# BAB II

# PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

## 2.1 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan Kerja Praktek Lapangan di bagian T.I (tekhnologi dan informasi) di *Ganesha Operation*, dimaksudkan untuk mengetahui lebih lanjut tentang kegiatan-kegiatan apa saja yang ada di bagian Pubic Relations, juga membantu dan mengikuti pembuatan program kerja dan aktivitas yang sudah berjalan pada bagian Public Relations. Kegiatan penulis lakukan selama melakukan praktek kerja lapangan di bagian Public Relations di *Ganesha Operation* antara lain adalah kegiatan rutin dan kegiatan insidentil. Kegiatan rutin adalah kegiatan yang biasa dilakukan setiap hari. Sedangkan kegiatan insidentil adalah kegiatan yang dilakukan sekali-kali hanya ketika ada keperluan tertentu saja, tidak setiap hari dilakukannya.

Berikut adalah jadwal kegiatan selama penulis melakukan PKL :

Tabel 2.1

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

| No | Hari/Tanggal | Kegiatan | Keterangan | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Rutin | Insidentil |
| 1 | Senin<br>27 Juli 2015 | • Perkenalan lingkungan kerja<br>• Perkenalan ruangan kerja<br>• Perkenalan staff divisi<br>• Penjelasan sistem komunikasi di media sosial, oleh pembimbing pkl<br>• Acara keakraban awal masuk bekerja | | ✓<br>✓<br>✓<br>✓<br>✓ |
| 2 | Selasa<br>28 Juli 2015 | • Pengarahan cara penggunaan akun sosial media milik *Ganesha Operation*<br>• Memperhatikan komunikasi yang berlangsung di media sosial G.O<br>• Mencoba mengoprasikan akun sosial media milik *Ganesha Operation* dalam berinteraksi dengan siswa G.O | ✓<br>✓ | ✓ |
| 3 | Rabu<br>29 Juli 2015 | • Rapat evaluasi divisi Tekhnologi dan Informasi yang dipimpin oleh Manajer divisi T.I di *Ganesha Operation*<br>• Mencatat hal-hal yang disampaikan | | ✓<br>✓ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | manajer T.I yang berkaitan dengan praktek kerja lapangan | | |
| 4 | Kamis<br>30 Juli 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut.<br>• Memperhatikan dan mempelajari website milik *Ganesha Operation* | ✓<br>✓ | |
| 5 | Jumat<br>31 Juli 2015 | • Membuat desain video singkat tentang media sosial *Ganesha Operation* menggunakan *Windows Movie Maker*<br>• Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. | ✓<br>✓ | |
| 6 | Sabtu<br>1 Agustus 2015 | • Membuat desain video singkat tentang media sosial *Ganesha Operation* menggunakan *Windows Movie Maker*<br>• Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. | ✓<br>✓ | |
| 7 | Senin<br>3 Agustus 2015 | • Menghimpun data tentang saringan masuk universitas swasta di Indonesia | | ✓ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | untuk diinformasikan kepada siswa G.O<br>• Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. | ✓ | |
| 8 | Selasa<br>4 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook, Twitter, Instagram, Line*) | ✓ | |
| 9 | Rabu<br>5 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook, Twitter, Instagram, Line*) | ✓ | |
| 10 | Kamis<br>6 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook, Twitter, Instagram, Line*) | ✓ | |
| 11 | Jumat<br>7 Agustus 2015 | • Membuat desain gambar berisikan "quotes hari jumat" sebagai bahan untuk dibagikan di media sosial *Ganesha Operation*<br>• Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan | ✓ | ✓ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*) | | |
| 12 | Sabtu<br>8 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*) | ✓ | |
| 13 | Senin<br>10 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*. | ✓ | ✓ |
| 14 | Selasa<br>11 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Membuat desain video singkat tentang salah satu kegiatan di *Ganesha* | ✓<br>✓<br>✓ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | *Operation* yaitu "m3" menggunakan *Windows Movie Maker* | | |
| 15 | Rabu<br>12 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*. | ✓<br>✓ | |
| 16 | Kamis<br>13 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*. | ✓<br>✓ | |
| 17 | Jumat<br>14 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha* | ✓<br>✓ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | *Operation*. | | |
| 18 | Sabtu<br>15 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*. | ✓<br>✓ | |
| 19 | Senin<br>17 Agustus 2015 | • Hari Kemerdekaan Republik Indonesia | | ✓ |
| 20 | Selasa<br>18 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓<br>✓<br>✓ | |
| 21 | Rabu | • Memperhatikan interaksi yang terjadi | ✓ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 19 Agustus 2015 | di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓<br>✓ | |
| 22 | Kamis 20 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓<br>✓<br>✓ | |
| 23 | Jumat 21 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. | ✓ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓<br>✓ | |
| 24 | Sabtu<br>22 Agustus 2015 | • Dokumentasi Gedung tempat PKL .<br>• Dokumentasi Bersama Anggota Divisi Teknologi &Informasi.<br>• Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓<br>✓<br>✓ | ✓<br>✓ |
| 25 | Senin<br>24 Agustus | • Memperhatikan interaksi yang terjadi | ✓ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 2015 | di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓<br>✓ | |
| 26 | Selasa<br>25 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓<br>✓<br>✓ | |
| 27 | Rabu<br>26 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. | ✓ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓<br>✓ | |
| 28 | Kamis<br>27 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓<br>✓<br>✓ | |
| 29 | Jumat<br>28 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang | ✓<br>✓ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓ | |
| 30 | Sabtu<br>29 Agustus 2015 | • Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut. (*Facebook, Twitter, Instagram, Line*)<br>• Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*.<br>• Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. | ✓<br>✓<br>✓ | |

