BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Deskripsi Aktivitas Kerja

Penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan selama 30 hari terhitung dari tanggal 5 Agustus 2010 yang bertepatan dengan hari Kamis hingga 3 September 2010. Dibawah ini adalah deskripsi aktivitas kerja yang dilakukan oleh penulis selama PKL di PT.Pos Indonesia wilayah Bandung yang beralamat di Jln. Asia Afrika No.49 Bandung- Jawa Barat.

Hari kerja untuk PT.Pos Indonesia wilayah Bandung terhitung dari hari Senin sampai Sabtu dimana hari libur untuk PT.Pos Indonesia adalah hari Minggu dan hari libur nasional. Jam kerja untuk Kantor Pos Bandung ini dari hari Senin hingga Jumat terhitung dari pukul 07.00 WIB hingga pukul 15.00 WIB dan di hari Sabtu terhitung dari pukul 07.00 WIB hingga 13.00 WIB.

Dibawah ini adalah deskripsi secara rinci selama 30 hari penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT.Pos Indonesia wilayah Bandung :

Tabel 2.1
Kegiatan Praktek Lapangan

No	Hari/Tanggal	Aktivitas	Keterengan
1	Kamis, 5 Agustus 2010	- Pengenalan PT Pos Indonesia - Pengarahan	Insidentil Insidentil
2	Jumat,	- Pengenalan Humas	Insidentil

	6 Agustus 2010	- Job Desc	Insidentil
3	Sabtu, 7 Agutus 2010	- Pengarahan pekerjaan Humas PT Pos	Insidentil
4	Minggu, 8 Agustus 2010	Libur	-
5	Senin, 9 Agustus 2010	- Melayani konsumen - Sharing dengan pembimbing	Rutin Rutin
6	Selasa, 10 Agustus 2010	- Melayani konsumen - Sharing dengan pembimbing	Rutin Rutin
7	Rabu, 11 Agustus 2010	Libur Ramadhan	-
8	Kamis, 12 Agustus 2010	- Greeting - Melayani konsumen	Rutin Rutin
9	Jumat, 13 Agustus 2010	- Melayani konsumen	Rutin Rutin
10	Sabtu, 14 Agustus 2010	- Melayani konsumen - Membatu pekerjaan pembimbing	Rutin Insidentil
11	Minggu, 15 Agustus 2010	Libur	-
12	Senin,	Melayani Konsumen	Rutin

	16 Agustus 2010		
13	Selasa, 17 Agustus 2010	Libur HUT RI	-
14	Rabu, 18 Agustus 2010	- Sharing dengan humas - Melayani Konsumen	Rutin Rutin
15	Kamis, 19 Agustus 2010	- Pengenalan media - Melayani Konsumen	Insidentil Rutin
16	Jumat, 20 Agustus 2010	- Melayani konsumen - Sharing dengan humas	Rutin Rutin
17	Sabtu, 21 Agustus 2010	Melayani konsumen	Rutin
18	Minggu, 22 Agustus 2010	Libur	-
19	Senin, 23 Agustus 2010	- Menyimak kegiatan wawancara humas dengan media - Melayani Konsumen	Rutin Rutin
20	Selasa, 24 Agustus 2010	- Belajar membuat proposal - Melayani Konsumen	Insidentil Rutin
21	Rabu, 25 Agustus 2010	- Revisi proposal - Melayani Konsumen	Insidentil Rutin

22	Kamis, 26 Agustus 2010	Melayani konsumen	Rutin
23	Jumat, 27 Agustus 2010	- Belajar membuat brosur - Melayani Konsumen	Insidentil Rutin
24	Sabtu, 28 Agustus 2010	Melayani konsumen	Rutin
25	Minggu, 29 Agustus 2010	Libur	-
26	Senin, 30 Agustus 2010	- Greeting - Melayani Konsumen	Rutin Rutin
27	Selasa, 31 Agustus 2010	- Belajar membuat press release - Melayani Konsumen	Insidentil Rutin
28	Rabu, 1 September 2010	- Revisi release - Melayani konsumen	Insidentil Rutin
29	Kamis, 2 September 2010	- Menyerahkan press release - Melayani Konsumen	Insidentil Rutin
30	Jumat, 3 September 2010	- Melayani Konsumen - Perpisahan	Insidentil Insidentil

Sumber: Arsip penulis tahun 2010

2.2 Deskripsi dan Contoh Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

a. Melayani Konsumen

Kegiatan rutin pertama yang penulis dapat pada Praktek Kerja Lapangan di PT.Pos Indonesia Kantor Pos Bandung adalah kegiatan melayani konsumen.

