BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan

Aktifitas kerja yang dilakukan penulis terdiri dari 2 jenis kegiatan, yaitu: kegiatan rutin dan kegiatan insidentil. Aktivitas penulis pada saat melaksanaan PKL (Prakterk Kerja Lapangan) hamper sama dengan para karyawan yang bekerja di MUVI (Mulia Visitama Indoneisa). Dikarenakan MUVI tidak memiliki bagian humas, maka penulis bekerja dibagian umum untuk membantu beberapa pekerjaan yang umum yang biasa dikerjakan para karyawan pada umumnya, akan tetapi ada beberapa pekerjaan umum yang seharusnya dilakukan oleh bidang humas.

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan PKL

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1.	Selasa, 13 Juli 2010	Perkenalan dan Pelatihan Kegiatan Praktek Kerja Lapangan, Pengenalan company profile perusahaan dan pengenalan para karyawan	- Kegiatan insidentil

2.	Rabu, 14 Juli 2010	Desain baju / kaos peserta Jasa Raharja, a. Photoshop b. Image ready c. Corel draw	-Kegiatan Rutin
3.	kamis, 15 Juli 2010	Desain name tag dan sertifikat peserta Bank Mandiri. a. Photoshop b. Corel draw c. Print priview	- Kegiatan rutin
4.	Jum'at, 16 Juli 2010	Membantu persiapan pemberangkatan karyawan dan crew ke Bogor untuk event bank mandiri	-Kegiatan Rutin
5.	Selasa, 20 Juli 2010	Desain dan cetak Name tag Peserta PERURI (Percetakan Uang Republik Indonesia) a. Photoshop	-Kegiatan Rutin

		b. Corel draw c. Print priview	
6.	Rabu, 21 Juli 2010	Dokumentasi dan publikasi pelatihan Peserta PERURI di Hotel TIARA Bandung	-Kegiatan Rutin
7.	Senin, 26 Juli 2010	Design Kartu nama baru Pak Sena Lesmana S.E, Ak. a. Corel draw b. Photoshop c. Image ready	- Kegiatan Insidentil
8.	Selasa, 27 Juli 2010	Arsip Laporan Bank Mandiri a. Sertifikat b. Dokumentasi c. Publikasi	-Kegiatan Rutin
9.	Rabu, 28 Juli 2010	Arsip Laporan Bank Mandiri, a. Sertifikat	- Kegiatan Rutin

		b. Dokumentasi c. Publikasi Design Brosur baru PT. MUVI a. Corel draw b. Photoshop c. Image ready	-Kegiatan Insidentil
10.	Kamis, 29 Juli 2010	Desain brosur dan revisi Kartu nama Perusahaan a. Corel draw b. Photoshop c. Image ready	-kegiatan insidentil
11.	Jum'at 30 Juli 2010	Desian dan print sertifikat PKBL Biofarma	-Kegiatan Rutin
12.	Rabu, 04 Agustus 2010	Edit desain brosur dan print proposal bahan ethos spirit a. Coreldraww b. Photoshop c. Image ready	- kegiatan insidentil

13.	Kamis, 5 Agustus 2010	Design baju / kaos Jamsostek, Cetak Name tag, Sertifikat dan jadwal EMBC pelatihan Bank Mandiri	-Kegiatan Rutin

2.2 Deskripsi dan Contoh Kegiatan Rutin Selama Praktek Kerja Lapangan

Kegiatan rutin (sehari-hari) yang penulis lakukan selama Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Mulia Visitama Indonesia (MUVI) mempunyai kegiatan yang sangat baik dan bertujuan positive untuk konsumen / relasi yang menggunakan jasa MUVI.

2.2.1 Desain Kaos, name tag, sertifikat peserta event yang akan dilaksanakan dengan perusahaan lain .

Desain memberikan nilai tambah untuk hidupnya. Sebuah bangku, asal sudah bisa diduduki selesailah masalahnya. Tetapi orang memberi makna pada “duduk” , hingga berkembanglah bentuk kursi sesuai dengan makna yang disandangnya. Demikianlah secara sederhana bagaimana desain berperan dalam kehidupan kita. Ruang tamu, kamar tidur, pakaian, walkman,

surat undangan merupakan contoh terdekat bagaimana kita membangun makna melalui desain.

Makna sangat erat hubungannya dengan budaya: aspirasi, norma, adat kebiasaan masyarakat tertentu. Desain melengkapi kehidupan sesuai dengan maknayang dibangun budaya masyarakatnya. Minibus menjadi pilihan utama di Indonesia karena adat kekeluargaan bangsa kita. Kafe gaul muncul tak semata karena krismon, tetapi lebih merupakan jawaban terhadap kebutuhan masyarakat kota besar untuk JJS, ngrumpi dan aktualisasi diri.

Ada dua hal yang bisa dicermati. Budaya bukan sebuah pola tunggal yang berlaku untuk segala situasi. Tiap kelompok masyarakat membentuk budayanya sendiri sesuai dengan sifat kelompok tersebut. Budaya pun merupakan sesuatuyang tumbuh dan berkembang sesuai dengan tantangan masa. Nilainya bisa berubah dalam perjalanan waktu. Dalam kerangka inilah desain ditantang untuk menjawab perkembangan masyarakat.

Pendidikan desain di Indonesia relatif masih muda, dan masih terus dicari format yang paling memadai menghadapi perkembangan kebutuhan masyarakat. Pencarian ini tak akan pernah selesai karena perkembangan juga tak pernah berhenti.Kita berusaha menemukan modus yang dapat selalu mengantisipasi tantangan tersebut.

Di sisi lain, dalam lima tahun belakangan kita berusaha memacu sumber daya manusia kita agar mampu bersaing dengan tenaga asing. Ini

sehubungan dengan akan diber-lakukannya pasar bebas, di mana dinding pembatas antar negara akan dibuka penuh untuk saling mengisi pasar.Kita patut khawatir karena kemampuan sumber daya kita dan tatanannya masih kacau, khususnya dalam bidang desain. Selama tigapuluh tahun kita terbiasa mengimpor, membeli dan menjiplak, hingga kita tak terbiasa mencipta atas dasar kebutuhan dan aspirasi khusus kita.

