# BAB II

# PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

## 2.1 Aktivitas Praktek Kerja Lapangan

Dalam situasi dan kondisi sekarang ini tanpa adanya pendidikan yang memadai akan sulit untuk memacu diri kita untuk menggapai masa depan yang lebih cerah dan global, semua ini memerlukan keinginan dan kemauan yang lebih dalam dari diri kita masing-masing. Dengan pendidikan dan belajar yang tekun akan membawa kita semua dalam mewujudkan cita-cita dan impian yang telah kita harapkan dizaman modern dan global ini. Dalam era globalisasi kita semua diharapkan terus berusaha meningkatkan sumber daya yang handal dan berkualitas yang mampu bersaing secara efektif.

Untuk dapat mencapai yang kita inginkan, maka Program Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Ilmu Humas (Hubungan Masyarakat) Universitas Komputer Indonesia sebagai salah satu lembaga pendidikan perkuliahan formal yang bertanggung jawab terhadap peningkatan sumber daya manusia pada umumnya dan mahasiswa khususnya, memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mencoba dan mempraktekan teori yang didapat dalam proses belajar perkuliahan pada dunia nyata sesuai dengan jurusan mahasiswa yang bersangkutan. Sehingga mahasiswa dapat merasakan situasi dan kondisi yang akan dihadapi dimasa yang akan datang dan berusaha untuk menambah wawasan yang mampu mendorong mahasiswa untuk selalu berprestasi.

Karena pada dasarnya perkuliahan tidak hanya terbatas pada ilmu dan teori saja yang dipelajari.

Melihat ketatnya persaingan bisnis saat ini khususnya bisnis komunikasi secara tidak langsung menuntut perusahaan untuk membuat suatu unit khususnya dalam hal ini yaitu humas yang mempunyai tugas bertanggung jawab terhadap perusahaan. Dalam proses dunia kerja memang dibutuhkan sebuah wawasan yang luas karena proses kita dalam dunia kerja adalah bersaing. Seorang Humas harus bisa atau dapat menciptakan citra menguntungkan bagi suatu organisasi atau perusahaan.

*Public Relations (PR)* atau biasa disebut dengan Humas berfungsi sebagai "jembatan komunikasi" antara suatu organisasi dengan lembaga lain serta berbagai elemennya. Tujuannya adalah, supaya terjadi saling pengertian antara kedua belah pihak, dan akhirnya terciptanya citra positif serta dukungan publik terhadap keberadaan organisasi tersebut.[1]

Menjadi seorang humas harus mempunyai kemampuan berkomunikasi dengan baik dalam bentuk lisan maupun tulisan, ia harus mampu berbicara didepan umum, harus mampu melakukan presentasi, mampu mewawancarai dalam upaya pengumpulan fakta dan data, mampu dijadikan sumber bagi pers atau wartawan sebagai sumber berita, dan memiliki kemampuan komunikasi lisan lainnya.

Hal tersebut diatas merupakan sebuah pengetahuan wajib bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom konsentrasi ilmu Humas dalam perkuliahan terdapat salah satu mata kuliah wajib yakni Praktek Kerja

[1] Drs. Elvinaro Ardianto. *Public Relations* Praktis. Penerbit: Widya Pajajaran. 2008. Hal.27

Lapangan (PKL), dimana para mahasiswa dituntut untuk merasakan bagaimana dunia kerja dalam bidang kehumasan di perusahaan yang dipilihnya sendiri. Teori dan ilmu yang telah dipelajari tersebut perlu diaplikasikan ke dalam praktek yang sesungguhnya dalam dunia kerja nyata.

Penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan di Bank Jabar Banten (**bjb**) Bandung, penulis ditempatkan pada Divisi *Corporate Secretary*. Alasan Penulis memilih tempat Praktek Kerja Lapangan di bank **bjb** Bandung karena merupakan bank yang besar dan berkembang dan termasuk bank BUMN.

Penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan di bank **bjb** pada awal pertemuan tanggal 6 Agustus 2012, sekaligus pada hari pertama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan penulis langsung mendapatkan pembimbing dari bank **bjb**. Pada hari pertama pembimbing memberikan pengarahan atau penjelasan kepada penulis tentang mengenai peraturan yang ada di perusahaan serta ruang lingkup kerja dan kegiatan yang dilaksanakan oleh bidang program dan kerjasama.

