BAB I

Pendahuluan

1.1 Sejarah PT. Pikiran Rakyat

Harian Umum Pikiran Rakyat dilahirkan untuk menjadi tuan rumah yang dominan di Jawa Barat. PT Pikiran Rakyat dan dikelola oleh generasi terbaik dizamannya, maka PT. Pikiran Rakyat diyakini akan terus maju, tumbuh, dan berkembang baik sebagai institusi sosial maupun bisnis.

Jika dilihat berdasarkan sejarahnya, Pada bulan Januari 1966, di Kota Bandung terdapat sejumlah wartawan yang kehilangan pekerjaan, akibat Koran milik Bandung N.V. bernama Pikiran Rakyat, berhenti terbit. Koran yang pertama kali terbit pada 30 Mei 1950 ini harus berhenti karena terlambat memenuhi ketentuan yang mengharuskan setiap koran untuk berafiliasi dengan salah satu kekuatan politik atau memilih bergabung dengan Koran yang ditentukan Departemen Penerangan. Atas dorongan Panglima Kodam (Pangdam) Siliwangi Ibrahim Adjie pada waktu itu, wartawan-wartawan tadi yang diwakili Sakti Alamsyah dan Atang Ruswita menerbitkan Koran Angkatan Bersenjata edisi Jawa Barat. Nomor Perdana yang terbit pada 24 Maret 1966 ini bertepatan dengan peringatan ke-20 peristiwa heroik Bandung Lautan Api.

Pada saat itu belum genap setahun Koran ini terbit, Menteri Penerangan mencabut kembali peraturannya tentang keharusan berafiliasi. Pangdam Siliwangi pun serta-merta melepas sepenuhnya ketergantungan Koran ini dengan Kodam.

Seiring dengan keputusan ini pulalah, terhitung 24 Maret 1967, Harian Angkatan Bersenjata edisi Jawa Barat berganti nama menjadi Harian Umum Pikiran Rakyat juga dikenal dengan singkatan “PR” hingga saat ini.

Enam tahun pertama sejak masa kelahiran harian umum Pikiran Rakyat, bisa dikatakan merupakan masa-masa penuh keprihatinan. Kantor maupun peralatan cetak dan tulis bukanlah milik Pikiran Rakyat. Pada masa ini, oplah Pikiran Rakyat pun tak pernah lebih dari 20.000 eksemplar per harinya. Namun berkat kegigihan dan keuletan yang didasari jiwa idealisme para perintis saat itu, Pikiran Rakyat secara pasti terus mendapat tempat di hati pembacanya. Pada 9 April 1973, bentuk badan hukumnya pun diubah dari Yayasan menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT. Pikiran Rakyat Bandung.

Berdasarkan perubahan status perusahaan, Pikiran Rakyat pun segera menata diri. Nilai-nilai idealisme dan etika jurnalistiknya dipadukan dengan manajemen bisnis layaknya sebuah perusahaan modern. Pada awal tahun 1974, Pikiran Rakyat mencatat peristiwa penting. Untuk pertama kalinya, perusahaan berhasil melengkapi diri dengan sarana percetakan offset yang diberi dari fasilitas PMDN dan bantuan BRI. Mesin cetak ini mampu mencetak Koran sebanyak 25.000 eksemplar per jam.

Sejak tahun itu pula peredaran Pikiran Rakyat dapat merambah ke seluruh pelosok Jawa Barat dan memantapkan diri sebagai korannya orang Jawa Barat, sekaligus yang terbesar di Provinsi ini. Padahal sebelumnya, dalam kurun waktu

1967-1973, koran-koran berskala Nasional terbitan Jakarta yang mendominasi peredaran Koran Jawa Barat.

Antara tahun 1975-1986 Pikiran Rakyat sempat beredar ke seluruh pelosok nusantara, jadilah Pikiran Rakyat koran Nasional yang terbit di daerah. Pikiran Rakyat sempat beredar sampai ke Kuala Lumpur, Malaysia dan Brunai Darussalam. Pada tahun 1986 Pikiran Rakyat kembali menjadi koran Regional berbasis Provinsi (Jawa Barat), walaupun sebagian tirasnya beredar di luar Jawa Barat seperti di DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Timur, dan beberapa Provinsi lainnya.

Pada perkembangan selanjutnya, PT. Pikiran Rakyat menjadi identik dengan milik warga Jawa Barat. Dari aspek bisnis pun terjadi pertumbuhan yang signifikan. PT. Pikiran Rakyat melahirkan PT. Granesia, perusahaan percetakan dan penerbitan yang tidak hanya mencetak Pikiran Rakyat, melainkan secara berturut-turut Mitra Bisnis (semula bernama Mitra Desa), tabloid berbahasa Sunda Galura dan surat kabar Mitra Dialog yang berkedudukan di Cirebon dan kini berganti nama menjadi Harian Umum Kabar Cirebon. Lalu pada tahun 1999, sejalan dengan asas otonomi daerah tingkat II, Pikiran Rakyat pun menangkap peluang yang muncul, dengan menerbitkan Harian Umum Galamedia sebagai Koran lokal Bandung, Pakuan yang terbit di Bogor, Priangan di Tasikmalaya yang kini menjadi Harian Umum Kabar Priangan, dan Fajar Banten yang kini menjadi Harian Umum Kabar Banten di Serang. Perusahaan pun kemudian menangani

Radio Parahyangan yang kemudian berganti nama hingga dan hingga kini menjadi ”PR FM”.

