BAB II
PELAKSANAAN PKL

2.1. Aktifitas Praktek Kerja Lapangan di PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk

Praktek kerja lapangan yang penulis lakukan yaitu di Unit *Public and Marketing Communication* yang beralamat di Jl. Langlangbuana No. 9 Lantai 3 Kuningan 40135 Telp. 0232-209000 Fax. 0232-201800. dimulai pada tanggal 1 Juli 2011 sampai Praktek kerja lapangan berakhir pada tanggal 25 Agustus 2011. Selama aktifitas praktek kerja lapangan penulis melakukan pemantauan berita di media massa, ,memperat hubungan dalam internal, penanganan call center, serta penyebaran infromasi kepada public internal melalui press relase dan media dering online Telkom, serta pengolaan website,desktop publishing dengan aplikasi desain.

Setiap akan melaksanakan tugas yang diberikan Unit *Public and Marketing Communication* penulis selalu diberikan pengarahan dalam melakukan aktifitas kerja. Dan diberi masukan dalam membuat sebuah bulletin yang baik, dalam segi bahasa dan cara penulisan. Kegiatan yang dilakukan selama Praktek Kerja Lapangan di Unit *Public and Marketing Communication*, dimulai dari tanggal 4 Juli sampai 12 Agustus, sesuai jam kerja dari pukul 08.00 – 15.00 WIB, tetapi untuk jam masuk dan keluar tidak terpaku pada jam kerja. Adapun aktifitas tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Jadwal Pelaksanaan Praktek Lapangan
Tanggal 4 Juli – 12 Agustus 2011

Hari/Tanggal	Aktivitas	Rutin	Insidental
Senin, 4 Juli 2011	❖ Perkenalan dengan seluruh staff lingkungan PT. Telkom,Tbk Unit *Public and Marketing Communication*		✓
Selasa, 5 Juli 2011	❖ Membaca koran. ❖ Mencari berita yang berhubungan dengan PT. Telkom,Tbk ❖ Membuat kliping intern perusahaan.	✓	
Rabu, 6 Juli 2011	❖ Penanganan call center	✓	
Kamis, 7Juli 2011	❖ Pengenalan cara meng*upload* berita	✓	
Jumat, 8 Juli 2011	❖ Melakukan pemantauan ke daerah–daerah (kontrol sosial)		✓
Senin, 11 Juli 2011	Kliping berita ❖ Distribusi kliping ❖ Distribusi surat ❖ Membuat surat ❖ Front Desk.	✓	
Selasa, 12 Juli 2011	Kliping berita ❖ Distribusi kliping ❖ Distribusi surat	✓	
Rabu, 13 Juli 2011	❖ Melakukan pengenalan internet ke desa –desa dalam progam desa pintar internet		✓
Jum'at, 15 Juli 2008	❖ Survei lapangan	✓	
Senin, 18 Juli 2011	❖ Kliping berita	✓	
Rabu, 20 Juli 2011	❖ Melakukan kunjungan ke pemda		✓
Kamis, 21 Juli 2011	❖ Menulis artikel media ICT dering online telkom		✓

Jumat, 22 Juili 2011	❖ Pengarsipan Surat ❖ Distribusi Kliping	✓	
Senin, 25 Juli 2011	❖ Menulis artikel		✓
Kamis, 28 Juli 2011	❖ Membuat Press Release tentang "Telkom Speedy" Menunjang Program desa pintar Internet		✓
Jumat, 29 Juli 2011	❖ Belajar mengelola website	✓	
Senin, 1 Agustus 2011	❖ Peliputan pencurian kabel Telkom di daerah-dareah pedalaman		✓
Selasa, 2 Agustus 2011	❖ Penanganan call center	✓	
Rabu, 3 Agustus 2011	❖ Kliping berita	✓	
Kamis, 4 Agustus 2011	❖ Melakukan pencarian berita di lapangan mengenai persiapan hari kemerdekaan		✓
Jumat, 5 Agustus 2011	❖ Melakukan kunjungan ke kantor pemda		✓
Senin, 8 Agustus 2011	❖ Pengarsipan data ❖ Fax Surat (CV) Ke tempo tugas dari Ibu Mimin		✓
Selasa, 9 Agustus 2011	❖ Kliping berita	✓	
Rabu, 10 Agustus 2011	❖ Membuat kliping intern perusahaan	✓	
Kamis, 11 Agustus 2011	❖ Menulis artikel		✓
Jumat, 12 Agustus 2011	❖ Hari terakhir PKL dengan seluruh staff PT. Telkom,Tbk		✓