Selama 29 hari penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan di bank **bjb**, dibagian Divisi *Corporate Secretary* bagian staff *Corporate Communication & PR*. Tentu saja selama Penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan, kegiatan penulis di bank **bjb** tergolong menjadi 2 (dua) kegiatan yaitu kegiatan rutin dan kegiatan incidental. Penulis menggambarkan aktifitas dan tugas penulis selama PKL dalam tabel dibawah ini :

**Tabel 2.1**

**Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan**

**di Bank Jabar Banten (bjb) Bandung**

| No. | Hari/Tanggal | Aktifitas Kegiatan | Keterangan | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Rutin | Insidental |
| 1. | Senin, 6 Agustus 2012 | ➢ Kliping Koran<br>➢ Dokumentasi Bazzar | ✓ | <br>✓ |
| 2. | Selasa, 7 Agustus 2012 | ➢ Kliping Koran<br>➢ Pengrapihan File | ✓ | <br>✓ |
| 3. | Rabu, 8 Agustus 2012 | ➢ Kliping Koran<br>➢ Membuat Memo<br>➢ Pengrapihan File | ✓ | <br>✓<br>✓ |
| 4. | Kamis, 9 Agustus 2012 | ➢ Kliping Koran | ✓ | |
| 5. | Jumat, 10 Agustus 2012 | ➢ Kliping Koran<br>➢ Membuat Memo | ✓ | <br>✓ |
| 6. | Senin, 13 Agustus 2012 | ➢ Kliping Koran | ✓ | |
| 7. | Selasa, 14 Agustus 2012 | ➢ Kliping<br>➢ Membuat Memo | ✓ | <br>✓ |
| 8. | Rabu, 15 Agustus 2012 | ➢ Kliping<br>➢ Membuat Memo | ✓ | <br>✓ |
| 9. | Kamis, 16 Agustus 2012 | ➢ Kliping | ✓ | |
| 10. | Jumat, 17 Agustus 2012 | Libur 17 Agustus-an | | |
| 11. | Senin – Jumat<br>20 – 24 Agustus 2012 | Libur Lebaran | | |
| 12. | Senin, 27 Agustus 2012 | ➢ Kliping<br>➢ Pengrapihan File | ✓ | <br>✓ |
| 13. | Selasa, 28 Agustus 2012 | Sakit | | |
| 14. | Rabu, 29 Agustus 2012 | ➢ Kliping | ✓ | |
| 15. | Kamis, 30 Agustus 2012 | ➢ Kliping | ✓ | |
| 16. | Jumat, 31 Agustus 2012 | Sakit | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 17. | Senin, 3 September 2012 | ➢ Kliping<br>➢ Buat Memo<br>➢ Searching Advertisement<br>➢ Pengrapihan File | ✓ | <br>✓<br>✓<br>✓ |
| 18. | Selasa, 4 September 2012 | ➢ Kliping<br>➢ Buat Memo | ✓ | <br>✓ |

Demikian jadwal aktivitas penulis selama melakukan praktek kerja lapangan (PKL) di Divisi *Corporate Secretary* bank **bjb**, yang berlangsung selama satu bulan dimulai dari tanggal 06 Agustus 2012 sampai tanggal 04 September 2012.

## 2.2 Analisis Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan

Selama penulis melakukan praktek kerja lapangan di kantor pusat bank **bjb** Bandung, penulis melakukan banyak aktivitas, dimana aktivitas tersebut dapat digolongan menjadi 2 yaitu aktivitas rutin dan aktivitas insidental, diantaranya :

### 2.2.1 Aktivitas Rutin

Aktivitas rutin atau kegiatan rutin adalah kegiatan yang selalu dilakukan selama praktek kerja lapangan berlangsung, adapun kegiatan rutin yang dilakukan selama praktek kerja lapangan antara lain :

#### 2.2.1.1 Kliping Iklan, Berita, Logo Bank Bjb

Aktivitas pembuatan kliping adalah aktivitas rutin yang selalu dilakukan setiap hari. Kliping yang dibuat tidak hanya berupa berita tentang bank **bjb** tetapi juga yang berkaitan dengan iklan dan logo bank **bjb** yang dimuat di media massa,

baik cetak maupun online. Bahan kliping didapat dari Surat-surat Kabar yang ada juga dari media online.

Proses pembuatan kliping ini dimulai dengan membaca surat kabar dan menyortir berita dan iklan yang berkaitan dengan bank **bjb**. Kemudian, berita ataupun iklan tersebut di potong dan ditempel beserta nama surat kabar, terbit tanggal berapa, dan nomor halamannya. Kliping ini akan di distribusikan kepada Direksi bank **bjb**. Kliping ini ditujukan agar direksi dan staff mudah membaca informasi yang media terbitkan.

**Gambar 2. 1**

**Berita yang terdapat pada Harian Pikiran Rakyat yang sudah di gunting dan siap untuk ditempel**




Sumber : Arsip Penulis, Agustus 2012

**Gambar 2. 2**

**Contoh Kliping Berita bank bjb Yang Sudah di Tempel**



Pikiran Rakyat KAMIS (KLIWON) 9 AGUSTUS 2012

11

## Bank BJB Syariah Adakan Buka Puasa Bersama

**BERTEMPAT** di kantor pusat Bank BJB Syariah, Jl. Braga No 135 Bandung, diselenggarakan acara buka puasa bersama, Selasa (07/08). Kegiatan ini telah rutin dilakukan setiap tahunnya.

