BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

1.1. Penjelasan Kegiatan Harian

Pada saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Taman Mini "Indonesia Indah". Penulis ditempatkan di bagian Bidang Informasi. Pada awal pertemuan dengan pembimbing kerja praktek di bidang informasi penulis di jelaskan apa saja yang harus di taati dan dikerjakan selama mengikuti kerja praktek. Pada bagian bidang informasi memiliki aturan-aturan yang harus dilaksanakan pada saat kerja praktek. Pembimbing kemudian menjelaskan apa saja yang nantinya akan dilakukan oleh penulis selama melaksanakan kerja praktek di Taman Mini "Indonesia Indah". Setelah menjelaskan secara singkat tentang aktivitas yang akan dilakukan oleh penulis selama kerja praktek pembimbing terlebih dahulu mengenalkan penulis kepada staf- staf yang ada di bagian bidang informasi. Setelah pengenalan selesai pembimbing memberikan tugas pertama kepada penulis sebagai awal dari dilakukannya kerja praktek penulis di Bidang Informasi Taman Mini "Indonesia Indah".

Adapun daftar kegiatan yang dilakukan penulis setiap hari kerja selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Bidang Informasi Taman Mini "Indonesia Indah" adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Jadwal kegiatan PKL

NO	Hari/ Tanggal	Kegiatan PKL	Keterangan	
			Rutin	Insidental
1.	Minggu 01 Agustus 2010	- Mendengarkan pengarahan dari Kepala Bagian Humas mengenai TMII dan isinya, dan mengenai jobdesk mahasiswa PKL di bagian Humas. - Pemberian tugas pertama, mengantarkan surat ke Gedung Pengelolaan TMII. - Menerima telepon	 ✓ ✓	✓
2.	Senin 02 Agustus 2010	- Membaca dan mengkliping berita tentang TMII. - Menerima telepon..	✓ ✓	
3.	Selasa 03 Agustus 2010	- Membaca dan mengkliping berita tentang TMII. - Mengetik materi sejarah Banten. - Menerima telepon.	✓ ✓	 ✓
4.	Rabu 04 Agustus 2010	- Mencari materi & Kalender Acara Anjungan Daerah. - Membaca dan mengkliping berita tentang TMII. - Menerima telepon. - Melanjutkan mengetik materi sejarah Banten.	✓ ✓ ✓	 ✓
5.	Kamis 05 Agustus 2010	SAKIT	-	-

6.	Jumat 06 Agustus 2010	- Mengetik data pemasangan spanduk & baleho TMII. - Mengetik hasil evaluasi. - Mengetik surat keterangan. - Menerima telepon	 ✓	✓ ✓ ✓
7.	Sabtu 07 Agustus 2010	- Membaca dan mengkliping berita tentang TMII. - Menulis hasil evaluasi. - Menulis surat keterangan. - Mencari materi ke Anjungan Daerah. - Menghadiri Acara Parade Tari Nusantara.	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	
8.	Minggu 08 Agustus 2010	IZIN	-	
9.	Senin 09 Agustus 2010			
10.	Selasa 10 Agustus 2010	- Membaca dan mengkliping berita tentang TMII. - Menerima telepon. - Mengantarkan surat ke Gedung Pengelolaan TMII.	✓ ✓ ✓	
11.	Rabu 11 Agustus 2010	- Membaca koran mencari berita tentang TMII. - Membuat Surat. - Mengantarkan surat ke Gedung Pengelolaan.	✓ ✓	 ✓
12.	Kamis 12 Agustus 2010	- Membaca dan mengkliping berita tentang TMII.	✓	

		- Menerima telepon.	✓	
13.	Jumat 13 Agustus 2010	- Membaca koran mencari berita tentang TMII.	✓	
14.	Sabtu 14 Agustus 2010	- Membaca koran mencari berita tentang TMII. - Mengantarkan surat ke Gedung Pengelolaan. - Mendokumentasikan proses syuting FTV “99% Benci Benci Cokelat”.	✓ ✓	 ✓
15.	Minggu 15 Agustus 2010	- Membaca koran mencari berita tentang TMII.	✓	
16.	Senin 16 Agustus 2010	LIBUR	-	
17.	Selasa 17 Agustus 2010	- Membaca koran mencari berita tentang TMII. - Mengantar surat ke Gedung Pengelolaan TMII.	✓ ✓	
18.	Rabu 18 Agustus 2010	- Membaca dan mengkliping berita tentang TMII. - Mencari materi Pekan Lebaran ke IMAX, Dunia Air Tawar, Istana Anak- Anak Indonesia, Taman Burung, dan Komodo. - Mengetik sinopsis “Africa The Serengeti”.	✓	 ✓ ✓
19.	Kamis 19 Agustus 2010	- Membaca koran mencari berita tentang TMII.	✓	