Dalam kegiatan melayani konsumen ini penulis diberi pengetahuan dan perhatian yang khusus oleh para pembimbing Praktek Kerja Lapangan di Kantor Pos Bandung. Pembimbing dengan sangat rinci menjelaskan tata cara dan etika ketika melayani konsumen, mengenai bagaimana sikap dan sopan santun kita ketika melayani konsumen. Karena dalam setiap harinya penulis akan dihadapkan dengan para konsumen yang sangat berbeda karakter anatara satu dengan yang lainnya. Maka dari itu penulis harus sangat hati-hati dalam melayani konsumen ini karena konsumen yang datang ke bagian *Costumer Service* ini ada yang hanya ingin mengetahhui mengenai informasi pengiriman jasa yang disediakan Kantor Pos Bandung dan yang lebih harus mendapatkan perhatian atau perlakuan khusus adalah para konsumen yang datang dengan sejuta keluhan mengenai jasa pengiriman yang Kantor Pos berikan. Dengan tanpa mengurangi Profesionallitas PT.Pos Indonesia Kantor Pos Bandung gangguan atau hambatan seperti saat pengiriman adalah hal yang biasa, karena pada kenyataannya gangguan itu bukan disebabkan oleh pihak Kantor Pos

melainkan gangguan itu hanya sebatas proses pengirman terhaambat oleh faktor cuaca atau alam.

b. Greeting

Greeting adalah kegiatan rutin yang setiap hari dilakukan para karyawan PT.Pos Indonesia Kantor Pos Bandung sebelum melakukan aktifitas kerja, tujuan kegiatan greeting ini adalah sebagai media *sharing* bagi para karyawan Kantor Pos Bandung. Jadi dalam acara ini semua karyawan dapat mencurahkan seluruh keluh-kesah selama bekerja dan memecahkan suatu masalah secara bersama-sama.

Pada kegiatan ini penulis banyak sekali mendapatkan ilmu dari para karyawan yang sedang *sharing*, penulis dapat mengetahui ternyata selama bekerja para karyawan PT.Pos Indonesia Kantor Pos Bandung sangat menjunjung tinggi etika dan sopan santun karena pada kenyataannya para karyawan sangat penuh kesabaran dalam melayani berbagai konsumen dengan watak yang berbeda. Apapun masalah pribadi yang sedang para karyawan tanggung diluar pekerjaan, akan tetapi ketika bekerja mereka tidak membawa masalah pribadi tersebut ke kantor dan tetap melayani konsumen dengan murah senyum.

c. *Sharing* Dengan Humas

Pada kegiatan rutin ini penulis melakukan sharing dengan kepala humas PT.Pos Indonesia wilayah Bandung mengenai kegiatan kehumasan yang telah beliau lakukan selama menjabat sebagai kepala humas PT.Pos Indonesia wilayah Bandung. Segala hal mengenai kegiatan kehumasan yang ada di PT.Pos Indonesia bagian Kantor Pos Bandung beliau jelaskan, serta tidak hanya itu beliau juga berkenan unutk sedikit berbagi pengalaman menganai kegiatan kehumasan yang telah beliau alami selama beliau menjabat sebagai ketua humas di Kantor Pos Indonesia bagian Bandung, sehingga anyak yang dapat penulis petik dari kegiatan sharing ini.

d. Mengikuti Kegiatan wawancara antara Ketua humas Kantor Pos Bandung dengan Wartawan.

