BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktivitas Praktek kerja Lapangan

Penulis mulai melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan pada tanggal 19 Juli sampai dengan 27 Akgustus 2010. Kegiatan praktek kerja lapangan ini dilaksanakan di PT Kereta Api (Persero) pada divisi Humas Daerah operasi 2 Bandung. Berikut penjelasan aktivitas praktek kerja lapangan yang telah dilaksanakan oleh penulis selama 30 hari, yang terangkum menjadi 6 kegiatan, diantaranya adalah :

2.1.1 Kegiatan I (19 Juli-23 Juli 2010)

- Perkenalan dan adaptasi dengan lingkungan perusahaan.
- Mendokumentasikan data dan berita yang terkait dengan perusahaan dari berbagai media cetak (Kliping).
- Menganalisis data dan berita (hasil kliping) yang terkait dengan perusahaan.
- Mendistribusikan hasil kliping pada setiap divisi daerah operasi 2 Bandung.
- Partisipasi dalam dokumentasi kegiatan penyambutan Dinas Perhubungan.

2.1.2 Kegiatan II (26 Juli-30 Juli 2010)

- Mendokumentasikan data dan berita yang terkait dengan perusahaan dari berbagai media cetak (Kliping).

- Menganalisis data dan berita (hasil kliping) yang terkait dengan perusahaan.
- Mendistribusikan hasil kliping pada setiap divisi daerah operasi 2 Bandung.
- Partisipasi dalam mendokumentasikan kegiatan rutin daerah operasi 2 Bandung " Senam Jum'at Pagi (SJP)".

2.1.3 Kegiatan III (02 Agustus-06 Agustus 2010)

- Mendokumentasikan data dan berita yang terkait dengan perusahaan dari berbagai media cetak (Kliping).
- Menganalisis data dan berita (hasil kliping) yang terkait dengan perusahaan.
- Mendistribusikan hasil kliping pada setiap divisi daerah operasi 2 Bandung.
- Mencari infomasi mengenai harga tiket kereta api daerah operasi 2 Bandung di *customers service*.
- Mendokumentasikan staff kerja daerah operasi 2 Bandung pada setiap divisi.
- Analisis berita ekslusif Tv-one mengenai tiket online
- Pembelajaran House Jurnal PT Kereta Api(Persero)

2.1.4 Kegiatan IV (09 Agustus-13 Agustus 2010)

- Mendokumentasikan data dan berita yang terkait dengan perusahaan dari berbagai media cetak (Kliping).
- Menganalisis data dan berita (hasil kliping) yang terkait dengan perusahaan.
- Mendistribusikan hasil kliping pada setiap divisi daerah operasi 2 Bandung.
- Membuat poster layanan masyarakat mengenai keselamatan di kereta api.

2.1.5 Kegiatan V (16 Agustus-20Agustus 2010)

- Mendokumentasikan data dan berita yang terkait dengan perusahaan dari berbagai media cetak (Kliping).
- Menganalisis data dan berita (hasil kliping) yang terkait dengan perusahaan.
- Mendistribusikan hasil kliping pada setiap divisi daerah operasi 2 Bandung.
- Mendokumentasikan upacara bendera kemerdekaan Republik Indonesia.

2.1.6 Kegiatan VI (23 Agustus-27 Agustus 2010)

- Mendokumentasikan data dan berita yang terkait dengan perusahaan dari berbagai media cetak (Kliping).

- Menganalisis data dan berita (hasil kliping) yang terkait dengan perusahaan.
- Mendistribusikan hasil kliping pada setiap divisi daerah operasi 2 Bandung.
- Perpisahaan hari terakhir Praktek kerja lapangan.

