Menginput Surat Masuk, Surat Keluar dan Disposisi Dari Perusahaan Lain	√	
3.	Rabu 17/07/2013	• Stempel Amplop Perusahaan • Menginput Disposisi Dari Perusahaan Lain	√	√
4.	Kamis 18/07/2013	• Membuat *News Release*		√
5.	Jumat 19/07/2013	• Menganalisa Proposal Masuk Melalui S.W.A.T • Acara Buka Bersama Seluruh Karyawan PT. Pos Indonesia		√ √
6.	Senin 22/07/2013	• Membuat Laporan Acara Buka Bersama • Menginput Surat Masuk, Surat	√	√

		Keluar dan Disposisi Dari		
7.	Selasa 23/07/2013	• Membuat Laporan Acara • Menginput Disposisi Dari Perusahaan Lain	√	√
8.	Rabu 24/07/2013	• Menyortir Tentang PT. Pos Indonesia di Media Cetak Koran		√
9.	Kamis 25/07/2013	• Analisa Tugas dan Kompetensi PR • Buka Bersama Anak Yatim (*CSR*)		√ √
10.	Jumat 26/07/2013	• Analisa Tugas dan Kmpetensi PR		√
11.	Senin 29/07/2013	• Membuat Laporan		√
12.	Selasa 30/07/2013	• Membuat Laporan		√
13.	Rabu 31/07/2013	• Izin (Mengikuti Partisipan Sidang)		√
14.	Kamis 1/08/2013	• *Packing* Kartu Lebaran		√

15.	Jumat 2/08/2013	• Membuat Laporan • Menginput Disposisi Dari Perusahaan Lain	√	√
16.	Senin 12/07/2012	• Pendistribusian Surat Undangan Halal-Bihalal Bagi Karyawan PT. Pos Indonesia		√
17.	Selasa 13/08/2013	• Persiapan Acara Halal-Bihalal		√
18.	Rabu 14/08/2013	• Acara Halal-Bihalal		√
19.	Kamis 15/08/2013	• Distribusi dan Sortir Acara 17 Agustus		√
20.	Jumat 16/08/2013	• Mengikuti Acara Gladiresik • Akhir Kegiatan PKL		√

Sumber: Arsip Penulis 2013

2.2. Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Selama pelaksanaan praktek kerja lapangan, pada kesempatan tersebut penulis melakukan berbagai kegiatan yang dibagi menjadi kegiatan rutin dan insidental antara lain:

2.2.1 Kegiatan Rutin

Adapun kegiatan rutin yang dilaksanakan oleh penulis yang dilakukan selama praktek kerja lapangan yaitu menginput surat masuk dan keluar, membuat disposisi, serta *photocopy* berkas surat yang diperlukan.

2.2.1.1 Menginput Data Surat Masuk dan Surat Keluar

Penulis ditugaskan untuk menginput data surat masuk dan surat keluar yang berguna sebagai arsip kesekretariatan kantor Pos bagian *Public Relations*. Surat-surat yang masuk atau keluar biasanya terdiri dari surat dinas, surat pengajuan proposal, surat perintah, memorandum, dan surat keputusan. Penulis juga dalam hal ini mengarahkan dan menyalurkan surat ke unit-unit kerja dalam lingkungan kantor tersebut. *Form* yang sudah ada dalam komputer pun membuat penginputan ini menjadi lebih praktis.

Setelah surat-surat diinput, kemudian surat-surat tersebut disampaikan pada pihak yang dituju, kemudian langsung dikategorikan menurut jenis surat yang dituju, apabila surat itu berisi tentang pengajuan proposal maka penulis memberikan surat beserta proposalnya tersebut kepada karyawan bagian dukungan eksternal dan bila surat tersebut berisi tentang surat perintah atau memorandum penulis memberikannya pada karyawan bagian dukungan internal, namun sebelum diberikan

kepada karyawan, surat-surat tersebut diberikan dahulu kepada pimpinan untuk menunjuk siapa yang ahli dalam hal tersebut, sesuai dengan instruksi yang diperintahkan.