1.1.1 Visi Harian Umum Pikiran Rakyat

1. HU Pikiran Rakyat bercikal bakal dari Harian ”Angkatan bersenjata”Edisi Jawa Barat yang dilahirkan pada tanggal 24 Maret 1966 untuk diupayakan, dapat hidup yang panjang, bahkan jika mungkin sepanjang masa. Diwarisi oleh generasi demi generasi sebagai surat kabar yang maju, tumbuh dan berkembang menjadi tambah besar, baik sebagai institusi sosial maupun institusi bisnis.

2. Sebagai institusi sosial, HU Pikiran Rakyat dilahirkan dan dijasikan wadah ibadah kepada Allah SWT, sekaligus wahana pengabdian kepada masyarakat, bangsa dan negara.

3. Sebagai institusi bisnis, HU Pikiran Rakyat dilahirkan untuk dijadikan wahana bisnis yang mampu meraih sebesar-besarnya pendapatan dan laba. Sebagai institusi bisnis, HU Pikiran Rakyat harus dikeola dengan bertaat azas pada kaidah-kaidah manajemen perusahaan yang berlaku, serta mampu memenuhi keempat unsur marketing mix yang terdiri dari product, price, place, dan promotion.

4. Kinerja HU Pikiran Rakyat sebagai institusi sosial sangat bergantung pada kinerja yang dicapai oleh manajemen dan jajaran

terkait dalam mengelola HU Pikiran Rakyat sebagai institusi bisnis. Sebaliknya kinerja HU Pikiran Rakyat sebagai institusi bisnis sangat bergantung pada kemampuan kinerja Manajemen dan jajaran terkait menjadikan HU Pikiran Rakyat sbagai produk idiil yang laku dijual. Karena itu pengelolaannya sebagai institusi bisnis harus dilakukan berdasarkan hubungan interpendensi yang saling mengisi dan saling menunjang. Pengelolaan kedua aspek idiil dan aspek bisnis kmersial harus dilaksanakan satu kesatuan strategi yang konpherensif-integral.

5. HU Pikiran Rakyat dilahirkan untuk diupayakan, agar Tuan Rumah yang dominan di daerahnya sendiri, di Jawa Barat yang memang memiliki ptensi sangat besar untuk menunjang eksistensi dan penumbuh kembangan surat kabar.

Karena itu, HU Pikiran Rakyat harus diupayakan menjadi surat kabar yang menyebar seluas-luasnya dan paling luas penyebarannya di Jawa Barat.

1.1.2 Misi Harian Umum Pikiran rakyat

Harian Umum Pikiran Rakyat dilahirkan untuk berperan serta dalam pembangunan bangsa dan negara khususnya pembangunan di wilayah Jawa Barat juga termasuk pembangunan kualitas manusianya yang mencakup :

1. Kualitas keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Serta ketaatannya dalam melaksanakan segala perintah-Nya dan menjauhi segala yang dilarang-Nya.

2. Kualitas pemahaman dan penghayatan atas nilai-nilai Pancasila serta diamalkan dalam kehidupan bermasyarakat.

3. Kualitas pemahaman dan penghayatan atas kewajiban-kewajiban dan hak-haknya sebaga warga negara, serta komitmen untuk melaksanakan kewajiban kewajibannya serta mengupayakan/ memperjuangkan pemenuhan hak-haknya itu.

4. Kualitas kehidupannya secara materil, serta memiliki etos kerja yang berupaya untuk mewujudkannya.

5. Kualitas kesehatan, wawasan, pengetahuan, dan keterampilan serta moral yang jujur, adil, terpercaya, dan percaya diri.

PT. Pikiran Rakyat mengharapkan semua karyawan mempunyai satu tujuan untuk membangun bangsa sehingga menghasilkan manusia yang berkualitas.

1.1.3 Tujuan PT. Pikiran Rakyat

PT. Pikiran Rakyat sebagai perusahaan yang bergerak di bidang persurat-kabaran, mempunyai tujuan yang spesifik, yaitu :

1. Mengukuhkan eksistensi Pikiran Rakyat di Jawa Barat,
2. Meningkatkan volume penjualan di setiap wilayah,
3. Menambah volume pelanggan di setiap wilayah,
4. Membentuk loyalitas pembaca di setiap wilayah,
5. Menumbuhkan minat baca,
6. Meningkatkan jumlah pembaca,
7. Meningkatkan citra perusahaan,
8. Meningkatkan *Brand Awareness* perusahaan,
9. *Reminding* Belia,
10. *Reminding* suplemen otomotif, Gelora,
11. Membentuk pasar masa depan,
12. Membina pembaca masa depan,
13. Menumbuhkan citra dan produk yang menyebar dan mengakar di Jawa Barat.