Makna adalah bagian yang tidak terpisahkan dari semantik dan selalu melekat dari apa saja yang kita tuturkan. Pengertian dari makna sendiri sangatlah beragam. Mansoer Pateda (2001:79) mengemukakan bahwa istilah makna merupakan kata-kata dan istilah yang membingungkan. Makna tersebut selalu menyatu pada tuturan kata maupun kalimat. Menurut Ullman (dalam Mansoer Pateda, 2001:82) mengemukakan bahwa makna adalah hubungan antara makna dengan pengertian. Dalam hal ini Ferdinand de Saussure (dalam Abdul Chaer, 1994:286) mengungkapkan pengertian makna sebagai pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada suatu tanda linguistik.

Dalam Kamus Linguistik, pengertian makna dijabarkan menjadi :

1. maksud pembicara;

2. pengaruh penerapan bahasa dalam pemakaian persepsi atau perilaku manusia atau kelompok manusia;

3. hubungan dalam arti kesepadanan atau ketidak sepadanan antara bahasa atau antara ujaran dan semua hal yang ditunjukkannya,dan

4. cara menggunakan lambang-lambang bahasa (Harimurti Kridalaksana, 2001: 132).

Bloomfied (dalam Abdul Wahab, 1995:40) mengemukakan bahwa makna adalah suatu bentuk kebahasaan yang harus dianalisis dalam batas-batas unsur-unsur penting situasi di mana penutur mengujarnya. Terkait dengan hal tersebut, Aminuddin (1998:50) mengemukakan bahwa makna merupakan hubungan antara bahsa dengan bahasa luar yang disepakati bersama oleh pemakai bahsa sehingga dapat saling dimengerti.

Memahami komunikasi berarti memahami apa yang terjadi selama komunikasi berlangsung, mengapa itu terjadi, manfaat apa yang dirasakan, akibat-akibat apa yang ditimbulkannya, apakah tujuan dari aktifitas berkomunikasi sesuai dengan apa yang diinginkan, memahami hal-hal yang dapat mempengaruhi dan memaksimalkan hasil-hasil dari kejadian tersebut.Menurut Anwar arifin (1988:17), komunikasi merupakan suatu konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan:

Komunikasi sebagai proses sosial Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian

dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.

Harold D. Lasswell meneliti masalah identifikasi simbol dan image yang bertolak belakang dengan realitas/efek pada opini publik. Berkaitan dengan efek-efek teknik propaganda pada perang dunia 1 (1927).

Setiap desain yang dipakai untuk mendesain kaos, name tag dan sertifikat ini menjadikan bahwa ada makna komunuikasi yang dilakukan oleh pihak MUVI terhadap perusahaan – perusahaan yang telah menjadi relasi untuk menggunakan jasa dari MUVI.

Setiap desain yang dihasilkan, software seperti:

a. Photoshop

   Adobe Photoshop, atau biasa disebut Photoshop, adalah perangkat lunak editor citra buatan Adobe Systems yang dikhususkan untuk pengeditan foto/gambar dan pembuatan efek. Perangkat lunak ini banyak digunakan oleh fotografer digital dan perusahaan iklan sehingga dianggap sebagai pemimpin pasar (*market leader*) untuk perangkat lunak pengolah gambar.

b. Image Ready

   Adobe ImageReady adalah suatu bitmap grafik editor yang awalnya dikirim dengan Adobe Photoshop oleh Adobe

Systems. tersedia pada Windows dan Mac OS X platform 1998-2007.

ImageReady memiliki fitur sedikit dibandingkan dari Photoshop yang dirancang untuk mengedit web grafis daripada mengedit efek grafis yang intensif. Untuk itu, ImageReady memiliki fitur khusus seperti menciptakan animasi GIF , optimasi kompresi gambar, efek rollover, dan generasi HTML.

Photoshop Toolbox memiliki link ke ImageReady - yang Langsung ke tombol ImageReady memungkinkan pengeditan gambar ini langsung di ImageReady. Toolbox ImageReady mirip dengan toolbox Photoshop. Satu set alat yang terlihat berbeda,beberapa toolbox mencakup beberapa fitur tidak ditemukan di Photoshop.

c. Corel draw

Corel draw merupakan salah satu aplikasi pengolah gambar berbasis vector yang banyak dipakai oleh pengguna PC. Karena berbagai kemudahan dan keunggulan yang dimiliki oleh **coreldraw**, maka coreldraw sering dimanfaatkan untuk desktop publishing, percetakan, dan bidang lain yang memerlukan pemrosesan visual.

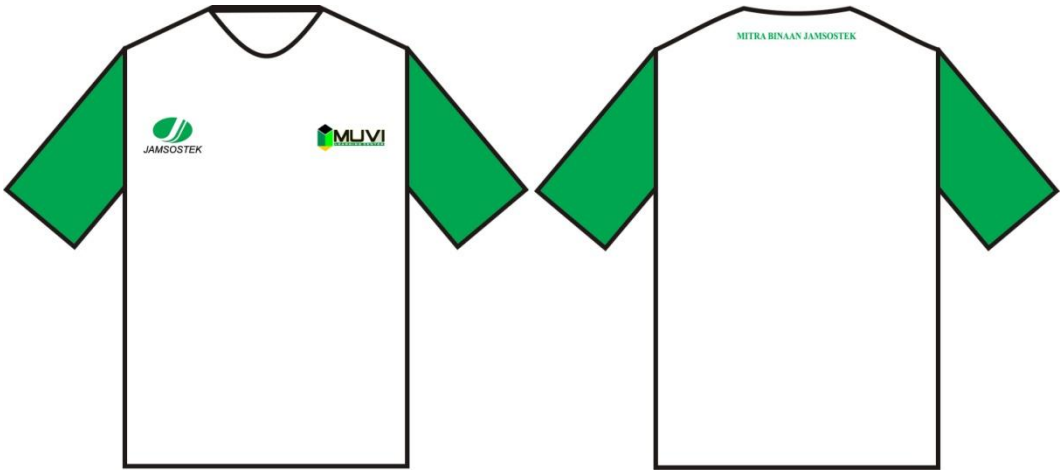
Keunggulan mengolah gambar berbasis vektor adalah ukuran hasil akhir yang dapat ditekan seminimal mungkin