Gambar 2.1

Kegiatan Menginput Data



Sumber: Dokumen Penulis 2013

2.2.1.2 Menginput Lembar Disposisi

Pekerjaan yang satu ini adalah tindak lanjut dari kegiatan menginput surat masuk ke kantor. Surat yang masuk baik berupa surat dinas, surat pengajuan proposal, surat perintah ataupun memorandum diberikan kepada pimpinan, lalu pimpinan akan menindak lanjut surat-surat tersebut yang akan didisposisikan kepada karyawan yang diberikan tugas atau tanggungjawab untuk diselesaikan sesuai instruksi pimpinan.

Penulis dalam pekerjaan ini menjadi penginput lembar disposisi yang sudah di periksa dan diberikan instruksi oleh pimpinan ke komputer dengan menggunakan indeks, kode, dan nomor urut surat, sehingga dapat digunakan untuk membaca kembali dimana letak lembar disposisi tersebut dalam agenda atau pengarsipan. Selanjutnya setelah pengarsipan lembar disposisi, penulis memberikannya kepada karyawan sesuai instruksi yang diarahkan oleh pimpinan.

2.2.1.3 *Photocopy*

Untuk *Photocopy* sendiri penulis menggandakan suatu dokumen melalui mesin *Photocopy* yang disediakan oleh perusahaan. Biasanya penulis meng*copy* surat-surat tembusan yang harus di didistribusikan langsung kepada pihak-pihak terkait.

Pekerjaan ini perlu kecepatan dan kelincahan, tetapi harus teliti dan cermat, agar kertas atau salinannya tidak tertukar baik halamannya maupun tertukar dengan dokumen yang lain.

2.2.2 Kegiatan Insidentil

Kegiatan insidentil adalah kegiatan yang tidak rutin dilakukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja lapangan di PT. Pos Indonesia (Persero). Kegiatan ini hanya dilakuan pada suatu kesempatan tertentu dan

dalam acara tertentu pula. Adapun kegiatan insidentil penulis selama praktek kerja lapangan adalah sebagai berikut.

2.2.2.1 Pengenalan Kerja PR dan Pengenalan Karyawan

Dihari pertama penulis melakukan praktek kerja lapangan, penulis langsung diarahkan oleh Pembina PKL dari pihak PT. Pos Indonesia untuk mengenalkan langsung kepada seluruh karyawan dan staf bagian *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero).

Setelah proses pengenalan karyawan dan staf dilakukan, lalu penulis diberi arahan serta penjelasan tentang bagaimana proses dan cara kerja *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero).

Pada hari pertama ini, proses pengenalan kerja PR dan pengenalan karyawan hanya dilakukan selama setengah hari.

2.2.2.2 Membuat *News Release*

News Release merupakan salah satu kerja Public Relations. Pengertian *news release* itu sendiri adalah produk informasi yang dihasilkan oleh kegiatan ke-PR-an untuk konsumsi media massa atau dengan kata lain rangkuman berita yang dibuat untuk pihak media.

Public Relations PT. Pos Indonesia khususnya tim *eksternal* melakukan publikasi dengan cara ini. Dalam hal ini tim eksternal *public relation* PT. Pos Indonesia mensosialisasikan *launching* "PROGAM MUDIK SENANG LEBARAN RIANG".

Penulis diberikan arahan tentang cara menulis news release yang benar, mulai dari pembuatan judul, nomor terbit, dan isi dari *news release* itu sendiri. Pada akhirnya penulis ditugaskan untuk membuat contoh *news release.*

Setelah pengarahan selesai, penulis dicoba untuk membuat *news release* tentang *launching* tersebut oleh tim eksternal sesuai dengan penulisan *news release* yang benar.

2.2.2.3 Menganalisa Proposal Masuk Melalui S.W.A.T

Pada hari Jumat, 19 Juli 2013 penulis beserta rekan-rekan PKL lainnya diberikan tugas oleh pembimbing dari pihak perusahaan untuk menganalisa proposal yang masuk dari perusahaan lain. Analisa yang harus kami lakukan yaitu menggunakan teknik S.W.A.T yang dimana teknik atau cara tersebut sudah kami dapatkan di perkuliahan.

Setelah semua kami analisa, proposal tersebut kami serahkan lembali ke pihak pembimbing untuk dievaluasi hasil kerja kami.

