BAB II

Pelaksanaan

2.1 Aktifitas Penulis Selama Praktek Kerja Lapangan

2.1.1 Jadwal Kegiatan Selama PKL

Salah satu peraturan akademik yang berkaitan dengan Praktek Kerja Lapangan (PKL) adalah praktek yang dilakukan minimal selama satu bulan. Namun, untuk beberapa point tertentu, kebijakan tersebut tidak sepenuhnya sama dengan dengan kebijakan yang ada di tempat penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan.

Dalam pelaksanaannya, beberapa kebijakan yang diambil oleh PT. Pikiran Rakyat Bandung, penulis tidak hanya ditugaskan untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah data yang berkaitan dengan konteks yang ada dalam kegiatan Humas PR itu sendiri,. Tetapi penulis juga langsung di ikut sertakan membantu kegiatan yang diadakan oleh Humas PR tersebut. Dalam hal ini, penulis juga ikut serta tahu bagaimana pekerjaan sebagai Humas, sekaligus merupakan pengembangan dari salah satu terapan ilmu Hubungan masyarakat.

Berikut catatan harian penulis selama melakukan PKL :

Tabel 2.1.1

Jadwal Kegiatan selama PKL

No	Hari/ Tanggal	Kegiatan	Sifat
	Senin, 18 Juli 2011	Perkenalan dan Pengarahan pkl oleh pembimbing pkl di Humas Pikiran Rakyat	
	Selasa, 19 Juli 2011	Penulis mulai diikut sertakaan dalam pembuatan proposal kegiatan yang akan diadakan oleh Humas.	
	Rabu, 20 Juli 2011	Penulis diberi tugas untuk mengkliping koran yang baru terbit ke dalam agenda.	
	Kamis, 21 Juli 2011	- Kliping - Foto copy - Revisi proposal	
	Jumat, 22 Juli 2011	- Senam Pagi bersama karyawan PT Pikiran Rakyat Bandung - Kliping - Foto copy - Revisi proposal	

	Senin, 25 Juli 2011	- Kliping - Foto copy - ikut berpartisipasi menerima tamu study tour ke Redaksi PR	
	Selasa, 26 Juli 2011	- Kliping - Foto copy	
	Rabu, 27 Juli 2011	- Kliping - Foto copy	
	Kamis, 28 Juli 2011	- Kliping - Foto copy - Membuat surat masuk dan surat keluar	
	Jumat, 29 Juli 2011	- Kliping - Foto copy	
	Senin, 1 Agustus 2011	-Membuat Proposal kegiatan ‘Bazar Ramadan’ - Kliping - Foto copy	
	Selasa, 2 Agustus 2011	- Merevisi biaya yang dibutuhkan dalam kegiatan ‘Bazar Ramadan’ yang sedang diajukan - Kliping	

		- Foto copy	
	Rabu, 3 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy - Menyebarkan Surat Undangan buka puasa bersama kepada semua kepala bagian,	
	Kamis, 4 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy	
	Jumat, 5 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy - Buka Puasa bersama Direksi, Komisaris serta Karyawan PT. Pikiran Rakyat dengan anak panti asuhan.	
	Senin, 8 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy	
	Selasa, 9 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy	
	Rabu, 10 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy	
	Kamis, 11 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy - Membuat surat masuk dan surat	

		keluar	
	Jumat, 12 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy	
	Senin, 15 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy	
	Selasa, 16 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy	
	Rabu, 17 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy	
	Kamis, 18 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy	
	Jumat, 19 Agustus 2011	- Kliping - Foto copy - Membuat surat masuk dan surat keluar	

Sumber : Arsip penulis selama PKL, 2011

2.1.2 Deskripsi dan Contoh Aktivitas Rutin Selama PKL

Kegiatan rutin adalah kegiatan yang dilakukan sehari-hari. Kegiatan rutin yang penulis lakukan selama PKL di PT. Pikiran Rakyat Bandung :

a. Menerima dan melakukan panggilan telepon kepada relasi-relasi PT. Pikiran Rakyat. Pada kegiatan ini prosedur kerja yang dilakukan adalah sebagai berikut:

Mengangkat telepon – menyebutkan divisi dan menyapa dengan kalimat sebagai berikut “Humas Pikiran Rakyat, selamat pagi...” – menanyakan berasal dari mana dan akan berbicara dengan siapa – menyampaikannya kepada yang bersangkutan. Jika pihak yang menelpon konfirmasi mengenai PKL atau penelitian, maka penulis diharuskan untuk dapat menanganinya dengan informasi yang dimiliki oleh penulis mengenai perihal tersebut, baik itu jadwal yang kosong untuk PKL atau prosedur akan melakukan PKL di PT Pikiran Rakyat. Untuk setiap melakukan kegiatan ini, penulis harus selalu siap dengan buku catatan dan alat tulis untuk mencatat pesan yang akan disampaikan kepada yang dituju.

