BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1. Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan dibidang kepegawaian umum PT. TASPEN (Persero) BANDUNG Jawa Barat, selama melakukan kegiatan kerja peraktek penulis melakukan kegiatan rutin dan tambahan (insidentilil) di Sub Bagian kepegawaian, karena divisi kepegawaian umum di PT. TASPEN (Persero) BANDUNG Jawa Barat memiliki humas yang di tempatkan di devisi Kepegawaian Umum maka penulis di tempatkan di bagian kepegawaian karena sesuai dengan bidang keilmuan yang diambil penulis, yakni bidang konsentrasi Ilmu Humas pada Universitas Komputer Indonesia Bandung.

Selama melakukan aktivitas di Bagian kepegawaian umum, penulis secara rutin melakukan kegiatan pengumpulan, pengolahan dan penyusunan data. Penulis juga banyak menerima pengarahan-pengarahan kerja , baik dari Pembimbing PKL , dan juga dari segenap staf Sub-Sub Bagian kepegawaian umum, agar setiap tugas yang diberikan kepada penulis dapat terlaksana dengan baik.

Adapun berbagai macam kegiatan rutin maupun Insidentilil yang dilakukan penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Bagian kepegawaian umum PT Taspen KCU Bandung tertera pada tabel berikut :

Tabel 2.1.

Aktivitas Selama PKL

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1.	Kamis, 8 Juli 2010	Pengenalan dan pemberitahuan tugas.	Insidentil
2.	Jumat, 9 Juli 2010	Penjelasan tentang bagian humas di PT. TASPEN (Persero) Bandung, Jawa Barat oleh ketua Bidang Humas.	Insidentil
3.	Senin, 12 Juli 2010	Penjelasan tentang bagian humas di PT. TASPEN (Persero) Bandung, Jawa Barat oleh ketua Bidang Humas Membaca Koran/Harian	Insidentil Rutin
4.	Selasa, 13 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
5.	Rabu, 14 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
6.	Kamis, 15 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
7.	Jumat, 16 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
8.	Senin, 19 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
9.	Selasa, 20 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. c. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
10.	Rabu, 21 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
11.	Kamis, 22 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
12.	Jumat, 23 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
13.	Senin, 26 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax	Rutin Rutin
14.	Selasa, 27 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin
15.	Rabu, 28 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
16.	Kamis, 29 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
17.	Jumat, 30 Juli 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
18.	Senin, 2 Agustus 2010	a.Membaca Koran/Harian. b.Mengangkat telpon dan Menerima fax	Rutin Rutin
19.	Selasa, 3 Agustus 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
20.	Rabu, 4 Agustus 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
21.	Kamis, 5 Agustus 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Merima fax.	Rutin Rutin
22.	Jumat, 6 Agustus 2010	a. Membaca Koran/Harian. b. Mengangkat telpon dan Menerima fax.	Rutin Rutin
23.	Senin, 9 Agustus 2010	Berpamitan kepada seluruh staf pegawai PT,Tabungan dan Asuransi Pegawai Negeri (TASPEN)	Insidentil

Sumber: Agenda penulis selama PKL, 2010

2.2. Deskripsi Kerja Rutin dan Contoh Kegiatan Selama PKL

2.2.1. Deskripsi Rutin

1. Mengangkat Telpon dan Menerima Fax

Tugas penulis menerima telepon yang ada di sub bidang kepegawaian Umum PT Taspen untuk membantu apabila Staff yang bersangkutan sedang tidak ada di tempat. Biasanya kegiatan yang di lakukan, memberikan informasi kepada penelepon untuk dan berkonsultasi, biasanya menginformasikan Staff yang bersangkutan apabila sedang ada pekerjaan lain atau di luar dan keperluan lain yang di butuhkan. Dalam melaksanakan tugas ini penulis di wajibkan menguasai etika bertelepon yang benar dan sopan.

Menerima fax yaitu mengirimkan dan menerima informasi melalui mesin faksimili dari pihak yang bersangkutan dengan sub bidang kepengawaian, *Scaning* yaitu memasukkan data yang berupa *hardcopy* ke dalam Komputer sehingga menghasilkan data *softcopy*.