Gambar 2.2

Kegiatan Menganalisa Proposal



Sumber: Dokumen Penulis 2013

2.2.2.4 Acara Buka Bersama Seluruh Karyawan PT. Pos Indonesia (Persero)

Pada hari Jumat, 19 September 2013 penulis dan seluruh mahasiswa yang melakukan PKL mengikut acara tahunan yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia (Persero). Acara tersebut yaitu **"Buka Bersama Seluruh Karyawan PT. Pos Indonesia"**.

Acara yang selalu dilakukan ketika bulan Ramadhan oleh Public Relations PT. Pos Indonesia ini sebagai bentuk tugas dari kerja PR yaitu membina hubungan dan citra yang baik sesama karyawan yang nantinya berguna untuk kebaikan internal perusahaan PT. Pos Indonesia.

Adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan selama acara tersebut adalah:

1. Tausyiah Ramadhan
2. Sambutan-sambutan Pemimpin PT. Pos Indonesia
3. Tanya Jawab Karyawan
4. Buka Puasa Bersama

2.2.2.5 Membuat Laporan Acara Buka Bersama

Pada hari Senin, 22 Juli 2013 penulis dituskan untuk membuat laporan dari hasil kegiatan **"Buka Bersama Karyawan PT. Pos Indonesia"**.

Membuat laporan acara merupakan tahap akhir dari manajemen Humas dimana pada tahap ini dilakukan evaluasi dari seluruh kegiatan yang telah dilakukan kemarin.

Hasil laporan yang telah penulis buat diserahkan kembali kepada pihak pembimbing PKL dari perusahaan untuk ditinjau ulang.

2.2.2.6 Menyortir Tentang PT. Pos Indonesia di Media Cetak Koran

Menyortir tentang perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero) di media cetak dapat disebut juga sebagai kegiatan kliping. Kliping tentang perusahaan ini dapat berguna sebagai bahan evaluasi perusahaan tentang citra ataupun tentang

semua kegiatan yang telah dilakukan oleh perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero).

2.2.2.7 Analisa Tugas dan Kompetensi *Public Relations*

Pada hari Kamis, 25 Juli 2013 penulis ditugaskan untuk menganalisa tugas dan kompetensi *Public Relations*. Tugas yang diberikan oleh pembimbing dari pihak perusahaan ini bertujuan untuk menilai sejauh mana pengetahuan penulis tentang pemahaman tentang ilmu yang bersangkutan dengan penulis.

Setelah analisa dan kompetensi PR terselesaikan, penulis menyerahkan kembali kepada pihak pembimbing perusahaan sebagai bahan nilai bagi penulis.

2.2.2.8 Buka Bersama Anak Yatim dan Duafa

Dihari yang sama, Kamis 25 Juli 2013 penulis beserta mahasiswa PKL lainnya kembali ikut serta dalam acara yang dilakukan Public Relations PT. Pos Indonesia (Persero) yaitu **"Buka Bersama Anak Yatim dan Duafa"**.

Acara yang berupa CSR **(*Corporate Social Responsibility)*** ini bertujuan sebagai bentuk kepedulian PT. Pos Indonesia (Persero) terhadap anak yatim dan kamu duafa. Disamping bentuk kepeduliannya terhadap anak yatim dan

kaum duafa, kegiatan ini juga sebagai cara PR perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaannya di mata publik.

Seperti yang difungsikan PR yaitu meningkatkan citra perusahaan, acara yang dilakukan PR PT. Pos Indonesia (Persero) ini juga diharapkan dapat membangun dan mempertahankan citra perusahaan agar tetap baik dan semakin baik lagi di mata publik *internal* maupun publik *eksternal* atau khalayak umum pada umumnya.