Tabel 2.1

Daftar aktivitas PKL

No	Hari/Tgl	Jam Datang	Aktivitas	Jam Pulang
1	Senin,19 Juli 2010	07.00 WIB	a.Perkenalan b. Kliping	16.00 WIB
2	Selasa,20 Juli 2010	07.00 WIB	a. Kliping b. distribusi kliping	16.00 WIB
3	Rabu,21 Juli 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. Distribusi kliping	16.00 WIB
4	Kamis,22 Juli 2010	07.30 WIB	a. Kliping b.Dokumentasi kegiatan DISHUB	16.00 WIB
5	Jumat,23 Juli 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. Distribusi kliping c. Senam pagi	16.00 WIB

6	Senin,26 juli 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. Analisis berita	16.00 WIB
7	Selasa,27 juli 2010	07.30 WIB	a. Analisis berita b.Distribusi kliping	16.00 WIB
8	Rabu,28 juli 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. Distribusi kliping	16.00 WIB
9	Kamis,29juli 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. Distribusi kliping	16.00 WIB
10	Jum'at,30 juli 2010	07.30 WIB	a. Senam pagi b.Kliping c. Distribusi kliping	16.00 WIB
11	Senin,02 agustus 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. Analisis berita	16.00 WIB
12	Selasa,03 agustus 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. Cek informasi harga tiket	16.00 WIB
13	Rabu,04 agustus 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. Analisis berita TV	16.00 WIB
14	Kamis,05 agustus 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. House Jurnal	16.00 WIB
15	Jum'at,06 agustus	07.30	a. Senam pagi	16.00

	2010	WIB	b. Dokumentasi pemenang *doorprize* senam	WIB
16	Senin,09 agustus 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. Distribusi Kliping c. Pembuatan poster	16.00 WIB
17	Selasa,10 agustus 2010	07.30 WIB	a. Kliping b. Distribusi kliping c. Analisis berita kliping	16.00 WIB
18	Rabu,11 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Distribusi kliping	15.00 WIB
19	Kamis,12 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Distribusi kliping c. Analisis berita kliping	15.00 WIB
20	Jum'at,12 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Analisis kliping c. Distribusi kliping	15.00 WIB
21	Senin,16 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Analisis Kliping	15.00 WIB

			c. Distribusi kliping	
22	Selasa,17 agustus 2010	08.00 WIB	Upacara kemerdekaan	10.00 WIB
23	Rabu,18 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Analisis kliping c. Distribusi kliping	15.00 WIB
24	Kamis,19 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Analisis Kliping c. Distribusi kliping	15.00 WIB
25	Jum’at,20 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Analisis Kliping c. Distribusi kliping	15.00 WIB
26	Senin,23 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Analisis Kliping	15.00 WIB
27	Selasa,24 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Analisis Kliping c. Distribusi kliping	15.00 WIB
28	Rabu,25 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Analisis Kliping	15.00 WIB
29	Kamis,26 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Analisis Kliping	15.00 WIB

30	Jum'at,27 agustus 2010	08.00 WIB	a. Kliping b. Salam perpisahan	15.00 WIB

2.2 Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Praktek kerja lapangan dilaksanakan Penulis selama 30 Hari. Kegiatan yang dilaksanakan Penulis umumnya sedikit monoton setiap harinya, maka itu penulis akan menganalisis kegiatan PKL berdasarkan poin kegiatan bukan berdasarkan waktu kegiatan. Poin kegiatan tersebut akan terbagi menjadi 13 poin kegitan, berikut ini adalah analisis kegiatan praktek kerja lapangan :

2.2.1 Perkenalan & Adaptasi

Senin, 19 Juli 2010, adalah hari pertama dimulainya kegiatan praktek kerja lapangan di PT Kereta Api (Persero) divisi Humas Daop 2 Bandung. Layaknya hari pertama, Penulis berkenalan dan beradaptasi dengan lingkungan baru yang pertama kali Penulis alami. Penulis bertemu dengan kepala Humas Daop 2 Bandung, yaitu Bapak Bambang S.Prayitno, untuk mendapatkan pengarahan kegiatan Praktek Kerja Lapangan. Selain itu Penulis juga bertemu dengan Bapak Rusen Permana, yaitu sebagai pembimbing Praktek Kerja Lapangan. Pembimbing Praktek Kerja Lapangan ini nantinya akan mengarahkan mengenai tugas yang harus dilaksanakan Penulis selama Praktek Kerja Lapangan dan sebagai pembelajaran praktek kerja Humas Daop 2 Bandung.