Semua pekerjaan ini perlu kecepatan dan kelincahan, tetapi harus teliti dan cermat, agar kertas atau salinannya tidak tertukar baik halamannya maupun tertukar dengan dokumen yang lain.

Gambar 2.1
Kegiatan Mengangkat Telpon dan Menerima Fax



Sumbet: penulis, 2010

2. Membaca Koran/Harian.

Membaca adalah suatu usaha memahami sesuatu yang mengandung arti, sesuatu itu dapat berupa lambang-lambang verbal, sikap, gerak-gerik, nada, suara, dan sebagainya. Membaca koran adalah kegiatan rutin yang dilakukan untuk mengetahui informasi-informasi dan berita yang *up to date* mengenai perusahaan agar penulis dapat mengetahui informasi terbaru setiap harinya dan dapat menambah wawasan untuk dapat menjadi seorang PR yang berwawasan luas.

2.2.2 Deskripsi kegiatan Insidentil

1. Pengenalan dan pemberitahuan tugas.

Sudah ada ketentuan diPerusahaan PT. TASPEN (Persero) BANDUNG Jawa Barat setiap mahasiswa yang melakukan pkl (peraktek kerja lapangan) di kenalkan terlebih dahulu mengenai bentuk dari PT. TASPEN (Persero) BANDUNG Jawa Barat tersebut,dan di kenalkan ke semua bagian yang ada di dalam taspen mulai dari Sub-bidang-sub-bidang struktural sampai dengan staff PT. TASPEN (Persero) BANDUNG Jawa Barat, Bertujuan untuk mahasiswa supaya tidak merasa canggung saat melakukan peraktek kerja lapangan,dan yang pertama kali harus dimiliki oleh mahasiswa etika dan moral yang harus sudah di miliki oleh mahasiswa yang melakukan pkl sehingga bisa di pandang masyarakat yang di sekitar lingkungan PT. TASPEN (Persero) BANDUNG Jawa Bar

2. Penjelasan tentang bagian humas di PT. TASPEN (Persero) Bandung, Jawa Barat oleh Ketua Bidang Humas.

Mahasiswa yang melakukan PKL PT. TASPEN (Persero) BANDUNG Jawa Barat terlebih dahulu diberikan buku panduan PT. TASPEN (Persero) yang harus dibaca dan dipahami sehingga bisa memahami pekerjaan yang diamanahkan kepada mahasiswa, buku ini berisi tentang pekerjaan di Bagian humas, yang dipahami melalui penjelasan dari ketua humas PT TASPEN (Persero)

memberitahu penulis tentang kegiatan yang harus dilakukan penulis selama PKL.

2.3. Analisis Tentang Humas

2.3.1. Definisi Humas

Berbicara mengenai *Public Relations,* dilihat dari sudut etimologi kata, maka istilah *Public Relations* merupakan gabungan dari dua kata, yaitu "*public*" dan "*relations*". Publik secara universal yaitu "sekelompok orang yang mempunyai minat dan perhatian yang sama terhadap sesuatu hal".(Yulianita, 1999:17), sedangkan Relations diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah "hubungan-hubungan" dalam arti menyangkut banyak hubungan.(Yulianita, 1999:21). Untuk lebih memperjelas pengertian mengenai pengertian *Public Relations* , berikut ini dikemukakan beberapa definisi dari para ahli.

> Definisi Public Relations menurut Frank Jefkins adalah "Fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik, dan melaksanakan program kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan dari publiknya." (Yulianita, 1999:33).

Dari definisi diatas menunjukkan bahwa Humas merupakan "jembatan penghubung" antara publik dengan organisasi yang diwakilinya, dan melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan organisasi maupun publiknya.