Gambar 2.3

Kegiatan Buka Bersama Anak Yatim dan Dhuafa



Sumber: Dokumen Penulis 2013

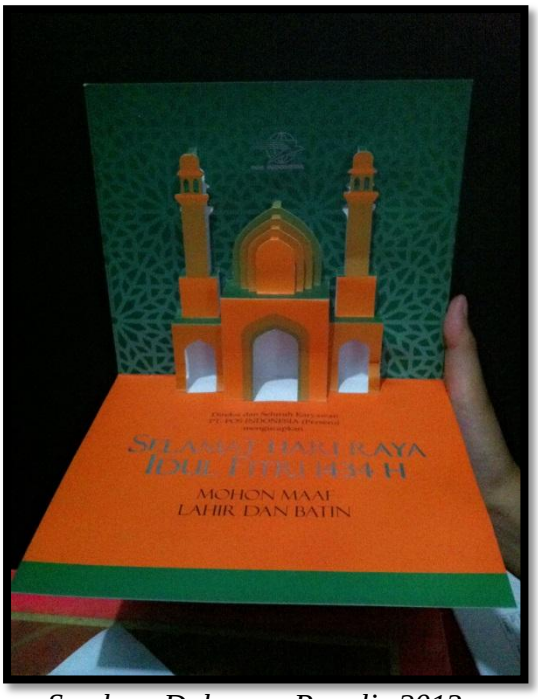
2.2.2.9 *Packing* Kartu Lebaran

Pada hari Kamis, 1 Agustus 2013 penulis dimintai membantu bagian internal PR PT. Pos Indonesia (Persero) untuk mem*packing* kartu lebaran bagi seluruh karyawannya.

Pembuatan kartu ucapan lebaran ini dilakukan PR PT. Pos Indonesia (Persero) sebagai bentuk ucapan dan dedikasi bagi seluruh karyawan dan staff di lingkungan perusahaan. Selain itu, dengan diberikannya kartu lebaran ini semua karyawan dan staff dapat menerimanya langsung sehingga komunkasi melalui media ini bisa tercapai.

Gambar 2.4

Contoh Kartu Lebaran



Sumber: Dokumen Penulis 2013

2.2.2.10 Pendistribusian Surat Undangan Halal-Bihalal Bagi Karyawan PT. Pos Indonesia

Untuk penyebaran pesan yang dilakukan petinggi-petinggi PT. Pos Indonesia (Persero) kepada para karyawan

dan staffnya, pihak PR perusahaan melakukan pendistribusian Surat Undangan untuk acara **"Halal-Bihalal Karyawan PT. Pos Indonesia"**.

Pada hari Senin, 12 Agustus 2013 penulis dilibatkan membantu pihak PR *internal* perusahaan untuk mendistribusikan surat undangan tersebut. Surat-surat tersebut di*packing* sesuai divisi-divisi yang ada di perusahaan agar mudah dalam penyebaran suratnya. Setelah selesai, karyawan yang ditugaskan untuk mendistribusikan surat tersebut langsung memberikannya ke divisi masing-masing.

2.2.2.11 Acara *Halal-Bil Halal*

Pada hari Rabu, 14 Agustus 2013 penulis beserta mahasiswa PKL lainnya mengikuti acara rutin yang dilakukan PR PT. Pos Indonesia (Persero) yaitu **"*Halal-Bil Halal*"** bagi seluruh karyawannya. Kegiatan rutin yang dilakukan PR perusahaan ini bertujuan untuk menjalin silaturahmi sesama pegawai PT. Pos Indonesia. Selain itu, pada acara ini juga dilakukan serah terima jabatan Direktur PT. Pos Indonesia (Persero) yang lama dengan yang baru.

Adapun rangkaian kegiatan pada acara ini adalah sebagai berikut:

1. Sambutan-sambutan
2. Tausyiah
3. Makan Siang Bersama
4. Serah Terima Jabatan

Gambar 2.5

Poster Acara Halal Bil Halal



Sumber: Dokumen Penulis 2013

2.2.2.12 Persiapan Acara 17 Agustus

Pada hari Kamis, 15 Agustus 2013 penulis diikut sertakan dalam persiapan untuk kegiatan rutin PT. Pos Indonesia (Persero) yaitu Upacara 17 Agustus.

Persiapan yang dilakukan oleh PR perusahaan ini meliputi *planning, organize, action dan controling*. Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan salah satu cara *public relations* dalam mempersiapkan sebuah kegiatan agar acara berjalan dengan baik.

2.2.2.13 Mengikuti Acara Gladiresik

Dihari terakhir penulis melaksanakan praktek kerja lapangan yaitu tepatnya pada hari Jumat, 16 Agustus 2013, penulis beserta mahasiswa PKL lainnya mengikuti gladiresik upacara untuk tanggal 17 Agustus. Gladiresik untuk acara upacara tersebut hanya dihadiri oleh beberapa karyawan. Acara latihan tersebut dikontrol dan diawasi oleh divisi Public Relations sebagai panitia penyelenggara acara tahunan perusahaan tersebut.

