Bab II

Pelaksanaan PKL

2.1 penjelasan kegiatan harian

Penulis pada saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Di PT.Telekomunikasi Indonesia Tbk di tempatkan di bagian bidang public relation.pertemuan pertama kali dengan pembimbing kerja praktek di bidang public relation, penulis dijelaskan apa saja yang harus di kerjakan dan peraturan-peraturan apa saja yang harus di taati selama mengikuti kerja praktek.

Selama melakukan Praktek kerja Lapangan penulis mendapatkan banyak pengalaman dari berbagai aktivitas yang dilaksanakan, dan dari berbagai aktivitas yang beragam tersebut terdapatnya jenis kegiata yang bersifat rutin yang dilakukan oleh penulis selama melakukan Praktek Kerja Lapangan dan ada pula kegiatan yang bersifat insidentil

Adapun daftar kegiatan yang dilakukan penulis setiap hari kerja selama melaksanakan PKL di bidang *Public relation* TELKOM. adalah sebagai berikut

Tabel 2.1

Jadwal kegiatan PKL

No	Hari/Tanggaal	Uraian	Jenis aktivitas	
			Rutin	Insidental
1	Rabu 3 agustus 2011	- Mendengarkan pengarahan dari SO.CSR.Communication mengenai PT.TELKOM.Tbk bandung.		✓
		- Perkenalan dengan staf di bagian public relation dan bulki (bulletin kita)		✓
		- Pemberian tugas pertama yaitu distribusi surat yang ditujukan kepada unit-unit PR atupun unit yang lain yang berada di TELKOM bandung	✓	
		- Fotocopy/fax/scan yaitu memfotocopy data-data public relation	✓	

No	Hari/tanggal	Uraian	Jenis aktivitas	
			Rutin	Insidental
2	Kamis 4 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handling tamu pmc/operator - Distribusi surat	✓ ✓	✓ ✓
3	Jum'at 5 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handling tamu pmc/operator - Distribusi surat - Liputan foto	✓ ✓ ✓	✓ ✓
4	6-7 2011	Libur		✓

No	Hari/tanggal	Uraian	Jenis aktivitas	
			Rutin	Insidental
5	8 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan	✓	
		- Searching /analisa kliping	✓	
		- Handling tamu pmc/operator		✓
		Distribusi surat		✓
6	9 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan	✓	
		- Searching /analisa kliping	✓	
		- Handling tamu pmc/operator	✓	✓
		- Distribusi surat		
7	10 agustus2011	Libur		✓
8	11 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan	✓	
		- Searching /analisa kliping	✓	
		- Handling tamu pmc/operator		✓
		- Distribusi surat		✓

No	Hari/tanggal	Uraian	Jenis aktivitas	
			Rutin	Insidental
9	12 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handling tamu pmc/operator - Editing TDS/foto	✓ ✓ ✓	✓
10	13 agustus 2011	Libur		✓
11	14 agustus 2011	Libur		✓
12	15 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handling tamu pmc/operator - Distribusi surat	✓ ✓ ✓	✓ ✓

No	Hari/tanggal	Uraian	Jenis kegiatan	
			Rutin	Insidental
13	16 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handling tamu pmc/operator - Distribusi surat - Handeling sponsorship - Adm keuangan	✓ ✓ ✓	 ✓ ✓ ✓
14	17 agustus 2011	LIBUR HUT RI KE 66		✓
15	18 agustuss 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handling tamu pmc/operator - Distribusi surat	✓ ✓ ✓	 ✓

No	Hari/tanggal	Uraian	Jenis aktivitas	
			Rutin	Insidental
16	19 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handling tamu pmc/operator - Distribusi surat	✓ ✓	 ✓ ✓
17	20 agustus 2011	Libur		✓
18	21 agustus 2011	Libur		✓
19	22 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handling tamu pmc/operator - Distribusi surat	✓ ✓	 ✓ ✓
20	23 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handling tamu pmc/operator - Distribusi surat	✓ ✓	 ✓ ✓

No	Hari /tanggal	Uraian	Jenis aktivitas	
			Rutin	Insidental
21	24 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan	✓	
		- Searching /analisa kliping	✓	
		- Handeeling tamu pmc/operator		✓
22	25 agustus 2011	- Fotocopy /fax/scan	✓	
		- Searching /analisa kliping	✓	
		- Handeling tamu pmc/operator		✓
		- Distribusi surat		✓
		- Lain-lain		✓

No	Hari/tanggal	Uraian	Jenis kegiatan	
			Rutin	Insidental
23	26-04 september	Cuti bersama hari raya idul fitri 1432 H		✓
24	05 september 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handeling sponsorship	✓ ✓	✓
25	06 september 2011	- Fotocopy /fax/scan - Searching /analisa kliping - Handeling tamu pmc/operator - Distribusi surat - Lain-lain	✓ ✓	✓ ✓ ✓
26	07 september 2011	- Searching analisa/kliping - Fotocopy/scan	✓ ✓	

27	08 september 2011	- Petugas pendukung kunjungan - Persiapan acara		✓ ✓

Sumber: Data penulis, 2011

2.2. Deskripsi kegiatan rutin selama praktek kerja lapangan dan contoh kegiatan

2.2.1 Handeling tamu

Pada kegiatan handling tamu ini, posisi peserta job training seperti seorang resepsionis di unit public relation. Bentuknya penerimaan tamu secara langsung ataupun menerima telepon. Untuk penerimaan tamu yang datang pada unit public relations biasanya untuk bertemu dengan seseorang dari unit public relations, kegiatan lain dalam penerimaan tamu ini seperti penerimaan surat,penerimaan proposal permohonan dana atau pembicara, proposal kunjungan serta pelayanan informasi singkat yang berkaitan dengan unit public relations.

2.2.2 Distribusi surat

Distribusi surat adalah kegiatan pengiriman atau pendistribusian surat-surat yang masuk atau berasal dari unit public relations. baik itu surat dinas yang ditujukan kepada unit-unit yang berada di dalam gedung Telkom sesuai dengan maksud dan tujuannya maupun surat-surat yang ditujukan untuk unit public relations.sebelum surat tersebut didistribusikan, dicatat atau diagendakan terlebih dahulu pada buku agenda elektronik milik unit public relations sebagai arsip. Biasanya surat yang telah didistribusikan akan dicatat tanda terimanya pada buku ekspedisi,tanda surat telah di terima. sedangkan distribusi proposal biasanya berlangsung di unit public relations. Setiap proposal permohonan dana yang ditujukan untuk unit public relations akan diterima, diagendakan kemudian diberi waktu dua minggu untuk menjawab permohonan proposal dana tersebut sebagai salah satu kegiatan eksternal perusahaan.

2.2.3 Administrasi keuangan

yaitu mencatat surat atau berkas yang menyangkut dengan pengeluaran dan pemasukan lalu mengarsipkannya disertai dengan kwintansi dan rincian biaya. file ini sebelumnya harus difotocopy lalu disertakan kepada bagian finance corporate. Bukti fotocopynya di simpan di tempat penyimpanan dokumen (*filling cabinet*) unit public relations.

2.2.4 Liputan foto /tulisan portal/Telkom *Digital signage*

Intinya adalah sebuah kegiatan peliputan baik secara manual ataupun digital yang nantinya akan digunakan sebagai suatu kegiatan publikasi apabila perusahaaan mengadakan acara-acara khusus atau acara agenda tahnunan yang rutin dilaksanakan oleh perusahaan. Publikasi ini dimaksudkan untuk memberikan bukti konkret bagi perusahaan. Biasanya karyawan mengajak siswa pkl untuk melakukan peliputan, agar siswa pkl mendapatkan wawasan baru mengenai perusahaan dan kegiatan yang sedang diliput.

Penulis melakukan banyak kegiatan peliputan yang berkaitan dengan kegiatan internal maupun eksternal perusahaan. pembimbing yang selalu memberikan masukan adalah pak Dedi beliau mengajarkan banyak hal dalam bidang fotografi dan cara pengambilan gambar berita yang baik. berbagai macam kegiatan selalu mengajak penulis untuk meliput bersama dan penulis biasanya dibekali *voice recorder* dan kamera digital ataupun handycam *voice recorder* berfungsi merekam segala ucapan penting dalam setiap acara agar mendapat data yang akurat ketika dibutuhkan untuk pembuatan konsep berita. kamera digital berfungsi untuk mengabadikan setiap moment penting untuk digunakan sebagai arsip kegiatan ataupun pelengkap berita ketika hendak dimasukan ke portal internal ataupun eksternal perusahaan.

Kegiatan yang penulis telah liput yaitu buka puasa bersama dengan para pensiun Telkom yang bertempat di dana pensiun Telkom pada tanggal 05 agustus 2011 yang diadakan di aula dapen Telkom. dan pada tanggal 10 agustus 2011 meliput

pembagian beasiswa bagi mahasiswa perguruan tinggi yang diadakan di lantai 8 Telkom jalan japati no 1 bandung.

2.2.5 Rapat /persiapan acara

Maksud dari rapat atau persiapan acara, mahasiswa PKL dikerahkan untuk ikut andil dalam persiapan suatu acara atau rapat, seperti bagaimana menyajikan makanan dan minuman kepada tamu atau wartawan ketika *press conference* .atau mungkin melakukan pembungkusan merchandise untuk kegiatan kunjungan atau kegiatan tanggung jawab social perusahaan (CSR) yang akan di lakukan, penulis sendiri beberapa kali membantu membawakan makanan dan minuman kepada tamu di dalam ruang rapat dan membungkus merchandise.

2.2.6 Pengarahan

Pada saat sebelum atau sedang berlangsungnya kegiatan job training penulis mendapatkan pengarahan dari ibu Bingah Rini H. pengarahan dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara nyata kepada mahasiswa dan memberikan informasi-informasi yang ada di Telkom untuk menjadi bekal selama kegiatan kuliah kerja praktek terpadu ini berlangsung.