Adapun tujuan PT. Pikiran Rakyat yang mencakup dalam aspek ideal dan aspek komersial, yaitu :

1. Aspek ideal menyangkut hubungan dalam mensukseskan program pembangunan nasional menuju masyarakat adil dan makmur. Hal ini sesuai dengan fungsi perusahaan nasional yaitu menyebarluaskan informasi, melakukan kontrol sosial, menyalurkan aspirasi rakyat dan menggerakkan partisipasi masyarakat dalam pembangunan nasional.

2. Aspek komersial mencakup hal-hal komersil dari kegiatan perusahaan, seperti penjualan surat kabar/koran dan periklanan. Hal ini merupakan tanggung jawab dalam menunjang kelangsungan hidup perusahaan.

   Berkembangnya PT. Pikiran Rakyat sebagai suatu perusahaan ditentukan oleh seluruh karyawan dan menjadi tanggung jawab bersama serta tidak terlepas dari prinsip kebersamaan dan sikap gotong royong seluruh pengelolanya.

1.1.4 Logo dan Arti Logo perusahaan

a. Logo

PT. Harian Umum Pikiran Rakyat adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam salah satu bentuk antisipasi tersebut adalah dengan memiliki logo yang merupakan lambang sebagai identitas perusahaan

Adapun logo dari PT. Pikiran Rakyat Bandung adalah sebagai berikut :

Gambar 1.1

Logo PT. Pikiran Rakyat

Pikiran Rakyat

Sumber : arsip Dokumen PT. Pikiran Rakyat Bandung, Agustus 2011

b. Arti Logo

Pikiran Rakyat diartikan sebagai media yang memiliki peranan penting dalam mencerdaskan kehidupan bangsa melalui fungsi pers yang mendidik.

1.2 Sejarah Divisi Humas

Pada awal berdirinya PT. Pikiran Rakyat bandung hanya memiliki karyawan sebanyak 30 orang sehingga satu orang karyawan atau wartawan bisa memegang beberapa tugas sekaligus. Seiring perkembangannya yang cukup pesat dan keanggotaan yang semakin mapan maka dibentuklah Divisi Humas pada tahun 1980 dengan Kepala Humas yaitu Bapak H. Zulkarnaen. Kedudukan Humas pada masa itu merupakan bagian dari perusahaan yang membawahi Asisten Bidang Promosi, Asisten Bidang Pelayanan, Asisten Bidang Pembinaan intern dan Asisten Bidang Administrasi.

Divisi Humas yang sebelumnya merupakan bagian, kini berubah menjadi urusan Teknologi Informasi serta Hukum yang berada dibawah Sekretaris Perusahaan. Tetapi pada pelaksanaanya humas tetap memiliki peranan penting bahkan tugas dan fungsinya lebih terarah yaitu pencitraan (brand image).

