SISTEM INFORMASI PEMASANGAN IKLAN
DI HARIAN UMUM PIKIRAN RAKYAT BANDUNG

Laporan Kerja Praktek

Diajukan untuk memenuhi Syarat Mata Kuliah Kerja Praktek
Program strata satu Jurusan Manajemen Informatika

Oleh :

Mayasari Febriyani	NIM. 10505222
Nita Noviana	NIM. 10505224



JURUSAN MANAJEMEN INFORMATIKA
FAKULTAS TEKNIK DAN ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA
BANDUNG

2008

SISTEM INFORMASI PEMASANGAN IKLAN DI HARIAN UMUM PIKIRAN RAKYAT BANDUNG

Laporan Kerja Praktek

Diajukan untuk memenuhi Syarat Mata Kuliah Kerja Praktek
Program strata satu Jurusan Manajemen Informatika

Oleh :
Mayasari Febriyani NIM. 10505222
Nita Noviana NIM. 10505224

Bandung, Desember 2008

Pembimbing Jurusan	Pembimbing Lapangan
Wahyuni. S.Si	Dadang Setiawan
NIP 4127. 70. 26. 006	NIP 199602001

Ketua Jurusan Manajemen Informatika

Dadang Munandar, S.E., M.Si.

NIP 4127. 70. 26. 019

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT atas segala rahmat hidayah dan karunia-NYA sehingga Laporan Kerja Praktek (KP) ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Maksud dan tujuan dari penyusunan Laporan KP ini untuk memenuhi salah satu syarat mata kuliah Kerja Praktek di semester 6 (Enam) dengan total 2 (dua) sks. Adapun judul Laporan KP yang penulis ambil adalah sebagai berikut.

SISTEM INFORMASI PEMASANGAN IKLAN

DI HARIAN UMUM PIKIRAN RAKYAT BANDUNG

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bimbingan dari semua pihak penyusunan Laporan KP ini tidak akan berjalan dengan baik, Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua yang telah membantu antara lain :

1. Kepada Allah SWT, yang telah memberikan kemudahan dalam mengerjakan Laporan KP ini.
2. Bapak Dadang Setiawan dan Bapak Sanny Abraham selaku pembimbing dilapangan yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan bimbingan serta petunjuk kepada penulis dalam penyelesaian Laporan KP ini.
3. Bapak Dicky Harisman selaku Humas di PT. Pikiran Rakyat.
4. Ibu Wahyuni. S.Si selaku dosen pembimbing akademi yang telah membimbing dan membantu dalam penyelesaian Laporan KP ini.

5. Seluruh dosen dan para staff karyawan Universitas Komputer Indonesia.
6. Rekan-rekan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia yang telah membantu dalam penyelesaian Laporan KP ini.
7. Kepada kedua orang tua dan keluarga penulis atas dukungan materil dan moril dengan izin dan Doa restunya penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan KP ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Laporan KP ini masih banyak kekurangan. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak guna menyempurnakan penyusunan Laporan KP ini.

Bandung, September 2008

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR i

DAFTAR ISI iii

DAFTAR TABEL.....v

DAFTAR GAMBAR.....vi

DAFTAR SIMBOL.....vii

DAFTAR LAMPIRAN.....ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah 1

1.3. Maksud dan Tujuan..... 2

1.4. Batasan Masalah..... 2

1.5. Lokasi dan Jadwal Kerja Praktek 3

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Sistem 4

2.1.1. Elemen Sistem.....5

2.1.2. Karekteristik Sistem.....5

2.1.3. Klasifikasi Sistem.....7

2.2. Pengertian Informasi 9

2.3. Pengertian Sistem Informasi 9

2.4. Metode Analisis dan Perancangan Terstruktur..... .9

2.4.1. Flow Map.....9

2.4.2. Diagram Konteks.....10

2.4.3. Data Flow Diagram.....10

BAB III PROFIL PERUSAHAAN

3.1. Tinjauan Umum Perusahaan 11
3.2. Struktur Organisasi 30
3.3. Deskripsi Kerja 31
3.4. Analisis Sistem yang Berjalan 36

BAB IV ANALISIS KERJA PRAKTEK

4.1 Analisis Sistem 38
4.1.1. Analisis Dokumen……..38
4.1.2. Analisis Prosedur yang sedang Berjalan…….....39
4.1.2.1. Flow Map…….…..43
4.1.3. Evaluasi Sistem yang Berjalan……...44
4.2 Usulan Perancangan Sistem……..…45
4.2.1. Tujuan Perancangan Sistem……....45
4.2.2. Perancangan Prosedur yang Diusulkan……..…45
4.2.2.1. Flow Map……..….45
4.2.2.2. Diagram Konteks……..….47
4.2.2.3. Data Flow Diagram…….....48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan…….…....50
5.2 Saran…….…50

DAFTAR PUSTAKA.....51
LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Tabel Dokumen..... 38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Struktur Organisasi PT Pikiran Rakyat 30

Gambar 4.1. Flow Map Pemasangan Iklan Tunai 43

Gambar 4.2. Flow Map yang Diusulkan 46

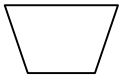
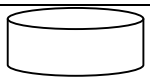
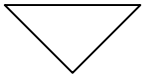
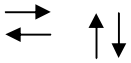
Gambar 4.3. Diagram Konteks yang Diusulkan 47

Gambar 4.4. DFD Tingkat 1 yang Diusulkan 48

Gambar 4.5. DFD Cetak OTI yang Diusulkan 49

Gambar 4.6. DFD Cetak Lap. Harian Iklan yang Diusulkan 49

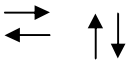
DAFTAR SIMBOL

No	Gambar/Simbol	Nama	Keterangan
1		Dokumen	Menunjukan dokumen input dan output baik untuk proses manual maupun komputer.
2		Operasi manual	Menunjukan suatu proses yang dikerjakan secara manual.
3		Operasi komputer	Menunjukan suatu proses yang dikerjakan oleh komputer.
4		File harddisk	Menunjukan proses penyimpanan data pada harddisk.
5		Offline storage	Digunakan sebagai media untuk menyimpan data sebagai arsip pada proses manual.
6		Alir data	Menunjukan arah aliran data.

Simbol Flowchart

(Sumber: Analisis dan Desain Sistem Informasi, Jogianto HM, 1999, Yogyakarta)

No	Gambar/Simbol	Nama	Keterangan
1		Proses	Menunjukan kegiatan/kerja yang dilakukan oleh orang, mesin atau komputer.

2		Entitas Luar	Menunjukan bagian dari luar yang terlibat.
3		Alir data	Menunjukan arah aliran data.
4		Data store	Menunjukan simpanan dari data yang dapat berupa file atau database pada sistem komputer.

Simbol DFD

(Sumber: Analisis dan Desain Sistem Informasi, Jogianto HM, 1999, Yogyakarta)

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran bukti surat pengajuan kerja praktek ke PT. PIKIRAN RAKYAT.
2. Lampiran bukti sudah melaksanakan kerja praktek dari PT. PIKIRAN RAKYAT.
3. Daftar hadir kerja praktek.
4. Daftar bimbingan kerja praktek.
5. Lembar Penilaian.
6. Dokumen OTI (Order Transaksi iklan).
7. Bukti Iklan berupa koran.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. PIKIRAN RAKYAT merupakan suatu perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan informasi periklanan. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi di era globalisasi, PT. PIKIRAN RAKYAT dituntut untuk mewujudkan suatu informasi yang berkualitas.

Adapun latar belakang kami mengadakan Kerja Praktek di PT. PIKIRAN RAKYAT adalah:

1. Mengetahui sejarah berdirinya PT. PIKIRAN RAKYAT.
2. Mengetahui Sistem Informasi di PT. PIKIRAN RAKYAT khususnya Sistem Informasi Pemasangan Iklan.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

a. Identifikasi Masalah

- Belum efektifnya proses pemasangan iklan.
- Masih rumitnya pada proses perhitungan diskon.

b. Rumusan Masalah

- Bagaimana sistem pemasangan iklan yang berjalan pada PT. PIKIRAN RAKYAT.
- Bagaimana sistem pemasangan iklan yang diusulkan pada PT. PIKIRAN RAKYAT.

1.3 Maksud dan Tujuan

Maksud dari kerja praktek di PT. PIKIRAN RAKYAT ini adalah :

1. Mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dalam dunia kerja.
2. Mengaplikasikan pengetahuan yang diterima dibangku kuliah kedalam dunia kerja nyata dalam kerja praktek.
3. Menambah wawasan pemikiran serta keterampilan mahasiswa dalam bidang teknologi.

Tujuan dari pembuatan Laporan KP ini adalah:

1. Untuk mengetahui Sistem Pemasangan Iklan Tunai di PT. PIKIRAN RAKYAT.
2. Untuk menganalisa Sistem Informasi Pemasangan Iklan Tunai di PT. PIKIRAN RAKYAT.

1.4 Batasan Masalah

Mengacu pada informasi pelayanan pemasangan iklan tunai yang dilakukan di PT. PIKIRAN RAKYAT, adapun pembatasan masalah yang akan dibahas yaitu:

- Sistem informasi ini hanya digunakan untuk proses pelaksanaan pemasangan iklan tunai saja.
- Sistem informasi prosedur pemasangan ini dibuat dengan menganalisis sistem yang sudah ada.

1.5 Lokasi dan Jadwal Kerja Praktek

Penulis melaksanakan Kerja Praktek di PT. PIKIRAN RAKYAT Jl. Asia-Afrika 77, Telp (022) 4201634-4219194, Fax (022) 42030632-4204720 Bandung.

Adapun waktu pelaksanaan dimulai pada tanggal 16 Juli 2008 sampai dengan 3 September 2008. Pekerjaan dilakukan sebagian besar dirumah penulis, dimana penulis datang ketempat Kerja Praktek hanya untuk meminta data yang dibutuhkan dan berkonsultasi dengan Pembimbing Kerja Praktek.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Sistem

Sistem adalah kumpulan komponen yang saling berhubungan untuk mencapai suatu tujuan. Ada dua kelompok pendekatan sistem, yaitu sistem yang lebih menekankan pada elemennya dan prosedur.