2.2.7 Searching kliping /analisa kliping

Kliping berita di Telkom adalah kumpulan berita (tulisan atau gambar) tentang Telkom dan perusahaan afiliasi serta perusahaan pesaing yang relevan (bila dimungkinkan) dari surat kabar, majalah, atau media lainnya, yang disampaikan kepada manajemen, yang diterbitkan setiap hari. Kliping berita merupakan kegiatan kerja public relations pada Telkom yang dilakukan rutin oleh mahasiswa PKL setiap paginya. kegiatan ini dilakukan setiap hari selama menjalani job training.

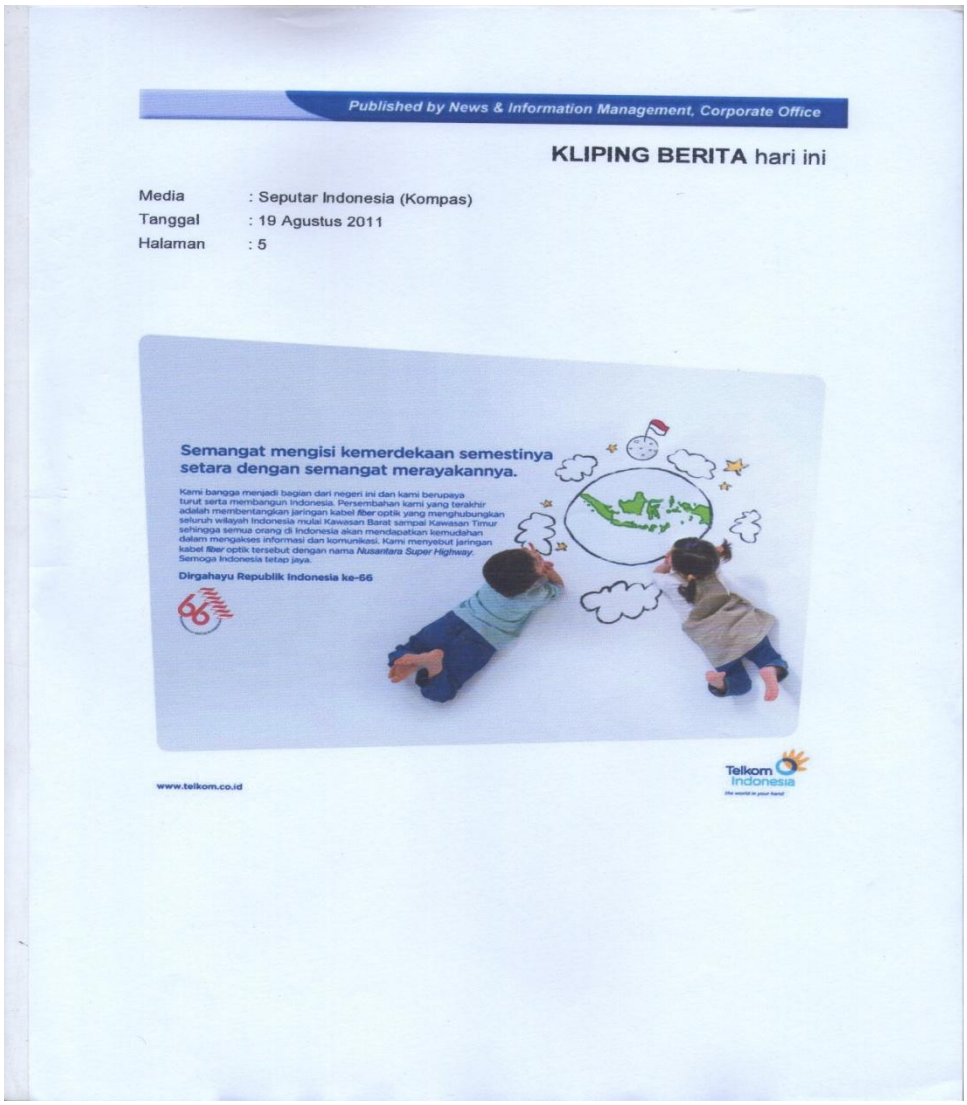
Pelaksanaan pembuatan kliping berita dilakukan di bagian redaksi, yaitu bulletin kita(BULKI) pembuatan kliping berita dilakukan dengan cara mengumpulkan/menyeleksi seluruh berita yang berhubungan dengan Telkom/afiliasi/anak perusahaan Telkom lainnya sebagai competitor di media yang ada pada hari itu,baik itu media cetak nasional maupun daerah. media cetak tersebut antara lain:

- Bisnis Indonesia
- Investor daily
- Kompas
- Koran tempo
- Media Indonesia
- Pikiran rakyat
- Kontan
- Rakyat merdeka

- Republika
- Seputar Indonesia
- The Jakarta post
- Suara pembaruan
- Radar bandung

Format pembuatanya adalah sebagai berikut, setelah karyawan mengumpulkan dan menyeleksi seluruh berita, mahasiswa PKL menggunting berita tersebut dengan rapi, setelah itu pada bagian belakang berita Koran tersebut mencantumkan nama Koran/media, hari dan tanggal serta halaman berita bersangkutan. Selanjutnya apabila berita dari Koran tersebut terlalu besar maka di scan serta di fotocopy agar kliping berita tersebut tidak terlalu besar untuk di edit selanjutnya, ini bertujuan agar proses penginputan mudah dilakukan. Berikut adalah contoh dari kliping-kliping yang telah dibuat oleh penulis

Contoh kliping



Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Seputar Indonesia (Kompas)
Tanggal : 19 Agustus 2011
Halaman : 5

Semangat mengisi kemerdekaan semestinya setara dengan semangat merayakannya.

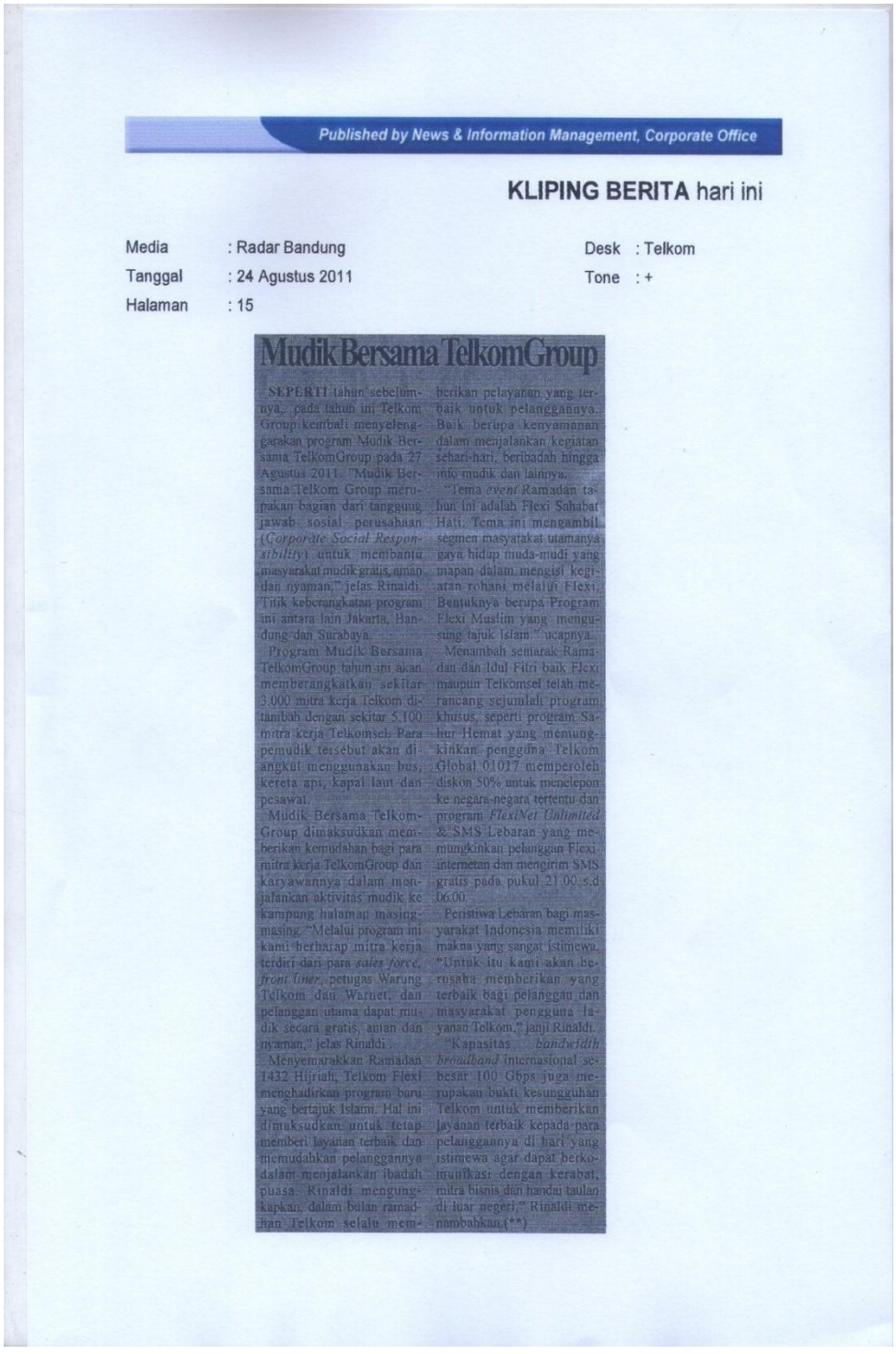
Kami bangga menjadi bagian dari negeri ini dan kami berupaya turut serta membangun Indonesia. Persembahan kami yang terakhir adalah membentangkan jaringan kabel *fiber* optik yang menghubungkan seluruh wilayah Indonesia mulai Kawasan Barat sampai Kawasan Timur sehingga semua orang di Indonesia akan mendapatkan kemudahan dalam mengakses informasi dan komunikasi. Kami menyebut jaringan kabel *fiber* optik tersebut dengan nama *Nusantara Super Highway*. Semoga Indonesia tetap jaya.