Menurut John D. Millet, dalam bukunya, *Management in Public Services the quest for effective performance,* yang artinya peran Humas/PR

dinas instansi atau lembaga kepemerintahan terdapat beberapa hal dalam melaksanakan tugas atau kewajiban utamanya, yaitu sebagai berikut:

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan inspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*).
2. Kegiatan untuk memberikan nasihat atau sumbang saran dalam menaggapi untuk apa sebaiknya dapat dilakukan dilakukan instansi/lembaga pemerintah seperti yang diekhendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*).
3. Kemampuan untuk mengusahakan terciptanya hubungan memuaskan yang diperoleh dari antara hubungan publik dengan para pejabat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan opleh suatu lembaga/instansi pemewrintahan yang bersangkutan (*informing and about what agency doing*). (Ruslan, 2002: 94)

Sedangkan Dimock dan Koening memaparkan tugas dan kewajiban dari pihak Humas lembaga pemerintahan, sebagai berikut:

1. Berupaya memberikan penerangan atau informasikepada masyarakat (*public services*), kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pihak pemerintah dalam melaksanakan program kerja pembangunan tersebut.

2. Mampu menanamkan keyakinan dan kepercayaan, serta mengajak masyarakat dalam partisipasinta untuk melaksanakan program pembangunan di berbagai bidang, seperti sosial, ekonomi, hukum dan politik serta menjaga stabilitas keamanan dan ketertiban nasional.
3. Keterbukaan dan kejujuran dalam memberikan pelayanan serta pengabdian dari aparatur pemerintah bersangkutan perlu dijaga atau dipertahankan dalam melaksanakn tugas dan kewajibannya masing-masing secara konsisten serta profesional. (Ruslan, 2002: 94)

Dalam bukunya *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, Rusady Ruslan mengemukakan bahwa, Public Relations berfungsi mendekatkan (menarik) konsumen atau publik sasarannya kepada perusahaan, berupaya dalam mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat dan menciptakan “citra” perusahaan.

Kegiatan kehumasan adalah merupakan bagian dari kegiatan Komunikasi informasi dan Edukasi (KIE), yang dilaksanakan secara terencana dan berkesinambungan untuk membangun atau menegakkan citra positif dari lembaga dan program-program yang dijalankan, agar dapat dipahami dan didukung oleh segenap khalayak dengan dasar saling pengertian.

2.3.2. Tujuan Humas

Tujuan kegiatan humas dari sebuah perusahaan, ada beberapa diantaranya yang pokok menurut M Linggar Anggoro dalam bukunya Teori dan Profesi Kehumasan adalah sebagai berikut :

1) Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.

2) Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.

3) Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian atau salah paham dikalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.

4) Untuk menyebarluaskan aneka informasi mengenai aktifitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan dalam kehidupan sosial sehari-hari.

5) Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas serta membuka pasar-pasar baru.

2.3.3. Fungsi Humas

Menurut Cutlip dan Center serta Canfield seperti yang dikutip Onong Uchjana Effendy, fungsi Humas adalah sebagai berikut :

1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi;
2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik intern maupun ekstern;
3) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dan organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi;
4) Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.(Effendy,2002:36)

Profesi Humas dengan berbagai kegiatan dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan tugasnya menyangkut unsur-unsur Citra baik (*good image*), itikad baik (*goodwill*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciations*) dan Toleransi (*tolerance*).

2.3.4. Kegiatan Humas

1. Internal Public Relations

Untuk menciptakan suasana menyenangkan dan bagi keuntungan suatu lembaga, komunikasi yang bersifat "*two-way communication*" penting sekali dan mutlak harus ada, yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan antara bawahan dengan pimpinan, yang merupakan "*feed back"*, yang berdasarkan pada "*good human relations*" sesuai dengan prinsip semua *public relations.*

Internal Public Relations yang baik adalah yang memperlakukan tiap karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membeda-bedakan tingkat, pendidikan dan lain-lain. Salah satu usaha *Internal Public Relations* yang dapat menunjukkan perhatian terhadap kemajuan atau kepentingan karyawan diantaranya mengadakan *upgrading* atau memberi kesempatan pada mereka untuk mengikuti pendidikan lainnya yang secara psikologis dapat menaikkan martabat mereka.

2. External Public Relations

Tugas penting *External Public Relations* adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasif, yang ditujukan kepada publik di luar instansi tersebut. Informasi harus diberikan dengan jujur, berdasarkan fakta dan harus teliti. Sebab publik mempunyai hak untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut kepentingannya.

