BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Pelaksanaan PKL (Praktek Kerja Lapangan)

Kegiatan PKL (Praktek Kerja Lapangan) penulis lakukan di Unit *Community Development Sub Area Garut* PT. Telkom Divre III Jawa Barat & Banten Kota Garut selama 30 hari atau sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, terhitung mulai tanggal 1 Agustus 2011 hingga 30 Agustus 2011. Dengan perincian hari dan waktu sebagai berikut :

Tabel 2.1

Hari dan Waktu Pelaksanaan PKL

Hari	Waktu
Senin – Jum'at	Pukul 08.00 WIB – 16.00 WIB
Sabtu dan Minggu	LIBUR

Sumber : *Arsip Penulis, Oktober 2011*

Adapun rincian kegiatan penulis selama pelaksanaan PKL adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2

Rincian Kegiatan Selama Pelaksanaan PKL

No	Hari/Tanggal	Aktivitas	Jenis		Ket
			Rutin	Insidentil	
1	Senin, 1 Agustus 2011	Pengenalan Tempat PKL	-	✓	-
2	Selasa, 2 Agustus 2011	Mempelajari Profil Telkom dan Telkom CDC	-	✓	-

3	Rabu, 3 Agustus 2011	Mempelajari Visi dan Misi CDC (Community Development Center)	-	✓	-
4	Kamis, 4 Agustus 2011	Mempelajari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)	-	✓	-
5	Jumat, 5 Agustus 2011	Mempelajari aplikasi SIM PKBL untuk mengolah data mitra binaan	-	✓	-
6	Sabtu, 6 Agustus 2011	Libur	-	-	-
7	Minggu, 7 Agustus 2011	Libur	-	-	-
8	Senin, 8 Agustus 2011	Melakukan collecting dengan cara Remainding Call	✓	-	-
9	Selasa, 9 Agustus 2011	Melakukan kunjungan ke mitraa binaan unggulan ke batik Garutan	✓	-	-
10	Rabu, 10 Agustus 2011	Melakukan kunjungan ke mitraa binaan unggulan ke Sukaregang (Jaket Kulit)	✓	-	-
11	Kamis, 11 Agustus 2011	Ikut melakukan survey ke calon mitraa binaan untuk	✓	-	-

		Triwulan III - 2011			
12	Jumat, 12 Agustus 2011	Mempelajari Laporan Keuangan Mitra Binaan	✓	-	-
13	Sabtu, 13 Agustus 2011	Libur	-	-	-
14	Minggu, 14 Agustus 2011	Libur	-	-	-
15	Senin, 15 Agustus 2011	Mempelajari Proposal yang sudah masuk dari CMB (Calon Mitra Binaan)	✓	-	-
16	Selasa, 16 Agustus 2011	Melakukan Remainding Call Mitra Binaan yang masih belum Bayar	✓	-	-
17	Rabu, 17 Agustus 2011	Libur (tanggal Merah) / (Proklamasi Kemerdekaan RI)	-	-	-
18	Kamis, 18 Agustus 2011	Melakukan collecting dengan cara langsung mendatangi mitra binaan yang belum bayar	✓	-	-
19	Jumat, 19 Agustus 2011	Ikut survey bina lingkungan rehab masjid di lingkungan sukaregang	-	✓	-

20	Sabtu, 20 Agustus 2011	Libur	-	-	-
21	Minggu, 21 Agustus 2011	Libur	-	-	-
22	Senin, 22 Agustus 2011	Melakukan Collecting dengan cara mendatangi kembali mitra binaan yang sudah janji mau bayar	✓	-	-
23	Selasa, 23 Agustus 2011	Merekap mitra binaan yang belum bayar	✓	-	-
24	Rabu, 24 September 2009	Merekap Calon Mitra Binaan yang sudah disurvey	✓	-	-
25	Kamis, 25 Agustus 2011	Merekap dan mereview kegiatan selama PKL	-	✓	-
26	Jumat, 26 Agustus 2011	Penutupan, hari terakhir PKL	-	✓	-
27	Sabtu, 27 Agustus 2011	Libur	-	-	-
28	Minggu, 28 Agustus 2011	Libur	-	-	-
29	Senin, 29 Agustus 2011	Cuti Bersama	-	-	-
30	Selasa, 30 Agustus 2011	Libur (Idul Fitri 1432 H)	-	-	-