Dirgahayu Republik Indonesia ke-66

www.telkom.co.id

Telkom Indonesia

Sumber, Data penulis 2011



Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Radar Bandung
Tanggal : 24 Agustus 2011
Halaman : 15

Desk : Telkom
Tone : +

Mudik Bersama TelkomGroup

SEPERTI tahun sebelumnya, pada tahun ini Telkom Group kembali menyelenggarakan program Mudik Bersama TelkomGroup pada 27 Agustus 2011. "Mudik Bersama Telkom Group merupakan bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*) untuk membantu masyarakat mudik gratis, aman dan nyaman," jelas Rinaldi. Titik keberangkatan program ini antara lain Jakarta, Bandung dan Surabaya.

Program Mudik Bersama TelkomGroup tahun ini akan memberangkatkan sekitar 3.000 mitra kerja Telkom ditambah dengan sekitar 5.100 mitra kerja Telkomsel. Para pemudik tersebut akan diangkut menggunakan bus, kereta api, kapal laut dan pesawat.

Mudik Bersama TelkomGroup dimaksudkan memberikan kemudahan bagi para mitra kerja TelkomGroup dan karyawannya dalam menjalankan aktivitas mudik ke kampung halaman masing-masing. "Melalui program ini kami berharap mitra kerja terdiri dari para *sales force*, *front liner*, petugas Warung Telkom dan Warnet, dan pelanggan utama dapat mudik secara gratis, aman dan nyaman," jelas Rinaldi.

Menyemarakkan Ramadan 1432 Hijriah, Telkom Flexi menghadirkan program baru yang bertajuk Islami. Hal ini dimaksudkan untuk tetap memberi layanan terbaik dan memudahkan pelanggannya dalam menjalankan ibadah puasa. Rinaldi mengungkapkan, dalam bulan ramadhan Telkom selalu memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Baik berupa kenyamanan dalam menjalankan kegiatan sehari-hari, beribadah hingga info mudik dan lainnya.

"Tema *event* Ramadan tahun ini adalah Flexi Sahabat Hati. Tema ini mengambil segmen masyarakat utamanya gaya hidup muda-mudi yang mapan dalam mengisi kegiatan rohani melalui Flexi. Bentuknya berupa Program Flexi Muslim yang mengusung tajuk Islam," ucapnya.

Menambah semarak Ramadan dan Idul Fitri baik Flexi maupun Telkomsel telah merancang sejumlah program khusus, seperti program Sahur Hemat yang memungkinkan pengguna Telkom Global 01017 memperoleh diskon 50% untuk menelepon ke negara-negara tertentu dan program *FlexiNet Unlimited* & SMS Lebaran yang memungkinkan pelanggan Flexi internetan dan mengirim SMS gratis pada pukul 21.00 s.d 06.00.

Peristiwa Lebaran bagi masyarakat Indonesia memiliki makna yang sangat istimewa. "Untuk itu kami akan berusaha memberikan yang terbaik bagi pelanggan dan masyarakat pengguna layanan Telkom," janji Rinaldi.

"Kapasitas *bandwidth broadband* internasional sebesar 100 Gbps juga merupakan bukti kesungguhan Telkom untuk memberikan layanan terbaik kepada para pelanggannya di hari yang istimewa agar dapat berkomunikasi dengan kerabat, mitra bisnis dan handai taulan di luar negeri," Rinaldi menambahkan.(**)

Sumber, Data penulis 2011



Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Radar Bandung
Tanggal : 23 Agustus 2011
Halaman : 15

Desk : Telkom
Tone : +

Telkom Siap Layani Lonjakan Trafik

Flexi Siapkan 3,3 Juta Nomor Combo

BANDUNG - PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM) memprediksi menjelang dan selama Lebaran ini akan terjadi lonjakan trafik. Karena itu, Telkom telah melakukan serangkaian persiapan penting terkait infrastuktur, termasuk penambahan persediaan nomor FlexiCombo di berbagai daerah.

"Pada setiap momen istimewa, kesiapan infrastuktur Telkom senantiasa menjadi hal yang penting. Karena momen yang dihadapi istimewa sifatnya, maka kami pun harus dalam kondisi siaga," ujar Agina Siti Fatimah, Operator Vice President Public Relations Telkom.

Ia menjelaskan pihaknya menyediakan nomor virtual Combo sama dengan Lebaran tahun lalu, yakni 3,3 juta nomor. Nomor virtual yang dikenal dengan nama Flexi Combo adalah fitur andalan Flexi yang memungkinkan pelanggan Flexi tetap menggunakannya meski berada di luar kode area layaknya telepon seluler.

Diperkirakan daerah Jawa Tengah dan Jawa Timur yang memiliki kesaikan Combo yang cukup berarti. Di Pulau Jawa, arus mudik biasanya bergerak ke segala arah baik di dalam Pulau Jawa maupun Luar Jawa. Arus mudik juga berpotensi terjadi dari ibukota-Ibukota propinsi ke kota-kota yang lebih kecil.

Selain itu, lanjut Agina, tradisi silaturahmi masyarakat yang sangat kuat di hari Lebaran, mendorong mobilitas orang-orang untuk saling berkunjung dari satu kota ke kota lain dalam waktu yang pendek. Itu artinya, kebutuhan akan nomor Combo bisa melonjak.

Khusus untuk mengantisipasi lonjakan pengiriman SMS, Flexi menyediakan dua SMS center yang mampu menangani 4.444 SMS per detik. Selain itu, untuk mendukung layanan tersebut saat ini terdapat 6.400 BTS Flexi di Indonesia dengan kapasitas sekitar 311 juta sambungan.

Sementara itu, pada segmen wireline dari sisi alat produksi, TELKOM dalam posisi sangat siap, termasuk untuk mengantisipasi meningkatnya trafik panggilan SLJJ dan OLO (Other License Operators) yang masing-masing diperkirakan naik sebesar 38,99% dan 23,08%. Adapun panggilan SLI (Sambungan Langsung Internasional) karena diperkirakan tidak akan mengalami lonjakan yang berarti. Mengingat, mayoritas pengguna SLI adalah kalangan bisnis meka kapasitas jaringan yang ada dipandang memadai.(*/ris)

Sumber, Data penulis 2011



Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Radar Bandung
Tanggal : 18 Agustus 2011
Halaman : 15

Desk : Telkom
Tone : +

Telkom Peduli Pendidikan

Luncurkan Program Sabak MoE

BANDUNG-Bertepatan dengan Penganugerahan Insan Pendidikan Berprestasi pada Selasa (16/8) yang bertempat di Kantor Kementerian Pendidikan Nasional RI, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk (Telkom) menyerahkan seperangkat tablet PC berikut konektivitas dan *platform*-nya sebagai tanda dimulainya *pilot project* SabakMoE.

SabakMoE (Sabak *Ministry of Education*) merupakan program Kementerian Pendidikan Nasional RI bersama Telkom untuk mengembangkan sistem pembelajaran berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) melalui konsep integrasi DNA (*Device, Network, Application & Content*).

"SabakMoE merupakan pemikiran strategis Mendiknas RI bahwa standarisasi pendidikan dan penyebarluasan pendidikan hanya bisa ditempuh dengan penggunaan TIK pendidikan," ujar Head of Corporate Communication and Affair Telkom, Eddy Kurnia. Terkait inisiatif tersebut Telkom akan mengembangkan sistem pembelajaran elektronik berbasis SabakMoE.

Dijelaskan Eddy , istilah sabak mengacu sarana tulis-menulis yang terbuat dari semacam batu tipis yang dibingkai dengan kayu dengan grip sebagai alat tulisnya. "Dahulu, setelah siswa menyalin tulisan guru di papan tulis pada sabak, para siswa diminta menghapalkannya, setelah itu dihapus untuk digunakan menulis pelajaran yang lain," jelasnya. "Sehingga setiap siswa dituntut kemampuan untuk mengingat," tambahnya.

Setiap hari pelajaran berlangsung, dan tiap hari pengetahuan bertambah. Pendek kata, sekolah pada jaman dahulu sangat bergantung pada kemampuan mengingat. "Ternyata melatih daya ingat seperti itu menstimulasi otak untuk selalu merekam apa yang dialami," ujarnya. Sabak pun berevolusi dan kembali ke tangan siswa sebagai tablet PC (Sabak Elektronik) yang siap menjadi alat bagi siswa berselancar di dunia ilmu pengetahuan untuk meraih prestasi.