- Pendekatan elemen
  - Ø Sistem sebagai bagian-bagian yang saling berkaitan yang beroperasi bersama untuk mencapai beberapa sasaran atau maksud, (Davis,1985).
  - Ø Sistem sebagai suatu komponen atau variabel yang terorganisir, saling berinteraksi, saling bergantung, satu sama lain dan terpadu. Sebuah sistem mempunyai tujuan atau sasaran, (Lucas, 1989).
  - Ø Sistem sebagai seperangkat elemen-elemen yang terintegrasi dengan maksud yang sama untuk mencapai suatu tujuan bersama, (G. Murdick, 1993).
  - Ø Sistem adalah sekelompok elemen yang terintegrasi dengan maksud yang sama untuk mencapai suatu tujuan, (McLeod, 2001).
- Pendekatan Prosedur
  - Ø Sistem yaitu suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan

suatu kegiatan atau menyelesaikan suatu sasaran tertentu (Gerald. J., 1991).

- Prosedur adalah suatu urut-urutan yang tepat dari tahapan-tahapan instruksi yang menerangkan apa (what) yang harus dikerjakan, siapa (who) yang mengerjakan, kapan (when) dikerjakan dan bagaimana (how) mengerjakannya (Gerald. J., 1991).

2.1.1 Elemen Sistem

Elemen-elemen sistem terdiri dari:

- Elemen input
- Elemen transformasi (proses)
- Elemen output
- Elemen umpan balik (pada sistem tertutup)

2.1.2 Karakteristik Sistem

- Komponen Sistem

  Suatu sistem terdiri dari sejumlah komponen (subsistem) yang saling berinteraksi dan bekerjasama membentuk suatu kesatuan. Setiap subsistem mempunyai karakteristik dari sistem yang menjalankan suatu fungsi tertentu dan mempengaruhi proses sistem secara keseluruhan.

- Batasan Sistem

  Merupakan daerah yang membatasi antara suatu sistem dengan sistem yang lainnya atau dengan lingkungan luarnya, sehingga menunjukkan ruang lingkup dari sistem tersebut.

- Lingkungan Luar Sistem

  Adalah apapun diluar batas dari sistem yang mempengaruhi operasi sistem.

- Penghubung Sistem

  Merupakan media yang menghubungkan antara satu subsistem dengan subsistem yang lainnya. Melalui penghubung ini kemungkinan sumber-sumber daya mengalir dari satu subsistem ke subsistem yang lainnya. Dengan penghubung satu subsistem dapat berintegrasi dengan subsistem yang lainnya membentuk satu kesatuan.

- Masukan Sistem

  Adalah energi yang dimasukkan ke dalam sistem. Sinyal input adalah energi yang diproses untuk mendapatkan keluaran dari sistem.

- Keluaran sistem

  Adalah energi yang diolah dan diklasifikasikan menjadi keluaran yang berguna. Keluaran dapat merupakan masukan untuk subsistem yang lain.

- Pengolahan Sistem

  Suatu sistem dapat mempunyai suatu bagian pengolah atau sistem itu sendiri sebagai pengolahnya. Pengolah yang akan merubah masukan menjadi keluaran.

- Sasaran Sistem

  Suatu sistem mempunyai tujuan atau sasaran, kalau sistem tidak memunyai sasaran maka sistem tidak akan ada. Suatu sistem dikatakan berhasil bila mengenai sasaran atau tujuannya. Sasaran sangat berpengaruh pada masukan dan keluaran yang dihasilkan.

2.1.3 Klasifikasi Sistem

- Sistem abstrak dan sistem fisik

  Sistem abstrak adalah sistem yang berupa pemikiran atau ide-ide yang tidak tampak secara fisik. Misalnya sistem teologi, yaitu sistem yang berupa pemikiran-pemikiran hubungan antara manusia dengan Tuhan (*Habluminnallah*).

  Sistem fisik adalah sistem yang ada secara fisik. Misalnya sistem komputer, sistem operasi, sistem penjualan, dan lain sebagainya.

- Sistem alamiah dan sistem buatan manusia

  Sistem alamiah adalah sistem yang terjadi karena proses alam tidak dibuat oleh manusia (ditentukan dan tunduk kepada kehendak sang pencipta alam). Misalnya sistem perputaran bumi, sistem pergantian siang dan malam, sistem kehidupan umat manusia. Sistem buatan manusia adalah sistem yang dirancang oleh manusia.

Sistem buatan manusia yang melibatkan interaksi manusia dengan mesin disebut dengan *human-machine system* atau ada yang menyebut dengan *man-machine system*. Sistem informasi merupakan contoh *man-machine system.* Karena menyangkut penggunaan komputer yang berinteraksi dengan manusia.

- Sistem tertentu (*deterministic system*) dan sistem tak tentu (*probabilistic system*)

  Deterministic system beroperasi dengan tingkah laku yang sudah dapat diprediksi. Interaksi diantara bagian-bagiannya dapat dideteksi dengan pasti, sehingga keluaran dan sistem tersebut dapat diramalkan dan relatif stabil/konstan dalam jangka waktu yang lama. Contoh: Sistem komputer.

  Probabilistic system adalah sistem yang kondisi masa depannya tidak dapat diprediksi karena mengandung unsur probabilitas. Contoh: Sistem sosial, sistem politik, dan sistem demokrasi.

- Sistem tertutup (*close system*) dan sistem terbuka (*open system*)

  Close system merupakan sistem yang tidak berhubungan dan tidak terpengaruh dengan lingkungan luarnya. Sistem ini bekerja secara otomatis tanpa adanya turut campur tangan dari pihak luarnya walaupun sebenarnya bersifat *relatively closed system* (secara relatif tertutup, tidak benar-benar tertutup).

Open system adalah sistem yang berhubungan dan terpengaruh dengan lingkungan luarnya. Sistem ini menerima masukan dan menghasilkan keluaran untuk lingkungan luar atau subsistem yang lain.

2.2 Pengertian Informasi

Informasi adalah data yang sudah diproses atau diolah sehingga mempunyai nilai bagi penerimanya dan dapat digunakan untuk dasar pengambilan keputusan yang disampaikan melalui media kertas (*hardcopy*), tampilan (*display*), atau suara (*audio*).

2.3 Pengertian Sistem Informasi

Sistem informasi adalah kumpulan komponen (perangkat keras, perangkat lunak, perangkat komunikasi, prosedur, basis data, dan SDM) yang saling berinteraksi dalam upaya menghasilkan informasi yang dibutuhkan organisasi, untuk mendukung proses pengambilan keputusan dalam pencapaian tujuan, melalui kegiatan mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan menyebarkn informasi.

2.4 Metode Analisis dan Perancangan Terstruktur

2.4.1 Flow Map

Suatu flow map digambarkan sebagai pemetaan hubungan antara bagian-bagian kerja melalui dokumen, baik berupa laporan, maupun formulir. Flow map digunakan untuk menganalisis bagaimana hubungan antara sub kerja yang akan menggerakan sistem. Setelah diketahui bagian-bagian yang terlibat dalam sistem,

maka akan diketahui berapa jumlah entitas yang terkait dengan sistem yang dianalisis dan dirancang. Penggunaan simbol pada flow map mengambil sebagian simbol dari flow chart.

2.4.2 Diagram Konteks

Diagram konteks adalah DFD tingkat paling atas dari sebuah sistem informasi yang menggambarkan sistem dalam satu lingkaran yang merepresentasikan keseluruhan proses dalam suatu sistem.

Terdapat 2 versi:

- Diagram Konteks merupakan bagian dari DFD, sehingga dikatakan sebagai level 0.
- Diagram Konteks berbeda dari DFD, sehingga tidak termasuk leveling DFD.

2.4.3 Data Flow Diagram

- DFD adalah representasi grafik dari suatu sistem informasi yang menggambarkan komponen-komponen sistem, aliran-aliran data yang menggambarkan asal dan tujuan data tersebut serta penyimpanan datanya.
- DFD adalah model dari sistem untuk menggambarkan pembagian sistem ke modul yang lebih kecil.

BAB III

PROFIL PERUSAHAAN

3.1 Tinjauan Umum Perusahaan

Pada bulan Januari 1966, di Kota Bandung terdapat sejumlah wartawan yang kehilangan pekerjaan. Surat kabar tempat mereka bekerja harus berhenti terbit, karena terlambat memenuhi ketentuan yang mengharuskan setiap surat kabar berafiliasi dengan salah satu surat kabar yang ditentukan oleh Departemen Penerangan.

Atas dorongan Panglima Kodam VI/Siliwangi (kini Kodam III/Siliwangi) --Ibrahim Adjie-- pada waktu itu, wartawan-wartawan tadi menerbitkan surat kabar "Harian Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat yang berafiliasi dengan Harian "Angkatan Bersenjata" (Pusat) yang terbit di Jakarta. Izin rekomendasi berafiliasi dengan Harian "Angkatan Bersenjata" Pusat ini tertuang dalam Surat Keputusan Papelrada Jawa Barat Nomor: 04/Papelrada/BD/1966, Tertanggal: 31 Januari 1966. Sedangkan izin terbit dari Deppen tertuang dalam Surat Izin Terbit (SIT) Deppen RI Nomor: 021/SK/DPHM/SIT/1966.

Nomor perdana Harian "Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat terbit pada 24 Maret 1966 bertepatan dengan peringatan ke-20 peristiwa heroik "Bandung Lautan Api". Namun belum genap satu tahun Harian "Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat terbit, Menteri Penerangan RI mencabut peraturannya tentang keharusan berafiliasi.

Menyusul pencabutan itu, Panglima Kodam Siliwangi HR. Dharsono (pengganti Ibrahim Adjie) lalu mengeluarkan surat keputusan Papelrada Jawa Barat Nomor: 055/Papelrada/DB/1967, Tertanggal 5 Februari 1967, Tentang: Pelepasan afiliasi Harian "Angkatan Bersenjata Edisi Jawa Barat" dari Harian "Angkatan Bersenjata Pusat" sekaligus melepas sepenuhnya dari ketergantungan Kodam Siliwangi. Seiring dengan keputusan ini pulalah, terhitung 24 Maret 1967, nama Harian "Angkatan Bersenjata" Edisi Jawa Barat pun berganti nama menjadi HU. Pikiran Rakyat (juga dikenal dengan singkatan "PR") hingga saat ini.