2.2. Deskripsi Kegiatan PKL

Selama kegiatan praktek kerja lapangan yang penulis lakukan di PT. Telkom, Tbk Unit *Public and Marketing Communication* terdapat dua kegiatan yang penulis lakukan yaitu kegiatan rutin dan kegiatan *incidental*, diantaranya adalah :

2.2.1. Kegiatan Rutin PKL

Mencari berita yang berhubungan dengan PT. Telkom,Tbk lalu membuat kliping intern perusahaan, membuar artikel yang berhubungan dengan perusahaan.

Selain itu, penulis juga banyak menerima pelajaran berharga dalam peliputan di lapangan. Hal ini menjadi pengalaman baru bagi penulis. **:**

1. Mencari berita (liputan) yang berhubungan dengan perusahaan atau kegiatan perusahaan untuk masayarakat, atau untuk pantauan arus lalu lintas, dan keamanan. Mencari berita adalah kegiatan rutin yang penulis lakukan ketika melakukan PKL yaitu dengan cara turun ke lapangan langsung. Liputan adalah membuat berita atau laporan secara terperinci tentang suatu peristiwa (Poerwadarminta, 2003:711).
2. Menulis Artikel

   Menulis artikel merupakan kegiatan rutin penulis setelah mencari berita dan kunjungan.

Menurut Soewardi Idris yang dikutip dari buku *Jurnalistik Televisi*, menulis naskah berita televisi harus memperhatikan dua hal yakni :

1) Penulisan naskah secara sinkron (*synchrone scripting*), dalam hal ini harus ada kecocokan antara tulisan dengan gambar.
2) Penulisan secara garis besar (*blocked scripting*), dalam hal ini tidak perlu ada sinkronisasi antara tulisan dengan gambar. Naskah hanya melukiskan latar belakang peristiwa. Penulisan secara *block* ini hanya dibenarkan untuk film berita yang pendek. Naskah cukup memberikan informasi secara umum saja (1987:85-86).
3) Mengedit berita/laporan kunjungan

   Dengan menganalisa hasil tulisan, penulis dapat belajar membenarkan kata-kata yang salah oleh penulis lakukan.

2.2.2. Deskripsi Kegiatan Insidentil PKL

Kegiatan insidentil adalah kegiatan yang sifatnya kadang-kadang dan sewaktu - waktu yang dilakukan penulis selama kegiatan PKL di PT. Telkon, Tbk Jawa Barat.

Aktivitas Insidentil menurut W.J.S Poerwadarminta dalam buku *kamus umum Bahasa Indonesia* adalah “suatu kegiatan yang hanya terjadi atau dilakukan pada kesempatan-kesempatan tertentu saja, tidak secara teratur atau rutin” (2003:999).

1. Call Center

Melakukan *call center* adalah menerima keluhan atau pemberitahuan kepada *costumer*, mahasiswa PKL, instansi yang mengajukan proposal dan

menjaga relasi dengan media, pemda, dan instansi –instansi yang bekerjasama dengan perusahaan dan lain sebagainya.

2. Kearsipan Data Kliping Berita

   Setelah berita-berita tersebut dikliping dan diklasifikasikan, kemudian kliping tersebut diarsipkan dan dimasukkan datanya ke dalam computer berdasarkan tanggal terbit, media cetaknya, judul beritanya dan sifat beritanya.