2.3 Tinjauan Tentang *Public Relations*

2.3.1 Definisi *Public Relations*

Definisi Humas atau PR menurut Frank Jefkins dalam bukunya Public Relations adalah :

> "PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian". (Jeffkins, 2003:10).

Sedangkan pengertian *Public Relations* menurut Onong Uchana Effendy "Humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama", (Rachmat Kriyantono, 2008:3).

Public Relations atau Humas menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun yang non-komersial. Sebenarnya, *Public Relations* terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami Public Relations, kecuali jika ia terisolasi dan tidak menjalin kontak dengan manusia lainnya.

Menurut definisi *Institute of Public Relations* (*IPR*), Humas (*Public Relations*) adalah :

> "keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya."

2.3.2 Ruang Lingkup *Public Relations*

Public Relations memiliki suatu lingkup yang luas dalam menghadapi permasalahan–permasalahan dalam suatu organisasi yang berhubungan dengan kegiatan organisasi, baik dalam publik internal maupun eksternal. Oleh karena itu *Public Relations* harus memiliki perencanaan terlebih dahulu, kemudian adanya program yang terstruktur.

Public Relations atau Humas memiliki bidang-bidang cakupan atau ruang lingkup sebagai berikut :

1. Hubungan dengan pelanggan *(Customer Relations).*
2. Hubungan dengan masyarakat atau penduduk
3. Hubungan dengan pers atau media massa *(Press Relations).*
4. Hubungan dengan intansi-instansi pemerintah *(Government relations).*
5. Hubungan karyawan atau pegawai *(Employee Relations).*
6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait *(stakeholder Relations).*

Ruang lingkup *Public Relations* dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Hubungan dengan pelanggan *(Customer Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan seperti member informasi kepada pelanggan atau nasabah, menjelaskan prosedur, tata cara, waktu, menyampaikan pesan-pesan, laporan berkala(melalui brosur, jurnal, surat dan sebagainya),

menyelenggarakan acara bersama pelanggan dan menciptakan suasana kenyamanan atau kemudahan bagi urusan para pelanggan dan melayani pelanggan atau tamu.

2. Hubungan dengan masyarakat atau penduduk *(Community Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk atau masyarakat yang sekurang-kurangnya meliputi penduduk di sekitar lokasi pabrik atau perusahaan atau toko atau di sekitar kantor organisasi atau lembaga yang bersangkutan.

3. Hubungan dengan Pers atau media massa *(Press Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatanmembuat kliping (guntingan berita dari Koran, majalah, dan lain-lain) serta menganalisa pendapat umum (opni publik) atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu *(specific group opinion),* menyampaikan informasidan pernyataan resmi melalui media massa, menyelenggarakan acara jumpa pers *(press conference)* atau menyusun dan mengedarkan keterangan pers *(press release),* membina hubungan komunikasi dua arah dengan wartawan dan redaksi media massa (surat kabar, TV, radio, majalah, tabloid dan lain-lain).

4. Hubungan dengan instansi-instansi Pemerintah *(Government Relations)*

Hal ini mencakup kegiatan pembinaan dan penyelenggaraan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi-instansi pemerintah (pemerintah daerah atau kabupaten atau kota, pihak kepolisian, dinas tenaga kerja dinas perindustrian, dinas pariwisata dan lembaga lainnya), upaya-upaya perolehan informasi actual dari berbagai instansi pemerintah dan sebaliknya menyampaikan informasi kepada instansi terkait.

5. Hubungan dengan karyawan atau pegawai *(Employee Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan pembinaan hubungan ke dalam (pimpinan dengan karyawan dan sesama bawahan) yang memang terkesan tumpang tindih dengan fungsi dan tugas Bagian Kepegawaian (Personalia).Ada pula yang secara spesifik sebenarnya merupakan ruang lingkup Kehumasan, yaitu menyampaikan kebijakan organisasi atau perusahaan kepada karyawan untuk disampaikan kepada pimpinan.Dengan demikian, diharapkan tercipta suasana harmonis atau selaras dalam kegiatan organisasi atau perusahaan.