Sumber : *Arsip Penulis, Oktober 2011*

Kegiatan rutin adalah kegiatan yang dilakukan setiap hari atau pun setiap minggu oleh penulis, seperti Melakukan kunjungan ke mitraa binaan unggulan, Remainding Call, Merekap Mitra Binaan . Dan kegiatan insidentil adalah kegiatan yang hanya dikerjakan sewaktu-waktu oleh Penulis, seperti mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Unit *Community Development Sub Area Garut* PT. Telkom Divre III Jawa Barat & Banten Kota Garut, seperti Ikut survey bina lingkungan rehab masjid di lingkungan sukaregang dan lain-lain.

2.2 Deskripsi Pelaksanaan PKL (Praktek Kerja Lapangan)

2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin Selama Pelaksanaan PKL

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa selama mahasiswa melakukan Praktek Kerja Lapangan, mahasiswa mendapatkan beberapa tugas berbeda yang harus dikerjakan. Salah satunya adalah kegiatan rutin yang dikerjakan penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, Berikut ini adalah deskripsi dari kegiatan rutin yang telah dikerjakan oleh mahasiswa selama melakukan Praktek Kerja Lapangan .

a. Mempelajari Proposal yang sudah masuk dari CMB (Calon Mitra Binaan)

Penulis harus mempelajari proposal yang sudah masuk dari CMB (Calon Mitra Binaan), disini penulis harus meneliti dari mulai usaha apa yang sedang dijalankan oleh CMB (Calon Mitra Binaan), Harta kekayaannya, maupun report keuangan perusahaannya.

Bila sudah diteliti maka akan dilakukan langkah selanjutnya yaitu survey ke tempat CMB (Calon Mitra Binaan) melihat realita proposal dengan kenyataanya dilapangan.

b. Ikut melakukan survey ke calon mitra binaan .

Saat penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan di Unit *Community Development Sub Area Garut* PT. Telkom Divre III Jawa Barat & Banten Kota Garut sedang mengadakan survey ke calon mitraa binaan untuk Triwulan III – 2011 dibeberapa daerah di Kota Garut.

Untuk itu maka diadakan survey terlebih dahulu ke calon mitraa binaan mana saja yang layak akan diberikan program bantuan kemitraan oleh PT.TELKOM .

Penulis ditugasi untuk membantu mensurvey sekitar 10 calon mitra binaan Telkom dari berbagai daerah di kota Garut. Data pelanggan yang akan disurvey telah ada dalam data penulis., itu memudahkan penulis juga, Saat survey penulis bertugas untuk menanyakan beberapa pertanyaan dan mengisi jawaban dari pelanggan.

Berikut ini adalah tahapan-tahapan saat melakukan *survey*:

a.. Saat *sampai di tempat* mitra binaan No telepon mitra binaan, nama mitra binaan, dan alamat pelanggan harus telah ada di data mahasiswa

b. Mahasiswa menanyakan nama mitra binaan dari mahasiswa

c. Mahasiswa menanyakan apakah mitra binaan sedang sibuk atau tidak, bila tidak sibuk survey dilanjutkan.

d. Mahasiswa menanyakan beberapa pertanyaan terkait pengajuan yang diajukan oleh mitra binaan

e. Kemudian mahasiswa melakukan survey mengelilingi tempat kediaman mitra binaan dan bila sudah selesai maka memberikan beberapa pertanyaan penutupan dan pamitan

c. Melakukan Remainding Call Mitra Binaan yang masih belum Bayar juga collecting Mitra Binaan.