		- Mendata inventaris bidang informasi. - Mengetik data inventaris bidang informasi untuk arsip.		✓ ✓
20.	Jumat 20 Agustus 2010	- Membaca koran mencari berita tentang TMII. - Mengetik laporan untuk iklan TMII di surat kabar. - Mengetik up-grade struktur bidang infomasi. - Menelepon Anjungan Daerah untuk menanyakan materi Pekan Lebaran.	✓ ✓	 ✓ ✓
21.	Sabtu 21 Agustus 2010	- Membaca koran mencari berita tentang TMII. - Menghadiri acara Festival Paduan Suara Anak- anak. - Menerima telepon.	✓ ✓	 ✓
22.	Minggu 22 Agustus 2010	- Membaca koran mencari berita tentang TMII. - Menerima telepon.	✓ ✓	
23.	Senin 23 Agustus 2010	LIBUR	-	
24.	Selasa 24 Agustus 2010	- Membaca dan mengkliping berita tentang TMII. - Menelpon beberapa Anjungan Daerah menanyakan materi Pekan Lebaran 2010.	✓ ✓	

25.	Rabu 25 Agustus 2010	- Membaca koran mencari berita tentang TMII. - Mengantarkan surat ke Gedung Pengelolaan. - Mengetik materi “Gebyar Pekan Lebaran 2010”. - Membuat release “Gebyar Pekan - Lebaran 2010”.	✓ ✓	 ✓ ✓
26.	Kamis 26 Agustus 2010	- Membaca dan mengkliping berita tentang TMII. - Mengantarkan surat ke Gedung Pengelolaan. - Mengetik artikel Museum Komodo. - Mengetik Kalender Acara Anjungan Bulan September 2010.	✓ ✓	 ✓ ✓
27.	Jumat 27 Agustus 2010	- Mengantarkan surat ke Gedung Pengelolaan. - Membaca koran mencarai berita tentang TMII. - Menerima telepon. - Membuat surat pembuatan Banner.	✓ ✓ ✓	 ✓
28.	Sabtu 28 Agustus 2010	- Mengantarkan surat ke Gedung Pengelolaan. - Membaca koran mencari berita tentang TMII.	✓ ✓ ✓	

		- Menerima telepon.		
29.	Minggu 29 Agustus 2010	SAKIT	-	
30.	Senin 30 Agustus 2010			
31.	Selasa 31 Agustus 2010	- Membaca dan mengkliping berita tentang TMII. - Mengantarkan surat ke Gedung Pengelolaan.	✓ ✓	

2.2. Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

2.2.1 Membuat Press Release untuk Media Massa

Selama praktek kerja lapangan, penulis mendapat tugas membuat press release acara-acara yang ada di Taman mini Indonesia indah. Press release tersebut dikirimkan ke media massa, khususnya surat kabar di Jakarta.

Menurut Dja'far Assegaf, *press release* adalah suatu naskah yang berisikan bahan-bahan informasi dari suatu badan resmi atau swasta untuk disiarkan ke media massa.

Dan menurut Danan Djaya, penulisan *press release* merupakan suatu kegiatan eksternal humas, dalam hal penyampaian hal penting yang akan disebarkan kepada orang ramai, mengenai usaha dan aktivitas perusahaan dan organisasi kita.

Menurut F Rahmadi, *press release* adalah siaran pers atau keterangan resmi tertulis dari instansi atau perusahaan mengenai suatu kebijakan,

kejadian khusus atau langkah-langkah yang harus diambil oleh instansi atau perubahan yang sengaja disiapkan untuk pers.

