BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kereta Api Indonesia atau yang lebih dikenal dengan PT. Kereta Api (Persero) merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dalam bidang jasa transportasi telah menerapkan kerjasama nyata dengan dunia pendidikan. Untuk mendukung lancarnya kegiatan perusahaan agar tetap eksis dalam memberikan pelayanan jasa transportasi kepada masyarakat, diperlukan arus informasi yang akurat. Informasi tersebut, bisa dari pihak manajemen, para karyawan ataupun dari mitra kerja.

Humas PT. Kereta Api (persero) Daerah Operasi 2 Bandung merupakan jembatan komunikasi dan informasi di lingkungan Daerah Operasi 2 Bandung, yang konsentrasi pekerjaannya adalah menjalin hubungan dengan masyarakat, baik itu masyarakat internal perusahaan maupun masyarakat luas. Pihak manajemen, dan karyawan merupakan bagian dari masyarakat internal yang dapat menyampaikan berbagai informasi yang berhubungan dengan perusahaan, melalui lembaga ini pula masyarakat luas dapat menyampaikan aspirasi, informasi, kritik dan saran yang ditujukan kepada perusahaan.

Dalam hal ini, penulis ingin mengetahui sistem informasi yang ada sebagai sarana Komunikasi dan Informasi di lingkungan Daerah Operasi 2 Bandung, karena penulis tahu begitu banyaknya UPT, Sub Divisi, dan seksi-seksi yang ada sehingga diperlukan sarana penyampaian informasi yang

cepat, akurat dan relevan. Luasnya cakupan sasaran bagian humas PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung dalam menghadapi tantangan mendorong penulis untuk memilih humas PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung sebagai tempat untuk mengamati tentang dan tata cara kerja humas, serta tanggung jawabnya dalam melayani masyarakat dan peran humas dalam visi dan misi perusahaan serta menjaga citra perusahaan yang telah ada.

1.2 Maksud dan Tujuan

Maksud dari kerja paktek itu sendiri adalah untuk memenuhi syarat dari mata kuliah Kerja Praktek Program Diploma III Jurusan Manajemen Informatika Fakultas Teknik Universitas Komputer Indonesia.

Tujuannya adalah untuk mengetahui bagaimana "Media Kita" digunakan sebagai Sarana Komunikasi dan Informasi di Lingkungan Daerah Operasi 2 Bandung PT. Kereta Api (Persero).

1.3 Metodologi Kerja Praktek.

Dalam penyusunan laporan ini, penulis menggunakan metode pengambilan data sebagai berikut;

1. Study Literature, yaitu dengan mempelajari buku-buku yang berhubungan dengan Hubungan Masyarakat. Ilmu komunikasi dan Sistem Informasi.
2. Interview, yaitu dengan mengadakan tanya jawab antara pembimbing kerja praktek dengan penulis yang berhubungan dengan data yang

diperlukan untuk menyusun laporan ini. Penulis melakukan wawancara disela-sela waktu luang, dikarenakan penulis tidak hanya mengumpulkan data-data saja, tapi penulis juga membantu menyelesaikan pekerjaan rutin yang dilakukan di dalam humas.

1.4 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan kerja praktek ini adalah sebagai berikut;

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama ini merupakan pembukaan untuk menguraikan dan menjelaskan mengenai Latar belakang, Maksud dan Tujuan, Metodologi Kerja Praktek, Waktu dan tempat Pelaksanaan dan juga Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai Informasi; Pengertian Informasi, Fungsi Informasi dan Kualitas Informasi. Dan juga mengenai Komunikasi; Pengertian Komunikasi, Fungsi Komunikasi dan Tujuan Komunikasi.

BAB III TINJAUAN PERUSAHAAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai Sejarah Singkat Perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan, Kedudukan, Tugas Pokok dan Struktur Organisasi Perusahaan, Hubungan Masyarakat di PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung, Sarana Komunikasi dan Informasi yang ada di PT.

Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung juga Kegiatan Kerja Praktek yang dilakukan oleh penulis.

BAB IV PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan akhir dan saran selama melakukan Kerja Praktek di PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung.