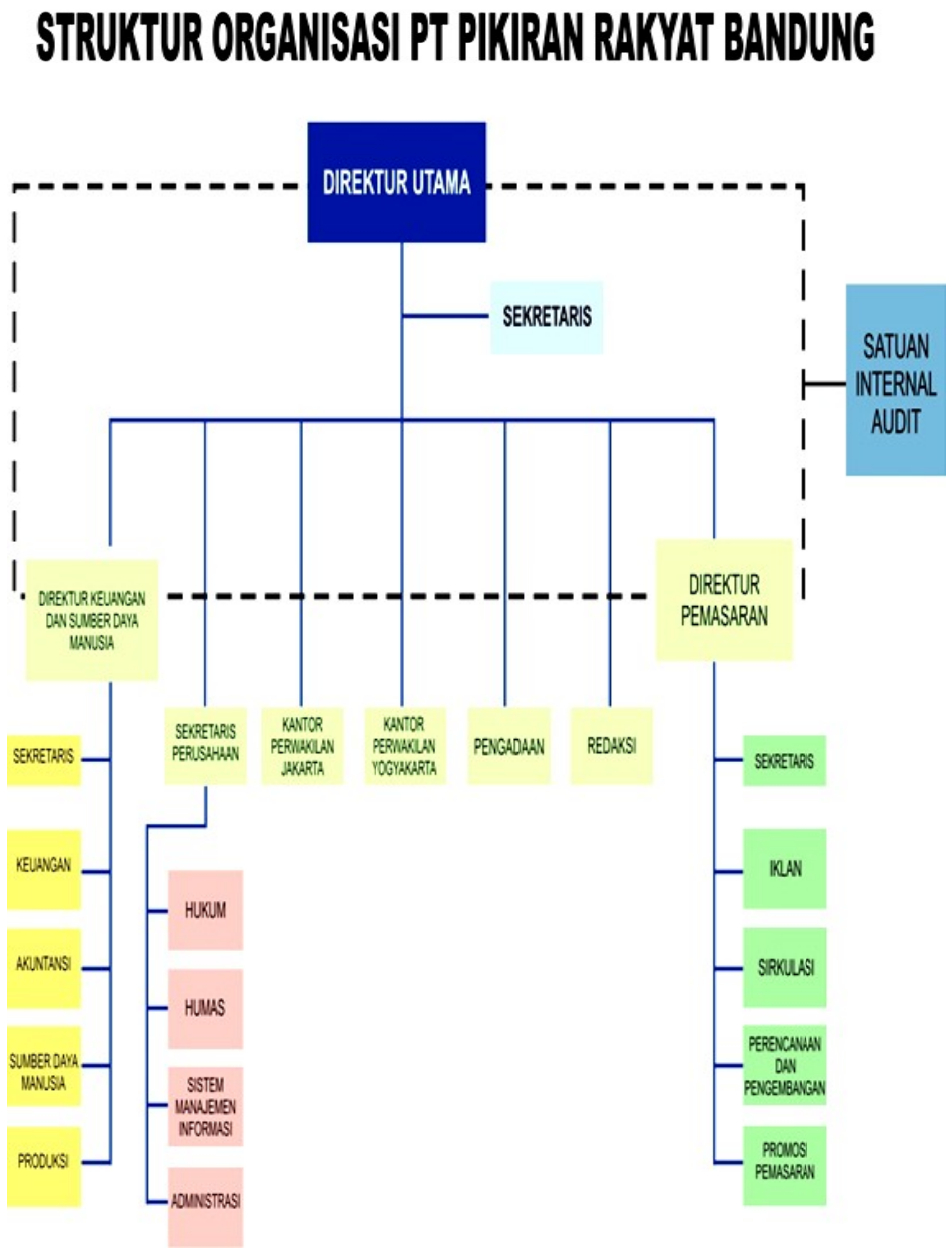
Kepemimpinan Humas berganti pada tahun 2001 yaitu dengan diangkatnya ibu Hj. Nina Hilman sebagai kepala humas yang membawahi Asisten Humas bidang Acara, Asisten Humas bidang Protokoler dan staff Humas.

Adapun fungsi Humas dalam manajemen PT. Pikiran Rakyat Bandung yaitu :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam pencapaian tujuan perusahaan
2. Membina hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan public baik public internal maupun eksternal
3. Menciptakan Komunikasi 2 arah dengan menyebarkan informasi dan publikasi dari perusahaan kepada Public dan menyalurkan opini public kepada perusahaan
4. Terampil dalam memadukan keuntungan dan tanggung jawab sosial
5. Melayani publik sebaik mungkin

Tugas dan tanggung jawab humas tidaklah mudah bahkan bisa dikatakan sangat berat karena sesungguhnya Humas merupakan ujung tombak suatu perusahaan. Oleh karena itu, Humas PT. Pikiran Rakyat bandung berusaha untuk proaktif dan mampu mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi dengan cepat baik dibidang teknologi, informasi, ekonomi, hukum maupun politik. Selain itu, Humas PT. Pikiran Rakyat Bandung juga mampu memprediksi dan beradaptasi dengan membuat program yang strategis dalam menghadapi perubahan-perubahan dibidang bisnis, politik/ kebijakan pemerintah sehingga citra perusahaan menjadi semakin baik.

1.3 Struktur Organisasi PT. Pikiran Rakyat



Gambar 1.2 Struktur Organisasi PT. Pikiran Rakyat Bandung

Sumber ; Document Sumber Daya Manusia PT. Pikiran Rakyat

Bagian - bagian yang ada di PT. Pikiran Rakyat Bandung, adalah sebagai berikut :

1. Direktur Utama
2. Sekretaris
3. Satuan Internal Audit
4. Direktur Keuangan dan Sumber Daya Manusia
    a. Sekretaris
    b. Keuangan
    c. Akuntansi
    d. Sumber Daya Manusia
    e. Produksi
5. Direktur Pemasaran
    a. Sekretaris
    b. Iklan
    c. Sirkulasi
    d. Perencanaan dan Pengembangan
    e. Marcomm/Promosi Pemasaran
6. Sekretaris Perusahaan (Sekper)
    a. Hukum
    b. Humas
    c. Sistem Manajemen Informasi
    d. Administrasi