Sumber :*Arsip Penulis, 2015*

## 2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Pada bagian ini, penulis akanmenggambarkan mengenai kegiatan-kegitan selama Praktek Kerja Lapangan berlangsung baik kegiatan rutin maupun kegiatan insidentil.Aktivitas yang bersifat rutin merupakan aktivitas kerja yang dilakukansecara berkesinambungan dan selalu dilakukan dengan skala waktu tertentu, sementara aktivitas kerja yang bersifat insidentilmerupakan aktivitaskerja yang dilakukan hanya pada saat tertentu dilakukan. Berikut ini merupakanrincian gambaran kegiatan yang dilakukan oleh penulis di *Ganesha Operation*.

### 2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

1. Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut(*Facebook, Twitter, Instagram, Line*). Memperhatikan setiap *posting* yang dilakukan oleh *Ganesha Operation* dan memperhatikan apabila ada yang memberikan respon, maka pihak administrator media sosial harus memberikan balasan dengan segera.

Gambar 2.1

Salah Satu Kegiatan Rutin



Sumber :*Arsip Penulis*, 2015

2. Membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*(*Facebook, Twitter, Instagram, Line*), tidak hanya memberikan balasan melalui media sosial, namun setiap interaksi yang terjadi haruslah dicatat.

3. Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. Setelah memiliki catatan tetang interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*, maka selanjutnya dianalisis apakah siswa-siswi telah memberikan respon yang sesuai dengan harapan.
4. Membuat desain video singkat tentang media sosial *Ganesha Operation* menggunakan *Windows Movie Maker*, hal ini dilakukan untuk

kebutuhan media sosial, contohnya media *Instagram* yang bisa membagikan video singkat, maka pada tahap inilah dilakukan pembuatan video tersebut yang disesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan oleh pihak perusahaan.

### 2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidentil

1. Perkenalan lingkungan kerja, yaitu perkenalan ruangan kerja, dan juga perkenalan dengan staff divisi dimana penulis ditempatkan.
2. Penjelasan sistem komunikasi di media sosial, oleh pembimbing pkl, yaitu pengarahan tentang apa saja media sosial yang dimiliki oleh perusahaan, dan bagaimana cara mengelolanya.
3. Acara keakraban awal masuk bekerja, berhubungan dengan hari pertama kerja setelah libur lebaran, maka seluruh staff saling berbagi pengalaman dan saling berbagi oleh-oleh khas daerah masing-masing untuk saling berbagi.
4. Pengarahan cara penggunaan akun sosial media milik *Ganesha Operation*, yaitu bagaimana cara mengakses berbagai macam akun media sosial yang selalu digunakan oleh *Ganesha Operation*.
5. Rapat evaluasi divisi Tekhnologi dan Informasi yang dipimpin oleh Manajer divisi T.I di *Ganesha Operation*, penulis mencatat hal-hal yang disampaikan manajer T.I yang berkaitan dengan praktek kerja lapangan.
6. Menghimpun data tentang saringan masuk universitas swasta di Indonesia untuk diinformasikan kepada siswa G.O, hal ini berkaitan dengan dimulainya saringan