Persyaratan *press release* atau siaran pers menurut Onong Uchjana Efendy adalah:

1. Mengandung nilai berita (*news value*), kisah mengenai hal atau peristiwa yang aneh, luar biasa, untuk pertama kali terjadi atau jarang sekali terjadi.
2. Faktanya termasa (*timely*), press release harus menggambarkan fakta yang aktual, kenyataan-kenyataan yang benar terjadi dan masih hangat, baru saja terjadi.
3. Disusun secara piramida terbalik (*interverted pyramid*), dalam susunan berita, press release itu segi terpenting didahulukan, kemudian diikuti dengan hal-hal lainnya sebagai penjelasaan.
4. Mengandung rumus 5W+1H yaitu, *what, who, where*, *when*, *why*, *how*, jadi *press release* harus mngandung hal-hal yang merupakan jawaban dari pertnyaan apa (yang terjadi), siapa (yang terlibat dalam kejadian), dimana (terjadi), kapan (terjadi), kenapa (terjadi demikian), dan bagaimana (terjadinya).
5. Disusun dengan kata-kata umum yang biasa dimengerti oleh semua orang dalam sekilas baca.

Contoh Press Release yang dibuat oleh penulis :

Materi Acara Pekan Lebaran 2010

Dalam rangka Pekan Lebaran 1431 H seperti tahun- tahun sebelumnya Taman Mini ”Indonesia Indah” selalu mengadakan beberapa rangkaian acara dalam sepekan, yaitu mulai tangal 10- 19 September 2010, diantaranya Taman KTT Non- Blok akan menampilkan : DEMAS Band, Soneta Femina & Khalisa Group, Trio Cakar Elat duet Si Buta dari Gua Hantu, Operet Wali Songo, Dua Cobra, Anisa Bahar, Keong Racun, Irfan Mansyur, D’MASIV, Hiburan Band, dan artis- artis Ibu Kota.

Tak kalah menariknya, Istana Anak Anak Indonesia juga akan menampilkan beberapa atraksi antara lain : Tembang Islami Kumandang Bedug, Pukul Bedug Lebaran Spontan, Atraksi Kesenian Rakyat Sisingaan, Gelar Tari Islami, NAKA Band, ASFRIEND Band, Musik Padang Pasir, Musik Organ Tunggal.

Beberapa Anjungan Daerah menampilkan kesenian tradisional, seperti Ketoprak, Pergelaran Seni dan Tari yang dapat disaksikan di Anjungan DIY, Jawa Tengah, Jawa Timur, Kalimantan Timur, dan Sumatera Barat.

2.2.2 Media Monitoring mengenai TMII dari Surat Kabar

Selain membuat press release, tiap harinya penulis mengumpulakan berita mengenai taman mini Indonesia indah dari surat kabar, berita-berita yang dikumpulkan dibuat dalam bentuk media monitoring.

Media monitoring merupakan kegiatan pengguntingan atau pemotongan bagian-bagian tertentu dari surat kabar, majalah atau sumber yang lain kemudian disusun dalam sistem tertentu dalam suatu bidang.

Sumber media monitoring bisa didapat dari terbitan berkala seperti : jurnal, tabloid, koran, majalah. Terbitan berkala mempunyai kelebihan yaitu: media pengembangan ilmu pengetahuan yang lebih luas dibanding buku, dapat menyampaikan informasi lebih cepat, dapat terjadi komunikasi dua arah (misalnya melalui surat pembaca), berisikan pikiran-pikiran terbaru yang belum tentu terdokumentasi dalam bentuk buku.

Fungsi media monitoring adalah mengemas ulang bacaan, yang dikliping dapat berupa artikel, berita atau foto. Agar termonitor dengan baik maka sumber harus jelas (nama koran, majalah atau yang lain, tanggal terbit, halaman), tenaga yang telaten, teliti dan kreatif, profesional (dapat memilih tema yang akan dimonitoring, misalnya sesuai pengguna atau misi lembaga).

Teknis membuat media monitoring terbagi dua yaitu sistem *ordnere* (satu bundel berisi satu tema tanpa memperhatikan judul surat kabar maupun urutan waktu, misal tentang adat istiadat daerah tertentu, olah raga). Kedua sistem *evixe* (menitikberatkan pada satu surat kabar atau majalah yang terbit dalam jangka waktu tertentu secara kronologis, misal melakukan media monitoring dengan koran dengan batasan waktu satu atau dua bulan).