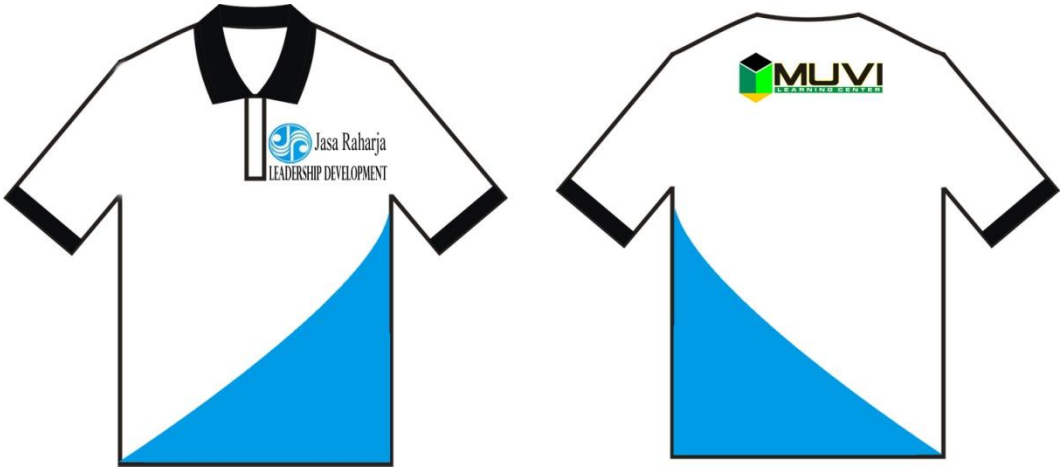
namun dengan kualitas yang tidak kalah dengan gambar berbasis raster atau bitmap. Karena itulah desain grafis dan olah gambar berbasis vektor sangat banyak digunakan untuk desktop publishing, percetakan, dan bidang lain yang memerlukan pemrosesan visual.

Gambar 2.1

Desain Kaos




JAMSOSTEK
MUVI
MITRA BINAAN JAMSOSTEK


Jasa Raharja
LEADERSHIP DEVELOPMENT
MUVI
LEARNING CENTER

Gambar 2.2

Sertifikat Peserta Bank Mandiri



2.2.2 Membantu persiapan pemberangkatan karyawan dan crew ke Bogor untuk event bank Mandiri.

Manajer operasional yang bertanggung jawab dilapangan pada acara-acara yang selalu di laksanakan perusahaan-perusahaan lain. Seperti Bank Mandiri yang selalu rutin melakaukan acara-acara dengan memakai jasa PT. MUVI. Ini dikarenakan meereka mempunyai hubungan yang baik dimana

pencitraan dari pihak PT. MUVI sangat baik terhadap perusahaan – perusahaan yang sudah seringkali memakai jasa PT. MUVI.

Pencitraan adalah karya kreatif yang dibalut dengan berbagai teknik persuasi yang hasilnya menampilkan sesuatu yang lebih menarik dan meyakinkan. Image is reality merupakan adagium yang sulit terbantahkan. Menjelang pilpres ini, media massa kita sudah diramaikan dengan iklan-iklan politik.

Kesemuanya secara pendekatan produk memiliki fungsi komunikasi, yaitu informasional dan transformasional seperti upaya meyakinkan khalayak agar memperkuat dan mengukuhkan sikap atas sesuatu objek dan entitas yang selama ini masih menjadi tanda tanya atau diperlukan perubahan sikap yang lebih positif (RW Pollay,1983).

Di balik kerja kolektif yang merancang periklanan pencitraan terdapat suatu kekuatan yang berusaha mengubah persepsi khalayak untuk mempercayai suatu tampilan iklan. Bahkan kalau khalayak tidak memiliki wawasan yang cukup dan tingkat pendidikan serta lingkungan budayanya yang rentan atas pengaruh lingkungan,maka pesan iklan politik akan dicerna atau ditiru sepenuhnya.

Sudah seperti biasa, pihak bank mandiri dalam melakukan acara kepelatihannya selalu menginginkan di daerah bpuncak bogor. Dikarenakan

banyak hotel yang bagus serta menyediakan tempat-tempat kepelatihan yang menunjang acara kepelatihan tersebut.

Maka manajer opeasional harus mempersiapkan para karyawan dan crew dalam pelatihan ini disertai barang-barang yang akan digunakan dalam kepelatihan. Crew terdiri dari crew lapangan, support kelas dan dokumentasi serta publikasi.

2.2.3 Dokumentasi dan publikasi

Pada setiap acara kepelatihan yang dilakukan oleh MUVI, dokumentasi dan publikasi merupakan suatu jasa yang sangat berbeda dari perusahaan – perusahaan trainer lainnya. Inilah yang membuat MUVI selalu terpakai oleh perusahaan-perusahaan yang akan melakukan acara kepelatihan.

Dokumentasi MUVI diantaranya adalah photo dan video untuk mengambil gambar-gambar kegiatan kepelatihan perusahaan yang sedang melakukan kepelatihan tersebut. Dan video untuk merekan semua kegiatan yang ada pada peserta kepelatihan.

Menurut Kamus umum bahasa Indonesia, arti dari kata “ dokumentasi “, adalah sesuatu yang tertulis , tercetak atau terekam yang dapat dipakai sebagai bukti atau keterangan. Adapun definisi dokumentasi adalah pemberian atau pengumpulan bukti-bukti dan keterangan. Sedangkan dalam pengelolaan kegiatan dokumentasi Lesson Study didefinisikan sebagai suatu bahan untuk

refleksi kegiatan pembelajaran yang berfungsi sebagai alat evaluasi atau Refleksi dari perencanaan sampai implementasi suatu model pembelajaran; informasi Model Pembelajaran; Stategi Pembelajaran yang diterapkan; Interaksi aktif siswa terekam dalam proses dokumentasi.