Tidak terlalu sulit Penulis beradaptasi dengan lingkungan baru, karena peserta Praktek Kerja Lapangan lain adalah mahasiswa UNIKOM yang juga melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Daop 2 Bandung. Suasana di hari pertama dapat dilewati dengan santai tetapi serius tanpa adanya kerenggangan antara peserta Praktek Kerja Lapangan dengan staf Humas Daop 2 Bandung.

2.2.2 Kegiatan Kliping Media Cetak

Selain beradaptasi di hari pertama, Penulis juga sudah mulai melaksanakan tugas pertama Praktek kerja, yang nantinya akan menjadi tugas rutin setiap pagi selama kegiatan Praktek kerja berlangsung. Penulis mendokumentasikan atau mengumpulkan berita-berita terkait dengan PT Kereta Api (Persero) di media cetak nasional maupun lokal, kegiatan ini umumnya lebih dikenal dengan istilah kliping. Media cetak tersebut diantaranya adalah Kompas, Bisnis Indonesia, Media Indonesia, Tribun Jabar, Pikiran Rakyat, Gala Media, SINDO, Tempo, dan Pos Kota.

Kliping merupakan kegiatan Humas, yakni *media relations.* Kegiatan Humas adalah kegiatan yang ditujukan untuk publiknya agar terciptanya hubungan yang baik dan citra yang positif. Untuk meraih dukungan publik tersebut, dalam kegiatannya Humas perlu bekerja keras dengan mencari dan memberikan informasi kepada masyarakat, agar perusahaan dapat tumbuh karena kepercayaan dan dukungan publiknya. Salah satu kegiatan Humas dalam memberikan informasi kepada masyarakat untuk memperoleh dukungan dan kepercayaan publik adalah kegiatan hubungan pers(*media relations*).

Hubungan dengan media dan pers merupakan sebagai alat, pendukung atau media kerja sama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja atau untuk kelancaran aktivitas komunikasi humas dengan pihak publik. Dengan hubungan baik dengan media dan pers perusahaan bisa mengontrol, mencegah, dan meminimalisir pemberitaan-pemberitaan negatif atau salah tentang perusahaan di media massa (Soleh,2005:121).

2.2.3 Distribusi Kliping Media Cetak

Distribusi kliping dilakukan setelah Penulis menyelesaikan tugas meng-kliping dari berbagai media cetak. Distribusi kliping ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada seluruh karyawan dari semua divisi yang ada di Daop 2 Bandung.

Setelah kliping selesai dikerjakan dengan baik, kliping tersebut diserahkan kepada Bapak Rusen untuk di analisis berita, kemudian diserahkan juga kepada Bapak Bambang untuk memeriksa berita, atau pun informasi yang masuk ke media cetak hari ini. Setelah itu, Penulis mendistribusikan atau menyebarkan hasil final dari kliping tersebut ke setiap divisi Daop 2 Bandung setiap harinya.

Hal ini juga merupakan kegiatan Humas, yaitu hubungan dengan internal perusahaan *(internal relations).* Kegiatan Internal *Public Relations* merupakan kegiatan yang ditujukan untuk publik internal organisasi/perusahaan. Publik internal adalah keseluruhan *element* yang berpengaruh secara langsung dalam keberhasilan perusahaan, seperti karyawan, manajer, *supervisor*, pemegang saham, dewan direksi perusahaan dan sebagainya.(Abdurrahman,2001:195).

Melalui kegiatan Internal Humas diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi/perusahaan. Dengan hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan tercipta iklim kerja yang baik. Dengan begitu kegiatan operasional perusahaan akan berjalan dengan lancar.