1.5 Tempat dan Waktu Pelaksanaan Kerja Praktek

Tempat pelaksanaan Kerja Praktek dilakukan di PT. Kereta Api (Persero) Daerah Operasi 2 Bandung di jalan Stasiun Barat no.25 mulai dari tanggal 12 Agustus 2004 s/d 3 September 2004, dengan jam kerja mulai dari pukul 08.00 s/ 16.00, mulai hari senin s/d jumat

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Informasi

Informasi adalah ibarat darah yang mengalir di dalam tubuh suatu organisasi, sehingga informasi itu sangat penting di dalam suatu organisasi. Suatu system yang kurang mendapatkan informasi akan menjadi tidak berguna dikarenakan adanya ketidakkonkritan antara data yang ada.

2.1.1 Pengertian Informasi

"Informasi" adalah sebuah istilah yang tidak tepat dalam pemakaiannya secara umum. Informasi dapat mengenai data mentah, data tersusun, kapasitas sebuah saluran komunikasi, dan sebagainya. Tetapi ada beberapa gagasan yang mendasari pemakaian istilah "Informasi" dalam system informasi: Informasi memperkaya penyajian, mempunyai nilai kejutan, atau mengungkapkan sesuatu yang penerimanya tidak tahu atau tidak tersangka. Jadi "Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya" (4,8). Sumber dari informasi adalah data. Data merupakan bentuk jamak dari bentuk tunggal. Data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata.

2.1.2 Fungsi Informasi

Kegunaan informasi adalah untuk mengurangi hal ketidakpastian didalam proses pengambilan keputusan tentang suatu keadaan. Karena dari

informasi inilah bisa menghasilkan sebuah pengambilan keputusan yang tepat sesuai dengan yang diharapkan oleh berbagai pihak.

2.1.3 Kualitas Informasi

Kualitas dari suatu informasi tergantung dari tiga hal, kualitas Informasi yang akurat *(accurate)*, Tepat pada waktunya (*timeliness*), Relevan *(relevance)* (4,10). Ketiga pilar tersebut mempunyai arti yaitu:



1. **Akurat,** berarti informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya. Informasi harus akurat karena dari sumber informasi sampai ke penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan yang dapat merubah atau merusak informasi tersebut.
2. **Tepat pada waktunya**, berarti informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat, karena informasi merupakan landasan di dalam pengambilan keputusan. Bila pengambilan keputusan terlambat, maka dapat berakibat fatal untuk organisasi.
3. **Relevan,** berarti informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya.

2.2 Ilmu Komunikasi

Banyak pakar menilai bahwa komunikasi adalah suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Profesor Wilbur Schramm menyebutnya "bahwa komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya" (1,1). Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat tidak

terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi (Schramm:1982). Apa yang mendorong manusia sehingga ingin berkomunikasi dengan manusia lainnya adalah teori dasar biologi yang menyebutkan adanya dua kebutuhan, yakni kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungannya (1 ,2).

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *Comunication* berasal dari kata Latin *Communicatio*, dan bersumber dari kata *Communis* yang berarti *Sama*. *Sama* disini maksudnya adalah *sama maknanya* (3,9). Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society*. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: Who Say What In Which Channel To Whom With What Effect? (3,10)

Paradigma Lasswell ini menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni;

a. Komunikator (communicator, source, sender)
b. Pesan (Message)
c. Media (channel, media)
d. Komunikan (communicant, communicate, receiver, reciepient)
e. Efek (effect, impact, influence)

Jadi berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (3,10). Lasswell menghendaki agar komunikasi dijadikan obyek studi ilmiah, bahkan setiap unsur diteliti secara khusus. Studi mengenai komunikator dinamakan *Control Analysis*; penelitian mengenai pers, radio, televisi, film dan media lainnya disebut *Media Analysis*; penyelidikan mengenai pesan dinamakan *Content Analysis*; audience analysis adalah studi khusus tentang komunikan; sedangkan *Effect Analysis* merupakan penelitian mengenai efek atau dampak yang ditimbulkan oleh komunikasi. Demikian kelengkapan unsur komunikasi menurut Harold Lasswell yang mutlak harus ada dalam setiap prosesnya.

2.2.2 Fungsi Komunikasi

Fungsi dari komunikasi itu sendiri adalah sebagai berikut (3, 8);

a. Menginformasikan (*to inform*)
b. Mendidik (*to educate*)
c. Menghibur (*to entertain*)
d. Mempengaruhi *(to influence*)

2.2.3 Tujuan Komunikasi

Tujuan dari komunikasi itu sendiri adalah sebagai berikut (3,8);

a. Mengubah sikap *(to change the attitude*)
b. Mengubah opini / pendapat / pandangan (*to change the opinion*)
c. Mengubah masyarakat *(to change the society*).