Menurut Oemi Abdurrachman komunikasi dengan *external public* dapat diselenggarakan diantaranya dengan :

1) Kontak Pribadi *(Personal contact)*

Unsur yang penting dalam hubungan ini adalah perlakuan terhadap perorangan-perorangan yang berhubungan dengan badan atau instansi. Di dalam "*government public relations*" hal ini perlu mendapatkan perhatian yang serius dan harus ditekankan kepada para karyawan, bahwa "*government public*

relations" itu tidak cukup hanya dengan memberikan penjelasan-penjelasan pada seseorang baik secara lisan maupun secara tertulis.

2) *Press release*

Dalam menyiapkan press release hendaknya diperhatikan soal-soal teknis mengenai penyusunan dan pengetikan "*message*" dan distribusinya. Formula "*who, what, where, when, why*" tidak boleh dilupakan dalam penyajian press release.

3) *Press relations*

Penting sekali dalam Hubungan Masyarakat bagi seorang pelaksana Humas untuk mempunyai hubungan yang baik dengan para pemimpin atau wakil surat-surat kabar, majalah-majalah, kolumnis-kolumnis, penulis-penulis feature, pemimpin radio dan televisi dan sebagainya.tetapi perlu dicatat, hubungan pribadi antara seorang PRO dengan petugas-petugas pers tadi tidak berarti bahwa PRO itu harus mendapatkan pelayanan yang istimewa dari mereka. Hubungan pribadi harus dipelihara dan harus berdasarkan integritas profesi. Seorang Humas harus melakukan semua media sama.

4) *Press conference & press briefing*

Dalam keadaan-keadaan tertentu dan mengenai pengumuman-pengumuman tertentu, dianjurkan untuk

menyelenggarakan *pers conference* daripada hanya memberikan *press release* saja. *Pers conference* hanya diselenggarakan bila ada peristiwa-peristiwa penting saja di suatu instansi atau badan. Instansi dapat mengadakan *pers conference* atas inisiatifnya sendiri atau atas permintaan wakil-wakil pers sendiri.

5) *Publicity*

Pada hakekatnya *publicity* adalah berita yang ditulis dalam surat-surat kabar atau majalah-majalah atau yang disiarkan melalui radio atau televisi, yang penuh dengan *Human Interest* dan menarik perhatian publik mengenai kegiatan-kegiatan atau pernyataan-pernyataan orang-orang yang *prominently involved*.

6) Radio dan Televisi

Dengan radio dan transistor, merupakan satu-satunya penghubung antara manusia dengan dunia, satu-satunya saluran untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan hiburan tanpa mengenal jarak dan *illiteracy* (buta huruf).

7) Film

Ini dapat berupa film dokumentasi, hiburan yang berisi informasi-informasi, pendidikan dan sebagainya. Pada dewasa ini film banyak digunakan dalam public relations, bukan saja untuk *internal public* tapi juga untuk *external public*.

8) Media Komunikasi dan Informasi

> Selain dengan menggunakan media yang telah dikemukakan di atas, masih banyak cara-cara lain untuk menyebarkan suatu informasi dan mengadakan hubungan dengan publik. Diantaranya dengan menggunakan kartu pos bergambar, telepon, ceramah, mengadakan kunjungan-kunjungan dan sebagainya. (Abdurrachman,2001: 40).

2.4. Analisis Humas di PT Taspen

Humas lebih menekankan pada falsafah manajemen. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang dilakukan oleh humas harus dalam bentuk hal-hal yang tidak menyimpang dari kebenaran, kejujuran dan pelayanan yang baik bagi publik, mempunyai etika yang baik dalam melakukan kegiatan komunikasi bagi publiknya dan merupakan upaya untuk menanamkan kepercayaan publik pada perusahaan.

Semua hal yang telah digambarkan diatas harus dapat diekspresikan melalui kebijaksanaan-kebijaksanaan dan kegiatan-kegiatan yang dapat di pertanggung jawabkan secara instiusional dan diarahkan bagi pelayanan publik melalui komunikasi yang baik bagi publiknya, semua hal itu tentu saja untuk menciptakan pengertian dan *good will* dari publik terhadap perusahaan.