masuk universitas swasta. Maka penulis menghimpun data untuk kemudian diolah dan diinformasikan kepada siswa-siswi yang membutuhkan.

7. Membuat desain gambar berisikan “quotes hari jumat” sebagai bahan untuk dibagikan di media sosial *Ganesha Operation*, kegiatan ini atalah untuk memberikan semangat kepada para siswa melalui quotes yang dibagikan melalui media sosial.
8. Dokumentasi Gedung tempat PKL , yaitu mengabadikan foto gedung kantor *Ganesha Operation*, dan juga ruangan kerja yang penulis tempati selama praktek kerja lapangan.
9. Dokumentasi Bersama Anggota Divisi Teknologi &Informasi, berfoto bersama seluruh staff yang setiap hari bekerja sama dalam satu divisi.

Gambar 2.2

Salah Satu Kegiatan Insidentil (Membuat Quotes)




*Sumber : Arsip Penulis, 2015*

## 2.3 Deskripsi Bagian / Divisi Tempat Praktek Kerja Lapangan

*Public Relations* merupakan fungsi manajemen dan dalam struktur organisasi *Public Relations* merupakan salah satu bagian atau divisi dari organisasi. Karena itu, tujuan *Public Relations* sebagai bagian struktural organisasi tentu saja tidak bisa lepas dari tujuan organisasinya sendiri. prinsip tersebut menyatakan tujuan *Public Relation*s jelas dan mutlak memberi sumbangan pada objektif organisasi secara keseluruhan.

### 2.3.1 Pengertian *Public Relations*

Definisi *Public Relations* menurut Defleur & Dennis yang dikutip Yosal Iriantara dalam bukunya yaitu manajemen srtrategi *Public Relations*yaitu :

> "Upaya terencana guna mempengaruhi opini publik melalui karakter yang baik dan kinerja yang bertanggung jawab, yang didasarkan pada komunikasi dua arah yang memuaskan kedua belah pihak (Iriantara,2004 :43)

Definisi *Public Relations* menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations*yaitu :

> "*Public Relations* adalah semua bentuk komunkasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian" (Jefkins, 2004 : 10)

### 2.3.2Ruang Lingkup *Public Relations*

Ruang lingkup *Public Relations* menurut Rosady Ruslan, S.H.,M.M. dalam bukunya yang berjudul "Manajemen *Public Relations*& Media Komunikasi, Konsepsi & Aplikasi", yaitu :

1. Membina hubungan ke dalam (Publik Internal)

   Yang dimaksud publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit atau badan atau perusahaan atau organisasi itu sendiri.

2. Membina hubungan ke luar (Publik Eksternal)

   Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. (Ruslan, 2008:23)

### 2.3.3Tujuan *Public Relations*

*Public Relations* merupakan fungsi manajemen dan dalam struktur organisasi *Public Relations* merupakan salah satu bagian atau divisi dari organisasi. Karena itu, tujuan *Public Relations* sebagai bagian struktural organisasi tentu saja tidak bisa lepas dari tujuan organisasinya sendiri. prinsip tersebut menyatakan tujuan *Public Relations* jelas dan mutlak memberi sumbangan pada objektif organisasi secara keseluruhan. Tujuan kegiatan *Public Relations* sendiri oleh Oxley (1987:35) dinyatakan "mengupayakan dan memelihara saling pengertian antara organisasi dengan publiknya".