Ditinjau dari jenis-jenisnya ada beberapa macam :

1. Dokumentasi Visual, dapat berupa hasil pemotretan event-event penting baik dengan kamera konvensional maupun digital. Hasilnya berupa gambar-gambar urutan kejadian dalam kelas selama PBM berlangsung.
2. Video, jenis dokumentasi ini sangat menguntungkan apabila digunakan di dalam kelas saat PBM berlangsung. Kedua aspek, yakni visual dan audio akan terekam dalam sekuens yang lebih lengkap dan jelas. Keuntungan jenis video adalah mampu merekam semua ekspresi dan impresi siswa maupun guru dengan baik. Sudah barang tentu dari ke-3 jenis dokumentasi di atas, kesemuanya akan saling melengkapi dengan kelebihan kualitas masing-masing. Namun apabila harus diambil sebuah pilihan, maka hendaknya diambil yang jenis video karena akan lebih banyak.

Sedangkan publikasi, Publikasi adalah sistem publikasi yang dilakukan berdasarkan peer review dalam rangka untuk mencapai tingkat obyektivitas setinggi mungkin. Ini bervariasi tergantung bidang masing-

masing, dan selalu berubah, meskipun seringkali secara perlahan. Sebagian besar karya akademis diterbitkan dalam jurnal atau dalam bentuk buku.

Sebagian besar perusahaan yang telah mapan memiliki jurnal dan bentuk publikasi tersendiri, meskipun banyak pula terdapat jurnal akademik yang bersifat interdisipliner (antar cabang) dan mempublikasikan karya dari beberapa bidang yang berbeda. Jenis-jenis publikasi yang dapat diterima sebagai kontribusi terhadap bidang ilmu pengetahuan dan penelitian sangat bervariasi di antara berbagai bidang.

Publikasi ilmiah saat ini sedang mengalami perubahan yang besar, yang muncul akibat transisi dari format penerbitan cetak ke arah format elektronik, yang memiliki model bisnis berbeda dengan pola sebelumnya. Tren umum yang berjalan sekarang, akses terhadap jurnal ilmiah secara elektronik disediakan secara terbuka. Hal ini berarti semakin banyak publikasi ilmiah yang dapat diakses secara gratis melalui internet, baik yang disediakan oleh pihak penerbit jurnal, maupun yang disediakan oleh para penulis artikel jurnal itu sendiri.

Gambar 2.3

Dokumentasi dan publikasi Peserta Pelatihan




PELATIHAN
KEWIRAUSAHAAN
MASA PERSIAPAN PENSIUN


SUKAJADI HOTEL
PELATIHAN
MASA PERSIAPAN PENSIUN
PERUM PERCETAKAN UANG
REPUBLIK INDONESIA
2010



2.3 Kegiatan Insidentil (sewaktu-waktu) dan Contoh Selama Praktek Kerja Lapangan

Kegiatan insidentil yang penulis lakukan selama Praktek Kerja Lapangan di PT. Mulia Visitama Indonesia (MUVI), adalah kegiatan – kegiatan yang bersangkutan dengan kegiatan - kegiatan kehumasan, diantaranya:

2.3.1 Desain Kartu Nama Direktur Operasional

Desain memberikan nilai tambah untuk hidupnya. Sebuah bangku, asal sudah bisa diduduki selesailah masalahnya. Tetapi orang memberi makna pada “duduk” , hingga berkembanglah bentuk kursi sesuai dengan makna yang disandangnya. Demikianlah secara sederhana bagaimana desain berperan dalam kehidupan kita. Ruang tamu, kamar tidur, pakaian, walkman, surat undangan merupakan contoh terdekat bagaimana kita membangun makna melalui desain.

Makna sangat erat hubungannya dengan budaya: aspirasi, norma, adat kebiasaan masyarakat tertentu. Desain melengkapi kehidupan sesuai dengan maknayang dibangun budaya masyarakatnya. Minibus menjadi pilihan utama di Indonesia karena adat kekeluargaan bangsa kita. Kafe gaul muncul tak semata karena krismon, tetapi lebih merupakan jawaban terhadap kebutuhan masyarakat kota besar untuk JJS, ngrumpi dan aktualisasi diri.

Ada dua hal yang bisa dicermati. Budaya bukan sebuah pola tunggal yang berlaku untuk segala situasi. Tiap kelompok masyarakat membentuk

budayanya sendiri sesuai dengan sifat kelompok tersebut. Budaya pun merupakan sesuatuyang tumbuh dan berkembang sesuai dengan tantangan masa. Nilainya bisa berubah dalam perjalanan waktu. Dalam kerangka inilah desain ditantang untuk menjawab perkembangan masyarakat.

Pendidikan desain di Indonesia relatif masih muda, dan masih terus dicari format yang paling memadai menghadapi perkembangan kebutuhan masyarakat. Pencarian ini tak akan pernah selesai karena perkembangan juga tak pernah berhenti.Kita berusaha menemukan modus yang dapat selalu mengantisipasi tantangan tersebut.

Di sisi lain, dalam lima tahun belakangan kita berusaha memacu sumber daya manusia kita agar mampu bersaing dengan tenaga asing. Ini sehubungan dengan akan diber-lakukannya pasar bebas, di mana dinding pembatas antar negara akan dibuka penuh untuk saling mengisi pasar.Kita patut khawatir karena kemampuan sumber daya kita dan tatanannya masih kacau, khususnya dalam bidang desain. Selama tigapuluh tahun kita terbiasa mengimpor, membeli dan menjiplak, hingga kita tak terbiasa mencipta atas dasar kebutuhan dan aspirasi khusus kita.

Makna adalah bagian yang tidak terpisahkan dari semantik dan selalu melekat dari apa saja yang kita tuturkan. Pengertian dari makna sendiri sangatlah beragam. Mansoer Pateda (2001:79) mengemukakan bahwa istilah makna merupakan kata-kata dan istilah yang membingungkan. Makna tersebut selalu menyatu pada tuturan kata maupun kalimat. Menurut Ullman (dalam Mansoer Pateda, 2001:82) mengemukakan bahwa makna adalah

hubungan antara makna dengan pengertian. Dalam hal ini Ferdinand de Saussure (dalam Abdul Chaer, 1994:286) mengungkapkan pengertian makna sebagai pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada suatu tanda linguistik.