3. Membuat *Press Release*

   Dalam membuat *press release* setidaknya harus memenuhi unsur 5W+1H yang memiliki *news value* (nilai berita) dan penyusunannya mengunakan piramida terbalik dengan kata-kata yang jujur dan mudah dimengerti. Dalam *press release* terdapat identifikasi atau lembaga yang disertai dengan waktu terjadinya peristiwa, untuk memudahkan wartawan format tulisan dibuat dengan mengatur panjang tulisan, memberikan judul dan mengecek kembali kebenaran dari berita tersebut.

Penulis juga diberi pemahaman tentang tugas peliputan itu sendiri adalah :

1. Melakukan pengawasan penugasan liputan dan kunjungan
2. Melakukan koreksi naskah (struktur kalimat, penggunaan 5W+1H, keefektifan kata, dan *balance* beritanya) dalam bulletin perusahaan.
3. Pengolaan ke web perusahaan,
4. Editing,
5. Sinkronisasi,

Gambar 2.1
Contoh artikel yang penulis muat di Media Dering Online

Bupati Kuningan : 'Bangun Kuningan dengan Kualitas SDM'

Kabupaten Kuningan tidak boleh kalah dengan daerah lain terutama dalam kualitas SDM," demikian disampaikan Bupati Kuningan H. Aang Hamid Suganda saat membuka pelatihan CSR Telkom - Harian Umum Republika "Bagimu Guru Kupersembahkan" tahap IV angkatan ke V. Kegiatan ini bertempat di Prima Resort, Kuningan, Rabu (10/08).

Masyarakat Kabupaten Kuningan yang terkenal sebagai perantau, menurut Bupati Kuningan terkenal sebagai pekerja yang ulet dan rajin. Untuk itu beliau menghimbau agar kualitas sumber daya manusia (SDM) Kuningan harus lebih baik dari daerah lain. Mengingat pentingnya SDM bagi masyakarat, Aang berharap para guru yang mengikuti pelatihan CSR Telkom – Harian Umum Republika dapat membagi ilmu dalam pelatihan ini kepada seluruh guru dan murid di sekolah nanti. Pelatihan ini menurut Bupati Kuningan juga merupakan suatu cara dalam meningkatkan kualitas pengajaran dengan skala prioritas yang berbeda dari apa yang didapatkan dari pelatihan yang pernah diikuti. Pelatihan ini juga dapat meningkatkan kompetensi guru di semua jenjang, mengingat fasilitas IT belum optimal untuk sekolah. Namun demikian, Aang juga berpesan agar dampak negatif dari fasilitas IT dapat ditekan dengan bimbingan yang didapat dari para pemberi materi. Sebelumnya Assistant Vice President External And Community Relation Telkom, Dodi M. Gozali, mengatakan bahwa pelatihan ini merupakan wujud kontribusi sosial dari Telkom yang diambil dari sebagian keuntungan yang didapatkan.

Pelatihan ini menurut Assistant Vice President External And Community Relation Telkom bukan merupakan pelatihan yang berkaitan dengan kurikulum yang ada. Pelatihan ini bertujuan untuk mengikis kesenjangan komunikasi yang terjadi antara guru dan murid. Materi yang diberikan meliputi komunikasi efektif, proses kreatif, kepribadian menarik, penulisan popular serta pengenalan terhadap tren IT yang sedang berkembang. ”Selain itu dari kegiatan ini juga diharapkan para guru dapat memiliki komunitas guru,” ujar AVP External & Community Relations. Sementara itu Pemred Harian Umum Republika, Nasihin Masha, menambahkan bahwa hubungan Telkom dan Kabupaten.

Kuningan sangat dekat. Sebagai wujud dari kedekatan tersebut ruang rapat di kantor Telkom sampai diberi nama Aula Pangeran Kuningan, jelas Nasihin. CSR “Bagimu Guru Kupersembahkan” ini juga dihadiri Deputi GM Datel Cirebon.