Menghubungi pelanggan adalah mengontak pelanggan melalui pesawat telepon untuk mengingatkan dan menginformasikan sesuatu. Saat melakukan *call* pelanggan penulis diharapkan dapat bersikap dan berkata sopan, tidak memaksa, dan berbicara dengan intonasi yang ramah dan komunikatif.

Tugas penulis saat melakukan Praktek Kerja Lapangan adalah menghubungi mitraa binaan seluruh Kabupaten Garut untuk menginformasikan dan mengingatkan pelanggan bahwa mitraa binaan memiliki tunggakan pinjaman yang belum terselesaikan.

2.2.2 Deskripsi Kegiatan *Insidentil* Selama Pelaksanaan PKL.

a. Pengenalan Tempat PKL

Hal yang pertama kali dilakukan oleh penulis saat akan melakukan Praktek Kerja Lapangan adalah memperkenalkan diri kepada staff pimpinan yang ada di tempat penulis akan melakukan Praktek Kerja Lapangan bahwa penulis adalah mahasiswa dari UNIKOM yang ingin

melakukan Praktek Kerja Lapangan di Unit *Community Development Sub Area Garut* Selama Pelaksanaan PKL di PT. Telkom Divre III Jabar dan Banten.

Setelah perkenalan diri penulis kemudian giliran staff pimpinan yang sekaligus sebagai pembimbing Praktek Kerja Lapangan mahasiswa dari Unit *Community Development Sub Area Garut* Selama Pelaksanaan PKL di PT. Telkom Divre III Jabar dan Banten yang memperkenalkan diri kepada penulis.

Setelah itu pembimbing juga memperkenalkan kondisi lokasi dimana penulis akan melakukan tugasnya dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan. Dan juga pembimbing menjelaskan tentang peraturan-peraturan yang berlaku di tempat dimana penulis akan melakukan Praktek Kerja Lapangan. Peraturan-peraturan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Jadwal kerja mulai dari hari Senin hingga hari Jumat. Hari Sabtu dan hari Minggu libur kecuali ada kegiatan yang mengharuskan untuk bekerja (lembur).

2. Jam kerja terhitung dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB. Jam istirahat dari pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB.

3. Diharapkan selama berada lingkungan Unit *Community Development Sub Area Garut* Selama Pelaksanaan PKL di PT. Telkom Divre III Jabar dan Banten para staff pimpinan, karyawan, dan mahasiswa Praktek Kerja Lapangan berpakaian sopan dan rapi.

4. Jika ada karyawan atau mahasiswa Praktek Kerja Lapangan yang ingin izin bekerja maka diharapkan memberikan keterangan kepada pimpinan dan pembimbing terlebih dahulu. Kemudian setelah perkenalan diatas selesai maka pembimbing memberikan tugas kepada mahasiswa untuk dikerjakan namun sebelumnya pembimbing menjelaskan terlebih dahulu tugas yang diberikan dan memberikan contoh dalam pengerjaanya hingga mahasiswa mengerti pengerjaan tugas yang diberikan untuk dikerjakan tersebut.

b. Mempelajari aplikasi SIM PKBL untuk mengolah data mitra binaan

Sistem Informasi Manajemen (SIM) PKBL TELKOM telah membangun dan mengembangkan Sistem informasi program Kemitraan dan Bina Lingkungan (SIM PKBL), sebuah system yang dapat memberikan informasi *real-time* mengenai pengelolaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan di TELKOM bagi para *user*, sehingga dapat meningkatkan kecepatan dan akurasi laporan manajemen, perencanaan dan pengendalian berdasarkan informasi yang akurat dan komprehensif. Saat ini SIM PKBL yang dimiliki Telkom merupakan system informasi terbaik yang dimiliki dari seluruh pelaksana PKBL BUMN.

Di masa mendatang, SIM PKBL akan terus dikembangkan dan akan disesuaikan dengan kebutuhan percepatan penyaluran dan akurasi data administrasi PKBL.

2.3 Analisis Tentang Aktifitas Unit *Community Development Sub Area Garut* Selama Pelaksanaan PKL di PT. Telkom Divre III Jabar dan Banten.