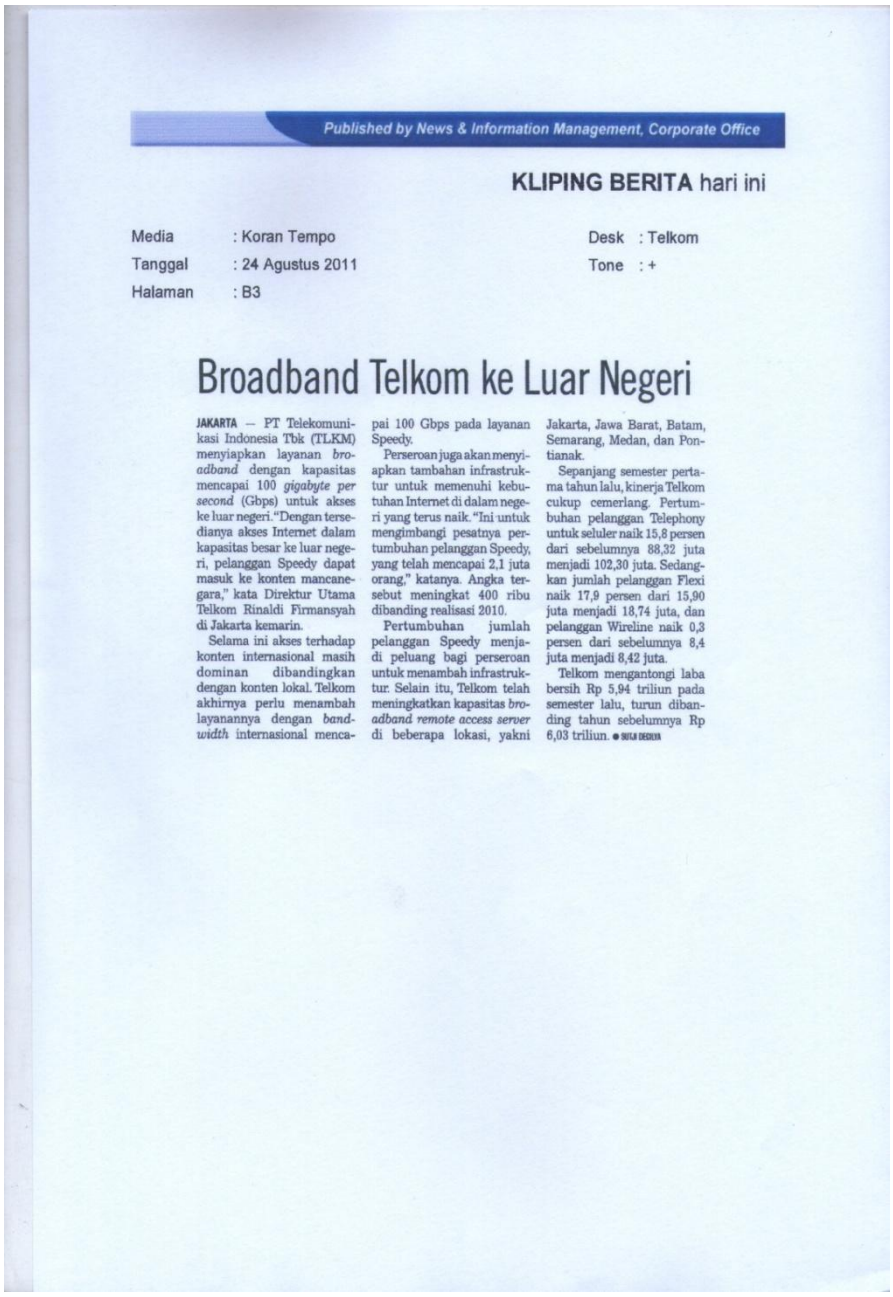
Menurutnya, Kementerian Pendidikan Nasional (Kemdiknas) dan Telkom akan mengembangkan tablet PC tersebut sebagai alat bantu proses pembelajaran bagi siswa yang terintegrasi dengan *Learning Management System* (LMS), yang berfungsi juga sebagai perangkat akses konten sumber belajar multimedia dan interaktif, perangkat akses ke sistem informasi pembelajaran, jadwal, silabus, kurikulum, tugas, penilaian, hasil penilaian, pelaporan hasil belajar, perangkat untuk berkomunikasi dan berkolaborasi.

"Artinya, SabakMoe sebagai alat akses Portal Rumah Belajar, sebagai media pembelajaran interaktif siswa (*Lembar Kerja Siswa*); dan sebagai catatan portofolio siswa," jelas Eddy . Telkom berharap, program SabakMoE dapat mendukung fleksibilitas kegiatan belajar siswa dan kegiatan mengajar guru; memaksimalkan pemanfaatan Portal Rumah Belajar oleh siswa dan guru; dan mencatat riwayat belajar (*Historical Learning*) siswa.

Keunggulan SabakMoE, perangkat ini mampu mencari informasi dan menjadi media kolaborasi antar siswa maupun dengan komunitas lainnya. Selain itu, dapat digunakan menyimpan ribuan buku elektronik (*e-book*) pelajaran maupun pengayaan siswa serta aplikasi belajar. Ditambahkan, SabakMoE juga memberikan kemudahan bagi sekolah, dinas dan kementerian, diantaranya dalam menerapkan TIK di dunia pendidikan, dan diharapkan akan memperbaiki indeks penerapan TIK Indonesia di dunia, alat bantu pemerataan kualitas pengajaran, menuju penjaminan standar mutu pendidikan, memudahkan sistem laporan dan evaluasi, transparansi dan akuntabilitas proses pembelajaran.

"SabakMoE dapat mendorong siswa belajar lebih *mobile* setiap harinya," tegas Eddy . Penggunaan SabakMoE dalam proses belajar-mengajar dapat mengubah paradigma pendidikan konvensional menjadi pendidikan yang menghibur dan hiburan yang mendidik (*edutainment*) serta membuka sekat (dikotomi) pendidikan formal dan non-formal serta menciptakan *long life education*.(**)

Sumber, Data penulis 2011



Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Koran Tempo
Tanggal : 24 Agustus 2011
Halaman : B3

Desk : Telkom
Tone : +

Broadband Telkom ke Luar Negeri

JAKARTA — PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TLKM) menyiapkan layanan *broadband* dengan kapasitas mencapai 100 *gigabyte per second* (Gbps) untuk akses ke luar negeri."Dengan tersedianya akses Internet dalam kapasitas besar ke luar negeri, pelanggan Speedy dapat masuk ke konten mancanegara," kata Direktur Utama Telkom Rinaldi Firmansyah di Jakarta kemarin.

Selama ini akses terhadap konten internasional masih dominan dibandingkan dengan konten lokal. Telkom akhirnya perlu menambah layanannya dengan *bandwidth* internasional mencapai 100 Gbps pada layanan Speedy.

Perseroan juga akan menyiapkan tambahan infrastruktur untuk memenuhi kebutuhan Internet di dalam negeri yang terus naik. "Ini untuk mengimbangi pesatnya pertumbuhan pelanggan Speedy, yang telah mencapai 2,1 juta orang," katanya. Angka tersebut meningkat 400 ribu dibanding realisasi 2010.

Pertumbuhan jumlah pelanggan Speedy menjadi peluang bagi perseroan untuk menambah infrastruktur. Selain itu, Telkom telah meningkatkan kapasitas *broadband remote access server* di beberapa lokasi, yakni Jakarta, Jawa Barat, Batam, Semarang, Medan, dan Pontianak.

Sepanjang semester pertama tahun lalu, kinerja Telkom cukup cemerlang. Pertumbuhan pelanggan Telephony untuk seluler naik 15,8 persen dari sebelumnya 88,32 juta menjadi 102,30 juta. Sedangkan jumlah pelanggan Flexi naik 17,9 persen dari 15,90 juta menjadi 18,74 juta, dan pelanggan Wireline naik 0,3 persen dari sebelumnya 8,4 juta menjadi 8,42 juta.

Telkom mengantongi laba bersih Rp 5,94 triliun pada semester lalu, turun dibanding tahun sebelumnya Rp 6,03 triliun. ● SUCI DESTA

Sumber, Data penulis 2011

Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Koran Jakarta
Tanggal : 18 Agustus 2011
Halaman : 16

Desk : Telkom
Tone : +

Telkom Dukung Program SabakMoE

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) menyerahkan seperangkat komputer tablet berikut konektivitas dan platformnya sebagai bentuk dukungan terhadap proyek Sabak Ministry of Education (SabakMoE).

SabakMoE merupakan program Kementerian Pendidikan Nasional (Kemendiknas) bersama Telkom untuk mengembangkan sistem pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) melalui konsep integrasi *device, network, application, & content* (DNA).

"SabakMoE merupakan pemikiran strategis Mendiknas RI bahwa standardisasi pendidikan dan penyebarluasan pendidikan hanya bisa ditempuh dengan penggunaan TIK pendidikan. Telkom akan mengembangkan sistem pembelajaran elektronik berbasis SabakMoE," ujar Head of Corporate Communication and Affair Telkom Eddy Kurnia di Jakarta, Rabu (17/8).

Dijelaskannya, istilah Sabak mengacu sarana tulis-menulis yang terbuat dari semacam batu tipis yang dibingkai dengan kayu dengan grip sebagai alat tulisnya. Sabak pun berevolusi dan kembali ke tangan siswa dalam bentuk komputer tablet (Sabak Elektronik) yang siap menjadi alat bagi siswa berselancar di dunia ilmu pengetahuan untuk meraih prestasi.

Kemendiknas dan Telkom akan mengembangkan PC tablet tersebut sebagai alat bantu proses pembelajaran bagi siswa yang terintegrasi dengan *learning management system* (LMS) yang berfungsi juga sebagai perangkat akses konten sumber belajar multimedia dan interaktif, perangkat akses ke sistem informasi pembelajaran, jadwal, silabus, kurikulum, tugas, penilaian, hasil penilaian, pelaporan hasil belajar, perangkat untuk berkomunikasi, dan berkolaborasi.

> « Program ini dapat mendukung fleksibilitas kegiatan belajar siswa dan kegiatan mengajar guru. »
>
> **Eddy Kurnia**
> HEAD OF CORPORATE COMMUNICATION AND AFFAIR TELKOM

Eddy menambahkan SabakMoe bisa dikatakan sebagai alat akses Portal Rumah Belajar sebagai media pembelajaran interaktif siswa (lembar kerja siswa) dan sebagai catatan portofolio siswa.

Keunggulan SabakMoE adalah perangkat ini mampu mencari informasi dan menjadi media kolaborasi antarsiswa maupun antara siswa dan komunitas lainnya, dapat digunakan menyimpan ribuan buku elektronik (*e-book*) pelajaran maupun pengayaan siswa serta aplikasi belajar.

Selain itu, SabakMoE juga memberikan kemudahan bagi sekolah, dinas, dan kementerian, di antaranya dalam menerapkan TIK di dunia pendidikan dan diharapkan akan memperbaiki indeks penerapan TIK Indonesia di dunia, alat bantu pemerataan kualitas pengajaran menuju penjaminan standar mutu pendidikan, memudahkan sistem laporan dan evaluasi, transparansi dan akuntabilitas proses pembelajaran.

"Kita harapkan program ini dapat mendukung fleksibilitas kegiatan belajar siswa dan kegiatan mengajar guru," kata Eddy.