Sumber : Harian Umum Community Relation Telkom, Dodi M. Gozali Republika & sistant Vice President External

2.3. Analisis Kegiatan PKL

Agustina Zubair (2006:49) (www.indoskripsi.com) menjabarkan tujuh buah definisi yang dapat mewakili sudut pandang dan konteks pengertian komunikasi. Definisi-definisi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Hovland, Janis dan Kelley (1953) komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak).
2. Berelson dan Stainer (1964) komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka dan lain-lain.

3. Lasswell (1960) komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa? (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*)
4. Gode (1959) komunikasi adalah suatu proses yang membuat sesuatu dari yang semula dimiliki oleh seseorang (monopoli seseorang) menjadi dimiliki oleh dua orang atau lebih.
5. Barnlund (1964) komunikasi timbul didorong oleh kebutuhan-kebutuhan untuk mengurangi rasa ketidakpastian, bertindak secara efektif, mempertahankan atau memperkuat ego.
6. Ruesch (1957) komunikasi adalah suatu proses yang menghubungkan satu bagian dengan bagian lainnya dalam kehidupan.
7. Weaver (1949) komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya.

Kita lihat dari beberapa definisi tersebut saling melengkapi. Definisi pertama menjelaskan penyampaian stimulus hanya dalam bentuk kata-kata dan pada definisi kedua penyampaian stimulus bisa berupa simbol-simbol tidak hanya kata-kata tetapi juga gambar, angka dan lain-lain sehingga yang disampaikan bisa lebih mewakili yaitu termasuk gagasan, emosi atau keahlian.

Definisi pertama dan kedua tidak bicara soal media atau salurannya, definisi ke tiga dari lasswell melengkapinya dengan komponen proses komunikasi secara lebih lengkap. Pengertian ke-empat dan seterusnya memahami komunikasi dari konteks yang berbeda menghasilkan pengertian komunikasi yang menyeluruh mewakili fungsi dan karakteristik komunikasi dalam kehidupan manusia. Ke-tujuh definisi tersebut di atas menunjukkan bahwa komunikasi mempunyai pengertian yang luas dan beragam. Masing-masing definisi mempunyai penekanannya dan konteks yang berbeda satu sama lainnya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi di dalam diri seseorang dan atau di antara dua atau lebih dengan tujuan

tertentu. Definisi tersebut memberikan beberapa pengertian pokok yaitu komunikasi adalah suatu proses mengenai pembentukan, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan.

1. **Peran Jurnalistik di Dalam Unit *Publik and Marketing Communication***

Ada empat fungsi pers/jurnalsitik yaitu fungsi menyiarkan informasi, mendidik, menghibur dan mempengaruhi (Effendy, 2002:65).

Beberapa fungsi Jurnalisitik :

1. Jurnaslis adalah sebagai control sosial dan menginput informasi dan menuliskannya atau menguplоad kedalam bentuk sesuai dengan media yang di sediakan, serta *management* secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, dan kerjasama antara organisasi dengan berbagai publiknya.
2. Mengindentifikasi yang menyangkut opini, persepsi, dan tanggapan terhadap badan/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
3. Menganalisi keinginan publiknya dan memberikan sumbangan secara saran kepada pimpinan *management* demi untuk kemajuan dan manfaat bersama.
4. Untuk mendidik. Sebagai saran pendidikan massa *(mass education*), pers memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implisit dalam bentuk berita/feature, dapat juga secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana. Kadang-kadang cerita pendek atau puisi juga mengandung aspek pendidikan untuk kepetingan public internal perusahaan senidiri.

2. Definisi Jurnalistik.

Dalam kehidupan sehari-hari yang kita jalanin sekarang ini tidak terlepas dari kegiatan jurnalistik. Memang kita tidak menyadari hal-hal yang kita perbuat ada hubungan dengan jurnalistis seperti disekolah selalu belajar menulis atau seperti mengarang itu adalah salah satu kegiatan yang terkait dengan jurnalistik. “Adapun istilah jurnalistik berasal dari bahasa Belanda *journalistiek* yang

bersumber pada kata *journal* yang merupakan terjemahan dari bahas Latin *diurna* yang berarti "harian" atau "setiap hari" (Effendy, 2006:151).