Kegiatan ini bukan hanya kegiatan menerima telepon, tetapi juga menelpon kepada relasi-relasi PT Pikiran Rakyat, seperti konfirmasi kepada pihak yang telah memasukan surat permintaan bantuan untuk anak yatim kepada PT Pikiran Rakyat, konfirmasi kepada lembaga atau sekolah yang akan study tour ke Redaksi Pikiran Rakyat, dan lain-lain.

b. Memfoto copy beberapa dokumen seperti surat keluar, surat masuk, serta dokumen penting lainnya.
c. Mengirimkan dan menerima surat atau dokumen melalui fax.
d. Mengarsipkan beberapa dokumen seperti surat keluar, surat masuk, serta dokumen penting lainnya.
e. Kegiatan kliping berita adalah kegiatan yang dilaksanakan secara rutin setiap harinya. Berita-berita yang dicari adalah berita-berita yang berkaitan dengan perusahaan. Seperti, berita mengenai PT. Pikiran Rakyat Bandung, Harian Umum Pikiran Rakyat, kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh perusahaan, dan lain sebagainya.

Dalam pelaksanaan kegiatan kliping berita ini, penulis biasanya membaca beberapa surat kabar tersebut diatas, kemudian mencari berita-berita yang berkaitan dengan perusahaan. Bila berita yang berkaitan dengan perusahaan telah didapatkan, maka penulis menggunting bagian berita tersebut, lalu menempelkannya pada sebuah buku yang dikhususkan untuk menempatkan kliping-kliping berita.

Untuk berita yng disertai foto, biasanya proses kliping berita lebih sedikit berbeda. Untuk menempatkan foto, terlebih dahulu foto harus dipisahkan dengan beritanya. Kemudian sesudah nama surat kabar, halaman, hari dan tanggal berita dimuat, ditempelkan disebelah kiri atas dan kanan atas, foto baru ditempelkan tepat

dibwawahnya, disertakan *caption* foto tepat dibawah foto. Hal ini ditunjukan agar tercipta keharmonisan dalam penempelan dan dapat memudahkan dalam membaca kliping tersebut di kemudian hari.

2.1.3 Deskripsi dan Contoh Aktivitas Insidentil Selama PKL

Kegiatan insidentil adalah kegiatan yang dilakukan sewaktu-waktu. Kegiatan insidentil yang penulis lakukan selama PKL di PT. Pikiran Rakyat Bandung meliputi :

a. Menemani pembimbing untuk mengunjungi peserta kunjungan dari berbagai macam institusi ataupun lembaga, dimana tugas penulis adalah mencatat hasil dari kunjungan tersebut.

b. Membantu pembimbing dan tim untuk mengorganisir suatu *event* yang diselenggarakan oleh PT Pikiran Rakyat Bandung.
Membuat rilis berita (berita bantuan, berita keluarga, pengumuman reuni) kemudian dikirim melalui fax atau *e-mail*.

Kegiatan-kegiatan yang penulis jabarkan di atas merupakan bagian dari fungsi dan tugas humas dalam sebuah perusahaan. Hal ini berkaitan pula dengan beberapa ilmu yang dipelajari oleh penulis di bangku kuliah. Dari kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan penulis selama melaksanakan *job training* di PT. Pikiran Rakyat Bandung.

2.2 Analisa Kegiatan Selama Praktek Kerja lapangan (PKL)

2.2.1 Analisa Humas

Humas adalah salah satu cabang Ilmu Komunikasi yang sangat penting. Setiap orang pasti melakukan fungsi humas baik untuk kepentingan dirinya sendiri maupun orang lain atau untuk kepentingan keluarga, kelompok, organisasi dan masyarakat.

Public relations merupakan sebuah ujung tombak dari perusahaan. Pada saat ini tidak ada organisasi yang tidak membutuhkan humas, karena salah satu fungsi dari PR adalah untuk menjaga image atau citra dari perusahaan. Oleh karena itu Kejaksaan Tinggi Jawa Barat menyadari akan pentingnya keberadaan humas dalam bagian perusahaan.

Adapun definisi dari Public Relations itu sendiri menurut *Tony Greener* adalah presentasi positif suatu organisasi kepada seluruh publiknya. Sedangkan menurut *The First World Forum Of Public Relations " Public relations practise* adalah seni dan ilmu pengetahuan mengenai proses menganalisis trends, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, memberikan konseling kepada pimpinan organisasi, dan mengimplementasikan program yang terencana yang akan melayani kepentingan organisasi dan publik." (Kriyantono, 2008 : 5)