Masa Prihatin (1967-1973)

Enam tahun pertama sejak kelahirannya --**24 Maret 1967** s/d **1973**-- merupakan masa berat dan serba sulit. Jangankan gedung kantor tempat wartawan dan karyawan bekerja dan mesin cetak untuk mencetak penerbitan koran sehari-hari, mesin tik yang berharga murah sekali pun pada masa ini tidak dimiliki oleh Pikiran Rakyat. Pada masa prihatin ini, para pengelola Pikiran Rakyat kalau bekerja --membuat berita, dan lain-lain-- kerap "numpang" dan meminjam peralatan kantor orang lain.

Begitu pula oplah cetak. Dalam kurun waktu ini pula oplah Pikiran Rakyat tidak pernah lebih dari 20.000 eks/hari. Sedangkan tenaga kerjanya --wartawan dan non wartawan/tata-usaha-- tidak lebih dari 30 orang.

Berbicara masalah honor (gaji), pada masa perintisan ini para pengelola Pikiran Rakyat benar-benar tidak mengenal dalam arti yang

sebenarnya. Paling-paling kalau ada sedikit uang --bila boleh dinamakan honor-- itu diperoleh dari hasil penjualan kertas koran sisa. Maksudnya, kertas koran sisa dari percetakan dan koran yang tidak laku pada hari itu dikumpulkan setiap hari. Lalu di akhir bulan dikilo dan dijual ke tempat penampungan kertas bekas. Dari hasil penjualan inilah didapat uang lalu dibagi rata.

Namun berkat kegigihan dan keuletan yang didasari oleh jiwa idealisme para perintis kala itu, Pikiran Rakyat dengan pasti terus semakin mendapat tempat di hati para pembacanya. Melihat kenyataan ini --atas saran Menteri Penerangan RI waktu itu-- bentuk badan hukum Pikiran Rakyat yang semula berupa "yayasan" dirubah menjadi perseroan terbatas (PT), dengan nama PT. Pikiran Rakyat terhitung 9 April 1973 dengan Akte Notaris No. 6 yang dibuat di hadapan Notaris Noezar, SH di Bandung. Perubahan ini lalu disyahkan dengan Surat Keputusan Menteri Kehakiman RI No. 7. A 5/212/10, tanggal 13 Juli 1973, yang diumumkan dalam berita negara No. 58 tanggal 20 Juli 1973, dengan Surat Ijin Terbit No. 0553/PER/2/SK/DIRJEN-PG/SIT/1973 tanggal 8 Agustus 1973.

Awal Kebangkitan

Menyusul perubahan status perusahaan dari yayasan menjadi perseroan terbatas (PT), Pikiran Rakyat segera menata diri. Beberapa bulan yang tersisa dari tahun 1973 dimanfaatkan untuk menyamakan persepsi:

merancang program kerja yang terencana dan sistematis. Program kerja ini di antaranya adanya kesepakatan untuk memiliki mesin cetak sendiri.

Maka pada awal tahun 1974, PT. Pikiran Rakyat mencatat peristiwa penting. Untuk pertama kalinya berhasil melengkapi diri dengan sarana percetakan offset yang dibeli dari fasilitas PMDN dan bantuan Bank Rakyat Indonesia (BRI). Mesin cetak ini mampu mencetak koran sebanyak 25.000 eksemplar/jam. Sejak 1974 ini pula, HU. Pikiran Rakyat peredarannya dapat merambah ke seluruh pelosok Jawa Barat. Padahal dalam kurun waktu 1966-1973 daerah Jawa Barat ini didominasi oleh surat kabar terbitan Jakarta.

Beberapa tahun kemudian, sejalan dengan perkembangan teknologi percetakan, mesin cetak itu dirasakan sudah perlu diganti oleh mesin baru yang lebih canggih. Pada 1985, Direksi Pikiran Rakyat memutuskan untuk mengganti mesin lama. Maka dibelilah 2 (dua) unit mesin cetak baru merk *"Ghoss Comunity"* yang langsung didatangkan dari Amerika Serikat. Mesin cetak ini --yang hingga kini masih digunakan-- memiliki kapasitas cetak sebanyak 50.000 eksemplar/jam/unit. Sedangkan sarana percetakan offset yang dibeli pada 1974, kini ditempatkan di PT. Granesia Jl. Sekelimus Barat 6 Bandung (anak perusahaan PT. Pikiran Rakyat) dan masih beroperasi untuk melayani kegiatan percetakan penerbitan umum di luar Grup Pikiran Rakyat.

Menjadi Grup Pikiran Rakyat

Berkat ridho Allah SWT serta kerja keras seluruh jajaran Direksi dan para staf/karyawan, pada tahun-tahun selanjutnya Pikiran Rakyat terus menunjukkan perkembangan yang mengagumkan baik di bidang finansial maupun material. Maka jika dulu PT. Pikiran Rakyat hanya memiliki satu penerbitan saja yakni HU. Pikiran Rakyat, kini telah ada sejumlah penerbitan, percetakan, radio dan wartel (warung telekomunikasi) yang dimiliki dan dikelola PT. Pikiran Rakyat. Seiring dengan terdapatnya sejumlah penerbitan itu, sebutan PT. Pikiran Rakyat pun berubah menjadi **GRUP Pikiran Rakyat.**

Selengkapnya kelompok usaha yang tergabung dalam bendera Grup Pikiran Rakyat itu adalah sbb:

KELOMPOK USAHA GRUP PIKIRAN RAKYAT

A. PENERBITAN SURAT KABAR

1. Harian Umum Pikiran Rakyat

ALAMAT:

- **Redaksi** = Jl. Soekarno-Hatta 147, Telp. (022) 637755, Fax. (022) 6031004-6002751 Bandung
- **Tata Usaha** = Jl. Asia-Afrika 77, Telp. (022) 4201634-4219194, Fax. (022) 42030632-4204720 Bandung

***SPESIFIKASI*:**

- **Format** = Surat kabar
- **Terbit** = Setiap hari (termasuk Minggu)

- **Halaman** = 32 halaman setiap terbit
- **Tiras** = 200.000 eksemplar/hari

2. Tabloid Sunda "Galura"

ALAMAT:

* Redaksi/Tata Usaha = Jl. Belakang Factory No. 2A,
Telp. (022) 4203502 -4205256 Bandung

SPESIFIKASI:

- **Format** = Tabloid
- **Terbit** = Seminggu sekali (Setiap Hari Jumat)
- **Halaman** = 16 Halaman setiap terbit
- **Tiras** = 40.000 eksemplar

3. Surat Kabar "Mitra Dialog"

ALAMAT:

- Redaksi/Tata Usaha = Jl. RA. Kartini No. 7,
Telp. (0231) 204440-210541 Cirebon

SPESIFIKASI:

- **Format** = Surat kabar
- **Terbit** = Harian
- **Halaman** = 8 Halaman setiap terbit
- **Tiras** = 40.000 eksemplar

4. Harian Umum "Galamedia"

***ALAMAT*:**

- **Redaksi/Tata Usaha** = Jl. Sekelimus Barat No 6 Bandung
  Telp. (022) 7511286 Fax. (022) 7505009

***SPESIFIKASI*:**

- **Format** = Surat kabar
- **Terbit** = Setiap hari
- **Halaman** = 12 Halaman setiap terbit
- **Tiras** = 50.000 eksemplar

5. Surat Kabar "Priangan"

***ALAMAT*:**

- **Redaksi/Tata Usaha** = Jl. Dinding Ari Raya No. 12, Kompleks
  Perum Panglayungan, Telp. (0265) 335300
  331947 Fax. (0265) 335677

***SPESIFIKASI*:**

- **Format** = Surat kabar
- **Terbit** = Seminggu 2 kali (Setiap Hari Rabu dan
  Sabtu)
- **Halaman** = 8 Halaman setiap terbit
- **Tiras** = 30.000 eksemplar

7. Harian Umum "Fajar Banten"

ALAMAT:

Redaksi/Tata Usaha = Jln. Jend. Achmad Yani No 72 Serang
Telp. (0254) 216123-216125
Fax. (022) 205590

SPESIFIKASI:

- **Format** = Surat kabar
- **Terbit** = Setiap hari
- **Halaman** = 8 Halaman setiap terbit
- **Tiras** = 20.000 eksemplar

B. PERCETAKAN

***. PT. Granesia**

- **Alamat** : Jl. Sekelimus Barat No. 6,
  Telp. (022) 7562929-7569339-7568111 (Hunting)
  Bandung
- **Bidang Usaha** : Selain mencetak penerbitan milik Grup Pikiran Rakyat juga menerima berbagai macam barang cetakan dari luar.

C. RADIO SIARAN

***. Radio "Mustika FM"**

- **Alamat** : BTC Lower Ground Floor 1-2,
  Jl. Dr. Djundjunan 143
  Telp. (022) 6126011-6126014 Bandung
- **Frekuensi** : 107,55 FM
- Menempatkan posisinya sebagai radionya wanita Kota Bandung. Namun begitu, kaum pria bukan berarti tidak boleh mendengarkannya.

VISI HU PIKIRAN RAKYAT

1. HU Pikiran Rakyat yang bercikal bakal *Harian Angkatan Bersenjata Edisi Jawa Barat* yang dilahirkan pada tanggal 24 Maret 1966 untuk diupayakan, dapat hidup dalam masa yang panjang, bahkan kalau mungkin sepanjang masa. Diwarisi oleh generasi demi generasi sebagai surat kabar yang terus maju, tumbuh dan berkembang menjadi tambah besar, baik sebagai institusi sosial maupun institusi bisnis.
2. Sebagai institusi sosial, *HU Pikiran Rakyat* dilahirkan untuk menjadi dan dijadikan wahana ibadah kepada Allah SWT, sekaligus wahana pengabdian kepada masyarakat, bangsa dan negara.
3. Sebagai institusi bisnis *HU Pikiran Rakyat* dilahirkan untuk menjadi dan dijadikan wahana bisnis yang mampu meraih sebesar-besarnya pendapatan dan laba. Sebagai institusi bisnis *HU Pikiran Rakyat* harus dikelola dengan bertaatazas pada kaidah-kaidah manajemen perusahaan

yang baku, serta mampu memenuhi keempat unsur *marketing mix* yang terdiri dari product, price, place dan promotion.