Media monitoring sebaiknya diberi indeks (dapat berupa indeks judul, nama penulis atau topik tulisan), direproduksi (misalnya dalam bentuk

fotokopi, *micro film*, *cd*), dan dipromosikan (terutama pada para intelektual: guru, peneliti, ulama dan lain-lain).

Media monitoring dapat dibedakan menjadi dua, yaitu, pertama untuk kepentingan pribadi (hal ini tergantung pada keperluan, minat dan gaya seseorang). Kedua, media monitoring yang dikerjakan dengan fokus tema tertentu dan ada kejelasan kalangan mana yang memerlukan.

Dalam pembuatan media monitoring yang harus diperhatikan adalah apa tujuan pembuatan media monitoring tersebut, fokus yang akan dimonitoring dan sasaran pengguna. Media monitoring sebagai sumber informasi bisa dijadikan alternatif "pengganti" buku untuk pengetahuan.

2.2.3 Administrasi

Pada saat PKL, penulis membantu staff dalam pengetikan surat- surat, yaitu mengetik surat untuk keperluan Bidang Informasi. Penulis juga membantu mengantarkan surat- surat dari ke gedung Pusat Informasi Budaya & Wisata ke Gedung Pengelolaan, yang dimana gedung pengelolaan adalah gedung pusat perkantoran di TMII.

2.2.4 Mencari Berita Anjungan Daerah

Untuk membuat sebuah press release acara TMII, penulis terlebih dahulu mencari materi acara tersebut ke Anjungan- anjungan yang akan menyelenggarakan acara. Perwakilan dari anjungan akan memberikan data-data apa saja yang termasuk materi Acara kepada penulis, agar seterusnya dibuat dalam bentuk press release.

2.2.5 Melayani pengunjung

Selama penulis praktek kerja lapangan di TMII, penulis ditempatkan di gedung Pusat Informasi Budaya & Wisata. Sebagai tempat pusat Informasi Taman Mini " Indonesia Indah" memungkinkan pengunjung lokal maupun mancanegara akan mencari informasi seputar TMII ke gedung ini. Penulis sebagai mahasiswi magang harus mampu melayani pengunjung yang akan mencari informasi.

Selain melayani pengunjung yang datang ke gedung informasi, penulis juga menerima telepon yang bertanya seputar TMII. Penulis memberikan informasi yang ditanyakan oleh penelepon. Penulis juga harus memperhatikan tata cara dalam menerima telepon, antara lain :

1. Angkat gagang telepon dengan tangan kanan.
2. Ucapkan salam kepada si Penelpon.
3. Menenyakan maksud dari si Penelpon.
4. Menjelaskan maksud atau tujuan si Penelpon dengan jelas, singkat, dan mudah dimengerti.
5. Seteleh si Penelpon merasa cukup atas informasi yang kita berikan, maka kita menanyakan kembali apakah masih ada yang bisa di bantu.
6. Jika tidak, ucapkan salam penutup dengan sopan & mengucapkan terima kasih.
7. Letakkan gagang telepon dengan benar.

2.3 Analisis Humas

Kegiatan *public relations* antara teori dan praktek seharusnya mempunyai kesinambungan, namun hal itu tidak penulis rasakan ketika melakukan Praktek Kerja Lapangan. *Public relations* adalah interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena public relation merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan (Maria; 2002 :7).

Public relations sangat menentukan perwajahan organisasi tersebut di mata masyarakat luas. Hal tersebut disebabkan karena *public relations* yang merupakan salah satu *front liner* penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat. *Public relations* menentukan kesan positif sebuah organisasi di mata masyarakat. Dan hubungan dengan masyarakat akan menentukan bagaimana organisasi tersebut bersosialisasi di tengah-tengah masyarakat. Dengan kata lain, *Public relations* juga berperan dalam membangun hubungan, khususnya hubungan komunikasi, antara organisasi dengan masyarakat luas. Untuk itu, di dalam sebuah *public relations* sangat penting untuk bisa mengelola manajemen komunikasi. Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Taman Mini “Indonesia Indah” penulis belajar bagaimana seorang *public relations* melakukan komunikasi yang baik yang tentu saja berkaitan dengan jurusan keilmuan penulis. Berbagai macam bentuk komunikasi penulis dapatkan selama melakukan praktek kerja lapangan, seperti : komunikasi persona, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.