Dalam definisi *Public Relation* seperti yang sudah disebutkan diatas, dapat kita ketahui bahwa *Public Relation* bukan hanya ujung tombak dari sebuah perusahaan yang salah satu fungsinya adalah untuk menjaga image atau citra dari sebuah perusahaan, tetapi humas juga dalam menjalankan kerjanya harus menganalisis mengenai masalah apa yang terjadi dalam perusahaannya. Tidak hanya sampai disitu peran seorang

humas diperlukan dalam organisasi suatu perusahaan, setelah menganalisa kasus yang terjadi dalam perusahaan tersebut, sebaiknya seorang humas mengambil tindakan yang terbaik bagi perusahaan tersebut dan memikirkan resiko (akibat) apa yang dapat timbul dari keputusan yang telah diambil. Sebagai seorang humas atau *Public Relation* yang baik, hendaknya seorang humas dapat mengetahui citra perusahaan di mata publik. Apabila citra perusahaan kurang baik di mata publik, maka seorang humas sekiranya dapat memberikan saran, dan masukan kepada pemimpin perusahaan untuk membuat strategi agar citra perusahaan tersebut menjadi baik di mata masyarakat atau publik. Karena setiap sesuatu yang bersangkutan dengan perusahaan harus mempunyai persetujuan dari pimpinan perusahaan, selain itu seorang humas juga bertugas untuk menjalankan program yang sudah terencana.

Perkembangan masyarakat yang sangat kompleks ternyata diikuti oleh pertumbuhan dan perkembangan organisasi bisnis yang semakin membesar. Kondisi ini membawa satu konsekuensi terhadap bentuk relasi yang terjadi antara masyarakat sebagai salah satu *stakeholder*nya.

Dan dapat kita ketahui bahwa fungsi *Public Relations* menurut *Cutlip dan Center* adalah untuk menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi, menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan, melayani publik

dan memberikan nasehat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum, serta membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal. (Kriyantono, 2008 : 5)

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa *Public Relations* juga dapat membantu kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi, karena keberhasilan praktisi humas dalam menjalankan tugasnya bergantung kepada kepiawaiannya dalam mempersuasi pihak manajemen unutk menjalankan tanggung jawab sosial dan mempersuasi masyarakat untuk percaya kepada organisasi bahwa mereka telah menjalankan tugasnya dengan sebaik mungkin. Dan seorang humas juga dapat menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan dan publik, dimana adanya feed back dari masyarakat kepada perusahaan yang berupa opini publik. Yang kemudian akan disampaikan oleh seorang humas kepada pimpinan perusahaan dan peran serta seorang humas dalam memberikan saran dan masukan kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum. Dan juga agar terbentuknya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan publik, baik publik eksternal maupun publik internal.

2.2.2 Analisa Kerja Humas

Perkembangan teknologi dan kondisi masyarakat yang semakin kompleks menjadi faktor penyebab yang membawa pengaruh sangat besar terhadap PR.

PR merupakan suatu konsep dasar yang menjadi arah acuan yang berhubungan dan bertanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat atau publiknya dapat menciptakan interaksi positif yang pada ujungnya akan bermanfaat bagi kedua belah pihak. Dan PR menjadi dibutuhkan disuatu instansi pemerintah atau perusahaan swasta karena relasi dan interaksi merupakan satu kebutuhan penting dalam kehidupan bisnis dan organisasi yang ada dimasyarakat. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri oleh setiap instansi pemerintah atu perusahaan swasta karena komunikasi dan interaksi yang dilakukan suatu instansi atau perusahaan akan menentukan keberhasilan serta kemajuan instansi atau perusahaan swasta tersebut.

Organisasi atau perusahaan pasti selalu berhubungan dengan khalayaknya. Namun praktisi humas pada saat ini sudah harus memfokuskan pekerjaannya pada khalayak tertentu saja. Khalayak humas, yaitu kelompok atau orang-orang yang berhubungan atau berkomunikasi dengan perusahaan, baik khalayak internal maupun eksternal.

Dan adapun ruang lingkup pekerjaan humas mencakup enam bidang pekerjaan yaitu : 1. Publisitas. 2. Pemasaran. 3. Public Affair. 4. Manajemen Isu. 5. Lobi. 6. Hubungan Investor. Seluruh bidang pekerjaan humas tersebut telah menghasikan spesialisasi kehumasan yang bersifat khusus. (Morissan, 2008 : 31-32)

PR mempunyai peran yang sangat penting bagi suatu perusahaan atau suatu institusi. Ke-urgen-an PR dalam suatu organisasi, perusahaan atau instansi ini sangat mempengaruhi tugas PR itu sendiri. Secara garis besar, tujuan PR itu menyangkut 3 hal yaitu :

1. Reputasi dan citra. Tugas PR tidak dapat lepas dari reputasi dan citra, dengan asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan semakin tingginya akses publik terhadap ‘output’ dari perusahaan tersebut.

2. Jembatan komunikasi. PR menjadi komunikator dan mediator organisasi dengan lingkungannya.

3. ‘Mutual benefit relationship’, yaitu PR harus menjamin kepada publik bahwa perusahaan berada didalam operasinya memiliki niat baik dalam berbisnis yang diwujudkan dalam tanggung jawab sosial dan diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan diantara perusahaan dan publiknya.

   (Darmastuti, 2007 : 16)