7. Pengadaan
8. Redaksi
9. Kantor Perwakilan Jakarta
10. Kantor Perwakilan Yogyakarta
11. Pemeliharaan (*Maintenance*)

Sumber ; Document Sumber Daya Manusia PT. Pikiran Rakyat

1.3.1 Pembagian Halaman Pikiran Rakyat

a. Halaman Muka

Berita-berita uatma terkini yang dating dari dalam dan luar negeri hingga pukul 00.00 WIB akan ter-cover secara lengkap pada halamn ini. Bagaikan etalase, halaman ini memunculkan peristiwa-peristiwa terbaik dan menarik yang dating dari berbagai kota. Belum lagi sentuhan human interest yang bisa didapatkan dari popnews yang terletak pada bagian bawah (kaki) halaman.

b. Bandung Raya

Bandung adalah Ibukota Provinsi Jawa Barat yang sekaligus juga rumah bagi Harian Umum Pikiran Rakyat. Tak heran bila kemudian kami “menasbihkan” adagium “Tak ada jauh jatuh di Bandung yang tak diketahui wartawan Pikiran Rakyat”. Dengan mencakup wilayah Kota Bandung, Kab. Bandung dan Kota Cimahi, halaman ini adalah pasar yang sangat menentukan.

c. Cirebon dan Purwasuka

Wilayah di utara Jawa Barat atau lebih dikenal dengan sebutan Pantura (Pantai Utara) mulai dari Karawang, Purwakarta, Subang, Indramayu, Cirebon, Majalengka dan Kuningan memperoleh yang ada di wilayah ini bahkan kerap ditempatkan pada halaman I (utama).

d. Wilayah Bogor

Kota-kota di wilayah eks-keresidenan Bogor, yakni Depok, Bogor, Sukabumi dan Cianjur adalah kawasan yang terus berkembang dengan kompleksitas permasalahan yang begitu dinamis. Ini adalah wilayah yang berbatasan langsung dengan hiruk-pikuknya Ibukota Jakarta.

e. Wilayah Priangan

Tidak dapat dipungkiri, wilayah priangan merupakan basis kedua Pikiran Rakyat setelah Bandung Raya. Warga Tasikmalaya, Garut, Ciamis, Banjar dan Sumedang sudah lama diidentikan dengan konsumen setia Koran ini. Tak heran bila porsi pemberitaan dari kawasan ini pun termasuk dominan.

f. Nusantara

Halaman ini memotret perkembangan yang terjadi seantero nusantara, termasuk ibukota Jakarta. Anda tak perlu khawatir tertinggal untuk mengetahui peristiwa menarik appaun di empat penjuru angin Indonesia.

g. Ekonomi dan Keuangan

Anda pelaku bisnis, pengamat ekonomi ataupun orang awam sekalipun, tak akan pernah kekurangan informasi yang berkaitan dengan perkembangan ekonomi dan keuangan. Di halaman ini, hal-hal yang berkaitan dengan pasar, uang, valuta atau ekonomi umu, dikupas dengan gambling.

h. Luar Negeri

Dengan didukung sejumlah kantor berita asing, halaman ini mengupas peristiwa penting apapun yang dialami menusia di belahan bumi manapun. Tak jarang pula wartawan Pikrian Rakyat dikirimkan langsung ke mancanegara untuk meliput peristiwa-peristiwa berskala global.

i. Pendidikan

Kita tak bisa memungkiri, pendidikan adalah investasi masa depan. Karena itulah, Pikiran Rakyat menyajikan fenomena apapun yang terjadi di dunia pendidikan pada halaman tersendiri. Berbagai persoalan yang terjadi di level pendidikan dasar, menengah hingga tinggi, tak akan luput dari pantauan kami.

j. Olahraga

Olahraga, tak pelak lagi, tetap menjadi favorit bagi pembaca yang tak mengenal strata usia, jenis kelamin, pendidikan ataupun

penghasilan. Olahraga adalah universal dan karenanya, Pikiran Rakyat pun selalu secara lengkap dan mendetail menyajikannya, entah itu yang berskala local, nasional maupun global.

1.3.2 Suplemen Pikiran Rakyat

Dalam sepekan, Pikiran Rakyat menerbitkan delapan suplemen yang memiliki karakteristik masing-masing. Dengan demikian, nyaris tak ada isu penting tingkat local maupun nasional yang tak ter-cover oleh seluruh rubrik yang ada.

a. Teropong

Suplemen Politik, Hukum, Agama dan Pendidikan

"Kajian Kritis Komprehensif"

Isu-isu Politik, Hukum Agama dan Pendidikan yang paling menonjol di pekan ini, akan ditarik menjadi laporan utama TEROPONG. Laporannya disajikan secara holistic dan komprehensif, akrena dilengkapi dengan analisis cerdas dari pakaar, wawancara eksklusif dengan tokoh berkompeten serta pandangan yang pro dan kontra terhadap satu persoalan krusial.

b. Belia

Suplemen Dunia Muda

"Aktif Kreatif dan Postitis"