Lima pokok tugas *Public Relations* sehari-hari sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar(*visual)* kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan.Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan publik internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.
2. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Di samping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan. Karena mereka ikut menentukan kehidupan organisasi apabila kita tidak saling menggangu, perlu diajak berunding, demi kebaikan semua pihak tak ada yang dirugikan. Sebagai contoh, lingkungan tidak diganggu.
3. Tanggung jawab sosial. *Public Relations* merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal, dan pers. Penting diusahakan bahwa seluruh organisasi bersikap terbuka dan jujur terhadap semua kelompok atau publik yang ada hubungannya dan memerlukan informasi

4. Memperbaiki citra organisasi. Bagi *Public Relations*, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan seterusnya, tetapi terletak pada:
    1. Bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi;
    2. Dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.
5. Komunikasi *Public Relations* mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal balik, maka, pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu sentral. Perlu juga untuk dimiliki adalah pengetahuan manajemen dan kepemimpinan, struktur organisasi.

### 2.3.4 Peranan *Public Relations*

Peran utama dai seorang *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.
4. Membentuk *Corporate Image* artinya peranan Public relations berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. (Effendy, 2008: 9-11)

Adapun menurut Menurut Rhenald Kasali dalam bukunya *Management Public Relations*, mengatakan manajemen dan *Public Relations* adalah dua bidang ilmu yang berkembang secara terpisah. Dalam perubahan lingkungan tentu mempengaruhi prestasi perusahaan dalam meraih keuntungan atau memberi kontribusi terhadapa pihak-pihak yang terkait, maka peranan Public Relations disini mengefektifkan organisasi dengan memebangun hubungan jangka panjang dengan lembaga-lembaga strategis. (Khasali, 1994:32)

Adapun peranan bagian *Public Relations* di *Ganesha Operation* yang berada pada divisi Teknologi dan Informasi yakni menciptakan dan memelihara suatu citra yang tepat atas perusahaan, memantau pendapat umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kesan, reputasi dan lain-lain, memberi masukan kepada manajemen mengenai masalah-masalah komunikasi, serta menyediakan berbagai informasi kepada publik internal dan eksternal perusahaan. Mempunyai tugas dan tanggung jawab merumuskan dan menyusun program pembentukan citra perusahaan, hubungan masyarakat dan melaksanakan penyuluhan baik internal maupun eksternal perusahaan. Divisi ini menyediakan sistem informasi, baik untuk kepentingan *Ganesha Operation*

maupun pihak lain.Tugas Utama Divisi ini adalah mengelola Data Siswa Secara On*Line*. Didalam divisi ini juga terdapat bagian informasi yang didalamnya terdapat kegiatan komunikasi antara *Ganesha Operation* dengan siswa-siswinya. Pada bagian inilah penulis melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan. Komunikasi yang berlangsung terjadi dengan frekuensi yang cukup tinggi, setiap hari bahkan hampir setiap jam terjadi interkasi melalui media sosial yang dimiliki oleh *Ganesha Operation* seperti *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*.

Pihak perusahaan menganggap mahasiswa dari jurusan Ilmu Komunikasi cocok untuk ditempatkan pada divisi ini karena bisa memaksimalkan potensi yang ada pada media sosial perusahaan, maka penulis ditempatkan pada divisi ini oleh pihak perusahaan dalam melaksanakan praktek kerja lapangan.

Pada media sosial *Facebook*, perusahaan membagikan informasi tentang kegiatan-kegiatan yang dimiliki oleh *Ganesha Operation* seperti paket-paket yang terdapat pada bimbingan belajar. Pada media sosial *Twitter*, perusahaan lebih memberikan informasi mengenai lokasi dan daftar harga bimbingan belajar, dan juga mengenai informasi tentang diskon yang diberikan oleh *Ganesha Operation* contohnya kepada siswa-siswi yang berprestasi di sekolahnya. Pada media sosial *Instagram*, perusahaan memberikan informasi seperti foto-foto kegiatan yang dimiliki oleh *Ganesha Operation*, lalu foto-foto atau gambar *quotes* yang dapat memberikan semangat, selain itu juga terdapat kuis-kuis yang diberikan kepada siswa-siswi bimbingan belajar agar dapat memberikan manfaat yang positif. Sedangkan pada media sosial *Line*,

perusahaan memberikan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan oleh para siswa-siswi, dengan media sosial *Line* ini, maka pihak perusahaan dan pihak siswa dapat berkomunikasi secara langsung dan sangat efisien.