2.2.4 Dokumentasi Kunjungan Kerja Dinas Perhubungan

Pada minggu pertama Praktek Kerja Lapangan, Penulis diberi kesempatan untuk mendokumentasi atau meliput kegiatan kunjungan kerja Dinas Perhubungan Jakarta. Kunjungan kerja ini rutin dilaksanakan setiap 3 bulan sekali, yang bertujuan untuk mengontrol kinerja Daop 2 Bandung, dan situasi Stasiun Kota Bandung.

Dinas Perhubungan yang ditemani Kepala Daop 2 Bandung, mengunjungi Stasiun Kota Bandung dan sekitarnya, bertujuan untuk melihat, mengontrol dan menciptakan iklim kerja yang kondusif.

Kunjungan kerja Dinas Perhubungan dapat menciptakan hubungan baik antara PT Kereta Api (Persero) terutama Daop 2 Bandung dengan Pihak Pemerintah atau *Government Relations*. Hubungan yang baik dengan pemerintah bisa memudahkan perusahaan dalam menyesuaikan kebijakan yang akan diambil dengan kebijakan-kebijakan pemerintah, sehingga kebijakan tersebut terwujud sesuai dengan aturan pemerintah dan tidak melanggar hukum (Abdurrahman,2001:220).

2.2.5 Analisis Berita Kliping Media Cetak

Terkait dengan kegiatan kliping media cetak, analisis berita juga dilaksanakan Penulis pada minggu kedua. Analisis berita kliping media cetak, yaitu

mengklasifikasikan atau mengelompokkan jenis berita dan nilai berita. Analisis berita kliping ini bertujuan untuk mengetahui apakah berita yang terkait dengan perusahaan setiap harinya mengandung nilai positif, netral dan negatif.

Nilai Positif ini artinya berita tersebut baik untuk perusahaan dan dikonsumsi oleh masyarakat. Berita media cetak positif menyampaikan informasi atau berita yang sesuai dengan perusahaan artinya tidak menyudutkan perusahaan dan dapat menciptakan citra positif perusahaan. Contoh berita nilai positif misalnya seperti berita mengenai informasi pelayanan kereta api dan jadwal kereta api terbaru. Nilai berita negatif artinya berita yang disampaikan media massa terlalu mempropagandakan perusahaan, tidak berdasarkan fakta nyata. Misalnya, berita tentang kecelakaan kereta api yang berhubungan dengan fasilitas penjaga pintu kereta, umumnya kecelakaan yang sering terjadi atas kesalahan pengendara atau individu masyarakat yang menerobos pintu rel kereta api, disini media cenderung menyalahkan dan menyudutkan pihak perusahaan atas kecelakaan tersebut. Sedangkan nilai berita netral artinya berita yang tidak berdampak baik atau pun buruk pada perusahaan, misalnya berita pemberitahuan tentang tiket mudik yang mulai dijual ke masyarakat pemudik.

Penting sekali sorang *public relations* untuk membina hubungan baik dengan media massa. Perlakuan yang berdasarkan *like* dan *dislike* dalam memberikan keterangan dapat menimbulkan adanya berita atau tulisan yang tidak akurat, bahkan berita yang tidak benar tentang organisasi atau perusahaan tersebut yang dapat membawa kerugian (Abdurrahman,2001:41).

Dalam membina hubungan pers yang baik, Humas harus mengerti seluk beluk media massa itu sendiri. Misalnya bagaimana surat kabar dan majalah itu diterbitkan dan bagaimana pula program-program televisi dan radio diproduksi. Pemeliharaan hubungan baik dengan pers tidak akan membuat kesulitan bagi seorang Humas dalam menyebarkan informasi melalui media massa.

Analisis berita kliping media cetak ini dapat mengontrol berita atau tulisan yang dimuat setiap harinya, agar layak muat sehingga tidak terjadi *distorsi* dalam pemuatannya akan membohongi masyarakat dan berdampak buruk pada citra positif perusahaan.