Suplemen ini dibidani dan pekerja-pekerja cakap di bidangnya, Sehingga tulisan-tulisan menarik tentang dunia ABG (Anak Baru Gede) dan remaja bisa kita temukan. Lewat susunan kalimat khas kaum belia, disajikan secara apik tips, tren dan budaya pop yang perlu diketahui generasi "Teenagers" sebelum mereka bergaul dengan sesamanya.

c. Gelora

Suplemen Dunia Olahraga

"Denyut Semangat Sportivitas"

Dengan delapan halaman yang ada, nyaris tak ada even olahraga tingkat local, nasional maupun internasional yang tak ter-cover secara mendalam. Analisis dari ahli, atlet ataupun dokter olahraga akan bisa ditemui di sini. Jutaan penggemar Persib pun akan terpusatkan oleh liputan mengenai klub kesayangan warga Bandung ini.

d. Cakrawala

Suplemen Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

"Kuasai Iptek, Taklukan Dunia"

Anda sulit untuk mengikuti dan mengerti teknologi mutakhir ataupun perkembangan ilmu pengetahuan? Istilah-istilah kesehatan begitu sulit dicerna? Semua itu akan terbantahkan saat Anda membaca CAKRAWALA. Teori-teori yang "njelimet" secara lugas dan mudah diaplikasikan.

e. Otokir

Suplemen Dunia Otomotif

"Sajian Otomotif Mutakhir"

Pemberitaan mengenai otomotif selalu menarik perhatian khalayak pembaca. Perkembangan industri dan model kendaraan, fluktuasi harga, tips-tips singkat berkendara ataupun aksesoris keluaran terakhir, digarap secara mendetail. Belum lagi laporan mengenai mesin kendaraan, keunggulan suatu produk sampai hobi otomotif.

f. Hikmah

Suplemen Keluarga, wanita dan Kesehatan

"Pangkal Keluarga Bahagia"

Suplemen ini memperoleh tempat di hati dan Pikiran pembaca khususnya dari kaum wanita. Banyak hal yang bersifat human interest dan menyentuh sisi kewanitaan dihadirkan secara menarik dari sini. Begitu pula petunjuk-petunjuk ringkas bagaimana memelihara kesehatan, mendidik anak, memasak, berkebun dan banyak lainnya, bisa kita temukan.

g. Khazanah

Suplemen Seni dan Kebudayaan

"Pacu Karsa Ciptakan Karya"

Penikmat maupun pekerja seni dan budaya memperoleh tempat yang sangat memadai. Suplemen ini adalah barometer perkembangan seni dan

budaya. Esais, penyair dan pekerja seni ternama kerap mengisi rubrik-rubriknya. Tentu saja bukan hanya jenis kesenian konvensional yang bisa ditemukan di sini, melainkan juga sifatnya kontamporer.

h. Peer Kecil

Suplemen Dunia Anak

"Sahabat Anak Cerdas Ceria"

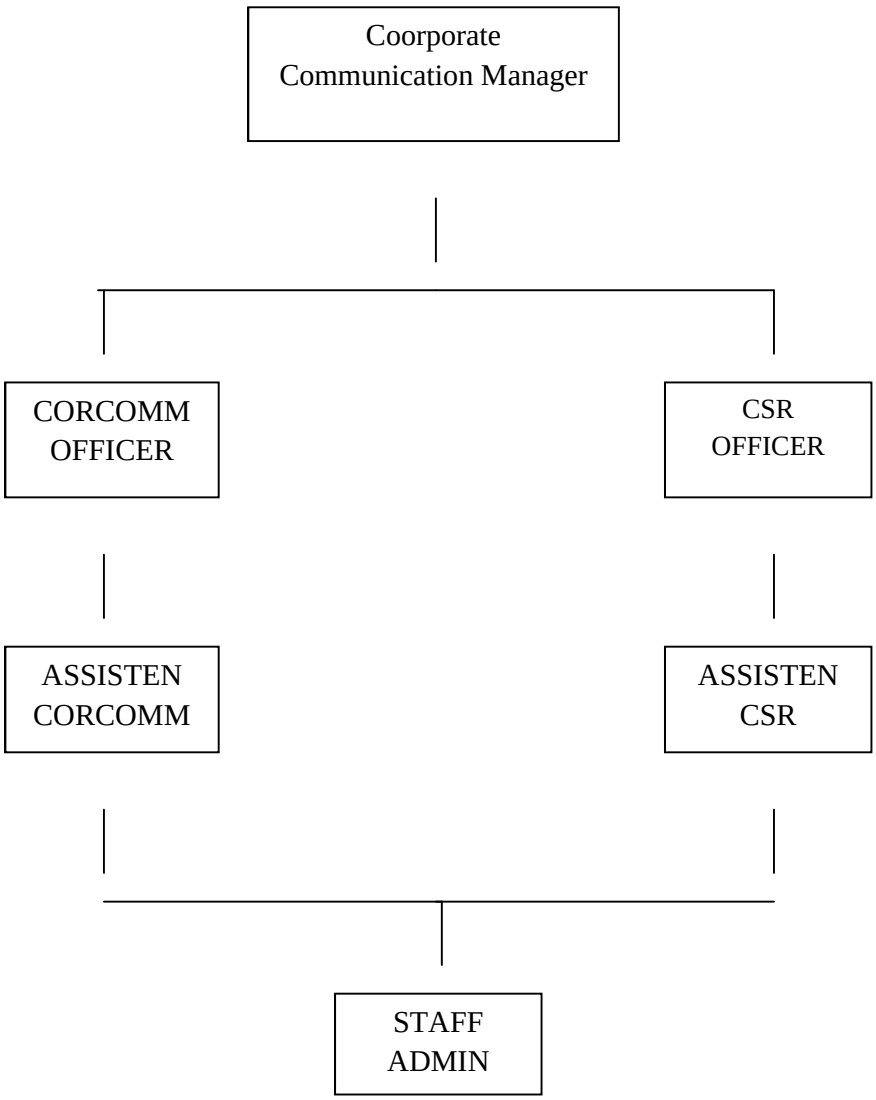
Hari Minggu adalah waktu untuk PEER KECIL, kita biasa menyebutnya PERCIL. Sajian edukatif dan menghibur bagi anak-anak disajikan dalam empat halaman khusus. Bukan hanya cerita-cerita anak yang menarik yang disajikan di sini, melainkan juga opini anak, animasi, belajar ilmu pengetahuan atau bahkan sekedar berfoto dengan gayanya.