## 2.4 Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Kegiatan yang penulis lakukan selama kerja praktek lapangan yaitu mengaplikasikan pelajaran yang telah didapat selama kegiatan perkuliahan, khususnya yaitu fungsi-fungsi humas yaitu untuk menjadi jembatan antara perusahaan dengan stakeholder perusahaan. Dalam hal ini, stakeholder yang difokuskan untuk dijembatani adalah para siswa yang mengikuti bimbingan belajar *Ganesha Operation*. Saat ini *Public Relations* (PR) sangat penting kehadirannya dalam suatu organisasi, perusahaan atau sebuah lembaga. Dengan adanya seorang *Public Relations* maka sebuah perusahaan akan dapat menghadapi persaingan masa kini, dimana masalah pencitraan menjadi asset sebuah lembaga, perusahaan, dan organisasi untuk membangun citra positifnya agar mendapat dukungan dan simpati dari public.

Karena pada zaman sekarang dinamika organisasi atau perusahaan semakin besar dan berkembang, persaingan semakin ketat, tuntutan, keinginan serta harapan publik terhadap pelayanan pemenuhan kebutuhan informasi semakin tinggi, publik semakin kritis, perkembangan teknologi komunikasi yang luar biasa, besarnya pengaruh opini publik, sikap publik, perilaku publik, citra

publik, dan reputasi publik pada keadaan sosial ekonomi, keberadaan dan stabilitas suatu perusahaan semakin besar, pengaruh media massa konvensional terhadap pembentukan opini publik, reputasi publik, citra public, perilaku publik, sikap publik, terhadap suatu perusahaan, suatu organisasi atau perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa dukungan dan citra publik yang berkaitan dengan aktifitas dan perkembangan organisasi atau perusahaan tersebut.

Lebih dari itu, maka tujuan komunikasi yang dilakukan oleh humas dari *Ganesha Operation* adalah untuk menjangkau anak-anak sekolah yang ingin mengikuti bimbingan belajar namun belum mengetahui bimbingan belajar manakah yang tepat, maka dengan komunikasi yang dilakukan melalui media sosial *Ganesha Operation* berupaya menjangkau agar anak-anak tersebut tertarik dan bisa mengikuti bimbingan belajar *Ganesha Operation* yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Inti dari kegiatan praktek kerja lapangan yang dilakukan oleh penulis adalah memberikan informasi yang disampaikan melalui media sosial yang dimiliki *Ganesha Operation* yaitu *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, dan akun *Line*. Penulis dituntut untuk kreatif sehingga dapat mengemas informasi yang ingin disampaikan, bisa diterima dengan baik oleh para siswa. Untuk dapat mencapai hal tersebut maka penulis harus bisa mengolah data yang ada seperti foto-foto dokumentasi kegiatan *Ganesha Operation* untuk dijadikan sesuatu yang menarik seperti video singkat ataupun postingan gambar yang memiliki pesan yang

diharapkan bisa diterima dengan baik dan direspon dengan baik oleh para siswa bimbingan belajar. Setelah mengolah data tersebut menjadi informasi yang baik, maka selanjutnya tugas penulis adalah menyebarkannya melaui media sosial yang tepat, sehingga informasi tersebut bisa sampai dengan efektif dan tepat sasaran.

Selain berkomunikasi melalui media sosial, penulis pun turut mengikuti berbagai kegiatan yang dilakukan oleh divisi perusahaan tempat penulis melakukan praktek kerja lapangan seperti rapat rutin, dan juga melakukan dokumentasi. Dalam rapat yang dilakukan oleh divisi, penulis melihat berbagai program kerja yang akan dilakukan oleh divisi tersebut di waktu yang akan datang, tidak hanya itu, dalam rapat pun membahas berbagai kegiatan yang sudah dilakukan dan mengevaluasi berbagai kegiatan yang telah dilakukan tersebut untuk dilihat tingkat keberhasilannya dan untuk mengetahui hambatan apa sajakah yang masih terjadi dan harus diminimalisir agar kinerja perusahaan bisa menjadi lebih baik lagi untuk kegiatan yang akan dilakukan dimasa yang akan datang.