Untuk mencapai semua itu seorang Humas harus mampu merancang program Humas. Dalam pembuatan program kerja Humas umumnya para praktisi Humas harus memperhatikan unsur-unsur yang terdapat pada sistematika manajemen yaitu:

1. *Planning* (Perencanaan)
2. *Organizing* (Pengorganisasian) atau menentukan strategi
3. *Actuating* (Pelaksanaan) atau implementasi dari kedua unsur diatas
4. *Evaluating* (Pengevaluasian) atau pengukuran kekurangan dan kelebihan apa yang sudah dilakukan tersebut.

Humas yang berada di PT. Taspen KCU Bandung masih berada di bawah bagian kepegawaian umum yang artinya Humas tersebut belum melembaga (*state of being*) tapi masih *Method of Communications*. Namun, Humas PT. Taspen KCU Bandung tetap melaksanakan kegiatan-kegiatannya baik kegiatan Internal maupun Eksternal. Adapun kegiatan Internal seperti : Get together, Rapat evaluasi dan lain-lain. Dan adapun kegiatan eksternal seperti : Acara sosialisasi dan pelayanan pro aktif, sosialisiasi hak-hak pegawai balai pemasyarakatan Klas 1 Bandung selaku peserta Taspen dan lain-lain.

Masalah tersebut dapat diupayakan dengan melakukan kegiatan *Public Relatio*n yang meliputi kegiatan mulai dari pembenahan organisasi atau perusahaan itu sendiri hingga kepada kegiatan yang bersifat membangun atau menciptakan citra perusahaan dimata publiknya.

2.5. Analisis Pelayan Humas PT. TASPEN (Persero) BANDUNG Kepada Mahasiswa PKL.

Kesempatan yang telah didapatkan oleh penulis selama melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT Taspen KCU Bandung, merupakan pengalaman yang sangat berharga. Kesempatan itu telah memberikan pengalaman bagi penulis, khususnya mengenai praktek bagaimana menjadi humas dalam suatu

organisasai dan mengamalkan teori-teori humas yang penulis pelajari dalam perkuliahan.

Pelayanan yang dilakukan oleh PT Taspen terhadap mahasiswa yang melakukan PKL di prusahaan nya terdiri dari dua katagori yaitu:

1) **Kegiatan Internal**

Public Relations dari Sub kepagawaian umum PT. TAspen KCU Bandung bertugas untuk memberikan pelayanan tentang informasi mendalam tentang PT.Taspen KCU Bandung, menjaga hubungan internal dengan para staf dan karyawan serta mendukung kegiatan-kegiatan yang ada di PT. Taspen KCU Bandung. Namun ada beberapa hal yang penulis lihat dari proses kerjaan yang kurang efektif dari masing-masing staf karyawan yang terlalu santai dalam mngerjakan tugasnya masing-masing. Hal ini akan sangat berpengaruh sekali pada kualitas suatu perusahaan.

2) **Kegiatan Eksternal**

Kegiatan eksternal merupakan bagian dari kegiatan Public Relations PT. Taspen KCU Bandung dalam membina hubungan baik dengan para custumer nya dalam memberikan berbagai informasi tentang PT. Taspen KCU Bandung kepada public. Hal ini sangat mempengaruhi efektifitas hubungan internal antara PT. Taspen KCU Bandung dengan Publik.

Akan tetapi dilihat kegiatan yang telah dilakukan oleh Public Relations yang ada di PT. Taspen selama penulis melakukan kegiatan

PKL Penulis menilai Public Relations PT. Taspen KCU Bandung belum cukup atau masih kurang maksimal, Hal ini diakbibatkan karena keterbatasan yang ada.

Dalam aktifitas kerja penulis selama melakukan PKL di PT Taspen KCU Bandung sangat berkaitan dengan ilmu yang di pelajari penulis selama di Universitas, didalam melakukan kegitaan banyak sekali kegiatan yang berupa kegiatan seorang Humas yang secara Ril didapat oleh penulis di PT Taspen KCU Bandung ini yang berkaitan tentang konsentrasi penulis di bidang Hubungan masyarakat (Humas).