4. Kinerja *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi sosial sangat bergantung pada kinerja yang dicapai oleh manajemen dan jajaran terkait dalam mengelola *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi bisnis. Sebaliknya, kinerja *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi bisnis sangat bergantung pada kemampuan kinerja Manajemen dan jajaran terkait menjadikan *HU Pikiran Rakyat* sebagai produk idiil yang laku dijual. Karena itu pengelolaan *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi sosial dan pengelolaannyasebagai institusi bisnis harus dilaksanakan berdasarkan hubungan interpendensi yang saling mengisi da saling menunjang. Pengelolaan kedua aspek idiil dan aspek bisnis komersial harus dilaksanakan satu kesatuan strategi yang komprehensif-integral.
5. *HU Pikiran Rakyat* dilahirkan untuk diupayakan, agar menjadi *Tuan Rumah* yang dominan di daerahnya sendiri, di Jawa Barat yang memang memiliki potensi sangat besar untuk menunjang eksistensi dan penumbuh kembangan surat kabar. Karena itu *HU Pikiran Rakyat* harus diupayakan menjadi surat kabar yang menyebar seluas-luasnya dan paling luas penyebarannya, di Jawa Barat, dibaca oleh sebanyak-banyaknya orang dengan tiras terjual sebesar-besarnya, menjadi pilihan sebanyak-banyaknya pengguna jasa iklan denga volume space iklan terjual sebesar-besaarnya dan menghasilkan pendapatan sebesar-besarnya pula.

6. Penyelenggaraan *HU Pikiran Rakyat* sebagai institusi sosial dan penyelenggaraannya sebagai institusi bisnis harus dilaksanakan berdasarkan hubungan interdependensi yang saling mengisi dan saling menunjang. Karena itu segala sesuatunya harus dilaksanakan secara terpadu dan sinkron dalam kerangka satu kesatuan strategi yang komprehensif-integral.

MISI HU PIKIRAN RAKYAT

Sebagi institusi sosial *HU Pikiran Rakyat* dilahirkan untuk bekiprah dan berperanserta dalam pembangunan bangsa dan negara, khususnya di Jawa Barat, termasuk pembangunan kualitas manusianya yang mencakup:

1. Kualitas keimanan dan ketaqwaannya kepada Tuhan Yang Maha Esa, serta ketaatannya melaksanakan segala yang diperintahkan-Nya dan menjauhi segala yang dilarang-Nya;
2. Kualitas pemahaman dan penghayatannya atas nilai-nilai luhur Pancasila, serta komitmen untuk mengamalkannya di dalam kehidupan pribadi dan kehidupan bermasyarakat;
3. Kualitas pemahaman dan penghayatannya atas kewajiban-kewajibannya dan hak-haknya sebagai warga negara, serta komitmen untuk melaksanakan kewajiban-kewajibannya serta mengupayakan/memperjuangkan pemenuhan hak-haknya itu;
4. Kualitas kehidupan secara materiil, serta mamilki etos kerja untuk berupaya mewujudkannya;

5. Kualitas kesehatan, wawasan, pengetahuan dan keterampilan, serta moral yang amanah (jujur, adil, percaya diri dan terpercaya), sehingga menjadi manusia yang dalam bahasa Sunda disebut *cageu, bener, bageur, pinter, jeung singer*.

PELAKSANAAN MISI

1. Untuk terlaksananya misi tersebut *HU Pikiran Rakyat* harus menjalankan peran :
   1.1 Sebagai penyebar dan sumber informasi yang terpercaya serta berguna, dan karena itu berita-berita dan sajian-sajian lainnya harus akurat;
   1.2 Sebagai media komunikasi sosial yang efektif dan efisien antara pemerintah dengan masyarakat, antar instansi-instansi pemerintah, serta antar kelompok-kelompok masyarakat;
   1.3 Sebagai penyalur aspirasi masyarakat yang handal dan gigih, seraya menjadi *penyejuk* dan *penenang* masyarakat dalam menyampaikan aspirasinya;
   1.4 Sebagai sarana kontrol sosial yang berwibawa serta efektif, dan karena itu harus obyektif dan proporsional serta melaksanakannya dengan berpegang teguh pada filosofi *silih asah di atas landasan silih asih dan dalam rangka silih asuh;*
   1.5 Sebagai penyaji hiburan yang segar dan sehat.

2. *HU Pikiran Rakyat* harus memanfaatkan seoptimal-optimalnya kemerdekaan pers yang *kran* dan *koridornya*. Tetapi di sisi lain heus tetap memegang prinsip :
    2.1 Tidak menggunakan kemerdekaan pers untuk semata-mata kemerdekaan pers itu sendiri, melainkan untuk terlaksananya berbagai fungsi dan misi idiil dalam rangka pengabdian kepada masyarakat, bangsa dan negara;
    2.2 Tidak secara sadar atau di luar kesadaran menggunakan kemerdekaan pers untuk hal-hal yang bisa secara langsung dan tidak langsung membahayakan bangsa, negara dan atau merugikan seseorang individu atau kelompok;
    2.3 Kemerdekaan pers harus diapresiasi sebagai karunia sekaligus sebagai amanah dari Allah SWT yang penggunaannya harus dipertanggungjawabkan di *Mahkamah Akhirat* kelak. Karena itu penggunaannya harus senantiasa dilandasi, dijiwai, digerakan dan dikendalikanoleh keimanan dan ketaqwaan kepada Allah SWT, serta oleh penghayatan Kode Etik Jurnalistik dan komitmen untuk mentaatinya.
3. *HU Pikiran Rakyat* harus memanifestasikan keindependenannya dalam bentuk berani menentukan sikap atau pilihan. Keindependenan tidak selalu harus diartikan bersikap netral.
4. *HU Pikiran Rakyat* harus tampil berani, tetapi tidak *sologoto* (main labrak), melainkan tetap bijak dan seksama dalam mempertimbangkan

perlu/patut atau tidaknya sebuah berita, artikel, foto atau gambar disajikan.

5. *HU Pikiran Rakyat* harus kritis, tetapi tetap etis dengan berpegang pada norma-norma Kode Etik Jurnalistik.
6. *HU Pikiran Rakyat* harus menjadikan dirinya surat kabar yang memperoleh respek dari masyarakat serta dibanggakan dan *dipikanyaah* oleh masyarakat Jawa Barat yang *pituin* (uang Sunda), tetapi memperoleh pula respek dari masyarakat Jawa Barat yang *mukmin* (suku-suku lain yang menetap di Jawa Barat). Untuk menjadi surat kabar yang demikian, *HU Pikiran Rakyat* harus :
   6.1 Konsistensi pada kiprahnya sebagai *koran daerahnya Jawa Barat.* Itu harus dicerminkan antara lain oleh policy redaksional yang mengutamakan pemberitaan mengenai peristiwa dan masalah yang terjadi di Jawa Barat, maupun yang terjadi atau bersumber di daerah lain, bahkan di luar negeri sekalipun, tetapi ada relevansinya dengan kepentingan daerah dan atau masyarakat Jawa Barat;
   6.2 Menitikberatkan peransertanya menunjang pembangunan bangsa dan negara kepada pesertanya menunjang pembangunan daerah dan masyarakat Jawa Barat, serta secara tekun menyalurkan aspirasi yang hidup di Jawa Barat, dan secara gigih memperjuangkan kepentingan daerah/masyarakat Jawa Barat;

6.3 Berperanserta seoptimal-optimalnya dalam *ngamumule* (memelihara dan melestarikan) kebudayaan Sunda, serta mengupayakannya menjadi komponen dari kebudayaan nasional Indonesia yang masih sedang diciptakan;

6.4 Menerapkan dalam Jurnalistik-nya *HU Pikiran Rakyat* niali-nilai luhur yang diwariskan oleh para Leluhur Tatar Sunda, sebagaimana terkandung antara lain di dalam nasihat-nasihat :

- *Ulah catang dirumpak, tunggul dirurud.* Kalau mengerjakan sesuatu tidak boleh semberono, tidak boleh *main labrak* seenaknya, melainkan *kudu nyanghulu ka hukum, nunjang ka nagara, mufakat ka balarea,* yang artinya harus senantiasa menjunjung tinggi hukum dan peraturan negara, serta tatakrama yang berlaku dalam masyarakat;
- *Kudu hade kuomong, goreng ku omong,* penerapannya oleh wartawan adalah harus senatiasa mengkonfirmasikan lebih dulu informasi yang diperolehnya, sebelum memberitakannya. Selain daripada itu dan *HU Pikiran Rakyat* harus menjadikan dirinya sebagai *forum dialog* antara warga masyarakat dengan pemerintah, serta antar warga masyarakat;
- *Ulah cacag nagkaeun*. Kalau memberitakan sesuatu harus memberikan gambaran yang utuh disamping tentunya akurat dan obyektif;

- *Ulah sok nyakompetdaunkeun.* Janagn main generalisasi terutama dalam memberitakan sesuatu yang negatif,

6.5 Mrenjadi motivator masyarakat Jawa Barat *pituin* (orang Sunda), agar menyikapi kehadiran masyarakat Jawa Barat yang *mukimin* (suku-suku lain yang menetap di Jawa Barat) dengan berpegang pada nilai-nilai luhur budaya Sunda yang antara lain terkandung di dalam nasihat, agar *someah kasemah*. Seraya memotivasi masyarakat Jawa Barat yang *mukimin* agar tidak menjadi *semah* dalam arti *ngahesekeun anu boga imah* (menimbulkan kesulitan bagi masyarakat *pituin*). Masyarakat Jawa Barat yang *mukimin* harus dimotivasi oleh *HU Pikiran Rakyat* untuk berpegang pada filosofi yang terkandung di dalam ungkapan, "*dimana bumi dipijak, disana langit dijunjung"*.

7. Selain daripada itu sudah barang tentu *HU Pikiran Rakyat* harus menjadi surat kabar yang religius, dalam arti segala sesuatunya, termasuk pemilihan dan pemuatan berita-berita dan sajian-sajian lainnya, dilakukan dengan senantiasa dilandasi, dijiwai, digerakkan dan dikendalikan oleh ajaran agama yang melarang main fitnah, mengadu domba, menimbulkan perpecahan. *HU Pikiran Rakyat* harus menjadi dan dijadikan wahana untuk ber-*amar ma'ruf* dan *ber-nahi munkar*. Wahana untuk mengajak kepada kebenaran, menyeru kepada kebijakan, mencegah kemunkaran, kebatilan dan ketidakadilan.