Dalam Kamus Linguistik, pengertian makna dijabarkan menjadi :

1. Maksud pembicara
2. Pengaruh penerapan bahasa dalam pemakaian persepsi atau perilaku manusia atau kelompok manusia
3. Hubungan dalam arti kesepadanan atau ketidak sepadanan antara bahasa atau antara ujaran dan semua hal yang ditunjukkannya,dan

Cara menggunakan lambang-lambang bahasa (Harimurti Kridalaksana, 2001: 132). Bloomfied (dalam Abdul Wahab, 1995:40) mengemukakan bahwa makna adalah suatu bentuk kebahasaan yang harus dianalisis dalam batas-batas unsur-unsur penting situasi di mana penutur mengujarnya. Terkait dengan hal tersebut, Aminuddin (1998:50) mengemukakan bahwa makna merupakan hubungan antara bahsa dengan bahasa luar yang disepakati bersama oleh pemakai bahsa sehingga dapat saling dimengerti.

Memahami komunikasi berarti memahami apa yang terjadi selama komunikasi berlangsung, mengapa itu terjadi, manfaat apa yang dirasakan, akibat-akibat apa yang ditimbulkannya, apakah tujuan dari aktifitas berkomunikasi sesuai dengan apa yang diinginkan, memahami hal-hal yang

dapat mempengaruhi dan memaksimalkan hasil-hasil dari kejadian tersebut.Menurut Anwar arifin (1988:17), komunikasi merupakan suatu konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan:

a. **Komunikasi sebagai proses sosial** Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.
b. Harold D. Lasswell meneliti masalah identifikasi simbol dan image yang bertolak belakang dengan realitas/efek pada opini publik. Berkaitan dengan efek-efek teknik propaganda pada perang dunia 1 (1927).

Kartu nama merupakan identitas seseorang apalagi untuk seorang pembisnis. Kartu nama berfungsi sangat baik dalam melakukan hubungan kerja antar perorangan maupun rekan bisnis. Kartu nama juga menggambarkan bagaimana gambaran diri dari pemiliknya, kartu nama mewakili pencitraan diri kita terhadap orang lain.

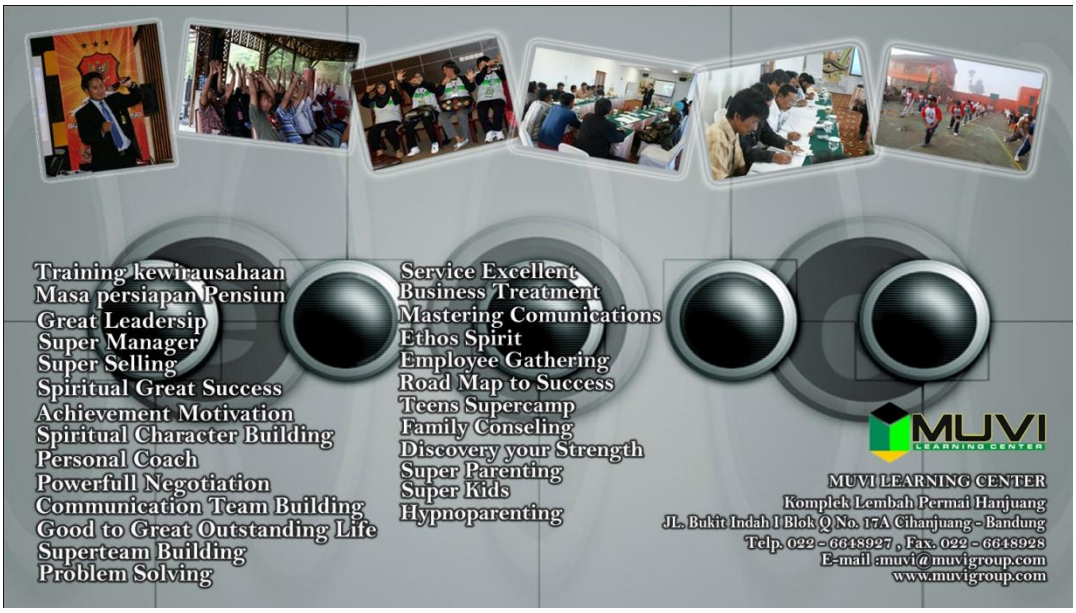
GAMBAR 2.4

Kartu Nama Direktur Operasional






SENA LESMANA, SE. Ak.
DIREKTUR OPERASIONAL
Mobile : +62 815 7001 081
E-mail : sena_lesmana@yahoo.com
MUVI
LEARNING CENTER
MUVI LEARNING CENTER
Komplek Lembah Permai Hanjuang
JL. Bukit Indah I Blok Q No. 17A Cihanjuang - Bandung
Telp. 022 - 6648927 , Fax. 022 - 6648928
E-mail :muvi@muvigroup.com
www.muvigroup.com


Training kewirausahaan
Masa persiapan Pensiun
Great Leadersip
Super Manager
Super Selling
Spiritual Great Success
Achievement Motivation
Spiritual Character Building
Personal Coach
Powerfull Negotiation
Communication Team Building
Good to Great Outstanding Life
Superteam Building
Problem Solving
Service Excellent
Business Treatment
Mastering Comunications
Ethos Spirit
Employee Gathering
Road Map to Success
Teens Supercamp
Family Conseling
Discovery your Strength
Super Parenting
Super Kids
Hypnoparenting
MUVI
LEARNING CENTER
MUVI LEARNING CENTER
Komplek Lembah Permai Hanjuang
JL. Bukit Indah I Blok Q No. 17A Cihanjuang - Bandung
Telp. 022 - 6648927 , Fax. 022 - 6648928
E-mail :muvi@muvigroup.com
www.muvigroup.com



2.3.2 Desain Brosur Perusahaan

Desain memberikan nilai tambah untuk hidupnya. Sebuah bangku, asal sudah bisa diduduki selesailah masalahnya. Tetapi orang memberi makna pada “duduk” , hingga berkembanglah bentuk kursi sesuai dengan makna yang disandangnya. Demikianlah secara sederhana bagaimana desain berperan dalam kehidupan kita. Ruang tamu, kamar tidur, pakaian, walkman, surat undangan merupakan contoh terdekat bagaimana kita membangun makna melalui desain.