2.2.6 Kegiatan Rutin Senam Jumat Pagi

PT Kereta Api(Persero) mempunyai agenda rutin setiap Jumat pagi, yakni Olahraga senam bersama. Senam bersama ini diikuti oleh seluruh karyawan Daop 2 Bandung sebelum menjalani rutinitas kerja. Senam Jumat pagi ini untuk lebih menarik, senam pagi diisi dengan acara *doorprize*, berbagai hadiah telah disiapkan setiap minggunya. Penulis dan seluruh peserta lainnya ikut berpartisipasi dalam Senam jumat pagi ini, bahkan Penulis diberi kesempatan untuk mendokumentasi kegiatan tersebut.

Senam berasal dari bahasa Inggris disebut *"Gymnastic"* yang berasal dari kata *"gymnos"* melakukan latihan senam di ruangan khusus yang disebut *"Gymnasium"* atau *"Gymnasion"*. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kekuatan dan keindahan jasmani. Cara melakukannya sambil berpakaian minim, maksudnya mungkin agar dapat leluasa bergerak.(*Internet Online www.Google.com*) Seperti pepatah

mengatakan bahwa “Di dalam fisik yang sehat, terdapat jiwa yang kuat “, hal ini yang dijadikan dasar Daop 2 Bandung untuk melaksanakan olahraga senam bersama.

Selain berolahraga bersama, disini juga dapat membina hubungan yang baik antar karyawan atau *internal public relations*. Melalui kegiatan *Internal Public Relations* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepentingan publik internal dari organisasi/perusahaan. Dengan hubungan yang harmonis antara pihak-pihak yang terkait dalam perusahaan maka akan tercipta iklim kerja yang baik. Dengan begitu kegiatan operasional perusahaan akan berjalan dengan lancar.

Kegiatan senam Jumat pagi merupakan program *employee relations* (hubungan antara karyawan) dari kegiatan internal Humas Daop 2 Bandung , karena dengan diadakan program *employee relations* diharapkan akan menimbulkan hasil yang positif yaitu karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan perusahaan. Sehingga dapat menciptakan rasa memilki *(sense of belonging)*, motivasi, kreativitas dan ingin mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin.

Seorang Humas harus mampu berkomunikasi dengan segala lapisan karyawan baik secara formal maupun informal untuk mengetahui kritik dan saran mereka, sehingga bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan dalam organisasi/perusahaan. Seorang PR harus mampu menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan (Soleh,2005:55).

2.2.7 Ricek Informasi Tiket

Menjelang bulan Ramadhan dan Lebaran, PT Kereta Api (Persero) akan menginformasikan harga tiket terbaru. Harga tiket Kereta Api dipastikan akan naik pada lebaran 2010. Untuk kelas bisnis dan eksekutif, harganya ditetapkan berdasarkan tarif batas atas, sementara itu, untuk tiket kereta kelas ekonomi harganya tetap sama dengan tarif regular atau tarif di hari biasa. Sebab, khusus untuk kelas ini, nilainya ditetapkan langsung oleh pemerintah.

Penulis mendapat tugas untuk mericek harga tiket terbaru di bagian *Customers service*. Harga tiket terbaru ini nantinya akan diinformasikan ke masyarakat melalui media massa.

Humas Daop 2 Bandung menginformasikan harga tiket kereta api lebaran 2010, sebulan lebih awal bertujuan agar masyarakat mengetahui harga tiket terbaru, selain itu juga dapat meningkatkan loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap jasa dan perusahaan itu sendiri. Menginformasikan harga tiket terbaru kepada masyarakat merupakan kegiatan Humas dalam membina hubungan baik dengan pengguna kereta api

Menurut Seitel tujuan membina hubungan baik dengan konsumen antara lain:

- Mempertahankan pelanggan lama
- Menarik pelanggan baru
- Memasarkan/memperkenalkan produk atau jasa baru
- Memudahkan penanganan keluhan pelanggan dan

- Mengurangi biaya (Cutlip,2000:95)

2.2.8 Analisis Berita Tentang Tiket *Online*

Pelayanan tiket *online* adalah salah satu bentuk solusi tepat yang dikeluarkan PT Kereta Api (Persero) untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat. Pelayanan tiket *Online* berfungsi untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam memesan tiket kereta api berdasarkan tujuan keberangkatan masing-masing. Kini, masyarakat atau lebih tepatnya pengguna kereta api tidak perlu datang dan mengantri panjang dalam memesan tiket keberangkatan. Pengguna kereta api cukup hanya menggunakan media *Online* atau internet di ***www.kereta-api.co.id*** atau menghubungi *customers service* untuk reservasi Daop 2 Bandung di **(022) 4203367**.