Dalam kegiatan ini sengaja penulis diajak oleh pembimbing Praktek Kerja Lapangan untuk mengikuti kegiatan wawancara ini. Karena menurut beliau seorang humas itu harus memiliki hubungan baik dengan wartawan baik media cetak ataupun media elektronik. Bukan hanya itu saja keuntungan lain yang dapat kita ambil adalah kita dapat membangun *image* yang baik dimata *public* karena apabila seorang humas itu berhubungan baik dengan wartawan maka dalam pemuatan beritanya pun wartawan tidak akan menulis suatu berita yang negative menganai perusahaan kita. Yang lebih membuat penulis

kagum yaitu ternyata dalam kesehaariannya beliau selalu menyempatkan waktunya untuk memberikan informasi kepada wartawan baik beliau sedang dalam aktivitas kantornya ataupun dalam keseharian beliau di rumah.

Gambar 2.1
Kegiatan Wawancara Antara Staff PT.Pos Indonesia Dengan Wartawan



Sumber : Arsip Penulis, 2010

Gambar 2.2
Kegiatan Wawancara Antara Staff PT.Pos Indonesia Dengan Wartawan



Sumber : Arsip Penulis, 2010

2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidentil

a. Pengenalan Humas Kantor Pos Bandung

Pada Kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini penulis diberikan pengarahan secara sepesifik oleh pembimbing mengenai kegiatan kehumasa yang ada di Kantor Pos Bandung. Pembimbing menjelaskan secara rinci bagaimana sejarah, kegiatan, dan segala hal yang berkaitan denga kehumasan yang ada d Kantor Pos Bandung ini. Kemudian pembimbing menjelaskan bahwa kehumasan yang ada di Kantor Pos Bandung ini masih *State Of Being.*

b. Pengarahan Pekerjaan Humas PT.Pos Indonesia

Pada kegiatan Praktek Kerja Lapangan hari ini sebenarnya tidak jauh dari kegiatan yang dilakukan pada hari sebelumnya yaitu penulis diberikan pengarahan. Namun pada kali ini penulis diberikan pengarahan secara khusus mengenai kegiatan-kegiatan kehumasan yang ada di Kantor Pos Bandung ini. Pada kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini penulis ditempatkan pada bagian *costumer service*, yang dimana memiliki tugas yaitu untuk melayani konsumen. Penulis di ajarkan oleh pembimbing mengenai bagaimana cara melayani para konsumen, mengenati cara menyambut konsumen, sikap, etika, sopan santun, serta kiat-kiat melayani konsumen yang sedang dalam keadaan emosi tinggi. Sehingga kelak nanti pada kegiatan melayani konsumen penulis tidak memiliki hambatan lagi.

bukan hanya pembimbing yang memberikan arahan serta masukan kepada penulis dalam menjalanakan tugas sebagai *Costumer Service* namun para petugas yang ada dibagian ini juga turut andil memberikan araha-arah dan instruksi mengenai kegiatan melayani konsumen ini.

c. Pengenalan Media

Pada kegiatan kali in penulis mendapatkan pengetahuan yang baru mengenai salah satu media yang digunakan Kantor Pos Bandung dalam mempublikasikan informasi baru kepada khalayak yaitu menggunakan media cetak koran. Pada saat itu penulis sengaja diajak oleh pembimbing untuk melihat dan mengetahui bagaimana cara pembimbing melakukan pendekatan dengan wartawan dalam proses mempublikasikan informasi kepada khalayak melalui surat kabar tersebut.

d. Belajar Membuat Proposal

Walaupun membuat proposal adalah hal yang sudah tidak asing lagi bagi penulis, namun pada kegiatan kali ini penulis mendapatkan pengetahuan yang baru mengenai cara membuat proposal dari pembimbing. Kemudian embimbing sengaja memberikan tugas membuat proposal kepada penulis.