Makna sangat erat hubungannya dengan budaya: aspirasi, norma, adat kebiasaan masyarakat tertentu. Desain melengkapi kehidupan sesuai dengan maknayang dibangun budaya masyarakatnya. Minibus menjadi pilihan utama di Indonesia karena adat kekeluargaan bangsa kita. Kafe gaul muncul tak semata karena krismon, tetapi lebih merupakan jawaban terhadap kebutuhan masyarakat kota besar untuk JJS, ngrumpi dan aktualisasi diri.

Ada dua hal yang bisa dicermati. Budaya bukan sebuah pola tunggal yang berlaku untuk segala situasi. Tiap kelompok masyarakat membentuk budayanya sendiri sesuai dengan sifat kelompok tersebut. Budaya pun merupakan sesuatuyang tumbuh dan berkembang sesuai dengan tantangan masa. Nilainya bisa berubah dalam perjalanan waktu. Dalam kerangka inilah desain ditantang untuk menjawab perkembangan masyarakat.

Pendidikan desain di Indonesia relatif masih muda, dan masih terus dicari format yang paling memadai menghadapi perkembangan kebutuhan masyarakat. Pencarian ini tak akan pernah selesai karena perkembangan juga tak pernah berhenti.Kita berusaha menemukan modus yang dapat selalu mengantisipasi tantangan tersebut.

Di sisi lain, dalam lima tahun belakangan kita berusaha memacu sumber daya manusia kita agar mampu bersaing dengan tenaga asing. Ini

sehubungan dengan akan diber-lakukannya pasar bebas, di mana dinding pembatas antar negara akan dibuka penuh untuk saling mengisi pasar.Kita patut khawatir karena kemampuan sumber daya kita dan tatanannya masih kacau, khususnya dalam bidang desain. Selama tigapuluh tahun kita terbiasa mengimpor, membeli dan menjiplak, hingga kita tak terbiasa mencipta atas dasar kebutuhan dan aspirasi khusus kita.

Makna adalah bagian yang tidak terpisahkan dari semantik dan selalu melekat dari apa saja yang kita tuturkan. Pengertian dari makna sendiri sangatlah beragam. Mansoer Pateda (2001:79) mengemukakan bahwa istilah makna merupakan kata-kata dan istilah yang membingungkan. Makna tersebut selalu menyatu pada tuturan kata maupun kalimat. Menurut Ullman (dalam Mansoer Pateda, 2001:82) mengemukakan bahwa makna adalah hubungan antara makna dengan pengertian. Dalam hal ini Ferdinand de Saussure (dalam Abdul Chaer, 1994:286) mengungkapkan pengertian makna sebagai pengertian atau konsep yang dimiliki atau terdapat pada suatu tanda linguistik.

Dalam Kamus Linguistik, pengertian makna dijabarkan menjadi :

1. Maksud pembicara

2. Pengaruh penerapan bahasa dalam pemakaian persepsi atau perilaku manusia atau kelompok manusia

3. Hubungan dalam arti kesepadanan atau ketidak sepadanan antara bahasa atau antara ujaran dan semua hal yang ditunjukkannya,dan

4. Cara menggunakan lambang-lambang bahasa (Harimurti Kridalaksana, 2001: 132).

Bloomfied (dalam Abdul Wahab, 1995:40) mengemukakan bahwa makna adalah suatu bentuk kebahasaan yang harus dianalisis dalam batas-batas unsur-unsur penting situasi di mana penutur mengujarnya. Terkait dengan hal tersebut, Aminuddin (1998:50) mengemukakan bahwa makna merupakan hubungan antara bahsa dengan bahasa luar yang disepakati bersama oleh pemakai bahsa sehingga dapat saling dimengerti.

Memahami komunikasi berarti memahami apa yang terjadi selama komunikasi berlangsung, mengapa itu terjadi, manfaat apa yang dirasakan, akibat-akibat apa yang ditimbulkannya, apakah tujuan dari aktifitas berkomunikasi sesuai dengan apa yang diinginkan, memahami hal-hal yang dapat mempengaruhi dan memaksimalkan hasil-hasil dari kejadian tersebut.Menurut Anwar arifin (1988:17), komunikasi merupakan suatu konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan:

Komunikasi sebagai proses sosial Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian

dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.

Harold D. Lasswell meneliti masalah identifikasi simbol dan image yang bertolak belakang dengan realitas/efek pada opini publik. Berkaitan dengan efek-efek teknik propaganda pada perang dunia 1 (1927).

Brosur adalah media promosi untuk konsumen mengetahui kelebihan produk atau product knowledge. Dengan brosur akan lebih memudah konsumen memahami kelebihan produk yang ditawar untuk itu buat brosur sejelas mungkin tentang produk yang akan ditawarkan kepada konsumen. Bentuk dan tata letak isi brosur disesuaikan dengan produk dan merupakan satu keastuan dari strategi periklanan yang dilakukan dimedia lain seperti media televisi, radio , majalh , koran dan lain-lain sehingga tidak membingungkan konsumen apa yang ditawarkan.

Brosur fungsi utama memberikan penjelasan produk yang lebih karena adanya keterbatasan media lain untuk menyampaikannya atau waktunya yang begitu singkat sehingga belum tentu dapat dipahami oleh calon konsumen untuk itu dibutuhkan brosur untuk menjelaskan produk lebih lengkap lagi. Brosur bisa dibagi melalui surat atau juga surat elektronik atau dengan membagi-bagi dalam satu event promosi baik dalm ruyang maupun diluar ruang.