KUALIFIKASI WARTAWAN HU PIKIRAN RAKYAT

1. *HU Pikiran Rakyat* harus mampu bersaing secara kulitatif dengan pesaing-pesaingnya yang sebagian diantaranya dikenal sebagai surat-surat kabar yang berkualitas. Karena itu *HU Pikiran Rakyat*, harus dijadikan surat kabar yang semakin berkualitas. Untuk *HU Pikiran Rakyat* harus didukung oeh individu-individu wartawan yang didalam dirinya terdapat :
   1.1 Kecerdasan, dinamika dan kepekaan;
   1.2 Wawasan, pengetahuan umum, dan penguasaan masalah dibidang tugas pokoknya;
   1.3 Ketajaman pandangan dan daya tangkap atau persepsi;
   1.4 Kreativitas, kemampuan memandang jauh kedepan, serta kemampuan melihat fakta dari sudut tiga dimensi, yaitu fakta yang tampak nyata, fakta yang tersirat, dan kemungkinan dampaknya;
   1.5 Kemampuan menganalisis masalah;
   1.6 Kemampuan memilih permasalahan aktual;
   1.7 Daya kreasi dalam menggali bahan;
   1.8 Inisiatif.
2. Jajaran redaksi *HU Pikiran Rakyat* haruslah terdiri dari individu-individu wartawan yang :
   2.1 Mampu bergerak cepat dan tepat, namun tetap tenang;
   2.2 Mampu mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang spesifik;

2.3 Bereaksi dan mengadakan reaksi pada waktu-waktu yang dianggapnya perlu berbuat demikian;

2.4 Mengetahui berita hari ini;

2.5 Amat rajin membaca surat kabar dan majalah, serta mendengarkan radio dan televisi pada setiap siaran penting, untuk dapat mengetahui perkembangan dan mencari latar belakang dari perkembangan itu;

2.6 Berpendidikan tinggi dan benar-benar membaca buku-buku bermutu;

2.7 Tidak hanya memperhatikan apa yang terjadi, tetapi juga memperhatikan dan bahkan meneliti mengapa samapai terjadi, dan apa yang mungkin akan terjadai selanjutnya;

2.8 Begitu rajin seperti seolah-olah tidak pernah berhenti;

2.9 Bila memasuki suatu persoalan, tidak tergesa-gesa atau sembrono;

2.10 Bila ingin meyakinkan sesuatu , tidak fanatik;

2.11 Mempunyai pandangan yang luas, tetapi tegas dan praktis, mudah dimengerti;

2.12 Suka meragukan sesuatu, tetapi tanpa sinis;

2.13 Pandangannya amat mendalam, tetapi tidak jlimet atau bertele-tele;

2.14 Selalu berhati-hati, tetapi tidak seperti orang yang bimbang;

2.15 Cara berfikirnya bebas, tetapi tanpa alasan yang dibuat-buat;

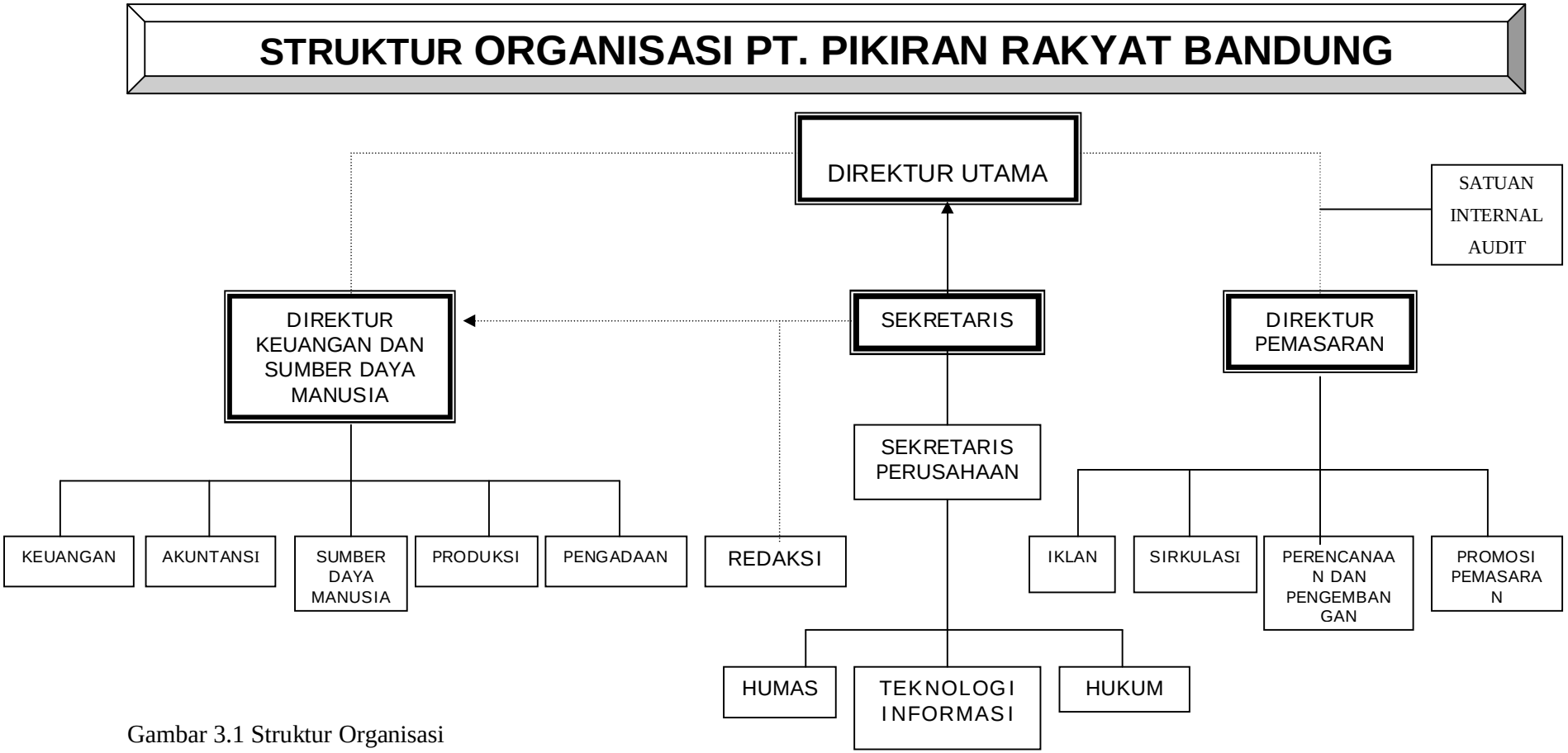
2.16 Sistematis, tetapi tidak teksbook;

2.17 Bekerja jauh lebih banyak daripada berita yang dibuatnya.

3. Tentu saja setiap wartawan *HU Pikiran Rakyat* harus pula benar-benar menghayati norma-norma Kode Etik Jurnalistik serta komitmen untuk senantiasa mentaatinya. Ia harus bertingkah laku sebagai seorang kesatria (gentlemen), berusaha jujur, terus terang, selalu sejauh mungkin menghormati dan melindungi surat beritanya. Ia harus bekerja sedemikian rupa sehingga media tempatnya ia bekerja, yaitu *HU Pikiran Rakyat* memperoleh respek, baik dari masyarakat maupun pejabat.

Kadar penghayatan dan ketaatan pada Kode Etik Juranlistik harus menjadi salah satu bagian penting dari kondite masing-masing wartawan *HU Pikiran Rakyat.* Unsur-unsur Pimpinan Redaksi harus tidak ragu-ragu memberikan peringatan keras kepada wartawan yang melakukan pelanggaran ringan terhadap Kode Etik Jurnalistik serta bersikap *tiada ampun bagimu* terhadap wartawan yang melakukan pelanggaran berat. Pelanggran terhadap Kode Etik Jurnalistik tidak boleh ditolerir sekecil apa pun pelanggarannya. Ketaatan pada Kode Etik Jurnalistik dan hukum menjadi mutlak penting.

3.2 Struktur Organisasi



Gambar 3.1 Struktur Organisasi

3.3 Deskripsi Kerja

Bagian redaksi

Kerjasama dengan berbagai redaksi sangat penting karena menyangkut publisitas yang bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai produk meupun kelembagaan sehingga masyarakat semakin percaya pada produk maupun jasa yang ditawarkandan akan berdampak pada peningkatan tiras dan iklan.

Kerjasama dalam bentuk:

1. Press release
2. Liputan kegiatan intern maupun ektern yang melibatkan perusahaan baik dalam bentuk tulisan maupun foto.

Bagian iklan

Penggunaan bartet iklan sebagai upaya meningkatkan kerjasama saling menguntungkan dengan kompensasi yang menguntungkan bagi perusahaan

Pembuatan PR Advertising yaitu iklan yang ditujukan kepada masyarakat dengan tujuan menjelaskan/menyampaikan hal-hal mengenai perusahaan yang layak diketahui, jadi lebih sekedar pengumuman biasa.

Bagian Sirkulasi

Membenahi dan mengaktifkan kelompok pembaca PR (KPPR) dengan jalan:

- Kunjungan untuk melakukan dialog langsung sehingga dapat kita ketahui sejauh mana perkembangan KPPR

- Melengkapi kepustakaan KPPR dengan jalan mencari donator/relasi yang dapat menyumbangkan buku-buku
- Pembentukan KPPR baru di KAB-KAB yang belum memiliki KPPR/di KAB yang dirasa perlu dikembangkan lagi.

Pembinaan agen dan luper:

- Secara rutin, setiap tahun PR memberikan beasiswa bagi Putra – putri agen, loper, dan pengecer.
- Memberikan hadiah ONH untuk agen berprestasi.
- Setiap tahun diadakan acara yang bersifat rekreatif atau mudik lebaran bersama.

BP-2 (Badan penelitian dan pengembangan) :

Dalam rangka wawasan dan pengetahuan, menyelenggarakan seminar/semikola, *study banding, in house training* dan berbagai kegiatan pendidikan lainnya.