"Pada mulanya kegiatan jurnalistik berkisar pada hal-hal yang sifatnya informatif saja. Saat ini kegiatan jurnalistik merupakan suatu proses yang harus dilihat sebagai proses komunikasi" (Effendy, 2006:153).

Dengan melihat hal tadi, maka dapat dikemukakan definisi atau pengertian mengenai jurnalistik. Menurut A. Muis, seorang pakar hukum komunikasi, definisi jurnalistik cukup banyak. Namun definisi-definisi tersebut memiliki kesamaan yang bersifat umum. Semua definisi jurnalistik memasukkan unsur media massa, penulisan berita, dan waktu yang tertentu (aktualitas). Jurnalistik adalah tindakan diseminasi informasi, opini, dan hiburan untuk orang ramai (*public*) yang sistematik dan dapat dipercaya kebenarannya melalui media komunikasi massa modern (Roland E. Wolesely dan Laurence R. Campbell, 1949 dalam *Exploring Journalism).* Atau laporan tentang kejadian-kejadian yang muncul pada saat laporan ditulis, bukan suatu kejadian yang bersifat tetap mengenai suatu situasi. Seorang jurnalis memiliki dua fungsi utama. Pertama, melaporkan berita dan kedua, membuat interpretasi dan memberikan pendapat yang didasarkan pada beritanya. (Muis, 1999:24-25).

Sementara itu definisi jurnalistik menurut ilmu komunikasi adalah suatau bentuk komunikasi yang menyiarkan berita atau ulasan berita tentang periatiwa sehari-hari yang umum dan actual dengan secapat-cepatnya.

Dari pengertian-pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jurnalistik sangat berkaitan dengan berita dan informasi yang harus disampaikan kepada khalayak atau public dengan benar, dapat dipercaya dan aktual.

Dalam setiap kegiatan apapun selalu menghasilkan sesuatu baik berupa barang ataupun jasa. Dengan demikian, jurnalistik yang dikatakan sebagai suatu kegiatan jurnalistik juga menghasilkan suatu karya yang pada disebut dengan karya jurnalistik.

Berita merupakan salah satu hasil dari bentuk karya jurnalistik. Adapun pengertian berita menurut Spencer adalah "setiap fakta yang akurat atau suatu ide yang dapat menarik perhatian bagi sejumlah besar pembaca". Menurut Charnley dalam bukunya *Reporting*, "berita adalah laporan yang tepat waktu mengenai fakta atau opini yang memiliki daya tarik atau hal penting atau kedua-duanya bagi masyarakat luas."

Dan definisi berita lainnya, menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah cerita atau keterangan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Adapun pengertian berita yang lebih sempurna menurut William S. Maulsby bahwa berita dapatlah didefinisikan sebagai suatu penuturan secara benar dan tidak memihak dari fakta-fakta yang mempunyai arti penting dan baru terjadi, yang dapat menarik perhatian para pembaca surat kabar yang memuat berita tersebut.

Hampir semua ilmuan sependapat bahwa unsur-unsur yang dikandung dalam suatu berita meliputi cakupan dari definisi di atas, yakni fakta, akurat, ide, tepat waktu, menarik, penting, opini, dan sejumlah pembaca, merupakan hal-hal yang perlu mendapatkan perhatian.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa "berita adalah suatu fakta atau ide atau opini aktual yang menarik dan akurat serta dianggap penting bagi sejumlah besar masyarakat". Jadi, walaupun ada fakta tapi tidak dinilai penting, aktual, dan menarik bagi sejumlah besar orang, maka hal tersebut masih belum bisa dikemas menjadi bahan berita.