Gambar 2.5

Brosur PT. Mulia Visitama Indonesia



Superteam Building

" Reaktualisasi diri, optimalisasi diri melalui pendekatan talent treatment untuk membangun tim yang solid, penuh kepercayaan, disiplin, kebersamaan & saling memajukan untuk kesuksesan bersama. "

Training Kewirausahaan Masa Persiapan Pensiun

" Menikmati masa pension dengan menikmati kesuksesan melaui pengembangan kewirausahaan yang efektif, efesien, berkah, melimpah & berkesinambungan. "

Discovery Your Strength

" Menemukan potensi diri, bakat-kekuatan & bagaimana menempatkan diri baik pribadi maupun orang lain dalam waktu yang tepat & dalam posisi yang tepat, sehingga sukses dapat diraih. "

Business Treatment

" Pendekatan pembinaan pengelolaan bisnis bagi para praktisi UMKM, untuk mendongkrak usaha mereka menjadi pengusaha professional sukses. "

MUVI LEARNING CENTER

MUVI LEARNINGCENTER

Komplek Lembah Permai Hanjuang
Jl. Bukit Indah 1 blok Q No. 17A
Cihanjuang - Bandung

Phone : 022 - 6648927
Fax : 022 - 6648928
E-mail : muvi@muvigroup.com

MUVI LEARNING CENTER

Berawal dari sebuah mimpi mewujudkan cita-cita luhur untuk mengaplikasikan *talent & strength statement* dalam bidang pengembangan SDM & organisasi, maka terwujudlah sebuah wadah yang memproklamirkan diri sebagai lembaga yang memfokuskan diri kepada training & consulting.

Berbekal pengalaman memadai dalam bidang training PT. MULIA VISITAMA INDONESIA, selanjutnya disebut MUVI, yang dalam hal ini SENA LESMANA & YANA NURCAHYANA sebagai *founder* berusaha memunculkan program yang berfokus kepada pengembangan kepemimpinan pribadi menuju pengembangan organisasi yang efektif, efisien, produktif, solutif, dan *accountable*, melalui *strength based*, untuk mewujudkan STRENGTH BASED ORGANIZATION melalui GALLUP PATH, sebagai tahapannya.

Berdiri pada tahun 2007 MUVI telah melakukan langkah-langkah pengembangan melalui berbagai macam program pelatihan untuk SDM

VISI

Menjadi perusahaan pengembangan manusia berkelas dunia dan berkelimpahan

MISI

1. **Menyelenggarakan Consulting, training, coaching dan education untuk pengembangan SDM**
2. **Meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui edukasi dan konseling**
3. **Menjalin kerjasama dan membangun jejaring bisnis untuk kesejahteraan bangsa**

PROGRAM—PROGRAM MUVI LEARNING CENTER

Super Manager
" Menjadi manager kharismatik melalui pendekatan talent treatment."

Super Selling
" Terobosan baru meningkatkan profit penjualan & pemasaran dengan pendekatan talent & smart marketing."

Ethos Spirit
" Membumikan ethos kerja sebagai pemaknaan menggapai cita-cita dunia & kesuksesan secara spiritual."

Employee Gathering
" Memperkuat kekeluargaan, kebersamaan, keharmonisan & semangat memajukan demi kesuksesan bersama."

Spiritual Character Building
" Pengejawantahan nilai kepribadian yang mencakup mental, emotional & spiritual (intelektual, nilai & karakter), & aplikasi dalam esensi hidup dan pemaknaan kehidupan."

Good of Great Outstanding Life
" Mengaktualisasikan kepemimpinan diri melalui pendekatan hati & memperkuat jati diri sebagai pemimpin."

Road Map to Success
" Bagaimana menemukan cara & jalan sukses menjalankan misi untuk mencapai visi kehidupan."

Powerfull Negotiation
" Strategi komunikasi melalui pendekatan Neurolinguistik untuk memperoleh kata sepakat secara efektif, efesien & saling menguntungkan."

Super parenting
" Menciptakan kedamaian, kasih saying dalam keluarga & menggapai rahmat ILAHI, sehingga tercipta keluarga laksana sebuah surga dunia."

Super Kids
" Menciptakan generasi yang cedas, simpati, empati, berkarakter baik, bertanggung jawab & mampu mengaktualisasikan diri secara cerdas dan bertanggung jawab."

Family Conseling
" panduan yang strategis dalam memberikan solusi terhadap keluarga yang mendambakan keluarga yang ideal."

Hypnoparenting
"Menjadi orangtua yang bijak dengan berpikir positif dalam menyikapi setiap kejadian."

Problem Solving
" selalu menjadi solusi, kreatif & memperbaiki diri secara terus menerus hingga menjadi yang terbaik."

Achievement Motivation
" Berprestasi dengan manajemen diri menuju peforma tertinggi."

Communications Team Building
" komunikasi yang efektif melaui pendekatan team building."

Mastering Communications
" Strategi kommunikasi yang berbasis Neurolinguistik program."

Personal Coach
" Coaching untuk merubah paradigma kesuksesan secara utuh."

Service Excellent
" Menciptakan generasi unggulan dengan pendekatan talent treatment, costumer satisfaction & hypnosis untuk menumbuhkan repeat order dari costumer."

Teens Supercamp
" Menciptakan generasi unggul, tangguh, pantang menyerah, pantang mengeluh & tidak menjadi beban terhadap siapapun."

Great Leadership
"Memimpin dengan hati."

Trainer



Personal	**SENA LESMANA, SE. Ak.**
Tempat, tanggal lahir	Tangerang, 3 Mei 1977
Alamat	Jl. Bukit Indah Blok. Q No. 17 A Cihanjuang, Cimahi, Bandung
Mobile	0815 700 1081
Fax	0815 700 8410
E-mail	sena.lesmana@yahoo.com
Website	www.muvigroup.com

The Training that ever meet



Personal	**H. YANA NUR CAHYANA, S.Pd.I.**
Tempat, tanggal lahir	Lebak, Banten 20 Juli 1979
Alamat	Jl. Bukit Indah Blok. Q No. 17 C Cihanjuang, Cimahi, Bandung
Telpon	0812 2095326
e-mail	yanacahyana@gmail.com