Keunggulan SabakMoE, perangkat ini mampu mencari informasi dan menjadi media kolaborasi antarsiswa maupun antarsiswa dengan komunitas lainnya; dapat digunakan menyimpan ribuan buku elektronik (e-book) pelajaran maupun pengayaan siswa serta aplikasi belajar.

Selain itu, SabakMoE juga memberi kemudahan bagi sekolah, dinas, dan kementerian, di antaranya dalam menerapkan TIK di dunia pendidikan, dan diharapkan akan memperbaiki indeks penerapan TIK Indonesia di dunia, alat bantu pemerataan kualitas pengajaran, menuju penjaminan standar mutu pendidikan, memudahkan sistem laporan dan evaluasi, transparansi dan akuntabilitas proses pembelajaran. ■ **dni/E-6**



PERANGKAT INFORMASI | Mendiknas M Nuh saat kegiatan insan berprestasi di Jakarta, Selasa (16/8). Pada kesempatan itu diperkenalkan Sabak Ministry of Education (SabakMoE), perangkat yang mampu mencari informasi.

Sumber, Data penulis 2011

Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Koran Jakarta
Tanggal : 24 Agustus 2011
Halaman : 11

Desk : Telkom
Tone : +

Layanan "Broadband"



Dirut PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) Rinaldi Firmansyah (tengah) didampingi Direktur Ermadi Dahlan (kiri) serta Dirut Telkomsel Sarwoto Atmosutarno, mencoba produk Speedy kamera yang tersambung internet (Speedy Home Monitoring), di Jakarta, Senin (23/8). Telkom menyiapkan layanan *broadband* dengan *bandwith* untuk layanan Speedy mencapai 100 Gbps untuk akses ke luar negeri.

Sumber, Data penulis 2011

Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Kompas
Tanggal : 23 Agustus 2011
Halaman : 16

Desk : Telkom
Tone : +

Dukungan Telkom bagi Kemajuan Indonesia

Guru adalah sosok yang mengajarkan ilmu, moral, dan etika kepada murid. Jika kualitasnya mumpuni, guru bisa memberikan transfer ilmu dan pengetahuan yang berkualitas kepada murid-muridnya. Inilah alasan Telkom memilih komunitas guru sebagai kegiatan CSR melalui program "Bagimu Guru Kupersembahkan". Hal ini mengingat bahwa sekolah merupakan *agent of change*.

Program ini telah dijalankan sejak Juni 2006. Ratusan guru SD/MI, SMP/MTs, SMA/SMK di wilayah Jabodetabek dan Bandung mendapatkan pelatihan ini. Pada 2011 ini, program Bagimu Guru Kupersembahkan telah memasuki Tahap V. Program pelatihan ini pun diperluas jangkauannya ke Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Lampung.

Para pengajar merupakan pakar dengan latar belakang dari berbagai bidang. Misalnya, pejabat negara, seniman/budayawan, selebriti, cendekiawan, politikus, eksekutif perusahaan, dan lain-lain. Sejumlah pakar yang pernah diundang adalah mantan Ketua MPR Hidayat Nur Wahid, Mendiknas Muh Nuh, Emha Ainun Nadjib, Direktur PT Unilever Joseph Bataona, Shahnaz Haque, dan lain-lain.

Unpamanya, jika guru peserta Bagimu Guru Kupersembahkan yang berjumlah 2.500 orang dapat merangkuh minimal tiga guru lain dan 8 muridnya, program ini akan bermanfaat secara berantai. Sebanyak 4.500 guru dan 20.000 murid akan merasakan manfaat ini.

Komitmen Telkom

Direktur Utama Telkom Rinaldi Firmansyah mengungkapkan bahwa Telkom memiliki komitmen tinggi untuk memajukan pendidikan di Indonesia. Tak hanya Bagimu Guru Kupersembahkan, Telkom juga memiliki program lain di bidang pendidikan, seperti *Internet Goes to School, Smart Campus*, dan Pelatihan Santri Indigo.

"Telkom berkomitmen tinggi dalam memajukan dan meningkatkan kualitas pendidikan di Indonesia. Ini juga tecermin dalam tema CSR Telkom, yaitu Membangun Indonesia Cerdas," ungkap Rinaldi.

Sementara itu, pelatihan Santri Indigo merupakan program untuk mendidik para santri agar menguasai teknologi informasi. Program ini menyasar para santri di berbagai pondok pesantren. Indigo sendiri merupakan singkatan dari Indonesia Digital Community. Indigo merupakan inisiatif Telkom agar teknologi informasi memberikan manfaat maksimal bagi penggunanya. Hal ini dilandasi pemikiran bahwa penguasaan teknologi digital dapat memudahkan manusia dalam meraih berbagai kemajuan.

"Era digital membuka banyak peluang bagi manusia untuk menggapai banyak hal, termasuk dalam bidang ekonomi. Jika santri memahami penguasaan teknologi digital, semoga tidak hanya muncul *digital community* di berbagai daerah (pesantren), tetapi juga business community," jelas Chief Information Technology Telkom Indra Utoyo. Diharapkan, pelatihan ini dapat menjangkau sekitar 450 santri per tahun. Hingga kini, lebih dari 1.200 santri telah mengikuti program ini.

COOP

Program CSR lainnya yang diluncurkan Telkom adalah Cooperative Academic Education (COOP). Program ini merupakan program Belajar Bekerja Terpadu untuk menjembatani kesenjangan antara dunia akademik dan dunia kerja (praktik). Sering kali juga program ini disebut sebagai work based learning atau work integrated learning. Program ini sejalan dengan kebijaksanaan Mendiknas tentang "*link and match*" perguruan tinggi dan dunia industri.

Implementasi program ini, mahasiswa peserta akan diperlakukan sebagai karyawan (*temporary employee*) dalam periode tiga bulan.

Dari program ini, diharapkan Telkom akan membantu melakukan identifikasi dini (*early identification*) untuk program rekrutisasi untuk memudahkan perencanaan ekspansi sumber daya manusia, serta sebagai wujud membangun kemitraan.

Peserta COOP direkrut dari perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta, yang telah memiliki kerja sama dengan Telkom. Dalam program ini, Telkom bekerja sama dengan Dewan Pengembangan Program Kemitraan (DPPK), yang merupakan badan di bawah koordinasi Depdiknas yang bertugas sebagai pengelola COOP di Indonesia.

Sebanyak 32 perguruan tinggi dari hampir seluruh ibu kota provinsi di Indonesia telah bekerja sama dengan Telkom. Peserta COOP ditempatkan di seluruh unit bisnis atau kopersi di seluruh Indonesia dan anak perusahaannya. Mereka akan menangani tugas rutin, seperti di bagian operasional, proyek, dan pemecahan masalah operasional (*trouble-shooter*).

PKBL

Tak hanya dalam bidang pendidikan, Telkom pun ambil andil dalam berbagai program peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di antaranya adalah melalui Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Berdasarkan struktur organisasi dan program, penyaluran bantuan PKBL ini dilakukan melalui Penyaluran Aktif (berdasarkan proposal dari Calon Mitra Binaan) dan Penyaluran Proaktif (berdasarkan aktivitas pencarian Calon Mitra Binaan oleh Telkom).

Sejumlah penyaluran dana kemitraan telah dilakukan Telkom. Beberapa implementasinya adalah menyalurkan pinjaman Rp 5,452 miliar kepada Calon Mitra di area Sumbagsel, Rp 2,5 miliar untuk 72 UMKM di Yogyakarta, pinjaman untuk 162 Mitra Binaan di area Jakarta-Banten, dan masih banyak lagi.

Selain menyalurkan bantuan pinjaman, Telkom juga mengadakan sejumlah program seperti pelatihan e-commerce, pelatihan kewirausahaan, dan sebagainya. Sementara itu, untuk kegiatan Program Bina Lingkungan, Telkom telah melaksanakan sejumlah program seperti BUMN Peduli Bencana Merapi, Telkom Go-Green dengan mengadakan penanaman 10.000 pohon di Wonogiri, dan masih banyak program lain yang telah dilancarkan Telkom.

Misalnya, pada event Speedy Tour d'Indonesia (STdI) 2010 tujuan Madiun, sebagai bentuk kepedulian terhadap musibah Gunung Merapi, perwakilan Telkom, Direktur HCGA Faisal Syam menyerahkan secara langsung bantuan uang tunai sebesar total Rp 50 juta kepada Pemerintah Kabupaten Sleman. Selain itu, diserahkan juga bantuan renovasi masjid dan bantuan komputer ke sekolah-sekolah yang dilalui rute Speedy Tour d'Indonesia. [*/MIL]



Sumber, Data penulis 2011

Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Koran Jakarta
Tanggal : 18 Agustus 2011
Halaman : 16

Desk : Telkom
Tone : +

Telkom Dukung Program SabakMoE

PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) menyerahkan seperangkat komputer tablet berikut konektivitas dan platformnya sebagai bentuk dukungan terhadap proyek Sabak Ministry of Education (SabakMoE).

SabakMoE merupakan program Kementerian Pendidikan Nasional (Kemendiknas) bersama Telkom untuk mengembangkan sistem pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) melalui konsep integrasi *device, network, application, & content* (DNA).

"SabakMoE merupakan pemikiran strategis Mendiknas RI bahwa standardisasi pendidikan dan penyebarluasan pendidikan hanya bisa ditempuh dengan penggunaan TIK pendidikan. Telkom akan mengembangkan sistem pembelajaran elektronik berbasis SabakMoE," ujar Head of Corporate Communication and Affair Telkom Eddy Kurnia di Jakarta, Rabu (17/8).

Dijelaskannya, istilah Sabak mengacu sarana tulis-menulis yang terbuat dari semacam batu tipis yang dibingkai dengan kayu dengan grip sebagai alat tulisnya. Sabak pun berevolusi dan kembali ke tangan siswa dalam bentuk komputer tablet (Sabak Elektronik) yang siap menjadi alat bagi siswa berselancar di dunia ilmu pengetahuan untuk meraih prestasi.