Kemudian pada kesokan harinya penulis menyerahkan tugas membuat proposal tersebut kepada pembimbing. Namun pada akhirnya proposal yang

penulis buat masih terdapar bebrapa kesalahan dalam penulisannya, oleh karena itu pada hari tersebut penulis diberikan revisi mengenai tugas membuat proposal tersebut.

kemudian pada hari berikutnya penulis menyerahkan hasil revisi proposal tersebut kepada pembimbing, dan pada akhirnya proposal yang penulis buat dapat diterima oleh pembimbing.

e. Belajar Membuat Brosur

Pada kegiatan kali ini penulis ditugaskan untuk membuat brosur mengenai program penerbitan prangko istimewa yang bertemakan makanan tradisonal Indonesia. Namun sebelumnya penulis diberikan arahan dan batasan dalam membuat brosur oleh pembimbing. Dalam kegitan kali ini penulis sangat antusias dalam pembuatan tugas brosur ini, karena penulis sangat menyukai akan hal-hal yang berhubungan dengan desain. Maka dari itu penulis tidak menyia-nyiakan tugas ini. Kemudian pada hari ini penulis tidak seperti biasanya melakukan kegiatan sampai habis jam PKL habis, karena penulis diizinkan untuk pulang.

Gambar 2.3
Contoh Brosur



Sumber : Arip Penulis, 2010

f. Membuat *Press Release*

Tugas kali ini yang penulis dapatkan adalah membuat *press release*, kemudian penulis mendapatkan izin untuk tidak melakukan aktivitas sebagaimana biasanya. Jadi penulis mendaptkan kesempatan untuk mengerjakan tuga ini di rumah.

Keseokan harinya penulis menyerahkan tugas *Press Release* kepada pembimbing, namun kesalahan pengetikan lagi-lagi penulis alami. Maka dari itu pembimbing dengan senang hati memberikan waktu kepada penulis unutk merevisi tugas *Press Release* ini untuk kemudian di keesokan harinya untuk diserahkan kepada pembimbing.

Membuat *press release* atau *news release* (siaran *perss*) ini merupakan salah satu kegiatan insidentil yang dilakukan oleh penulis. *Press release* dibuat ketika perusahaan akan mengadakan sebuah kegiatan atau acara yang besar atau menarik, dan membutuhkan serta mengundang *perss* untuk meliput acara tersebut.

Pada saat itu, perusahaan menyelenggarakan kegiatan "Gebyar 1000 Donor Darah". Sebelum pelaksanaan kegiatan terebut, penulis ditugaskan untuk membuat *press release*.

Penulis harus bisa membuat *press release* dengan memperhatikan segala unsur – unsur yang telah ditetapkan. Misalnya isi dari sebuah press release harus memenuhi unsur "5 W + 1 H", yaitu *what, when, where, why*, dan *how*.

2.3 Deskripsi Tentang Humas

2.3.1 Pengertian Humas

Public relations terdiri dari kata public dan relations. *Public* disini memilki arti sekelompok orang yang menaruh perhatian pada suatu hal yang sama. Sesuatu tersebut dapat berupa minat dan kepentingan. Public ini bisa berarti kelompok kecil atau juga bisa kelompok besar. Sedangkan kata *relations* sendiri merupakan inti dari public relations. Relations disini berarti adanya hubungan yang timbal balik atau *two way communication.*

Humas menurut *Fraser P.Seitel, Senior Vice President dan Director of Public AffairsThe Chse Manhattan Bank* adalah :

> *Public Relations* merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur kounikasi, pengertian, dukungan serta kerjasama suatu organisasi/ perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen. PR membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap terhadap opini public. PR secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan ". (Elvinaro & Soemirat, 2003:13).

Dari definisi di atas dijelaskan bahwa pada dasarnya *Public Relations* atau Humas menekankan pada " fungsi manajemen " . ini pemahaman bahwa PR mempunyai fungsi yang tidak mudah, karena seorang PRO (*Public Relations Officers*) dituntut untuk dapat membantu menciptakan dan memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan serta kerjasama dengan publiknya.