The Training that ever meet

CORPORATE CULTURE

MR. D' CLEAR®

1. Maximizer	**5. Learner**
Kecenderungan untuk mempelajari yang terbaik dan membuatnya lebih baik lagi	Semangat belajar, memperbaiki diri dan selalu berprinsip hari ini harus lebih baik dari hari kemarin
2. Responsibilitiy	**6. Adaptibility**
Bertanggungjawab terhadap tugas dan melaksanakanya dengan sepenuh hati	Semangat kreatif dan inovatif serta selalu siap menyesuaikan diri terhadap setiap perubahan
3. Developer	**7. Relation**
Semangat untuk mengembangkan diri dan organisasi dan selalu menjadi solusi	Semangat bekerja sama dan sama-sama bekerja saling menghargai dan memotivasi
4. Connectedness	
Memiliki keyakinan yang kuat, ikhlas dalam bekerja dan selalu mengambil hikmah/pelajaran dari setiap aktivitas	

2.4 Analisi Kegiatan Perusahaan

Kegiatan perusahaan PT. Mulia Visitama Indonesia tidak beda jauh dengan perusahaan – perusahaan lainnya terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa *trainer* / kepelatihan. Walaupun di PT. MUVI tidak mempunyai divisi *public relations* mauapun bagian *public relations*, akan tetapi kegiatan – kegiatan perusahaan PT. MUVI seriang kali melakukan kegiatan-kegiatan *public relations* pada umunya.

2.4.1 Analisis Tentang Perusahaan ditinjau dari Kegiatan Public Relations

Perkembangan ilmu humas mempunyai hubungan yang sangat erat sekali dengan kemajuan-kemajuan dalam masyarakat di berbagai bidang, sehingga akhir-akhir ini bidang humas banyak diminati oleh banyak pihak dan sejak sejumlah permasalahan muncul di tanah air, penting sekali adanya sesuatu consensus tentang humas.

Public relations menurut Frank Jefkins adalah “sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antar suatu organisasi dengan semua khalayak dalam rangka

mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan saling pengertian". (Frank Jefkins)

Menurut Oemi Abdurachman, tujuan dari Public Relations adalah mengembangkan *goodwill* dan memperoleh opini public yang *favorabl*e atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai Public Relations harus dikerahkan kedalam dan keluar.

Tujuan Public relations secara *universal*, sebagai berikut:

A. Menciptakan citra yang baik untuk mengubah citra umum dimata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan perusahaan.
B. Memelihara citra yang baik
C. Meningkatkan citra yang baik
D. Memperbaiki citra jika citra perusahaan menurun atau rusak dengan khalayaknya sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham dikalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.

   Sedangkan tujuan Public Relations secara sederhana dan sempurna adalah sebagai berikut:

   a. Secara sederhana

      Untuk mengembangkan hubungan yang harmonis dengan pihak lain khususnya dengan public dan umumnya dengan masyarakat.

b. Secara sempurna

- untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi disatu pihak dan dengan public di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik.
- Mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang *favorable* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, kegiatan Public relations diarahkan baik ke dalam dan keluar.

2.4.2 Analisa Tentang Kerja karyawan ditinjau dari Kegiatan Public Relations

Secara umum, Public Relations dalam menjalankan fungsinya atau kerja Public Relations dalam suatu perusahaan melakukan banyak kegiatan baik kegiatan internal maupun eksternal. Kegiatan Public Relations dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Kegiatan Internal

a. Menerbitkan tabloid perusahaan yang dikhususkan untuk kalangan internal perusahaan

b. Mengadakan pembinaan dan peningkatan kualitas kerja karyawan

c. Merekomendasikan sistem penghargaan tahunan pada karyawan teladan kepada pihak manajemen perusahaan

d. Menampung aspirasi karyawan perusahaan melalui pengadaan kotak saran

e. Membudayakan keharmonisan hubungan wartawan terhadap atasan dan sebaiknya dilingkungan perusahaan

B. Kegiatan Eksternal

a. Menciptakan dan mengembangkan citra positif perusahaan dimata public

b. Menjalin kerjasama yang baik dan harmonis dengan pihak media dan wartawan, baik cetak maupun elektronik

c. Menampung aspirasi, opini, kritik dan keluhan masyarakat terhadap perusahaan untuk kemudian ditindak lanjuti.

d. Mengadakan promosi publikasi tentang keberhasilan perusahaan dengan tujuan peningkatan citra perusahaan

e. Mengadakan promosi melalui *event-event* tertentu dengan tujuan agar perusahaan lebih dikenal luas

f. Menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat disekitar perusahaan

g. Menjalin hubungan dan kerjasama yang baik dengan perusahaan lain.

2.4.3 Analisa Tentang Pelayanan Public Relations Pada MahasiswaPKL

Ketika penulis memilih untuk Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Mulia Visitama Indonesia, penulis diterima dengan baik oleh pihak perusahaan dikarenakan sebelum penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL), penulis sudah sering bekerja menjadi tim dokumentasi untuk selalu membantu bagian operasional di PT> MUVI.

Setelah penulis diterima Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. MUVI, penulis diberi tugas dan tentunya dibimbing dahulu agar tugas yang dikerjakan tidak sia-sia.

Ada banyak kegiatan internal dan eksternal yang dilakukan oleh PT. MUVI, kegiatan internal yang dilakukan penulis selama PKL seperti desain kaos, name tag dan sertifikat peserta pelatihan yang akan melakukan pelatihan bersama PT. MUVI, agar penulis mengetahui bagaiamana cara menjaga hubungan baik dan memberikan pelayanan terbaik untuk para relasi perusahaan- perusahaan lain.

Selain itu dokumentasi dan publikasi menjadi bagian utama dalam acara – acara kegiatan pelatihan, agar penulis bias tahu bagaimana menjaga hubungan baik dengan relasi perusahaan – perusahaan lain.

Kegiatan eksternal yang dilakukan oleh penulis seperti desain kartu nama, brosur dan pengenalan company profile, dimana agar penulis bias lebih mengetahui dunia kerja nanti, serta lebih bias mengetahui bahwa identitas perusahaan merupakan gambaran citra perusahaan.

Selain itu mahasiswa Praktek Kerja Lapangan (PKL) diberi name tage (kartu tanda PKL) yang setiap hari harus dipakai, penulis saat Praktek Kerja Lapangan (PKL) sangat diterima dengan baik oleh para karyawan PT. MUVI, sehingga penulis selama Praktek Kerja Lapangan (PKL) merasa nyaman dalam melakukan aktivitas.