Kemendiknas dan Telkom akan mengembangkan PC tablet tersebut sebagai alat bantu proses pembelajaran bagi siswa yang terintegrasi dengan *learning management system* (LMS) yang berfungsi juga sebagai perangkat akses konten sumber belajar multimedia dan interaktif, perangkat akses ke sistem informasi pembelajaran, jadwal, silabus, kurikulum, tugas, penilaian, hasil penilaian, pelaporan hasil belajar, perangkat untuk berkomunikasi, dan berkolaborasi.

> « **Program ini dapat mendukung fleksibilitas kegiatan belajar siswa dan kegiatan mengajar guru.** »
>
> **Eddy Kurnia**
> HEAD OF CORPORATE COMMUNICATION AND AFFAIR TELKOM

Eddy menambahkan SabakMoe bisa dikatakan sebagai alat akses Portal Rumah Belajar sebagai media pembelajaran interaktif siswa (lembar kerja siswa) dan sebagai catatan portofolio siswa.

Keunggulan SabakMoE adalah perangkat ini mampu mencari informasi dan menjadi media kolaborasi antarsiswa maupun antara siswa dan komunitas lainnya, dapat digunakan menyimpan ribuan buku elektronik (*e-book*) pelajaran maupun pengayaan siswa serta aplikasi belajar.

Selain itu, SabakMoE juga memberikan kemudahan bagi sekolah, dinas, dan kementerian, di antaranya dalam menerapkan TIK di dunia pendidikan dan diharapkan akan memperbaiki indeks penerapan TIK Indonesia di dunia, alat bantu pemerataan kualitas pengajaran menuju penjaminan standar mutu pendidikan, memudahkan sistem laporan dan evaluasi, transparansi dan akuntabilitas proses pembelajaran.

"Kita harapkan program ini dapat mendukung fleksibilitas kegiatan belajar siswa dan kegiatan mengajar guru," kata Eddy.

Keunggulan SabakMoE, perangkat ini mampu mencari informasi dan menjadi media kolaborasi antarsiswa maupun antarsiswa dengan komunitas lainnya; dapat digunakan menyimpan ribuan buku elektronik (e-book) pelajaran maupun pengayaan siswa serta aplikasi belajar.

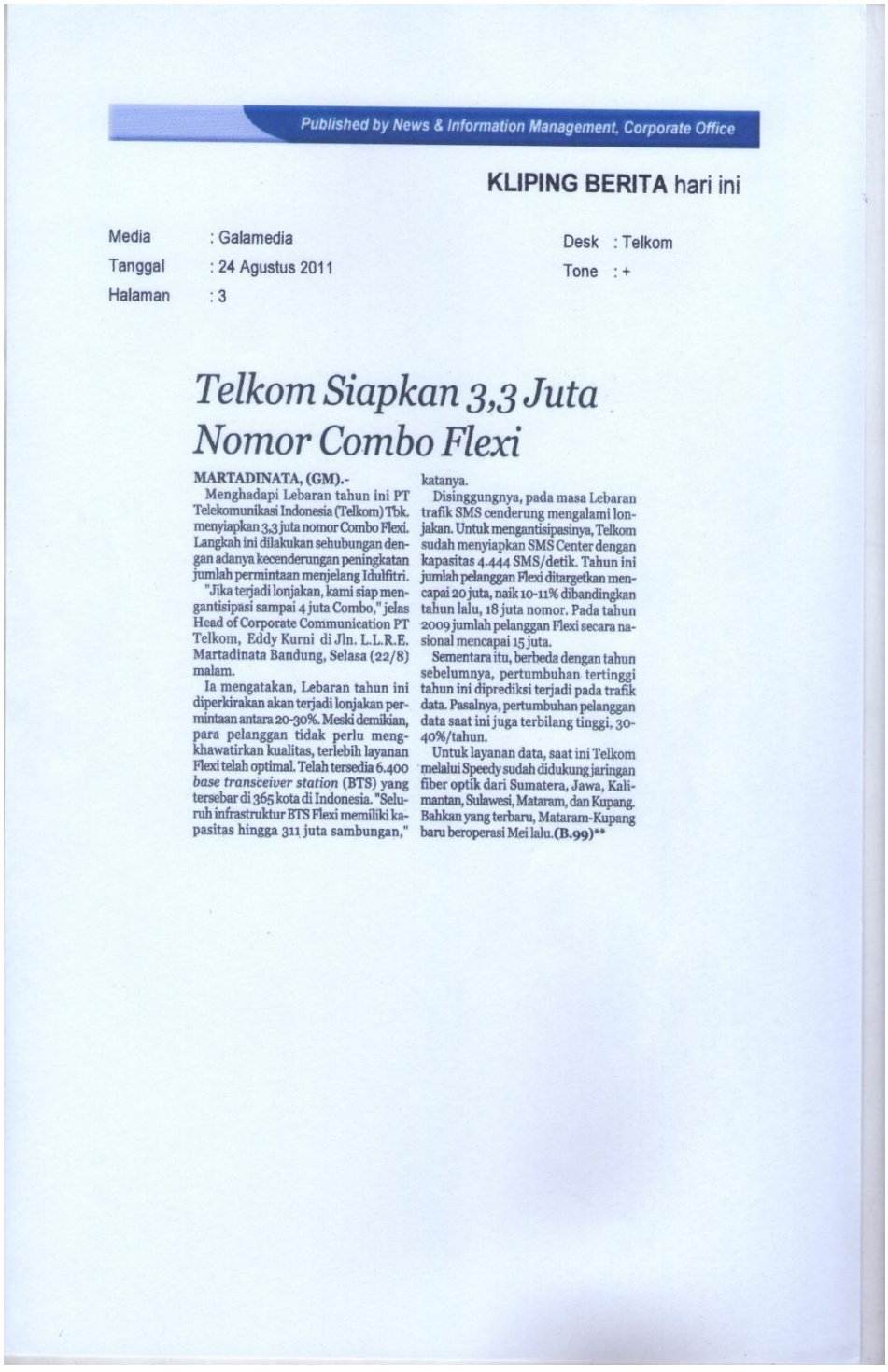
Selain itu, SabakMoE juga memberi kemudahan bagi sekolah, dinas, dan kementerian, di antaranya dalam menerapkan TIK di dunia pendidikan, dan diharapkan akan memperbaiki indeks penerapan TIK Indonesia di dunia, alat bantu pemerataan kualitas pengajaran, menuju penjaminan standar mutu pendidikan, memudahkan sistem laporan dan evaluasi, transparansi dan akuntabilitas proses pembelajaran. # dni/E-6



KORAN JAKARTA/ M YASIN

PERANGKAT INFORMASI | Mendiknas M Nuh saat kegiatan insan berprestasi di Jakarta, Selasa (16/8). Pada kesempatan itu diperkenalkan Sabak Ministry of Education (SabakMoE), perangkat yang mampu mencari informasi.

Sumber, Data penulis 2011



Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Galamedia
Tanggal : 24 Agustus 2011
Halaman : 3

Desk : Telkom
Tone : +

Telkom Siapkan 3,3 Juta Nomor Combo Flexi

MARTADINATA, (GM).-

Menghadapi Lebaran tahun ini PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) Tbk. menyiapkan 3,3 juta nomor Combo Flexi. Langkah ini dilakukan sehubungan dengan adanya kecenderungan peningkatan jumlah permintaan menjelang Idulfitri.

"Jika terjadi lonjakan, kami siap mengantisipasi sampai 4 juta Combo," jelas Head of Corporate Communication PT Telkom, Eddy Kurni di Jln. L.L.R.E. Martadinata Bandung, Selasa (22/8) malam.

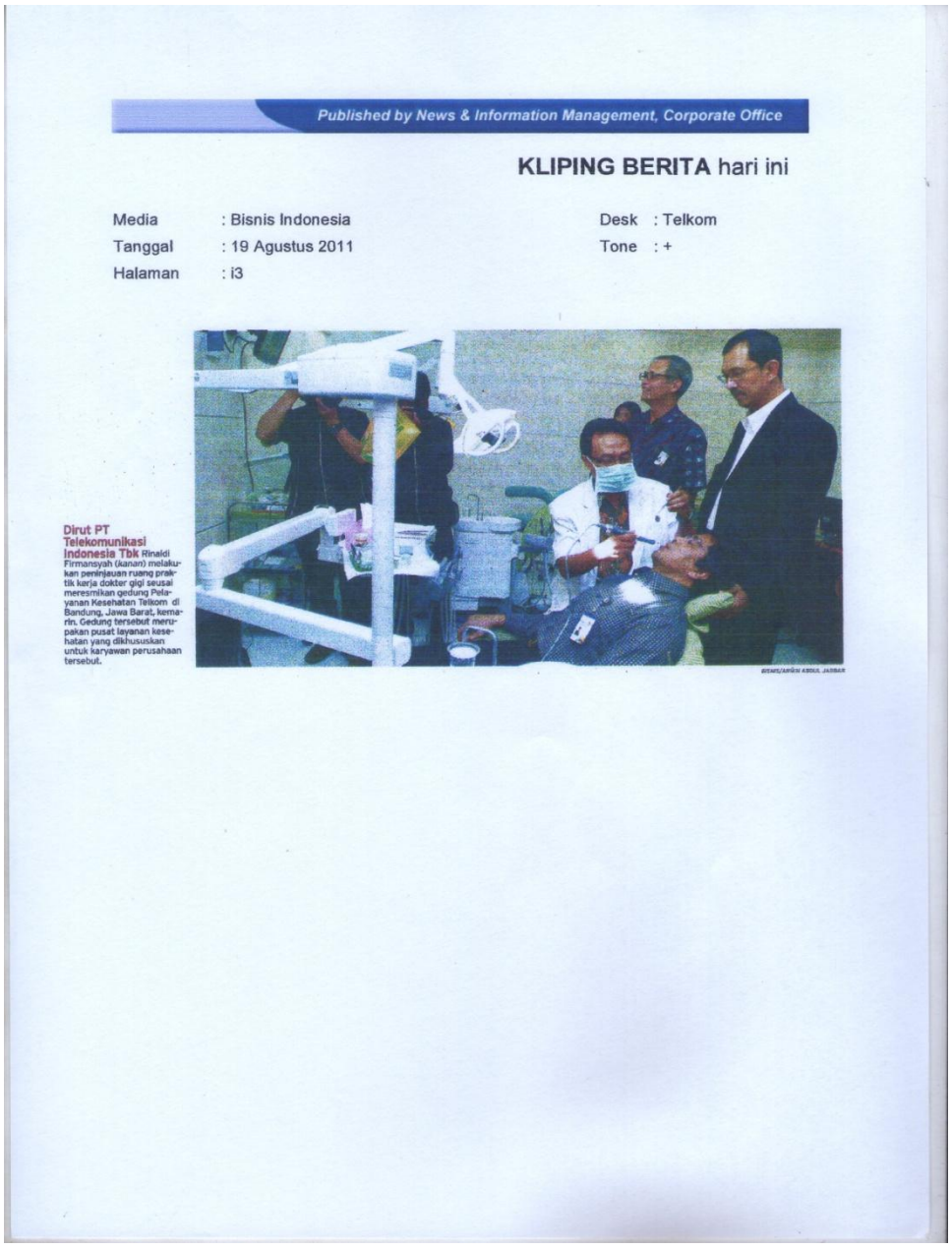
Ia mengatakan, Lebaran tahun ini diperkirakan akan terjadi lonjakan permintaan antara 20-30%. Meski demikian, para pelanggan tidak perlu mengkhawatirkan kualitas, terlebih layanan Flexi telah optimal. Telah tersedia 6.400 *base transceiver station* (BTS) yang tersebar di 365 kota di Indonesia. "Seluruh infrastruktur BTS Flexi memiliki kapasitas hingga 311 juta sambungan," katanya.