"Tujuan utama penyajian berita adalah menginformasikan peristiwa penting sebagai upaya untuk memberikan daya tarik agar orang mau membaca, mendengar, menonton sajian berita tersebut. Faktor daya tarik dan pentingnya fakta sebagai bahan penulisan berita dapat dilihat dari bobot peristiwa yang didasarkan pada eksklusivitas, keistimewaan, atau scope-nya."

Nilai berita merupakan hal terpenting agar sebuah berita dapat dikatakan menarik dan enak dibaca, didengar atau ditonton. Adapun nilai berita tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Timeliness* (waktu yang tepat)
2. *Proximity* (kedekatan, baik dari segi profesi, kepercayaan, kebudayaan, dll.)
3. *Prominence* (orang terkenal)
4. *Consequence* (konsekuensi atau akibat)
5. *Conflict* (konflik)
6. *Development* (perkembangan pembangunan)
7. *Disaster and Crimes* (bencana dan kriminal)
8. *Human interest* (Minat Manusia) (Muda, 2003:29-39)

Jenis berita pada umumnya terdapat 3 bagian, yakni :

1. *Hard news* (berita berat)
   Adalah "berita tentang peristiwa yang dianggap penting bagi masyarakat".
2. *Soft news* (berita ringan)
   Adalah "berita yang tidak terikat dengan aktualitas namun memiliki daya tarik bagi pemirsanya". Bagi televisi, berita ringan sangat diperlukan dalam setiap penyajian bulletin berita. Hal ini karena berita ringan juga dapat berfungsi sebagai selingan di antara berita-berita berat yang disiarkan pada awal sajian.

3. *Investigative report* (laporan penyelidikan)
   Adalah "jenis berita yang ekskludif karena datanya tidak dapat diperoleh di permukaan, tapi dilakukan berdasarkan penyelidikan". Sehingga penyajian beritanya membutuhkan waktu yang lama. Di televisi Indonesia, berita penyelidikan masih relatif kecil, karena memang tidak mudah dalam penyajiannya.

Pada umumnya struktur berita dibagi menjadi 3, yakni :

1. Piramida
   Penulisan dilakukan dengan mengetengahkan informasi yang kurang penting, jadi klimaksnya berada pada bagian akhir.
2. Kronologis
   Masing-masing bagian dalam berita memiliki nilai yang sama, tidak bisa diselang-seling, namun harus runtut.
3. Piramida terbalik
   Desain piramida terbalik didesain terutama untuk penulisan berita di televise, tujuannya agar penyajian beritanya menjadi lebih menarik karena ditulis dari hal-hal yang sangat penting ke hal-hal yang kurang penting. Dengan kata lain, pemirsanya dapat langsung memperoleh informasi isi berita yang paling inti.

Berita merupakan produk dari kegiatan jurnalistik. Menurut Adinegoro, jurnalistik memiliki arti "kepandaian mengarang untuk memberi perkabaran pada masyarakat dengan selekas-lekasnya agar tersiar seluas-luasnya" (Baksin, 2006:47).

Dalam media masa, kegiatan jurnalistik merupakan kegiatan utama. Dimana kegiatan jurnalistik menghasilkan sebuah karya jurnalistik, tinggal dilihat dari jenis medianya saja. Dalam hal ini, penulis melakukan praktek kerja lapangan di media massa cetak. Jadi, karya jurnalistik yang dihasilkan selama penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan adalah berupa karya jurnalistik cetak.

Jurnalistik adalah pekerjaan mengumpulkan, menulis, menyunting, dan menyebarkan berita dan karangan untuk surat kabar, majalah dan media massa lainnya seperti radio dan televisi (Donni Hanafi, 2007:160). Secara gamblang

jurnalistik dapat diartikan sebagai keterampilan atau kegiatan mengelola bahan berita mulai dari peliputan sampai kepada penyusunan yang layak disebarluaskan kepada masyarakat. Hal-hal yang dikelola dalam jurnalistik dapat bersifat informatif, mendidik atau menghibur.