Saat melakukan PKL, penulis semakin mengetahui terdapat beberapa tugas pokok yang harus dilakukan oleh petugas *Community Development Sub Area Garut* Telkom Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten. Pekerjaan antara satu divisi dengan divisi lainnya tentulah berbeda tergantung *job description* masing-masing. Berikut ini adalah pekerjaan-pekerjaan yang dikerjakan oleh *Community Development Sub Area Garut* Telkom Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten :

A. Melakukan kunjungan ke mitraa binaan unggulan
B. Melakukan survey ke calon mitraa binaan untuk Per - Triwulan
C. Merekap dan Mempelajari Rekam Jejak Laporan Keuangan Selama menjadi Mitra Binaan
D. Mempelajari Proposal yang sudah masuk dari CMB (Calon Mitra Binaan) untuk di follow up.
E. Melakukan Remainding Call Mitra Binaan yang Lancar ataupun masih belum Bayar
F. Melakukan collecting dengan cara langsung mendatangi mitra binaan yang belum bayar
G. Merekap mitra binaan yang Sudah bayar
H. Merekap mitra binaan yang belum bayar

I. Merekap Calon Mitra Binaan yang sudah disurvey

J. Melakukan Program Bina lingkungan

K. Memasukan dta ke SIM PKBL

Tugas utama *Community Development Sub Area Garut* adalah bertanggung jawab dalam penyelenggaraan program kemitraan maupun program bina lingkungan baik dengan publik internal maupun eksternal, sehingga program PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) berjalan lancar dan terbina hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya maupun Mitra Binaannya.

Berdasarkan penjabaran diatas, kegiatan program PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) yang dilakukan oleh *Community Development Sub Area Garut* PT. Telkom Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten dalam menjalankan fungsi tugasnya dalam membina mitra binaannya maupun program sosial dinilai cukup ideal .

2.4 Analisis Aktifitas Humas

Dalam suatu perusahaan khususnya perusahaan yang sudah mempunyai nama besar dikalangan masyarakat keberadaan *public relations* adalah sesuatu yang harus. Karena keberadaan *public relations* dalam suatu perusahaan adalah menjaga hubungan baik antar semua elemen yang ada, baik hubungan internal (antar anggota organisasi/perusahaan) maupun hubungan eksternal (masyarakat, investor, pers, dan lain-lain).

Karena dengan adanya *public relation*s maka hubungan tersebut akan terasa semakin dekat. Humas juga bukan hanya bertugas untuk menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat tetapi juga dengan pihak-pihak lain yang bersangkutan, *public relations* juga bertugas untuk menciptakan citra suatu perusahaan.

Karena masyarakat sekarang ini sangat selektif dalam dengan produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, ditambah tingkat persaingan antar perusahaan yang memiliki produk atau jasa yang serupa.

Dalam suatu perusahaan public relations memegang peranan yang sangat penting dan berbahaya jika ditiadakan. Untuk lebih jelasnya tentang peranan *public relations* dalam suatu perusahaan, berikut ini adalah tugas utama dari *public relations*:

1. Menjalankan program terencana dan berkesinambungan sebagai bagian dari manajemen organisasi.
2. Berurusan dengan hubungan antara organisasi dengan publiknya
3. Memantau pengetahuan, pendapat, sikap dan prilaku didalam dan diluar organisasi.
4. Menganalisis pengaruh kebijakan, prosedur dan tindakan pada public.

5. Menyesuaikan kebijakan, aturan dan tindakan yang dipandang menimbulkan konflik dengan kepentingan publik dan keberadaan perusahaan.
6. Memberikan saran dan masukan kepada manajemen dalam pembuatan kebijakan, aturan dan tindakan yang dipandang menimbulkan konflik dengan kepentingan publik dan keberadaan perusahaan.
7. Membangun dan memelihara hubungan komunikasi 2 arah antara organisasi dengan publiknya.
8. Menghasilkan perubahan yang khusus dalam pengetahuan, pendapat, sikap dan perilaku didalam dan diluar organisasi.
9. Menciptakan hubungan baru dan atau memelihara hubungan antara organisasi dan publiknya.