Komunikasi persona penulis lakukan ketika pembimbing memberikan pengarahan di hari pertama praktek kerja lapangan, komunikasi organisasi penulis lakukan pada saat berdiskusi dengan para staf Bidang Infomasi Taman Mini “Indonesia Indah” tentang kegiatan humas pada saat waktu senggang, dankomunikasi massa yang dilakukan penulis pada saat melayani informasi pengunjung. Komuniasi massa ini adalah salah satu cara untuk pembentukan citra positif Taman Mini “Indonesia Indah”.

Pada saat praktek kerja lapangan di Taman Mini “Indonesia Indah” bidang kehumasan pada instansi ini sudah state of being yaitu humas sudah melembaga. Aktivitas humas yang dilakukan penulis selama melaksanakan praktek kerja lapangan tidak sepenuhnya seperti dengan teori yang penulis dapatkan pada saat perkuliahan. Secara rutin penulis membaca koran setiap pagi untuk mencari berita mengenai Taman Mini “Indonesia Indah untuk dijadikan kliping, menerima telepon pun menjadi hal yang dilakukan penulis dalam mengisi kegiatan kerja praktek di TMII. Dalam mengkiliping berita yang telah di dapat, penulis tidak melihat pemakaian format kertas yang seharusnya dipakai untuk kliping berita yang penulis dapatkan pada saat perkuliahan.

Tujuan utama dari *public relations* adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan (Davis; 2003).

Menurut Rosady Ruslan (2001:246) tujuan *public relations* adalah sebagai berikut:

a. Menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif untuk publik eksternal atau masyarakat dan konsumen.

b. Mendorong tercapainya saling pengertian antara publik sasaran dengan perusahaan.

c. Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan *public relations*.

d. Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek.

e. Mendukung bauran pemasaran.

Empat Unsur Falsafah *Public Relations* (Rumanti; 2002) :

1. *Public Relations* sebagai upaya mempengaruhi kemauan individu, golongan, atau masyarakat yang menjadi sasaran dengan maksud mengubah pikiran, pendapat publik secara umum oleh pemerintah.
2. *Public Relations* ditujukan untuk mendorong atau memajukan usaha usaha bidang ekonomi. Falsafah ini dipakai oleh badan usaha ekonomi yang mencari keuntungan.
3. *Public Relations* dengan menggunakan pengetahuan yang luas dan bijaksana bisa dipergunakan dalam pencapaian tujuan.
4. Misi *Public Relations* yang perlu disampaikan kepada masyarakat diintegrasikan dengan kebutuhan publik.

Sebagai ilmu pengetahuan, *public relations* masih relatif baru bagi masyarakat Indonesia. *Pulic relations* itu sendiri merupakan gabungan berbagai ilmu dan termasuk dalam jajaran ilmu-ilmu sosial seperti halnya ilmu politik, ekonomi, sejarah, psikologi, sosiologi, komunikasi dan lain-lain. Perkembangan *public relations* sendiri berfungsi menumbuhkan hubungan baik antara segenap

komponen, memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi menciptakan kerjasama sehingga tercipta suatu hubungan yang baik dengan publik.

Secara sederhana tugas seorang humas adalah menjadi penghubung antara lembaga publik dengan masyarakat luas, agar tercipta saling pengertian dan kerjasama yang baik dengan pihak- pihak yang terkait. Hal tersebut penulis rasakan pada saat melaksanakan kerja praktek di Bidang Informasi Taman Mini "Indonesia Indah" dimana penulis melayani pengunjung yang datang ke bagian informasi untuk menanyakan seluk beluk, tata letak anjungan dan berbagai hal yang menyangkut dengan Taman Mini "Indonesia Indah". Penulis juga membantu mencarikan materi acara ke beberapa anjungan untuk dijadikan bahan press release yang nantinya akan menjadi bahan promosi kegiatan untuk media, baik media massa maupun media elektronik.

Oleh karena itu, seorang praktisi humas harus dapat membentuk pemahanan, sikap, nilai- nilai dan perilaku dari masyarakat agar sejalan dengan kebutuhan perusahaan. Melalui pengemasan pesan-pesan komunikasi publik yang dipilih sesuai dengan target sasaran. Dimana pesan tersebut disampaikan melalui media massa atau media lain yang berisikan tentang apa, siapa dan apa manfaat keberadaan perusahaan tersebut.