Disinggungnya, pada masa Lebaran trafik SMS cenderung mengalami lonjakan. Untuk mengantisipasinya, Telkom sudah menyiapkan SMS Center dengan kapasitas 4.444 SMS/detik. Tahun ini jumlah pelanggan Flexi ditargetkan mencapai 20 juta, naik 10-11% dibandingkan tahun lalu, 18 juta nomor. Pada tahun 2009 jumlah pelanggan Flexi secara nasional mencapai 15 juta.

Sementara itu, berbeda dengan tahun sebelumnya, pertumbuhan tertinggi tahun ini diprediksi terjadi pada trafik data. Pasalnya, pertumbuhan pelanggan data saat ini juga terbilang tinggi, 30-40%/tahun.

Untuk layanan data, saat ini Telkom melalui Speedy sudah didukung jaringan fiber optik dari Sumatera, Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Mataram, dan Kupang. Bahkan yang terbaru, Mataram-Kupang baru beroperasi Mei lalu.**(B.99)****

Sumber, Data penulis 2011



Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Bisnis Indonesia
Tanggal : 19 Agustus 2011
Halaman : i3

Desk : Telkom
Tone : +

Dirut PT Telekomunikasi Indonesia Tbk Rinaldi Firmansyah (kanan) melakukan peninjauan ruang praktik kerja dokter gigi seusai meresmikan gedung Pelayanan Kesehatan Telkom di Bandung, Jawa Barat, kemarin. Gedung tersebut merupakan pusat layanan kesehatan yang dikhususkan untuk karyawan perusahaan tersebut.

Sumber, Data penulis 2011



Published by News & Information Management, Corporate Office

KLIPING BERITA hari ini

Media : Seputar Indonesia
Tanggal : 17 Agustus 2011
Halaman : 9

Sumber, Data penulis 2011

2.2.8 handeling sponsorship

Dalam hal ini mahasiswa PKL terlibat dalam kegiatan penerimaan, *follow up* dan pengarsipan data mengenai sponsorship.proposal sponsorship tersebut di cek oleh mba Galih selaku sekertaris di unit public relations untuk kelengkapannya bila ada yang tidak lengkap agar di kembalikan dan diminta untuk segera melengkapinya (biasanya surat proposalnya yang tidak ada)surat ini bertujuan untuk memudahkan pengecekan yaitu hanya dengan mengecek nomor surat proposal tersebut bisa langsung diketahui apakah di setujui untuk berpartisipasi atau tidak.

2.2.9 fotocopy/fax/scan

Unit public relations penuh dengan kegiataan pengiriman dan pengarsipan maka sebab itu fotocopy /fax/scan/ adalah kegiatan rutin yang dilakukan oleh mahasiswa pkl untuk pemenuhan kebutuhan pengiriman data dan pengarsipan.

2.2.10 Editing Telkom digital signage/foto

Setelah melakukan kegiatan peliputan yang disertakan wawancara, bagi mahasiswa yang memiliki keahlian dalam bidang edit foto atau film maka dapat membantu staf untuk pengerjaanya dalam hal ini mahasiswa pkl diberikan kebebasan untuk menggali potensinya, namun tetap aka nada coordinator yang nantinya menilai kelayakan dokumen tersebut untuk ditayangkan.

2.2.11 lain-lain

Tidak semua kegiatan public relations terdeskripsikan maka pada bagian lain-lain ini segala tugas public relations yang tidak terdeskripsikan di masukan pada lain-lain

2.3 Deskripsi kegiatan insidentil dan contoh kegiatan

2.3.1 kegiatan liputan foto bazaar ramadhan Telkom

Pada kegiatan ini, penulis bertugas sebagai fotografer yang mengambil foto atau gambar pada saat bazaar sedang berlangsung. Berikut adalah contoh hasil dari foto yang diambil oleh penulis.

Gambar 2.3.1

Liputan foto bazaar ramadhan Telkom



Sumber, Data penulis 2011

2.3.2 Berfoto bersama pembimbing PKL di Telkom

Pada kegiatan ini penulis berfoto bersama dengan pembimbing PKL di Telkom, saat penulis akan diajarkan cara mengambil gambar yang baik yang diajarkan oleh Pak Dedi.

Gambar 2.3.2

Foto saat akan belajar mengambil gambar foto yang baik dan benar



Sumber, data penulis 2011

2.3.3 Liputan foto pameran speedy flash Telkom

Pada kegiatan ini penulis bertugas untuk mengambil foto pada saat acara speedy flash yang diadakan di Telkom.

Gambar 2.3.3

liputan foto pameran speedy flash telkom



Sumber, data penulis 2011

2.3.4 Liputan foto pembagian dana beasiswa Telkom

Pada kegiatan ini penulis bertugas sebagai fotografer pada acara pembagian dana beasiswa yang diadakan Telkom. Berikut ini adalah hasil gambar yang diambil oleh penulis saat direktur keuangan Telkom memberikan sambutan kepada siswa-siswi yang mendapatkan beasiswa tersebut.

Gambar 2.3.4

Liputan foto pembagian dana beasiswa telkom



Sumber, data penulis 2011

2.4 Analisa tentang humas

Public relations (PR) atau disebut dengan istilah hubungan masyarakat (humas) memiliki posisi yang penting dalam sebuah organisasi baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun non komersial.

Public relation menurut W. Emerson reck adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang atau lembaga untuk memperoleh kepercayaan dari mereka

Public relation adalah keseluruhan upaya yang terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan image baik dan saling pengertian.

Humas atau public relations memiliki ruang lingkup yang menyangkut fungsi dan tujuan dari humas tersebut.

Ciri-ciri humas menurut Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M. A., di dalam bukunya “ilmu komunikasi dan praktik” adalah sebagai berikut:

1. Komunikasi yang dilancarkan berlangsung secara dua arah dan tim bale balik.

Di dalamnya kegiatan sehari-hari humas selalu melakukan komunikasi dua arah antara lembaga dengan pihak public. Tujuannya untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi, yang kesemuanya untuk kemajuan lembaga atau citra positif lembaga bersangkutan.

2. Kegaiatan yang dilakukan yaitu penyebaran informasi, kegiiatan persuasi dan pengkajian pendapat umum.

   Kegiatan humas bisa kita contohkan pada sebuah perusahaan bisnis, kegiatan menyebarkan informasi mengenai keberadaan perusahaanya bisa dilakukan melalui media-media cetak yang relevan. tujuannya perusahaanya dapat dikenal oleh masyarakat.

3. Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi tempat humas menginduk

   Tujuan humas adalah saama dengan tujuan yang ingin dicapai organisasi tempatnya bekerja. humas harus sejalan dan mendukung terhadap tujuan tersebut..

4. Sasaran yang ditujukan adalah khalayak di dalam organisasi dan khalayak di luar organisasi.

   Maksudnya adlah humas mempunyai kegiatan-kegiatan atau program yang diperuntukan bagi orang-orang di dalam instansi atau di luar instansi.untuk melakukan kegiatan-kegiatan komunikasi dengan berbagai pihak internal guna mencapai tujuan.

5. Efek yang diharapkan adalah tercapainya hubungan yang harmonis di dalam organisasi dan khalayak.

   Dari berbagai usaha-usaha komunikasi internal perusahaan yang dilakukan oleh humas maka diharapkan akan terjalin keharmonisan di dalam perusahaan atau organisasi.

Tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan tergolong dua golongan besar yaitu:

A. Komunikasi internal (personil / anggota institusi)

Dari definisi yang dikeluarkan oleh international public relations association (IPRA) bahwa humas adalah fungsi manajemen. Humas bukanlah alat manajemen tetapi fungsi yang melekat satu dengan manajemen yang menggerakkan dan menjalankan humas adalah komunikasi.

Sasaran dari humas adalah sasaran komunikasi manajemen. hubungan ke dalam adalah hubungan para karyawan di dalam suatu perusahaan,kepala humas bukan hanya sekedar duduk di kantornya melainkan harus berkomunikasi langsung dengan seluruh karyawan perusahaan, ia senantiasa harus dapat melakukan kontak secara pribadi dengan para karyawan perusahaan mulai dari pangkat terendah hingga tertinggi.