Definisi tentang Humas dikemukakan oleh *W.Emerson Reck*, Direktur PR Universitas Colgate bahwa :

> Publik relations adalah lanjutan dari proses pembuatan kebijaksanaan, pelayanan dan tindakan bagi kepentingan terbaik dari suatu individu atau kelompok agar individu atau kelompok agar individu atau lembaga tersebut memperoleh kepercayaan dan *goodwill*.(kemauan baik) dari public, kedua, pembuatan kebijaksanaan, pelayanan dan tindakan untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang menyeluruh. (Elvinaro & Soemirat, 2003:12)

Menurut J.C Scidel, Directur PR, Division of Housing, State New York, mengemukakan bahwa :

> Public relations adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill (kemauan baik) dan pengertian dari pelanggan , pegawai dan public yang luas, kedalam mengadakan analisis dan perbaikan diri asendiri, sedangkan keluar memberikan pernyataan –pernyataan (Elvirano & Soemirat,2003:12)

Sehingga dapat dipahami bahwasanya seorang humas harus mampu dekat dengan orang-orang didalam organisasinya dan juga dekat dengan orang-orang diluar oranisasinya, kemampuan komunikasi yang di atas rata-rata dapat membantu pekerjaan humas dalam setiap aktvitasnya sehingga tujuan-tujuan humas tersebut baik kedalam maupun keluar dapat tercapai.

2.3.2 Ruang Lingkup Humas

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

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

1. Hubungan dengan pelanggan (*Customer Relations*).
2. Hubungan dengan Masyarakat atau Penduduk (*Community Relations*).

3. Hubungan dengan Pers atau Media Massa (*Press Relations*).
4. Hubungan dengan Instansi-instansi Pemerintah (*Government Relations*).
5. Hubungan dengan Karyawan atau Pegawai (*Employee Relations).*
6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait *(Stakeholder* Relations).

Ruang lingkup *Public relations* dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relations*)

   Hal ini mencakup kegiatan – kegiatan seperti memberi informasi kepada pelanggan atau nasabah, menjelaskan prosedur, tata cara, waktu, menyampaikan pesan-pesan, laporan berkala (melalui brosur, jurnal, surat dan sebagainya), menyelenggarakan acara bersama pelanggan dan menciptakan suasana kenyamanan atau kemudahan bagi urusan para pelanggan dan melayani pelanggan atau tamu.
2. Hubungan dengan Masyarakat atau Penduduk (*Community Relations*)

   Hal ini mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk/masyarakat yang sekurang-kurangnya meliputi penduduk di sekitar lokasi pabrik atau perusahaan atau toko atau di sekitar kantor ogrganisasi atau lembaga yang bersangkutan.
3. Hubungan dengan Pers atau Media Massa (*Press Relations*)

Hal ini mencakup kegiatan membuat *clippings* (guntingan berita dari koran, majalah, dan lain-lain) serta menganalisa pendapat umum (opini publik) atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu (*specific groups opinion*), menyampaikan informasi dan pernyataan resmi melalui media massa, menyelenggarakan acara jumpa pers (*press conference*) atau menyususn dan mengedarkan keterangan pers (*press release*), membina hubungan komunikasi dua arah dengan wartawan dan redaksi media massa (Surat kabar, TV, Radio, Majalah, Tabloid, dan lain-lain).

4. Hubungan dengan Instansi – instansi Pemerintah (*Government Relations*)

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

5. Hubungan dengan Karyawan atau Pegawai (*Employee Relations*)

   Hal ini mencakup kegiatan pembinaan hubungan kedalam (pimpinan dengan karyawan dan sesama bawahan) yang memang terkesan

tumpang tindih dengan fungsi dan tugas Bagian Kepegawaian (Personalia). Adapula yang secara spesifik sebenarnya merupakan ruang lingkup Kehumasan, yaitu menyampaikan kebijakan organisasi atau perusahaan kepada karyawan dan sebaliknya menampung serta memantau aspirasi karyawan untuk disampaikan kepada pimpinan. Dengan demikian, diharapkan tercipta suasana harmonis atau selaras dalam kegiatan organisasi atau perusahaan.

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

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

2.3.3 Fungsi Humas

Fungsi *Public Relations* dalam bukunya "*Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis*" yaitu:

1. Menunjang aktivitas utama manajeman dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal.

3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
5. Operasionalisasi dan organisasi *Public Relations* adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya.