Pelayanan tiket *online* ini merupakan bentuk mengabdian PT Kereta Api (Persero) terhadap masyarakat yang telah setia menggunakan jasa kereta api yang di luncurkan menjelang lebaran 2010. Peluncuran pelayanan tiket *online* ini, melibatkan media massa untuk menginformasikan kepada masyarakat. Humas PT Kereta Api(Persero) bekerja sama dengan media elektronik Tv-One dan beberapa media cetak, diantaranya adalah Kompas, Bisnis Indonesia, Pikiran Rakyat, dan Galamedia.

Program pelayanan tiket *online* mencerminkan kegiatan eksternal Humas PT Kereta Api dalam hal membina hubungan baik dengan media massa (*media relations*) dan membina hubungan baik dengan konsumen(*customers relations*).

Kegiatan Humas eksternal adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara

citra perusahaan dan saling pengertian antara perusahaan dengan segenap elemen yang berada di luar lingkungan perusahaan. . Dari definisi di atas maka kegiatan humas eksternal diharapkan secara terencana dan berkesinambungan mampu melaksanakan tugasnya dengan baik. dan memiliki peran sebagai alat komunikasi bagi perusahaan di dalam menyukseskan kegiatan dan visi misi perusahaan(Cutlip, 2000:35).

2.2.9 Pembelajaran *House Jurnal* PT Kereta Api (Persero)

KONTAK adalah media informasi perusahaan atau *house journal* PT Kereta Api (Persero) yang diterbitkan seminggu sekali. Kontak menyediakan informasi perusahaan, artikel, tips, sejarah Stasiun Kereta api di Indonesia, cerita karyawan teladan, kegiatan sosial PT Kereta Api (Persero) dan sebagainya. Pada Minggu ketiga, Penulis diberi kesempatan untuk mengetahui dan mempelajari mengenai Koran perusahaan.

House journal salah satu bentuk media komunikasi *public relations* yang paling tua. Ini terbukti bahwa penerbitan media ini bukan kegiatan baru bagi *public relations* atau hanya kegiatan penunjang saja. Di Indonesia umumnya disebut majalah *intern*. *House journal* sudah seharusnya diarahkan kepada pencapaian tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu membangun citra positif publik terhadap perusahaan untuk mendapatkan dukungan dari publiknya (Soleh,2005:22).

Jenis *house journal* dapat dibedakan dari sasaran pembacanya yaitu bersifat internal untuk staf dan karyawan perusahaan dan bersifat eksternal untuk publik diluar perusahaan.

Frank Jefkins menyebutkan terdapat lima bentuk utama *House journal*, antara lain :

- *The sales bulletin*, sebuah bulletin sebagai media komunikasi regular antara seorang sales menager dengan salesman nya di lapangan. Terbit secara mingguan.
- *The newslatter*, berisi pokok-pokok berita yang diperuntukan bagi pembaca yang sibuk.
- *The magazine*, berisikan tulisan berbentuk feature, artikel, gambar, dan foto diterbitkan setiap bulan atau triwulan.
- *The tablid newspaper*, mirip surat kabar popular umum dan berisikan pokok-pokok berita yang sangat penting, artikel pendek, dan ilustrasi. Diterbitkan dwi mingguan atau setiap dua bulan sekali.
- *The wall newspaper*, bentuk media komunikasi staf atau karyawan disatu lokasi pabrik, perusahaan, atau pasar swalayan atau dikenal dengan surat kabar atau majalah dinding.(Soleh, 2005 :23)

2.2.10 Pembuatan Poster Layanan Masyarakat

Poster gambar-gambar yang dirancang sedemikian rupa sehingga menarik perhatian, sedikit menggunakan kata-kata, dicetak pada sehelai kertas atau bahan lain yang ditempelkan pada tempat tertentu. Sebuah poster harus didesain menggugah dan menarik perhatian khalayak terhadap suatu isu, sehingga dapat menyampaikan

pesan secara tepat. Poster adalah salah satu media pembelajaran yang bersifat umum (Cutlip,2000:45).