Bidang Promosi / Pemasaran :

Kegiatan promosi bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa dengan cara persuasif sedangkan kegiatan humas berfungsi mendekatkan konsumen/public sasarannya kepada perusahaan dengan cara mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat dengan menciptakan citra positif dalam masyarakat. Karena humas harus melibatkan dalam berbagai kegiatan promosi, seperti:

- Pameran merupakan salah satu media efektif untuk promosi eksistensi

- Sponsorship : berpartisipasi dalam program/kegiatan sosial yang akan memberikan nilai tambah, hal berkaitan dengan komitmen bahwa PR bukan hanya sebagai institusi bisnis saja tapi juga institusi sosial. Namun kita harus lebih seefektif memilih proposal/program yang ditawarkan.
- Pembuatan *Profile Company*
- Pembuatan leaflet/brosur
- Pembuatan cendera mata yang inovatif dan mewakili citra perusahaan. Kita dapat melihat bahwa dewasa ini masyarakat mempunyai kecenderungan mengoleksi benda-benda dari perusahaan besar tertentu, misalnya: Coca-cola, Mc Donald's, RCTI, dan lain-lain.
- Mengadakan kegiatan bakti sosial: sumbangan korban bencana alam, pembagian sembako, pengobatan gratis untuk masyarakat tidak mampu.

Bagian personalia

Hambatan-hambatan komunikasi yang terjadi di lingkungan kerja perusahaan, secara langsung atau tidak langsung akan berakibat buruk pada perusahaan. Untuk itu perlu dibuat program-program yang cukup efektif untuk membentuk dan membina hubungan harmonis antara unsur pimpinan dengan karyawan/hubungan antar karyawan itu sendiri.

Humas:

Ruang lingkup aktivitas PR/Humas meliputi:

1. Membina hubungan kedalam (internal public)

Public internal yang dimaksudkan adalah public yang merupakan bagian dari satu unit, badan, perusahaan.

2. Mampu mengidentifikasikan hal-hal yang menimbulkan gambaran positif maupun negatif didalam masyarakat, sebagai kebijaksanaan yang dijalankan oleh suatu perusahaan maupun organisasi.
3. Membina eksternal yang dimaksud adalah public umum (Masyarakat) yang mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran tentang suatu yang baik terhadap public yang diawalinya.
4. Meningkatkan koordinasi/kerjasama dengan relasi
    a. Bekerjasama dengan organisasi-organisasi kehumasan, misalnya: Bako humas, perhumasan (Perhimpinan Hubungan Masyarakat) Bandung, PHRI (Pehimpunan Hotel dan Restoran). Hubungan dengan para praktisi Humas tersebut sangat menguntungkan bagi peningkatan tiras dan iklan karena mereka merupakan pengambil keputusan dalam hal menentukan media promosi
    b. Bekerjasama dengan organisasi-organisasi sosial kemasyarakatan, misalnya: Daarut Tauhid, DSUQ, Selasar, dan lain-lain.
    c. Bekerjasama dengan media cetak dan elektronik, misalnya : TVRI, RCTI, Kompas dan lain-lain.
5. Menerbitkan Jurnal Intern “Mediator“

    Dari serangkaian program kerja humas PT. PR selalu mengadakan kegiatan-kegiatan dalam rangka mencapai hubungan yang harmonis

dalam kesehariannya, baik antar internal perusahaan, maupun ekternal perusahaan.

Menurut analisa penulis humas PT. PRB sudah dapat melakukan apa yang menjadi kegiatan PR sehari-hari yang harus dilakukan untuk mencapai suatu perubahan yang bersifat tetap/memajukan nilai-nilai positif bagi PT. PR sendiri, dan dapat menciptakan citra yang baik dalam hubungan masyarakat dan karyawan perusahaan.

Radio Mustika- FM

Sebagai salah satu bidang usaha dibawah naungan PR, selain ini bekerjasama dengan Radio Mustika FM belum digarap secara maksimal, padahal sebagai media elektronik yang mempunyai jangkauna cukup las,radio dapat digunakan sebagai media yang dapat mendukung publisitas kegiatan PR.

Tugas-tugasnya:

1. Komisaris: Memonitor Direktur Utama.
2. Direktur utama: Menjalankan perusahaan, melakukan kebijakan perusahaan hasil Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)
3. Direktur Keuangan dan SDM Bertanggung jawab kepada terpeliharanya anggaran dan cadangan keuangan perusahaan
4. Direktur Pemasaran Bertanggung jawab kepada kebijakan pemasaran yang dilakukan oleh bagian Iklan, Sirkulasi, dan Marcomm,
5. Sekretaris: Mencatat, membukukan kegiatan keadministrasian karyawan.

6. Sekretaris Perusahaan Mencatat agenda perusahaan
7. Keuangan: Melaporkan catatan keuangan kepada Direktur Keuangan
8. Akuntansi: Mencatat data keuangan perusahaan perperiodik
9. SDM: Mengurus masalah kekaryawanan, pengembangan karier karyawan, kesejeahteraan karyawan, menjalankan kebijakan perusahaan yang berhubungan dengan karyawan. Tunjangan Hari Raya, Cuti dan sebagainya.
10. Produksi : Mengamankan proses cetak, menyediakan bahan baku cetak, mendistribusikan koran ke bagian Sirkulasi
11. Perencanaan dan pengembangan: Mengamati situasi persaingan, menetapkan kenaikan harga koran, menetapkan kebijakan startegi perusahaan.
12. Teknologi Informatika: Support komputeriasi di lingkungan PT PRB, mengamakan/membuat *back-up* data perusahaan, secara periodik melakukan up-grade program/software di perusahaan.
13. Hukum: Mencatatkan asset perusahaan di kantor notariat, memelihara dan menginventarisasi asset perusahaan.

3.4 Analisis Sistem yang Berjalan

Analisis sistem merupakan suatu tahapan yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai sistem yang sedang berjalan. Dalam penganalisaan sistem ini akan dibahas mengenai prosedur pemasangan iklan tunai yang sedang berjalan di PT. PIKIRAN RAKYAT, flow map pemasangan iklan tunai akan memudahkan dalam memahami sistem saat

ini. Proses pemasangan iklan tunai berupa suatu dokumen yang berbentuk OTI. OTI ini akan diberikan kepada bagian-bagian yang masuk dalam prosedur pemasangan iklan tunai sesuai dengan fungsinya masing-masing.

BAB IV

ANALISIS KERJA PRAKTEK

4.1. Analisis Sistem

Analisis sistem dapat didefinisikan sebagai penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke bagian komponen-komponennya dengan maksud untuk mengidentifikasikan dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan dan hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan-perbaikan.

4.1.1. Analisis Dokumen

Tabel 4.1

Tabel Dokumen

No.	Nama Dokumen	Uraian
1.	Materi Iklan Tunai	- Materi Iklan yang harus diisi oleh pemasang iklan sebagai tahap awal pemesanan iklan. - Fungsi sebagai syarat dalam pengajuan pemasangan iklan . - Sumber: Pemasang iklan.
2.	OTI	- OTI adalah suatu dokumen yang digunakan untuk mencatat materi iklan yang akan dipesan.

		- Fungsi untuk memudahkan ADM IKLAN dalam proses pemasangan iklan. - Sumber: PT. PIKIRAN RAKYAT - Atribut: No_pemasang, nama_pemasang, alamat_pemasang, kota_pemasang, NPWP, No_OTI, tgl_pesan, jenis_iklan, halaman, nama_jenis, jenis_warna, tgl_muat, kolom, mm, baris, harga.
3.	Bukti Iklan	- Bukti iklan adalah dokumen hasil pencetakan iklan yang berupa koran. - Sumber: PT. PIKRAN RAKYAT.

4.1.2. Analisis Prosedur yang sedang Berjalan

SKENARIO PEMASANGAN IKLAN TUNAI:

1. PEMASANG IKLAN TUNAI memasukkan materi iklan kepada F.O.

   F.O. melakukan negosiasi discount.

   Jika discount tidak > 25%, materi iklan tunai diserahkan ke ADM. IKLAN. ADM. IKLAN akan mencetak OTI menjadi Form Discount kemudian diarsipkan. Jika discount > 25%, F.O akan melaporkan materi iklan tunai disc > 25% via telp ke PENANGGUNG JAWAB IKLAN/ASISTEN untuk dilakukan negosiasi.

Jika discount tidak > 40%, materi iklan tunai diserahkan ke ADM. IKLAN. ADM. IKLAN akan mencetak OTI menjadi Form Discount kemudian diarsipkan.

Jika discount > 40%, PENANGGUNG JAWAB IKLAN/ASISTEN akan membuat Form Discount.

PENANGGUNG JAWAB IKLAN/ASISTEN menyerahkan Form Discount dan materi iklan tunai dics >40% via telp ke PEMIMPIN PERUSAHAAN.

PEMIMIN PERUSAHAAN akan melakukan persetujuan.

Jika tidak di acc, materi iklan tunai disc tolak diserahkan ke PENANGGUNG JAWAB IKLAN/ASISTEN. PENANGGUNG JAWAB IKLAN/ASISTEN menyerahkan Form Discount dan materi iklan tunai disc tolak ke F.O. F.O akan melakukan pembatalan order dan membuat konfirmasi order batal kemudian diserahkan ke PEMASANG IKLAN TUNAI.

Jika di acc, Form Discount dan materi iklan tunai disc acc ke PENANGGUNG JAWAB IKLAN/ASISTEN.

2. PENANGGUNG JAWAB IKLAN/ASISTEN menyerahkan Form Discount dan materi iklan tunai disc acc ke ADM. IKLAN.

   ADM. IKLAN akan mencetak OTI menjadi OTI Tunai rangkap tiga.

3. ADM. IKLAN menyerahkan 2 lembar OTI Tunai ke PEMASANG IKLAN TUNAI.

PEMASANG IKLAN TUNAI mengarsipkan 1 lembar OTI Tunai dan lembar ke-2 untuk prosedur penerimaan pembayaran iklan.

4. ADM. IKLAN membuat bukti iklan berdasarkan Lap. Pemuatan Iklan menjadi bukti iklan rangkap 2, 1 lembar untuk diarsipkan dan lembar ke-2 untuk prosedur sirkulasi.

   ADM. IKLAN membuat Booking Space dan Dummy berdasarkan Lap. Pemuatan Iklan.