Demikian halnya dengan bulletin Telkom, apa yang dilakukan orang-orang di dalamnya merupakan bentuk riil dari kegiatan jurnalistik. Selama melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan (PKL) di divisi kegiatan yang saya lakukan meliputi berbagai pekerjaan jurnalistik yang biasa dilakukan oleh seorang jurnalis seperti mencari berita yang berhubungan denngan perusahaan dan menuliskannya dalam bentuk berita terutama *feature*.

Kegiatan jurnalistik tidak hanya terbatas pada media atau pada media elektronik. Media hanya merupakan salah satu dari bentuk jurnalistik, bentuk lain dari jurnalistik adalah jurnalistik pada media online atau kegiatan menulis artikel yakni mengumpulkan, menulis, menyunting, dan menyebarkan berita untuk kepentingan internal perusahaan atau kepada masyarakat luas yang bermanfaat.

2.3.1. Analisis Aktivitas Kerja PT. Telkom, Tbk

Unit *Public and Marketing Communication* Kanwil.Kuningan dan Cirebon terus berusaha melaksanakan tugas dan fungsi secara maksimal, yaitu dengan membina hubungan yang harmonis antara berbagai pihak baik publik internal maupun publik eksternalnya, baik hubungan pemerintahan ataupun masyarakatnya.

Dalam membina hubungan baik antara atasan dan karyawan dengan cara melakukan sepak bola (futsal) setiap hari jum'at malam, mengadakan rapat bulanan yang dihadiri oleh seluruh staff dan karyawan, mendirikan kantin perusahaan dengan tujuan agar seluruh staff dan karyawan dapat bertemu dan melakukan komunikasi satu sama lain setiap waktu istirahat atau makan siang.

Adaupun kegiatan internal yang dilakukan oleh Divisi *Marekting Public and Comunication* antara lain, sebagai berikut :

1. Mengikuti apel pagi yang wajib diikuti setiap hari senin dan hari rabu.
2. Mengadakan *coffee morning* dengan GM. KANDATEL, DEPUTY GM. KANDATEL dan para *manager* di Unit *Public and Marketing Communication* Kuningan.
3. Meliputi setiap kegiatan yang diadakan di PT. TELKOM Kuningan dan Cirebon.

Kegiatan eksternal yang dilakukan oleh Humas/Sekretariat PT. TELKOM Kuningan, sebagai berikut :

1. Mengadakan konfrensi *press* dengan para wartawan.
2. Mengadakan sosialisasi pada masyarakat, terkhususnya kota/pedesaan melalui berbagai macam pameran tentang Internet dan Telekomunikasi.
3. Mengadakan kunjungan ke daerah-daerah terpencil di Kuningan dan Cirebon.
4. Mengadakan pelatihan tentang internet kepada para wartawan, TNI, POLRI, guru-guru serta masyarakat luas.
5. Mengadakan pameran internet dan telekomunikasi pada masyarakat luas.

Dengan berbagai kegiatan internal dan eksternal yang dilakukan oleh humas/sekretariat PT. TELKOM Kuningan tersebut, maka dapat diambil kesimpulan bahwa peranan humas/kegiatan jurnalsitik pada PT. TELKOM Kuningan sudah ideal atau sudah sesuai dengan teori yang saya dapat pada perkuliahan.

2.4. Analisis Pelayanan Terhadap Mahasiswa PKL

Selama kegiatan praktek kerja lapangan yang dilakukan di PT Telkom,Tbk di Unit *Public and Marketing Communication* Kanwil Kuningan dan Cirebon Penulis disambut dengan lapang dada, dan dapat diterima untuk PKL. Selama kegiatan praktek juga penulis diberikan bimbingan dengan baik, baik itu dilapangan maupun hasil berita yang penulis dapat. Dan juga penulis merasakan pelayanan yang tidak mempersulit dalam pencarian data-data untuk membuat laporan praktek kerja lapangan ini.