6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait *(Stakeholder Relations)*

Hal ini mencakup kegiatan yang menunjang atau terus-menerus berhubungan dengan kegiatan organisasi atau perusahaan atau lembaga (seperti agen-agen, supplier, distributor) dan juga mencakup hubungan dengan para pemegang saham *(Stakeholder Relations)*. (Rudy, 2005 : 85-88).

2.3.3 Tujuan *Public Relations*

Karena *Public Relations* merupakan fungsi manajemen dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, maka pada dasarnya tujuan *Public Relations* adalah tujuan-tujuan komunikasi. Tujuan *Public Relations*, antara lain :

1. Menciptakan Pemahaman (*Mutual Understanding*) antara perusahaan dan publiknya.

   Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi (*well-informed*) antara perusahaan dan publiknya. Kecukupan informasi ini merupakan dasar untuk mencegah kesalahan persepsi. Kesalahpahaman akibat salah persepsi atau kekurangan informasi merupakan kesalahan mendasar dalam kegiatan komunikasi (*primery-breakdown of communication*).

2. Membangun Citra Korporat (*Corporate image*)

   Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang

perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya. Pada akhirnya persepsi akan mempengaruhi sikap publik, apakah mendukung, netral, atau memusuhi.

3. Citra Korporat Melalui Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

   Corporate social responsibility adalah program *Public Relations* untuk melibatkan diri mengatasi perseolan-persolan sosial di lingkungannya.

   Dengan kata lain, CSR adalah pengintegrasian kepedulian perusahaan, ada yang menyebut sebagai *Community Development* atau filantropi/keikhlasan berbagi) adalah investasi sosial perusahaan yang bersifat jangka panjang.Secara berangsur akan terbentuk citra positif terhadap kegiatan sosial yang dilakukan. Beberapa kegiatan bisa menjadi *trade mark* perusahaan yang berpengaruh dalam memperkuat merek produk.

4. Membentuk Opini Publik yang *Favorable*

   Sikap publik terhadap perusahaan bila diekspresikan disebut opini publik. Jadi, opini publik ini merupakan ekspresi publik mengenai persepsi dan sikapnya terhadap perusahaan.

Citra perusahaan yang baik akan membuat keuntungan kompetetif bagi perusahaan.

5. Membentuk *Good Will* dan Kerjasama

   Good will dan kerja sama dapat terwujud karena inisiatif yang dilakukan berulang-ulang oleh *Public Relations* perusahaan untuk menanamkan saling pengertian dan kepercayaan kepada publiknya.

2.3.4 Fungsi dan Peranan *Public Relations*

a. Fungsi Public Relations

Adapun fungsi PR menurut Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations*: *Principles and Problems*, mengemukakan fungsi humas sebagai berikut:

1. *It should serve the public's interest* (mengabdi kepada kepentingan umum)
2. *Maintain good communication* (Memelihara komunikasi yang baik)
3. *Stress good morals and manners* (menitikberatkan moral dan perilaku yang baik)

Dari fungsi PR di atas menurut Bertrand R. Canfield dapat dirumuskan, sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.

2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik ekstern maupun intern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

b. Peranan *Public Relations*

Peran utama *Public Relations*pada intinya adalah sebagai berikut :

1. Sebagai *Communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina *Relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *Back Up* management yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.

Membentuk *Corporate Image* artinya peranan *Public relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. (Effendi, 2008 : 9-11).

2.4 Analisa Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Pada dasarnya, kegiatan *Pubic Relations* adalah kegiatan dalam rangka menciptakan pemahaman bersama, baik dengan publik internal maupun eksternal. Kegiatan PR erat kaitannya denga hubungan dan relasi antar bagian atau divisi bahkan dengan elemen masyarakat diluar perusahaan.

Definisi Humas menurut Onong Uchana Effendy "Humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama" Rachmat Kriyantono, 2008:3).

Kegiatan Humas berkaitan pula dengan CSR (*Coorporate Social Responsibility*) dimana Humas dinilai perlu untuk berkomunikasi dengan publik eksternal melalui kegiatan sosial. Kegiatan CSR bertujuan untuk menjaga citra dan reputasi perusahaan agar pemahaman publik eksternal terhadap perusahaan tetap positif.