   ADM. IKLAN menyerahkan OTI Tunai, Booking, Dummy dan materi iklan ke DESAIN IKLAN.
5. DESAIN IKLAN menyerahkan OTI Tunai ke ADM. IKLAN.
6. ADM. IKLAN menyerahkan OTI Tunai ke AKUNTANSI.
7. ADM. IKLAN memasukkan data OTI ke database.

   ADM. IKLAN menyerahkan data OTI melalui modem ke PRODTEK.

   ADM. IKLAN mencetak Lap. Harian Iklan berdasarkan database menjadi Lap. Pemuatan Iklan kemudian diarsipkan.
8. ADM. IKLAN mencetak Lap. Harian Iklan berdasarkan OTI Tunai menjadi Daf. Rek. Pemuatan Iklan kemudian diserahkan ke PENANGGUNG JAWAB IKLAN/ASISTEN.
9. PENANGGUNG JAWAB IKLAN/ASISTEN menyetujui Daf. Rek. Pemuatan Iklan.

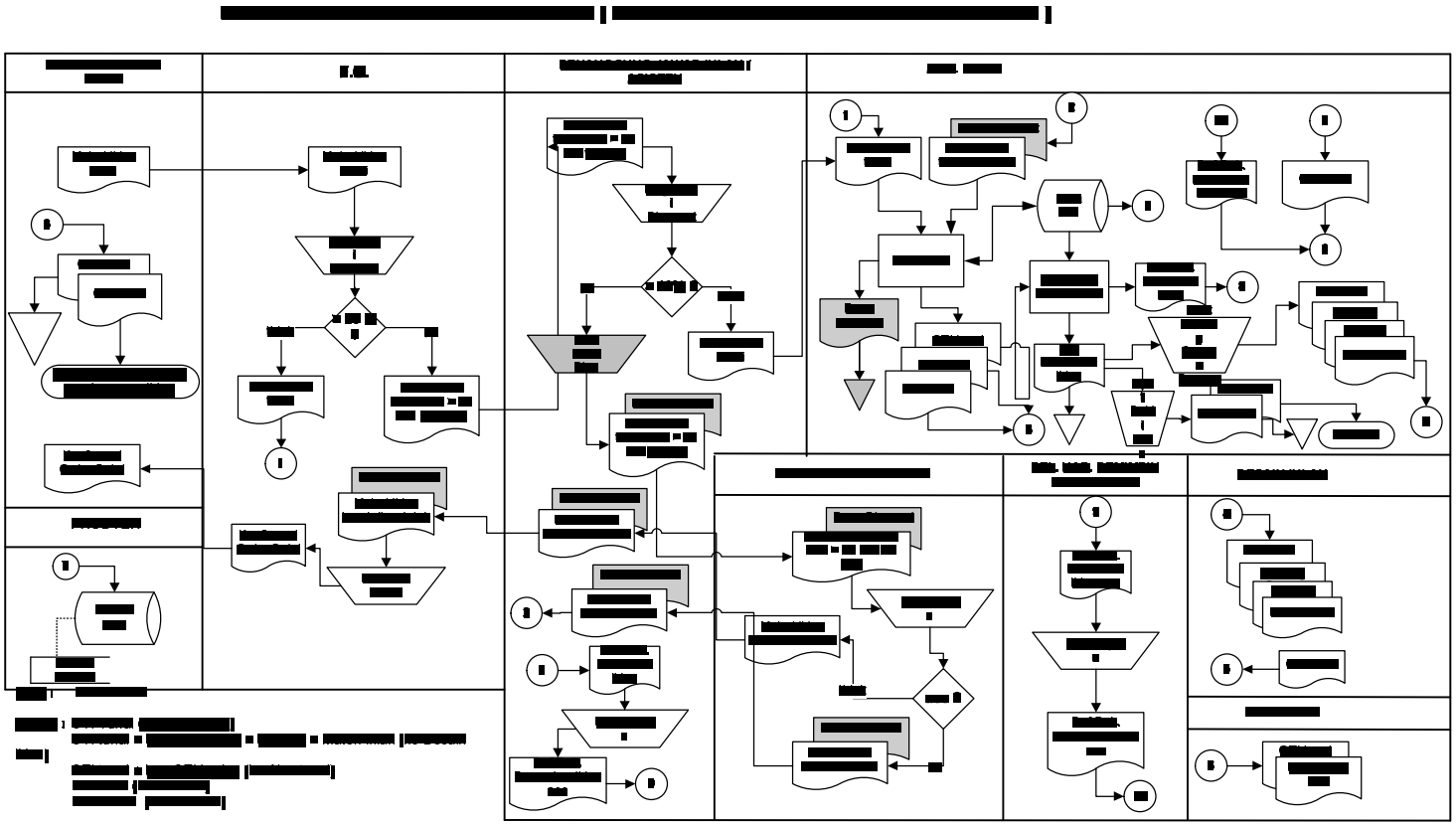
   PENANGGUNG JAWAB IKLAN/ASISTEN menyerahkan Daf. Rek. Pemuatan Iklan yang sudah di acc ke PEL. HAR. PEMIMPIN PERUSAHAAN.

10. PEL. HAR. PEMIMPIN PERUSAHAAN menyetujui Daf. Rek. Pemuatan Iklan acc.

    PEL. HAR. PEMIMPIN PERUSAHAAN menyerahkan Daf. Rek. Pemuatan Iklan acc ke ADM. IKLAN.

    ADM. IKLAN menyerahkan Daf. Rek. Pemuatan Iklan acc ke AKUNTANSI.

4.1.2.1. Flow Map



Gambar 4.1 Flowmap Pemasangan Iklan Tunai

4.1.3. Evaluasi Sistem yang Berjalan

Berdasarkan analisis pada sistem pemasangan iklan tunai yang sedang berjalan di PT. PIKIRAN RAKYAT maka penulis akan mengevaluasi permasalahan didalam sistem yaitu:

1. Proses negosiasi discount yang asalnya dua kali proses yaitu negosiasi discount 25% dan negosiasi discount 40%, kami rubah menjadi satu kali proses yaitu hanya proses negosiasi discount 40%. Hal ini dilakukan untuk memperingkas proses negosiasi discount agar tidak rumit.
2. Penyerahan OTI Tunai ke AKUNTANSI yang asalnya dari ADM. IKLAN ke DESAIN IKLAN, kemudian DESAIN IKLAN menyerahkan kembali ke ADM. IKLAN dan akhirnya ADM. IKLAN menyerahkan ke AKUNTANSI. Kami rubah menjadi dari DESAIN. IKLAN langsung menyerahkan ke AKUNTANSI tanpa melalui ADM. IKLAN.
3. Sebelum masuk ke proses pembuatan booking space dan dummy, kami menambahkan satu proses yaitu proses pengecekan OTI Tunai. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah pemasang iklan tunai sudah melunasi pembayaran atau belum. Jika sudah lunas, proses selanjutnya bisa dilakukan. Jika belum lunas, PEMASANG IKLAN TUNAI harus menyelesaikan prosedur penerimaan pembayaran iklan terlebih dahulu.

4.2. Usulan Perancangan Sistem

Perancangan sistem adalah tahap untuk memperbaiki. Tahap ini sangat penting dalam menentukan bak atau tidaknya hasil perancangan sistem yang diperoleh sehingga menghasilkan sistem yang lebih baik.

4.2.1. Tujuan Perancangan Sistem

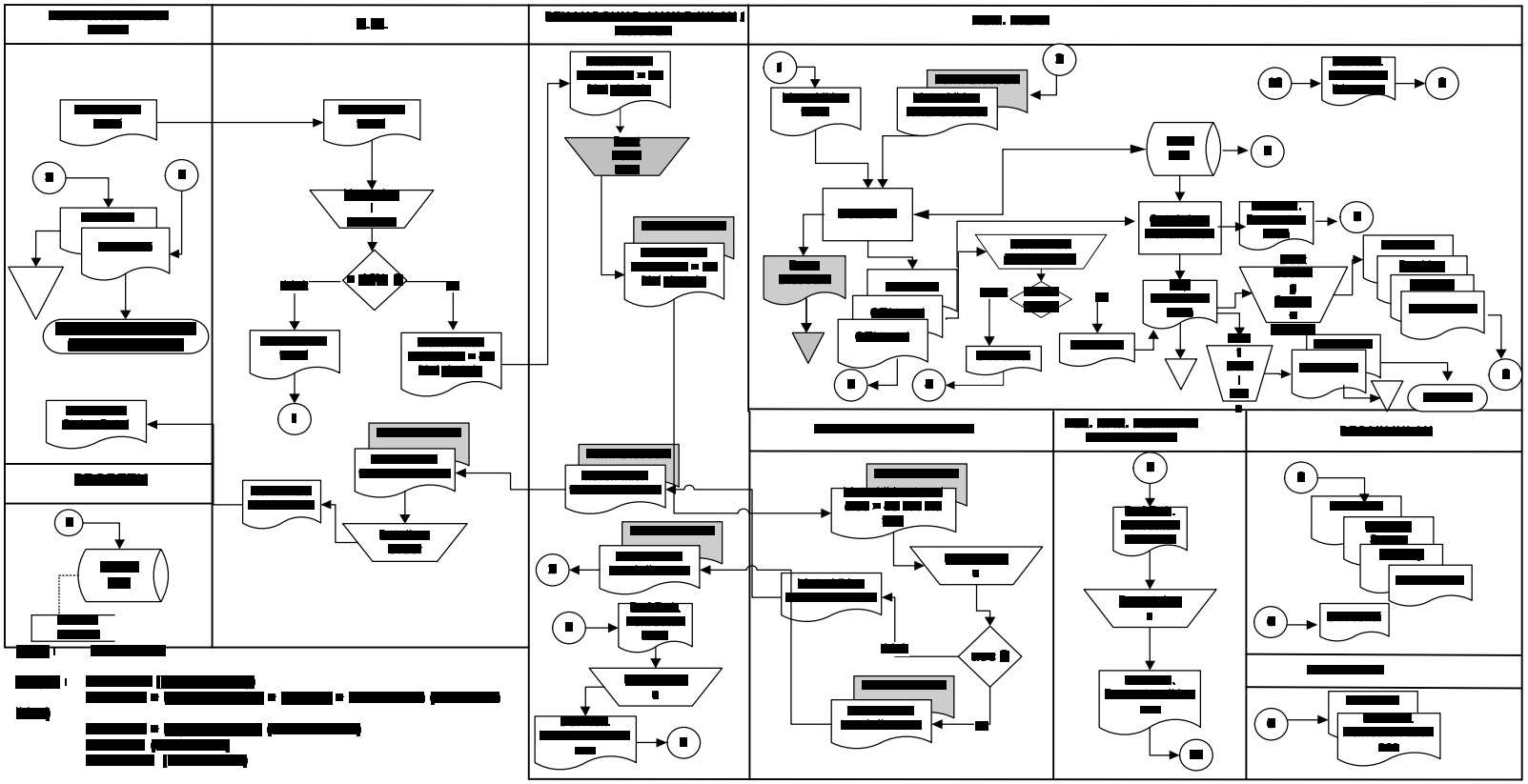
1. Memperbaiki sistem pemasangan iklan.
2. Mempermudah proses pembyaran iklan tunai.