Penulis merasa dalam kegiatan praktek kerja lapangan banyak sekali materi perkuliahan yang dapat diaplikasikan dalam kegiatan berkomunikasi yang penulis lakukan di perusahaan tersebut, khususnya materi kehumasan yaitu untuk membangun citra baik perusahaan dan untuk menjembatani komunikasi antara pihak perusahaan dengan pihak stakeholder perusahaan.

Analisis mengenai kegiatan PKL pada *Public Relation Ganesha Operation* akan lebih dijelaskan secara rinci oleh penulis berdasarkan kegiatan rutin dan insidentil, sebagai berikut :

1. Kegiatan Rutin

a. Memperhatikan interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation* dan mengoprasikan media sosial tersebut (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*). Memperhatikan setiap posting yang dilakukan oleh *Ganesha Operation* dan memperhatikan apabila ada yang memberikan respond, maka pihak administrator media sosial harus memberikan balasan dengan segera. Kegiatan rutin ini dilakukan setiap hari oleh *public relationsGanesha Operation* untuk menjalankan fungsi dan tugas PR yaitu menumpulkan fakta *(fact finding)* mengenai pendapat publik eksternal perusahaan sesuai dengan tugas-tugas *public relations* sebagaimana mestinya, mengumpulkan opini publik melalui media surat kabar dan majalah. Kegiatan scanning setelah berita dikliping adalah salah satu bentuk managemen *public relations* sebagai pengumpul data yang nantinya berguna sebagai bahan evaluasi untuk perusahaan. Juga terdapat satu kegiatan yang terkait dengan *fact finding* yaitu membuat catatan jumlah interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*(*Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*), tidak hanya memberikan balasan melalui media sosial, namun setiap interaksi yang terjadi haruslah dicatat.

b. Menganalisis Media Sosial *Ganesha Operation* beserta Interaksi yang terjadi di Media Sosial tersebut. Setelah memiliki catatan tetang interaksi yang terjadi di media sosial *Ganesha Operation*, maka selanjutnyadianalisis apakah siswa-siswi telah memberikan respon yang sesuai dengan harapan. Kegiatan rutin ini terkait dengan fungsi kehumasan setelah pengumpulan fakta, yaitu perencanaan atau *organizing*. Kegiatan ini bertujuan untuk mengolah data yang didapat dari public untuk dijadikan bahan yang selanjutnya bisa dijadikan suatu informasi yang bermanfaat bagi perusahaan.

c. Membuat desain video singkat tentang media sosial *Ganesha Operation* menggunakan Windows Movie Maker, hal ini dilakukan untuk kebutuhan media sosial, contohnya media *Instagram* yang bisa membagikan video singkat, maka pada tahap inilah dilakukan pembuatan video tersebut yang disesuaikan dengan pesan yang ingin disampaikan oleh pihak perusahaan. Kegiatan Rutin ini terkait dengan fungsi kehumasan setelah tahapan *fact finding*, dan *organizing.* Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan suatu respon kepada publik terkait dengan respon yang sudah dihimpun sebelumnya. Maka kegiatan ini sangatlah penting karena akan menjadi suatu pembentukan citra perusahaan baik citra positif maupun negative.

2. Kegiatan Insidentil

a) Acara keakraban awal masuk bekerja, berhubungan dengan hari pertama kerja setelah libur lebaran, maka seluruh staff saling berbagi pengalaman dan saling berbagi oleh-oleh khas daerah masing-masing untuk saling berbagi. Kegiatan ini berhubungan dengan pegawai (*Employee Relations*).Hal ini mencakup kegiatan pembinaan hubungan ke dalam (pimpinan dengan pegawai 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 pegawai untuk disampaikan kepada pimpinan.Dengan demikian, diharapkan tercipta suasana harmonis atau selaras dalam kegiatan organisasi atau perusahaan.