Bagian Humas PT. Pos Indonesia (Persero) dipimpin oleh Menejer *Public Relations*. Tetapi, PR di PT. Pos Indonesia (Persero) belum merupakan state of being atau melembaga, dikarenakan PR tersebut masih berada dibawah naungan Sekertaris Perusahan.

Adapun tugas utama Humas PT. Pos Indonesia (Persero) adalah menjaga citra dan reputasi perusahaan, mengingat perusahaan ini sudah dikenal luas oleh publik luas.

Selama penulis melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di PT. Pos Indonesia (Persero), kegiatan kehumasan berlangsung dengan baik. Koordinasi antar karyawan bagian, antara divisi-divisi berlangsung cukup baik dan harmonis.

Pada bulan Ramadan, merupakan bulan yang tepat untuk perusahaan melakukan kegiatan CSR (*Coorporate Social Responsibility*). Humas PT. Pos Indonesia (Persero) menyadari akan momentum ini, sehingga terdapat beberapa kegiatan yang memperlihatkan kepedulian perusahaan kepada publik eksternal. Kegiatan tersebut antara lain:

1. Buka Bersama Anak Yatim dan Dhuafa

   Dalam kegiatan CSR, perusahaan melakukan kegiatan yang memperlihatkan kepedulian dan tanda simpati kepada publik eksternal. Kegiatan CSR dari suatu perusahaan dapat berskala besar ataupun yang kecil, namun tetap pada suatu tujuan yakni citra ataupun reputasi.

   Kegiatan buka puasa menunjukan bahwa PT. Pos Indonesia (Persero) peduli terhadap moment bulan ramadhan yang harus diisi dengan hal positif. Kegiatan ini termasuk dalam CSR dan merupakan kegiatan kehumasan agar citra perusahaan tetap positif.

2. Acara *Halal Bil Halal* Karyawan

Dalam kegiatan kehumasan, perlu diadakan pengulangan kegiatan (repetisi) agar pola pikir publik internal dapat tertuju pada hal positif perusahaan. Contohnya adalah kegiatan *halal bil halal* yang dilakukan oleh PT. Pos Indonesia (Persero). Acara *halal bil halal* adalah kegiatan rutin yang dilakukan perusahaan tersebut pada bulan ramadhan.

Halal bil halal ini adalah acara positif yang dilakukan ketika selesainya bulan ramadhan dan habisnya waktu cuti karyawan, sehingga menjadi moment untuk PT. Pos Indonesia (Persero) meraih simpati dari publik internal.

2.5 Analisa Pelayanan Perusahaan Terhadap Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan

Pada saat mengajukan surat permohonan Praktek Kerja Lapangan, penulis diterima dengan ramah oleh bagian Sumber Daya Manusia PT. Pos Indonesia (Persero).

Pada hari pertama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan, penulis disambut dengan baik oleh Kepala Bagian Humas dan Assisten Humas. Dalam melaksanakan kegiatan, penulis diwajibkan mengenakan pakaian rapi seperti kemeja putih, berdasi dan celana bahan berwarna

hitam untuk hari Senin-Rabu, pakaian kemeja bebas untuk hari Kamis, serta pakaian batik untuk hari Jumat.

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan berlangsung setiap hari Senin-Jumat dimulai pukul 08.00-16.00 WIB. Setiap harinya, penulis diarahkan dalam melakukan kegiatan oleh pembimbing PKL dari pihak perusahaan dengan ramah dan jelas, sehingga banyak sekali ilmu yang didapat selama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan.

Dalam pelaksanaan kegiatan, penulis diberi banyak kesempatan dalam bergabung dengan beberapa acara yang dilakukan rutin ataupun tidak rutin oleh PT. Pos Indonesia (Persero). Dalam melaksanakan job desc, penulis banyak diberi arahan dari pembimbing PKL sehingga penulis tidak kebingungan dalam melaksanakan berbagai kewajiban dan tugas.

Dalam melaksanakan kegiatan, penulis dapat mengimplementasikan teori-teori yang didapat pada saat kuliah. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan memberi penulis wawasan dan pengalaman dalam melakukan kegiatan kehumasan di sebuah lembaga yang sudah memiliki reputasi baik dan cukup terkenal seperti perusahaan PT. Pos Indonesia (Persero).