2.3.4 Tujuan Humas

Menurut Soemirat dan Ardianto dalam bukunya ***Dasar-Dasar Public Relation***, tujuan PR atau Humas adalah :

> "Tujuan PR untuk mengembangkan pengertian dan kemauan baik (*goodwill*) publiknya serta untuk memperoleh opini publik yang menguntungkan atau untuk menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik" (Soemirat dan ardianto,II00II:89).

Tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan tergolong dua golongan besar yaitu:

A. Komunikasi Internal (personil/anggota institusi)

1. Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.

   Menciptakan kesadaran personil mengenai peran institusi dalam masyarakat.
2. Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya.

B. Komunikasi Eksternal (masyarakat)

1. Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi.
2. Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya dan pendidikan khususnya.
3. Motivasi untuk menyampaikan umpan balik.

Maksud dan tujuan yang terpenting dari PR adalah mencapai saling pengertian sebagai obyektif utama. Pujian citra yang baik dan opini yang mendukung bukan kita yang menentukan tetapi *feed back* yang kita harapkan.

2.3.5 Peranan *Public Relations*

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan mengenai peran utama *Public Relations* pada intinya yaitu :

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.

2. Membina *relationship,*yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *back up management,* yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
4. Membentuk *corporate image,* artinya peranan *Public Relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. (Effendy, 2008 : 9-11).

2.4 Analisa Kegiatan PKL

Semua kegiatan selama penulis melakukan praktek kerja lapangan di Kantor Pos Bandung tidaklah terlepas dari keilmuan komunikasi pada umumnya dan keilmuan kehumasan pada khususnya. Baik semua materi yang diberikan serta semua tugas yang telah diberikan pada penulis semuanya itu berhubungan erat dengan keilmuan komunikasi dan kehumasan. Semua kegiatan yang penulis alami ketika melakukan praktek kerja lapangan di Kantor Pos Bandung adalah gambaran nyata mengenai semua hal dalam ilmu komunikasi dan kehumasan yang telah penulis dapatkan selama penulis menimba ilmu di UNIKOM. Praktek kerja lapangan ini adalah bukti nyata dari materi dan toeri yang penuis dapatkan ketika kuliah, dan dari kegiatan prktek kerja lapangan ini penulis bisa mempraktekan secara langsung dari apa yang telah penulis dapatkan ketika penulis kuliah. Bila dikaitkan dengan teori-

teori yang penulis paparkan pada *point* sebelumnya maka Kantor Pos Bandung tidak seluruhnya mempraktekan kiat-kiat kehumasan yang baik, namun penulis telah banyak mendapatkan berbagai pengalaman bahwa meski humas yang dijalanai oleh Kator Pos Bandung tidak *state of being*, akan tetapi mereka menerapkan kaidah-kaidah keilmuan baik itu komunikasi dan kehumasan dengan efektif dan efisien. Ini seolah tidak ada halangan bagi penulis dan pembimbing PKL untuk mempraktekan semua ilmu kehumasan dalam tiap kegiatan PKL yang penulis laksanakan.

Kegiatan demi kegiatan tersebut tentunya telah penulis pahami sebagai bentuk nyata dari pengaplikasian ilmu kehumasan yang telah penulis pelajari, sehingga penulis selalu memaksimalkan peluang yang ada untuk mempraktekan ilmu kehumasan di saat PKL.

Penulis menganalisa bahwasannya ada beberapa kegiatan yang bersinggungan dengan dunia komunikasi serta kehumasan khususnya yang penulis geluti dan sangat membutuhkan aplikasi dari ilmu komunikasi dan kehumasan dalam pelaksanaannya, yakni antara lain adalah :

a. Melayani Konsumen

Kegiatan melayani konsumen yang dilakukan penulis adalah suatu kegiatan yang dalam prakteknya tidak jauh dari keilmuan komunikasi khususnya dalam komunikasi antar pribadi yang penulis dapatkan selama kuliah. Dimana penulis berinteraksi langsung secara *fece to fece* (tatap muka)

dengan konsumen. Karena dalam ciri-ciri komunikasi antar pribadi, yang diantaranya :