1.4 Struktur Organisasi Hubungan Masyarakat (Humas)

Divisi Humas PT. Pikiran Rakyat Bandung telah melakukan pembagian kerja dan memiliki struktur tersendiri. Divisi humas ini terdiri dari seorang Coorporate Manager yang bertanggung jawab penuh terhadap setiap program dan kegiatan yang dilakukan oleh Humas. Coorporate Manager dibantu oleh Coorporate Officer, dan CSR Officer. Beserta asisten daripada Coorporate Officer, CSR Officer dan staff Admin. Akan tetapi meskipun telah ada pembagian kerja bukan berarti tidak ada kerjasama antara mereka. Struktur Humas PT. Pikiran Rakyat dapat dilihat pada gambar 1.3

Gambar 1.3

Bagan Struktur Divisi Hubungan Masyarakat (HUMAS)



Sumber : Arsip Dokumen PT. Pikiran Rakyat Bandung, Agustus 2011

1.5 *Job Description*

1.5.1 *Job Description* Masing-masing Bagian PT. Pikiran Rakyat

Di PT. Pikiran Rakyat Bandung, Pemimpin Perusahaan dikenal dengan sebutan Direktur Utama. Dalam tatanan pelaksanaan kerjanya, Direktur Utama dibantu oleh Direktur Pemasaran dan Direktur Keuangan, ditambah Sekretaris Direksi yang membantu kerja secara keadministrasian dari para Direktur. Bagian yang berada di bawah naungan Direktur Pemasaran adalah iklan, Marcomm yang dulunya dikenal dengan nama Promosi, Sirkulasi, dan Badan Perencanaan Penelitian Pengembangan Perusahaan (BP3). Dibawah naungan Direktur Keuangan yaitu Personalia, Keuangan, Akuntansi, dan Pengadaan/Umum.

Selain itu terdapat dua bagian tambahan setingkat Kepala Bagian, yakni Bagian Satuan Pengendali Intern (SPI) dan Bagian Sekretariat Perusahaan (Sekper). Sekper ini membawahi Teknik Informasi Manajemen, Humas, dan Pemeliharaan *(Maintenance).*

Bagian Keuangan dipimpin oleh seorang Manajer atau Kepala Bagian Keuangan. Tugas utamanya yaitu mengendalikan keuangan perusahaan yang meliputi penghitungan pemasukan dan pengeluaran uang, penyimpanan dan pembayaran uang, pemungutan pajak, pembayaran pajak, dan membayar semua kebutuhan operasional perusahaan serta mengumpulkan kekayaan perusahaan.

Bagian Iklan merupakan suatu bagian yang tidak kalah penting dalam memasok penghasilan bagi perusahaan penerbitan Pers. Bagian ini menjual kolom-kolom yang ada pada surat kabar dalam bentuk *advertensi.* Pimpinan dari bagian iklan ini disebut Kepala Bagian Iklan atau Manajer Iklan. Manajer Iklan bertanggung jawab kepada pemimpin perusahaan dalam menentukan harga iklan atau tarif iklan, karena hal itu menyangkut prestise perusahaan.

Bagian Sirkulasi dalam perusahaan penerbitan Pers berarti ‘peredaran’. Bagian Sirkulasi merupakan satu dari tiga komponen penjualan yang khusus menjual produk penerbitannya, mulai dari keluar percetakan sampai pada pelanggan atau pembacanya.