4.2.2. Perancangan Prosedur yang Diusulkan

4.2.2.1. Flow Map

Flow Map atau yang disebut dengan bagan alir dokumen, menggambarkan prosedur dari suatu sitem yang berfungsi untuk menunjukkan arus dokumen yang digunakan dalam sistem.

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan sebelumnya maka flow map yang diusulkan adalah

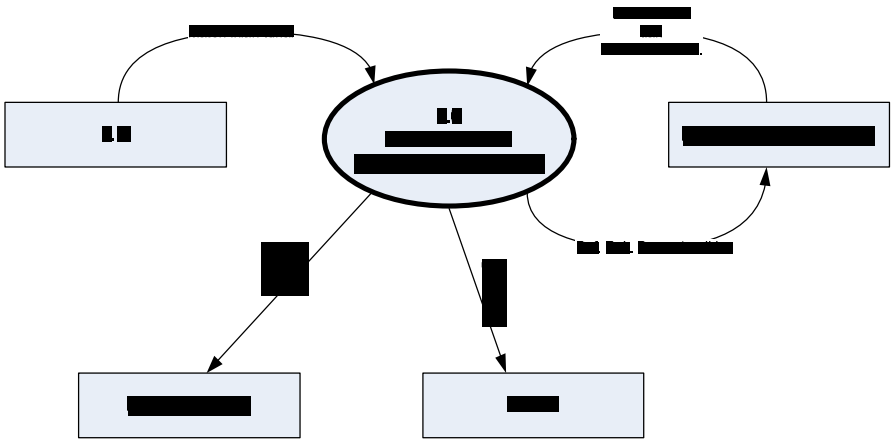


Gambar 4.2 Flowmap yang Diusulkan

4.2.2.2. Diagram Konteks

Diagram konteks merupakan gambaran global dari sistem informasi yang berupa aliran-aliran data baik ke dalam maupun keluar sistem. Kami mengambil versi diagram konteks merupakan bagian dari DFD, sehingga dikatakan sebagai level 0. Dalam diagram konteks di bawah ini kami menggambarkan Sistem Informasi Pemasangan Iklan Tunai.

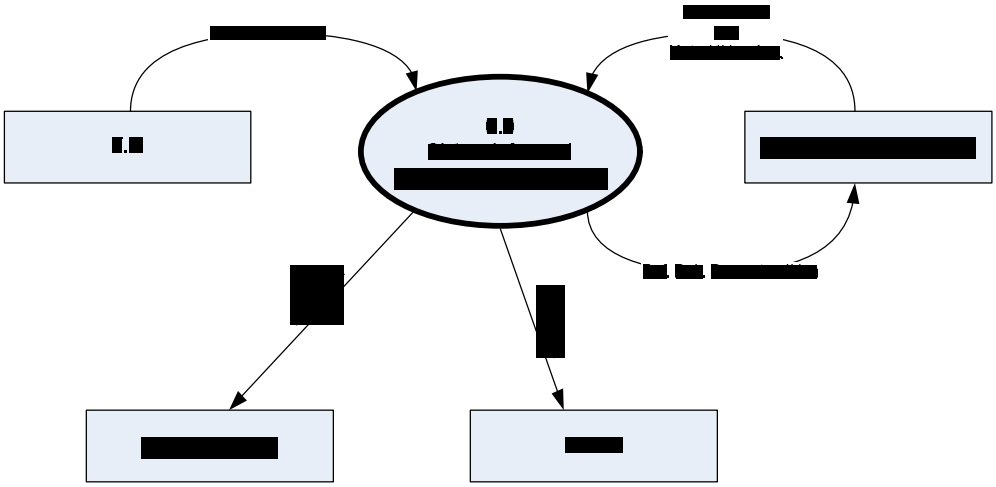
Berdasarkan analisa yang telah dilakukan sebelumnya maka diagram konteks yang diusulkan dapat dilihat pada gambar



Gambar 4.3
Diagram Konteks yang Diusulkan

4.2.2.3. Data Flow Diagram

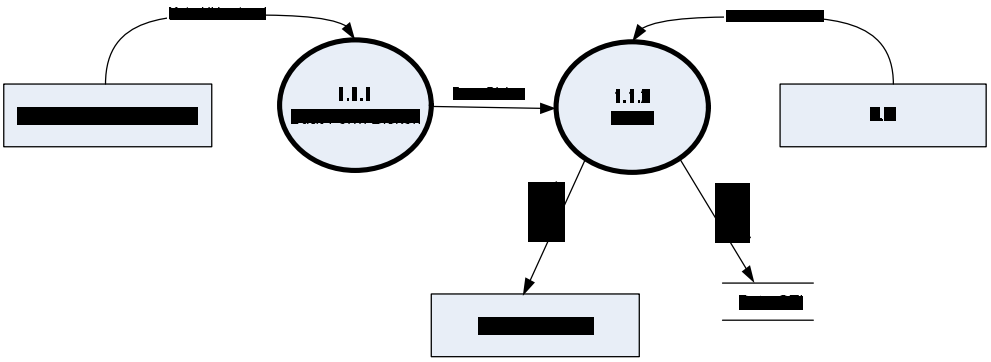
DFD Tingkat 1



Gambar 4.4
DFD Tingkat 1 yang Diusulkan

DFD Tingkat 2 untuk Proses Cetak OTI

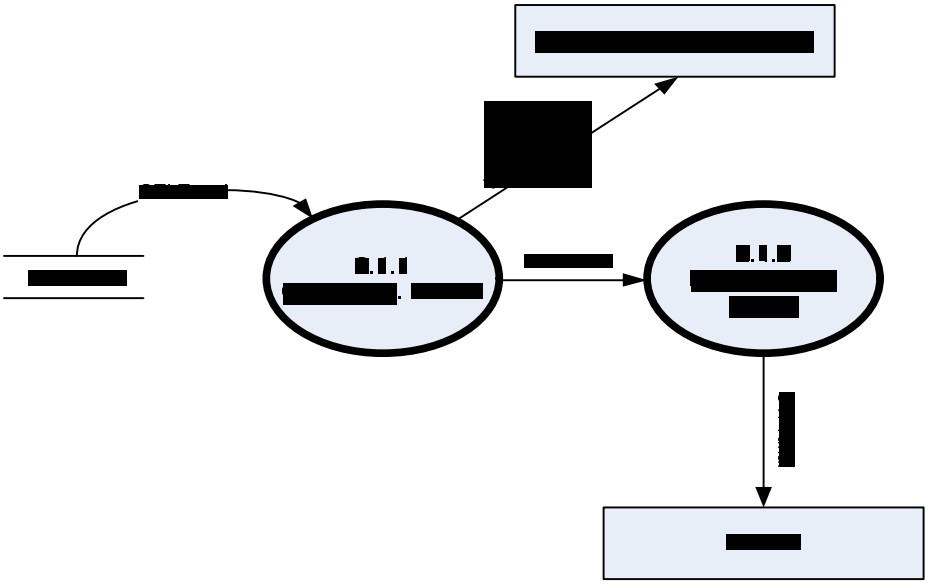
Penanggung Jawab Iklan menyerahkan materi iklan tunai untuk membuat form discount. Setelah proses pembuatan form discount selesai maka akan dilanjutkan ke proses pencetakan OTI menjadi OTI Tunai rangkap 3 yaitu untuk diserahkan ke pemasang iklan, diarsipkan dan untuk proses pencetakan Lap. Harian Iklan.



Gambar 4.5
DFD Cetak OTI yang Diusulkan

DFD Tingkat 2 untuk Proses Cetak Lap. Harian Iklan

Dalam proses pencetakan Lap. Harian Iklan akan dibuat Daf. Rek. Pemuatan Iklan yang akan deserahkan ke Pemimpin untuk disetujui. OTI Tunai yang telah diterima akan digunakan untuk konfirmasi pembuatan booking space dan dummy. Setelah itu OTI Tunai diserahkan ke bagian Desain untuk diarsipkan.



Gambar 4.6
DFD Cetak Lap. Harian Iklan yang Diusulkan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan isi Laporan Kerja Praktek ini, maka penulis dapat mengambil kesimpulan dari apa yang telah dijelaskan dari bab sebelumnya.

Kesimpulan ini diambil dari permasalahan yang sedang berjalan. Secara umum penulis dapat menyimpulkan bahwa Sistem Informasi Pemasangan Iklan Tunai pada PT. PIKIRAN RAKYAT merupakan salah satu alternatif efektif untuk meningkatkan pelayanan pemasangan iklan dan mempermudah dalam proses pengolahan materi iklan.

5.2. Saran

Setelah penulis melakukan Kerja Praktek dan menganalisa Sistem Informasi pemasangan iklan tunai sampai penulisan Laporan Kerja Praktek ini, penulis mencoba memberikan saran-saran yang berkaitan dengan apa yang telah penulis uraikan. Saran-saran tersebut adalah :

1. Back-up data dilakukan seara berkala untuk menjaga keamanan data.
2. Dengan sistem baru ini diharapkan dapat dijadikan bahan analisa untuk pengembangan sistem yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

1. Hartono, Jogianto, MBA, Ph.D. 1999. *Pengenalan Komputer*, Andi Yogyakarta, Yogyakarta.
2. SP Hariningsih. 2005. *Teknologi Informasi*, Graha Ilmu, Semarang.
3. Al-Bahra bin Ladjamudin. 2005. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*, Graha Ilmu, Tangerang.
4. Arsip PT. PIKIRAN RAKYAT.
5. http://www.google.com