1. Terjadi pada dua orang
2. Tidak terikat ruang dan waktu
3. Informal
4. **Tatap Muka**
5. *Homogen*

Selain dari keilmuan komunikasi antar pribadi yang dapat penulis terapkan juga keilmuan mengenai komunikasi psikologi juga penulis pergunakan dalam keseharian penulis menjalankan aktifitas dalam melayani konsumen. Karena pada kenyataannya penulis sering dihadapkan dengan para konsumen yang beraneka ragam sifatnya. Ada konsumen yang datang hanya sekedar untuk memperoleh informasi mengenai jasa pengiriman yang disediakan kantor pos, kemudian yang lebih harus mendapatkan pelayanan yang extra khusus adalah para konsumen yang datang untuk mengeluh atau komplen mengenai pengiriman jasa yang telah mereka percayakan kepada Kantor Pos. Maka dari itu dalam penanggulangannya pun berbeda antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya. Jadi Untuk mengantisipasi itu semua penulis menggunakan teknik komunikasi psikologi untuk menangani apabila penulis menjumpai komsumen yang seperti itu.

b. Greeting

Kegitan *Greeting* ini adalah kegiatan ruitin yang diselenggarakan oleh kepala humas Kantor Pos Bandung pada seluruh karyawannya setiap pagi sebelum melakukan aktifitas kerja sebagai mana biasanya. Kegiatan ini adalah dalah satu kegiatan yang dilakukan seorang humas (Public Relations) dalam membangun image internal perusahaan agar dalam kenyataannya antara karyawan yang satu dengan karyawan yang lainnya dapat berinteraksi, *sharing*, dan berbagi pengalaman dalam aktifitas kerja.

c. Pengenalan Media

Sebagaimana kita ketahui bahwa citra suatu perusahaan akan sedikit terbantu dengan bila ada campur tangan media di dalamnya. Mungkin dalam hal ini sudah disadarai oleh pembimbing ketua humas Kantor Pos Bandung, karena pada kenyataanya Bapak Suyud selaku ketua humas Kantor Pos Bandung sudah mempunyai hubungan yang sangat erat dengan para wartawan yang dimana terbukti saat pembimbing mengajak pennulis untuk mengikuti kegiatan wawancara antara Bapak Suyud dengan wartawan. Sebagaimana telah penulis pelajari dalam mata kuliah pengantar humas, dimana seorang humas itu harus mempunyai hubungan yang baik dengan media atau wartawan. Yang pada pengaplikasiannya Humas PT.Pos Indonesia Kantor Pos Bandung ini harus mempunyai hubungan baik dengan para wartawan, baik

wartawan media cetak maupun wartawan media elektronik. Karena dilihat dari fungsi atau keuntungannya seorang humas dapat mempublikasikan mengenai sesuatu yang positif dalam perusahaannya tidak akan mengalami kesulitan karena para pekerja media akan dengan senang hati untuk membantu mempublikasikannya.

d. Membuat *Press Release*

Kegiatan membuat Press Release ini jelas sekali adalah hal atau kegiatan yang sering dilakukan oleh seorang humas. Press releasae adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh Public Relation suatu organisasi perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers / redaksi media massa.

> *Press Release* atau *news release* yang baik harus menyajikan suatu kisah yang sama bermutunya dengan yang biasa ditulis oleh para jurnalis. Informasi yang terungkap harus jelas, dan sepenuhnya sesuai dengan kenyataan yang ada, serta menaati segenap kaidah penulisan yang baik. Jangan sekali – kali memulai sebuah siaran berita dengan kalimat seperti 'Dengan bangga kami mengumumkan bahwasannya . . . .' atau ungkapan – ungkapan yang cenderung memuji – muji diri sendiri. *News release* tidak boleh berlebih – lebihan sehingga mirip iklan. Cara mudah untuk belajar menulis *news release* adalah dengan rajin membaca surat kabar. (Anggoro, 2008 : 121)