Bagian Pelayanan Pelanggan *(Customer Care),* dibentuk guna memberi layanan yang memuaskan kepada semua pelanggan dari penerbitan Pers. Pelanggan dalam hal ini meliputi pelanggan tetap, pelanggan eceran, pemasang iklan, bahkan pembaca secara luas.

Bagian Umum tugasnya mengurus dan menyediakan kebutuhan bagi perusahaan, baik bersifat *hardware* maupun *software.* Contoh hardware misalnya peralatan kantor seperti gedung perkantoran dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan software misalnya kebutuhan program untuk menunjang kinerja setiap karyawan.

Bagian Teknik merupakan suatu bagian yang bertugas menangani masalah-masalah teknik. Petugas teknik dibidang usaha bertugas

menyediakan dan merawat peralatan teknik sebatas yang ada dibidang usahanya saja.

Tugas Komunikasi Pemasaran merupakan bagian yang mengkomunikasikan produk penerbitan Pers kepada masyarakat, tetapi tidak menutup kemungkinan Komunikasi Pemasaran pun menerima saran, kritik, masukan dan pandangan dari masyarakat. Kegiatan sehari-hari Komunikasi Pemasaran yaitu berusaha mengembangkan citra perusahaan secara lebih baik, meningkatkan minat pembaca masa depan, sebagaimana tercantum dalam tujuan Marcomm. Bagian ini di PT. Pikiran Rakyat disebut sebagai *"Marketing Communications"*, bagian yang mengkomunikasikan keunggulan-keunggulan Pikiran Rakyat di mata umum (pembaca) ataupun pengiklan, selain itu bagian ini mengadakan *event* ataupun menjadi *sponsorship* dengan masyarakat yang mengadakan *event*.

Sumber ; Document Sumber Daya Manusia PT. Pikiran Rakyat

1.5.2 *Job Description* Hubungan Masyarakat (HUMAS)

1. Kepala Humas
    1) Membuat keputusan terhadap *event-event* yang akan disponsori.
    2) Bertanggung Jawab kepada perusahaan atas citra yang terbentuk kepada masyarakat.
    3) Memantau segala kegiatan yang diadakan oleh humas

4) Menjalin kerja sama dengan lembaga di luar perusahaan.
5) Merencanakan dan melaksanakan program komunikasi.

2. Sekretaris
   1) Memeriksa surat masuk dan keluar.
   2) Membuat Proposal pengajuan event.
   3) Membuat surat undangan untuk internal
   4) Mengajukan surat permohonan kepada bagian transportasi untuk peminjaman beberapa mobil kantor
   5) Mengajukan surat permohonan kepada bagian redaksi untuk peliputan event yang diadakan oleh humas.

3. Bendahara
   1) Mengatur Dana yang turun untuk keperluan event
   2) Mengatur Dana yang turun untuk yang membutuhkan bantuan dana

1. 6 Sarana dan Prasarana

PT. Pikiran Rakyat memiliki dua kantor yang berbeda di Bandung, yaitu tempat untuk kantor Tata Usaha Pikiran Rakyat berada di Jl. Asia Afrika No. 77 Bandung, sedangkan untuk kantor kegiatan Redaksi berada di Jl. Soekarno Hatta No. 147 Bandung. Untuk membatasi fasilitas yang ada, penulis hanya mengamati fasilitas yang ada di Pikiran Rakyat Jl. Asia Afrika saja.

Tabel 1.1 Sarana dan Prasarana Hubungan Masyarakat

No.	Nama Fasilitas	Jumlah
1.	Ruangan Kepala Humas	1 Ruang
2.	*Secretary Humas*	1 Ruang
3.	Public relation officer	1 Ruang
4.	Lemari File	5 Ruang
5.	Toilet	1 Ruang
6.	Mobil APV Mobil Pregio Mobil Toyota Avanza	1 Buah 1 Buah 1 Buah
7.	Meja Kerja + Meja Komputer	9 Buah
8.	Komputer	6 Buah
9.	*Printer*	1 Buah
10	Mesin *Photo Copy*	1 Buah
11.	Mesin *Fax*	1 Buah
12.	Telepon	6 Buah

13.	Kursi Karyawan	6 Buah
14.	Kursi Tamu	2 Buah
15.	*Filing Cabinet*	2 Buah
16.	*White Board*	1 Buah
17.	*Hanger*	3 Buah
18.	*Dispenser*	1 Buah
19.	*Recycle Bin*	4 Buah
20.	Paper Shreder	1 Buah
21.	Lukisan Dinding	10 Buah
22.	*Air Conditioner* (AC)	3 Buah
23.	Kamera Foto	1 Buah
24	Kamera Handycam	1 buah

Sumber ; berdasarkan keadaan ruangan Humas PT. Pikiran Rakyat

1. 7 Lokasi Waktu Praktek Kerja Lapangan

Lokasi Praktek kerja Lapangan :

Jl. Asia Afrika no 77

Waktu Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan :

18 Juli 2011 – 19 agustus 2011