Public Relations, dilihat dari sudut etimologi kata 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, sedangkan Relations diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah hubungan-hubungan dalam arti menyangkut banyak hubungan. (Yulianita, 1999:21).

Humas atau *Public Relations* dalam suatu perusahaan memegang peranan yang penting dan berbahaya jika dilupakan. *Public Relations* sendiri menurut *Public Relations* News adalah:

PR adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasikan kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik. (Moore, 2004:6)

Sedangkan Public Relations menurut J. C., Seidel sebagaimana dikutip oleh Oemi Abdurachman dalam buku dasar-dasar Public Relations adalah:

Public relations is the continuing process by which management endeavors to obtain goodwill and understanding of its customers, its employees and the public at large, inwardly through self analysis and correction, outwardly through all means of expression artinya public relations adalah proses kontinu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari para langganannya, pegawainya, dan publik umumnya; kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan. (Abdurachman, 2001:24)

Ciri adalah tanda yang khas untuk mengenal dan mengetahui. Fungsi atau dalam bahasa Inggris disebut dengan *function,* bersumber pada perkataan bahasa latin, *function* yang berarti penampilan, pembuatan pelaksanaan, atau kegiatan.

Dalam kaitannya dengan humas, maka humas dalam suatu organisasi dikatakan berfungsi apabila humas itu menunjukan kegiatan yang jelas, yang dapat dibedakan dari kegiatan lainnya. Berfungsi atau tidaknya humas dalam sebuah organisasi dapat diketahui dari ada tidaknya kegiatan yang menunjukan ciri-cirinya.

Ciri-ciri tersebut sebenarnya secara *implicit* telah diterangkan dimuka tetapi untuk memperoleh kejelasan mengenai fungsi humas, ada baiknya kiranya apabila ciri-ciri tersebut secara gamblang ditegaskan, seperti yang dikemukakan oleh Onong Uchjana Effendy:

1. Komunikasi yang dilancarkan berlangsung dua arah secara timbal-balik.
2. Kegiatan yang dilakukan terdiri dari penyebaran informasi, penggiatan persuasi, dan pengkajian pendapat umum.
3. Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi tempat humas menginduk.
4. Sasaran yang dituju adalah khalayak didalam organisasi dan khalayak diluar organisasi.
5. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan khalayak. (Effendy, 2009:132)

Humas, sebagai ujung tombak suatu organisasi / perusahaan memiliki bermacam-macam dan sangat kompleks.

Dimana fungsi tersebut secara umum adalah sama antara humas di suatu organisasi / perusahaan dengan organisasi / perusahaan lainnya.

Hanya saja akan berbeda dalam pelaksanaannya di lapangan, karena disesuaikan dengan tujuan dari organisasi tersebut.

Fungsi humas menurut Scott M. Cutlip dan Allen Center, sebagaimana tercantum dalam bukunya *"Effective Public Relations"*, adalah sebagai berikut:

a) Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari public-public suatu organisasi, sehingga kebijaksanaan beserta operasionalisasi organisasi dapat diperlihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan public-public tersebut.

b) Menasehati management mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh public.

c) Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi. (Cutlip&Center,2009:11) .

Adapun tujuan dari Public Relations sendiri adalah sebagai berikut: Tujuan Public Relations adalah mengembangkan goodwill dan memperoleh opini public yang favorable atau menciptakan kerjasama bedasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai public, kegiatan public relations harus dikerahkan kedalam dan keluar. (Abdurachman, 2001:34)

Menurut Bonar (1987:21) merumuskan tujuan PR adalah :

1. Public understanding (pengertian publik)
2. Public confidence (kepercayaan publik)
3. Public support (dukungan publik)
4. Public cooperation (kerjasama publik)

Sedangkan menurut Jefkins dalam bukunya Public Relations menjelaskan bahwa tujuan public relations adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengubah citra umum di mata masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai.
3. Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
4. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pangsa pasar baru.

5. Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan masyarakat bursa saham atas rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atau saham tambahan.
6. Untuk memperbaiki hubungan antar perusahaan itu dengan masyarakatnya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham di kalangan masyarakat terhadap niat baik perusahaan.
7. Untuk mendidik konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
8. Untuk meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.
9. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi resiko pengambilalihan oleh pihak lain.
10. Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru.
11. Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari.
12. Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara.
13. Untuk memastikan bahwa para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.

14. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan, agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Dan fungsi *Public Relations* dalam manajemen adalah:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam pencapaian tujuan perusahaan
2. Membina hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publik (eksternal maupun internal)
3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dan publikasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini kepada perusahaan.

Sedangkan menurut Maria (2002) *public relation* merupakan satu bagian dari satu nafas yang sama dalam organisasi tersebut, dan harus memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut .

Hal ini sekedar memberikan gambaran tentang fungsi *public relation* yaitu:

1. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
2. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.

3. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.
4. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

2.5 Analisis Humas di PT. Telkom Kancatel Garut

Saat ini PT. Telkom Kancatel Garut sudah tidak memiliki Divisi Humas yang *state of being* seperti halnya perusahaan lain. Hal ini dikarenakan sistem kerja yang diterapkan di PT. Telkom sudah menggunakan komputerisasi yang canggih. Sehingga segala informasi disebarkan dan diinformasikan melalui teknologi yang telah tersedia di perusahaan.

Penulis sendiri ketika melakukan Praktek Kerja Lapangan ditempatkan di Unit CDSA Unit *Community Development Sub Area Garut* PT. Telkom Divisi Regional III Jawa Barat dan Banten dibagian ini tidak berhubungan dengan Humas.

2.6 Deskripsi Tentang Layanan Unit *Community Development Sub Area Garut* PT. Telkom Divre III Jawa Barat dan Banten Kepada Mahasiswa PKL

Unit *Community Development Sub Area Garut* PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Divisi Regional III Jawa Barat & Banten adalah salah satu perusahaan yang masih dibawah kendali PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang tepatnya sebagai Badan Usaha Milik Negara.Dalam kesempatan ini penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan di Unit *Community Development Sub Area Garut* PT. Telkom Divre III Jawa Barat & Banten Kota Bandung tepatnya dibagian unit *Division Communication* Unit *Community Development Sub Area*. Yang dimana penulis memilih untuk PKL dibagian Unit *Community Development Sub Area* dikarenakan sesuai dengan keinginan penulis .

Pelayanan yang dilakukan staf Unit *Community Development Sub Area* khususnya merupakan pekerjaan wajib yang harus dilakukan oleh staf Unit *Community Development Sub Area*. Begitupun pelayanan yang diberikan kepada penulis merupakan pelajaran yang diberikan kepada mahasiswa. Hal-hal yang mereka berikan kepada mahasiswa PKL adalah keakraban lingkungan, kegiatan ini merupakan pekerjaan yang mudah secara teoritis, namun pada prakteknya lebih sulit. Selama penulis mengikuti kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Unit *Community Development Sub Area* PT. Telkom Divre III Jawa Barat & Banten Kota Garut banyak yang didapatkan mulai dari pengenalan lingkungan yang terdiri dari berbagai macam orang yang harus dikenali penulis, dapat

mengetahui banyak mengenai program PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) khususnya program kemitraan. Penulis banyak diberikan ilmu bagaimana cara menelpon yang baik, cara mengunjungi mitra yang baik, pengenalan lingkungan PKL serta keakraban dan kekeluargaan yang mereka jalin dengan terbuka merupakan salah satu penghubung kedekatan diantara mahasiswa PKL dengan karyawan Unit *Community Development Sub Area* PT. Telkom Divre III Jawa Barat & Banten Kota Garut.