b) Rapat evaluasi divisi Tekhnologi dan Informasi yang dipimpin oleh Manajer divisi T.I di *Ganesha Operation*, penulis mencatat hal-hal yang disampaikan manajer T.I yang berkaitan dengan praktek kerja lapangan.Tujuan utama dari evaluasi adalah untuk mengukur keefektifitasan proses secara keseluruhan. Pada tahap ini, ia pun dituntut untuk teliti dan seksama demi keakuratan data dan fakta yang telah ada. Akan tetapi, perlu diingat bahwa nama tengah seorang praktisi PR adalah ‘krisis’. Oleh karena itu, setelah selesai

satu permasalahan, tidak menutup kemungkinan untuk mendapatkan masalah baru lagi. Dengan demikian, tahap ini juga sebagai acuan perencanaan di masa mendatang. Singkat kata, "*How did we do*?" menjadi acuan dalam tahap ini.

c) Menghimpun data tentang saringan masuk universitas swasta di Indonesia untuk diinformasikan kepada siswa G.O, hal ini dilakukan karena akan dimulainya saringan masuk universitas swasta. Maka penulis menghimpun data untuk kemudian diolah dan diinformasikan kepada siswa-siswi yang membutuhkan. Kegiatan ini berkaitan dengan Peran utama *Public Relations* pada intinya adalah sebagai *Communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya. Membina *Relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya. 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).

## 2.5 Analisis Pelayanan Perusahaan Kepada Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan

Saat penulis pertama kali sampai di Kantor Pusat *Ganesha Operation* yang ada di jalan Purnawarman no 36B Bandung, penulis memberikan surat permohonan izin untuk melakukan kerja praktek lapangan yang diberikan oleh pihak kampus kepada pihak perusahaan. Surat permohonan tersebut disampaikan melalui front office kantor dan diterima oleh receptionist yang ada pada saat itu dengan sangat baik dan dengan penuh keterbukaan. Setelah beberapa minggu menunggu, pihak perusahaan memberikan jawaban penerimaan kepada penulis untuk melakukan kegiatan praktek kerja lapangan, lalu pihak perusahaan pun memberikan ketentuan yang wajib dilaksanakan oleh penulis yaitu dalam berpakaian, dalam jam bekerja, dan dalam tata tertib bekerja. Penulis diberikan instruksi tersebut langsung oleh kepala bagian divisi tekhnologi dan informasi dengan baik.

Hari pertama penulis melakukan praktek kerja lapangan, pihak divisi sangat terbuka dalam menerima orang baru, sambutan dan ucapan selamat datang serta selamat bekerja turut tersampaikan oleh staff yang ada di divisi tersebut, penulis pun diberikan bimbingan untuk melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan materi perkuliahan yang telah dipelajari di kegiatan perkuliahaan. Penulis pun diberikan berbagai macam arahan mengenai divisi tempat praktek kerja lapangan yaitu arahan cara bekerja divisi tersebut secara umum.

Selama melakukan kegiatan praktek kerja lapangan, penulis diberikan kebebasan untuk mempelajari media sosial yang dipercayakan kepada penulis dan juga untuk

memberikan ide-ide untuk membuat media sosial terebut menjadi lebih maksimal lagi, saat penulis mengalami kesulitan maka dengan ramah staff yang ada di ruangan tersebut akan membantu dan akan menjelaskan bagian yang belum dipahami. Suasana saling bekerjasama yang kompak sangat terasa pada divisi ini, setiap staff yang membutuhkan bantuan akan dibantu oleh rekan-rekannya hingga proses kerja menjadi maksimal karena saling melengkapi satu dengan yang lainnya.

Fasilitas yang diberikan oleh pihak perusahaan kepada penulis saat melakukan kegiatan praktek kerja lapangan sangatlah baik dan mencukupi untuk melaksanakan tugas, beberapa fasilitas yang penulis dapatkan adalah satu nuah laptop, satu buah meja kerja serta kursi yang baik, satu buah rak buku, dan berbagai alat kerja lainnya, dan ruangan tempat bekerja pun memiliki kondisi yang baik dan terawat.