Humas juga harus memberikan informasi sebanyak mungkin mengenai institusinya kepada karyawan perusahaan, apa-apa yang menjadi tujuan, visi, misi dan sasaran harus dapat diinformasikan dengan jelas oleh seorang humas kepada karyawan perusahaan tersebut.agar karyawan juga mempunyai arah dan tujuan yang jelas mengenai pekerjaanya di perusahaan tersebut.

Selain itu humas juga harus membangun kesadaran karyawan mengenai perusahaanya di tengah masyarakat sehingga disini karyawan juga

merupakan elemen penting bagi pengembangan citra positif perusahaan di tengah masyarakat.

Selain mengembangkan kepribadian karyawan di dalam bekerja, seorang humas di dalam internalnya juga bertujuan untuk menyediakan sarana memperoleh umpan balik dari karyawan suatu perusahaan, humas adalah sebagai sarana konsultasi bagi karyawan atas berbagai kebijakan yang dikeluarkan perusahaan. Dengan adanya humas maka perusahaan dapat mengetahui efek-efek kebijakannya. maka dari itu humas juga dapat sebagai sarana untuk menyalurkan umpan balik dari para karyawan.

B. Komunikasi eksternal (masyarakat)

Humas juga memiliki komunikasi dengan dunia luar perusahaanya yakni khalayak di luar perusahaan. Siapa khalayak yang berkomunikasi dengan perusahaan tergantung pada sifat dan ruang lingkup perusahaan tersebut.

Kepada khalayak atau sasaran , humas harus menyampaikan informasi yang benar dan wajar mengenai perusahaanya. Benar berarti tidak mengada-ada.sesuai dengan kenyataan yang dapat dilihat umum. Wajar berarti tidak memberikan hal-hal secara berlebihan kepada khalayak yang akan membahayakan kedudukan perusahaan, jika ada pesaing-pesaing yang ingin memanfaatkan pengetahuan mengenai rahasia perusahaan untuk menjatuhkan kedudukan perusahaan.

Maksud dan tujuan penting dari humas adalah menciptakan saling pengertian. Citra serta opini public yang positif bukanlah kita yang

menciptakan melainkan adalah hasil feedback yang ini kita harapkan sebagai seorang humas di suatu perusahaan.

Public relation atau humas memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Member konseling yang didasari pemahaman masalah perilaku manusia
2. Membuat analisis" tren" masa depan dan ramalan akibat-akibatnya bagi institusi
3. Melakukan riset pendapat sikap dan harapan masyarakat terhadap institusi serta memberi saran tindakan-tindakan yang diperlukan institusi untuk mengatasinya\
4. Menciptakan dan membina komunikasi dua arah berlandaskan kebenaran dan informasi yang utuh
5. Mencegah konflik dan salah pengertian
6. Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab social
7. Melakukan penyerasian kepentingan institusi
8. Memperbaiki hubungan industrial
9. Menarik calon tenaga kerja yang baik agar menjadi anggota serta mengurangi keinginan anggota untuk keluar dari institusi
10. Memasyarakatkan produk atau layanan
11. Mengusahakan perolehan laba yang maksimal
12. Menciptakan jati diri institusi.
13. Meningkatkan pengertian mengenai demokrasi

Public relations merupakan sutatu pofesi yang menghubungkan anatara lemabaga atau organisasi dengan publiknya yang ikut menentukan kelangsungan hidup lembaga tersebut. Karena itu PR berfungsi menumbuhkn hubungan baik antara segenap komponen, memberikan pengertian menumbuhkan motivasi dan pertisipasi. PR pada dasarnya menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan baik dengan public. Dalam PR dibedakan dua macam public yang menjadi saasaran yakni public internal dan eksternal.

2.4 Analisa tentang kegiatan humas PT. TELKOM.Tbk

Posisi humas di Telkom sudah state of being, karena pada bagian humas sudah memiliki divisi sendiri, dimana dipimpin oleh *Operation Vice President Public Relations(*OVVPR) yang bertugas membantu manager informasi untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan yang terencana dan terarah, untuk membangun citra positif dan bertanggung jawab atas terkondisinya keselarasan respon dari public /stakeholders terhadap corporate image /reputation yang dipersyaratkan bagi efektifitas penyelenggaraan perusahaan serta terbinanya hubungan yang efektif dengan stakeholders.

Untuk mewujudkan tanggungjawab sebagaimana ayat (1) OVP public relation melaksanakan aktivitas utama sebagai berikut:

a. Perumusan/penyiapan kebijakan corporate image. reputation yang diperlukan sebagai framework dan standarisasi pelaksanaan komunikasi internal dan eksternal, berdasarkan strategi yang telah di tetapkan dan di sesuaikan dengan norma/prosedur penyampaian informasi bagi perusahaan public.

b. Perumusan/penyiapan kebijakan yang terkait dengan pemilihan/ pengaturan interelasi bisnis dengan mass media baik media konvensional, digital ataupun social media, dan selanjutnya disebut dengan media provider

c. Perumusan/penyiapan rencana dan strategi komunikasi untuk efektifitas proses penyampaian message secara menyeluruh dalam rangka pembentukan/pembinaan/pemeliharaan corporate image/reputation kepada public.

d. Perumusan/penyiapan rencana/program-program corporate image campaign dalam rangka pembinaan corporate image termasuk program-program dalam rangka synergi dan penyelarasan dengan seluruh entitas dalam lingkup Telkom group.

e. Perumusan/penyiapan rencana/program umu CSR termasuk koordinasi dengan unit-unit fungsioanal lainnya dalam hal penyelarasan akifitas dari unit fungsional tersebut yang relevan dengan criteria kegiatan CSR

f. Perumusan/penyiapan criteria mengenai jenis dan materi informasi yang dapat disampaikan kepada stakeholders, termasuk criteria informasi dalam bentuk siaran pers yang dapat disampainkan sebagai public document

g. Koordinasi penyelenggaraan event/dukungan *even*t dalam rangka corporate image campaign maupun pelaksanaan program CSR, termasuk kegiatan sponsorship

h. Pengaturan/ pengendalian traffic media placement dan monitoring efektifitasnya guna pengkondisian mekanisme komunikasi yang efektif dan efisien untuk pemenuhan semua kebutuhan corporate/product communication (*product publicity,corporate image campaign*)melalui media provider

i. Penyiapan dukungan penyediaan melalui kontrak kerjasama dengan media provider untuk pemenuhan kebutuhan public communication (*product publicity corporate image campaign)*

j. Koordinasi /pengendalian dan penyelenggaraan operasi dukungan fungsi komunikasi di seluruh wilayah operasional Telkom

k. Kepengelolaan informasi yang mencakup kegiatan-kegiatan terkait dengan penyaringan informasi pengkayaan jenis dan nilai informasi pengemasan serta mekanisme feedback yang sistematis

l. Penyediaan dan pengelolaan sarana/media informasi(antara lain we,social,media,poster,booklet)

m. Koordinasi pelaksanaan program-program terkait dengan news & information management

n. Penyelenggaraan tata kelola dan mekanisme komunikasi internal perusahaan termasuk pengelolaan sirkulasi informasi, up dating informasi, dukungan akses informasi dan pengelolaan mekanisme feedback

o. Pembinaan hubungan/relationsip dengan komunitas media/redaksi.

p. Dukungan pengelolaan museum telekomunikasi sebagai sarana komunikasi perusahaan

q. Penyelenggaraan program public relation yang mencakup kegiatan-kegiatan yang terkait dengan proses komunikasi public (antara lain press release, press conference, layanan kunjungan studi banding, merespon saran.masukan/kritik dari media massa,membina hubungan dengan komunitas industry & asosiasi terkait/pemerintah)

r. Pelaksanaan program survey opini public terhadap corporate image /reputation berikut pengelolaan feedback dan rekomendasi kepada bod untuk penentuan corporate action sebagai respon atas opini public.

2.5 Analisa tentang pelayanan Telkom kepada mahasiswa PKL

Ketika penulis memilih melakukan praktek kerja lapangan di Telkom bandung penulis diterima dengan sangat baik oleh pihak perusahaan. pada hari pertama memulai kegiatan suasana kekeluargaan sangaat terasa. pihak perusahaan sendiri sangat terbuka dan selalu memberikan pengarahan dan pengetahuan mengenai kegaiatan dan mengenalkan Telkom kepada penulis.

Kegaiatan internal yang penulis lakukan selama pkl yaitu membuat kliping, membuat liputan foto/tulisan portal/TDS, mengenai acara-acara yang di

selenggarakan di Telkom dan juga penulis menghadiri acara-acara yang ada di Telkom.

Selama praktek kerja lapangan penulis juga turut berpartisipasi dalam undangan-undangan yang diadakan Telkom selama penulis melakukan praktek kerja. Seperti acara kerjasama Telkom, dan acara pemberian beasiswa kepada pelajar dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi

Keseluruhan aktivitas yang telah dilakukan penulis selama melakukan praktek kerja berjalan dengan baik dan lancar terutama dengan adanya kerjasama dan pengarahan dari para karyawan sehingga dapat membantu pekerjaan.

Sebagai seorang mahasiswa penulis diberi kesempatan untuk mempraktekan ilmu yang telah di dapat dan dipelajari selama kuliah walaupun masih banyak membutuhkan bimbingan tetapi itu sudah menjadi toalk ukur untuk kemajuan penulis senagai mahasiswa itu sendiri.

Semua aktivitas atau kegiatan yang sudah dijalankan penulis selama melakukan praktek kerja secara keseluruhan sudah cukup mencerminkan bahwa pihak perusahaan sudah memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa praktek kerja ,terlihat dari cara kerja pihak perusahaan pada setiap

bidangnya. Dengan banyaknya pengalaman dan pengetahuan yang bermanfaat dan berharga di dapatkan oleh mahasiswa selama melakukan praktek kerja lapangan. sehingga mahasiswa memiliki pengetahuan yang semakin bertambah dan menjadi pengalaman yang bermanfaat.