Minggu keempat pada pelaksanaan Praktek kerja Lapangan, penulis ikut aktif dalam pembuatan poster layanan masyarakat, yang dapat memberikan informasi atau peringatan kepada masyarakat akan pentingnya keselamatan di kereta api. Poster ini merupakan media informasi yang akan diletakkan disetiap stasiun kereta api Daop 2 Bandung. Pembuatan poster ini juga bertujuan untuk menekan angka kecelakaan di kereta api, tertib penumpang, dan keselamatan penumpang yang menjadi prioritas perusahaaan.

Teori yang mendasari pembuatan poster adalah teori komunikasi. Dalam teori komunikasi sang komunikator menyampaikan pesan kepada sang komunikan dengan banyak cara. Komunikasi dibagi menjadi, komunikasi *audio*, komunikasi *visual* dan komunikasi *audiovisual*. Poster merupakan salah satu media komunikasi *visual*. "Komunikasi visual merupakan komunikasi *nonverbal* yang dilaksanakan melalui penggunaan gambar dan bahan-bahan ilustrasi lainnya dengan cara mengamati melalui indra penglihatan. Dalam menyampaikan informasi sang penyampai pesan tidak perlu langsung bertatap muka kepada masyarakat luas. Komunikator mendesain pesan dalam bentuk gambar dan tulisan terutama dalam bidang kesehatan yang kemudian disebarluaskan kepada masyarakat (Cutlip,2000:47).

Berikut adalah contoh poster yang dibuat oleh Penulis :

Daftar 2.1

Poster Layanan Masyarakat



2.2.11 Dokumentasi Upacara Bendera 17 Agustus

17 Agusutus 2010 adalah hari kemerdekaan Republik Indonesia yang ke-65. Setiap tanggal tersebut, setiap perusahaan wajib melaksanakan upacara bendera untuk

memperingatinya, begitu pun dengan PT Kereta Api (Persero) Daop 2 Bandung. Upacara bendera diikuti oleh seluruh karyawan baik itu pimpinan, staf maupun peserta Praktek Kerja Lapangan. Upacara bendera dimulai Pk. 08.00 -10.00 WIB didepan gedung Daop 2 Bandung.

Pada kesempatan kali ini, penulis bertugas untuk mendokumentasikan upacara bendera. Dokumentasi ini berguna untuk laporan atau sebagai bahan berita untuk media Kontak, yakni Koran internal perusahaan. Dalam kesempatan mendokumentasikan semua kegiatan selama praktek kerja lapangan, Penulis dapat mengaplikasikan ilmu fotographi yang telah didapat dbangku kuliah.

2.2.12 Salam Perpisahaan

Setalah satu bulan penulis melaksanakan Praktek kerja lapangan di Humas Daop 2 Bandung PT Kereta Api(Persero), akhirnya tepat 27 Agustus 2010 merupakan hari terakhir melaksanakan PKL. Suasana haru menyelimuti perasaan Penulis saat itu. Banyak pengalaman dan pembelajaran yang telah didapat penulis selama melaksanakan PKL di Humas Daop 2 Bandung. Hubungan yang baik pun terjalin bukan saja dengan peserta PKL lainnya, tetapi juga dengan kepala Humas, pembimbing PKL dan staff Humas lainnya. Ini merupakan pengalaman pertama bagi penulis, yakni dapat melihat, belajar dan mengaplikasikan ilmu yang didapat dengan dunia Humas sebenarnya.