Begitu pula dengan *presss release* yang ditugaskan oleh Divisi Humas PT.Pos Indoneseia (Kantor Pos Wilayah Bnadung) kepada penulis, meskipun hanya sekedar tugas biasa saja akan tetapi pembimbing selalu memperhatikan kaidah penulisan yang baik.

e. Membuat Brosur

Penulis mendapat andil untuk ikut serta mendesain brosur untuk kegiatan Kantor Pos Bandung dalam penerbitan prangko istimewa guna menarik minat konsumen agar berkenan untuk membuat perangko bebas sesuai dengan teman prangko yang disediakan oleh Kantor Pos Bandung.. Sangat jelas dalam kegiatan ini penulis mempraktekan salah satu kajian keilmuan dalam komunikasi yaitu penggunaan Media Humas. Guna mempraktekan ilmu Media Humas maka penulis memberikan saran-saran kepada para pembimbing mengenai desain brosur yang mampu menarik minat konsumen untuk tidak sekedar membacanya tapi juga mempengaruhi masyrakat agar mau ikut berpartisipasi dalam kegiatan penerbitan prangko istimewa ini.

2.5 Analisis Pelayanan Perusahaan Terhadap Mahasiswa PKL

Pada saat mengajukan proposal Praktek Kerja Lapangan, penulis diterima dengan baik oleh PT.Pos Indonesia (Kantor Pos Bandung). Begitu pula ketika penulis ditempatkan di Divisi Humas, walaupun sebenarnya Humas Kantor Pos Bandung belum melembaga . Kepala Humas dan para staf Divisi Humas menyambut dengan baik, ramah, dan penuh kehangatan.

Ketika penulis memasuki kawasan PT.Pos Indonesia (Kantor Pos Bandung) untuk menyerahkan Proposal Praktek Kerja Lapangan, penulis

harus lapor terlebih dahulu kepada bagian SDM (Sumber Daya Manusia) ini berlaku buat setiap siapa saja kecuali pegawai PT.Pos Indonesia (Kantor Pos Bandung).

Awalnya, penulis tidak langsung diterima untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, tetapi harus menunggu dengan waktu yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan.

Setelah diterima untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, penulis akhirnya melakukan beberapa kegiatan atau aktivitas Praktek Kerja Lapangan yang ditempatkan di Divisi Humas.

Hari pertama melaksanakan Praktek Kerja, penulis disambut dengan hangat oleh Kepala Divisi dan Staf Humas. Dalam melaksanakan kegiatannya, penulis diwajibkan untuk mengenakan pakaian rapi seperti, kemeja, dan celana bahan. Selain itu, penulis diharuskan mengenakan tanda pengenal mahasiswa yang melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT.Pos Indonesia (Kantor Pos Bandung) Hal ini sudah menjadi ketentuan dari pihak perusahaan.

Setiap harinya, penulis melakukan beberapa kegiatan *Public Relations* yang telah diarahkan oleh pembimbing. Arahan yang disampaikan oleh pembimbing sangat jelas sehingga penulis cepat menerima dan mengerjakan tugas yang telah diberikan.

Kegiatan – kegiatan yang dilakukan dimulai dari pukul 07.00 – 13.00 WIB. Pihak perusahaan memberikan waktu istirahat kepada mahasiswa yang sedang melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, disamakan dengan pegawai yang bekerja di sana, yaitu selama satu jam dari pukul 11.30 – 12.00 WIB.

Banyak sekali yang diberikan pihak perusahaan kepada penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan. Seperti, penulis diberikan jatah makan siang di aula PT.Pos Indonesia (Kantor Pos Bandung)setiap waktu istirahatnya.

Selain itu juga, selama melaksanakan kegiatan – kegiatan *PR* (*Public Relations*), penulis diberi *note book*, kalender, map, pena, untuk menunjang kegiatan yang dilakukan.

Penulis sangat dilibatkan dalam segala kegiatan – kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak perusahaaan. Hal ini menjadikan penulis menambah wawasan dalam keilmuan konsentrasi humas. Selain itu, menambah pengalaman dengan dilibatkannya penulis pada berbagai kegiatan yang diselenggarakan.