Pada Bulan Ramadan 1433 H, Bank BJB Syariah berbuka puasa bersama dengan mengundang anak-anak dari Yayasan Panti Asuhan Putera Harapan Muhammadiyah. Turut hadir, Direktur Utama Bank BJB Syariah, A Riawan Amin, beserta Dewan Komisaris dan jajaran Direksi.

Serangkaian kegiatan dilaksanakan pada acara buka puasa bersama tersebut, diantaranya pemberian Santunan Pendidikan Maslahah kepada Yayasan Panti Asuhan Putera Harapan Muhammadiyah serta tausiyah yang dibawakan oleh Prof. Dr. KH Miftah Faridl.

**(AE-03)*****

Sumber : Arsip Penulis, Agustus 2012

**Gambar 2. 3**

**Contoh Iklan yang Terdapat Logo bank bjb**

**Menandakan bank bjb Ikut Mensponsori Acara Tersebut**




Sumber : Arsip Penulis, Agustus 2012

### 2.2.2 Aktivitas Insidental

Aktivitas Insidental yang penulis laksanakan bermacam-macam, diantaranya:

#### 2.2.2.1 Dokumentasi Bazar Waroeng bjb

Bank **bjb** menggelar Bazar Ramadhan UMKM bank **bjb** 2012 pada hari Sabtu tanggal 4 Agustus 2012 sampai dengan Senin 6 Agustus 2012 bertempat di Lapangan Parkir Menara bank **bjb**,

Bandung Jl Naripan Bandung. Acara tersebut dibuka oleh Sekretaris daerah Jawa Barat, Lex Laksamana Zainal Lan yang dihadiri oleh Pemimpin Bank Indonesia Bandung Lucky Fathul Hadibrata, Direktur Utama bank **bjb** Bien Subiantoro, Direksi bank **bjb**, Zaenal Aripin dan Arie Yulianto serta perwakilan Kadin Provinsi Jawa Barat, Dinas Koperasi Propinsi Jawa Barat, Dinas Koperasi dan UMKM Kotamadya Bandung, P3KUM Bandung Yayasan Bordir Propinsi Jawa Barat dan Dewan Kerajinan Daerah Jawa Barat.

Kegiatan Bazar Ramadhan bank **bjb** tahun 2012 yang bertemakan " Bazar Bulan Berkah Bersama waroeng **bjb**" selain bertujuan memberikan fasilitas kepada para pelaku UMKM untuk mempromosikan produk UMKM juga memberikan alternatif tempat belanja bagi masyarakat yang berkunjung untuk memperoleh berbagai produk dengan harga murah.

Bazar Ramadan bulan berkah bersama waroeng **bjb** 2012 terdiri lebih dari 60 stand yang didalamnya merupakan mitra binaan bank **bjb** sebanyak 41 stand dan untuk para peserta undangan sebanyak 24 stand. Stand yang berada di Bazar Ramadhan Bulan Berkah Bersama Waroeng **bjb** 2012 menawarkan berbagai macam produk diantaranya sembako, makanan ringan, fashion, dan berbagai aksesoris. Bazar Ramadhan kali ini pun di ramaikan dengan beberapa hiburan dan kompetisi – kompetisi yang berkaitan dengan

bulan ramadhan, seperti bedug holic, hiburan musik Islami, kegiatan-kegiatan charity dengan bintang tamu bedug holic Yana Marvel.

Pada kesempatan ini penulis dapat melihat langsung kegiatan waroeng **bjb** secara langsung, serta berkesempatan untuk mendokumentasikan kegiatan tersebut. Dokumentasi berupa foto-foto maupun video, dokumentasi yang sudah diambil akan dipilih dan dimasukan kedalam website **bjb**.

**Gambar 2. 4**

**Direktur Utama Bank BJB Bien Subiantoro (kiri), Sekda Jabar Lex Laksmana (tengah), Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia Wilayah VI Lucky Fathul Aziz Hadibrata (kedua kanan) dan Ketua Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Jawa Barat Agung Suryamal Sutisno (kanan) meninjau salah satu stan peserta Bazaar Waroeng bjb**




Sumber : http://bisnis-jabar.com/index.php/berita/foto-bazaar-bulan-berkah-bersama-waroeng-**bjb**

**Gambar 2. 5**

**Lomba Tabuh Bedug Campur di Waroeng bjb**



Sumber : Arsip Penulis, 6 Agustus 2012

**Gambar 2. 6**

**Peserta Lomba Tabuh Bedug yang di Mix dengan Dancer**



Sumber : Arsip Penulis, 6 Agustus 2012

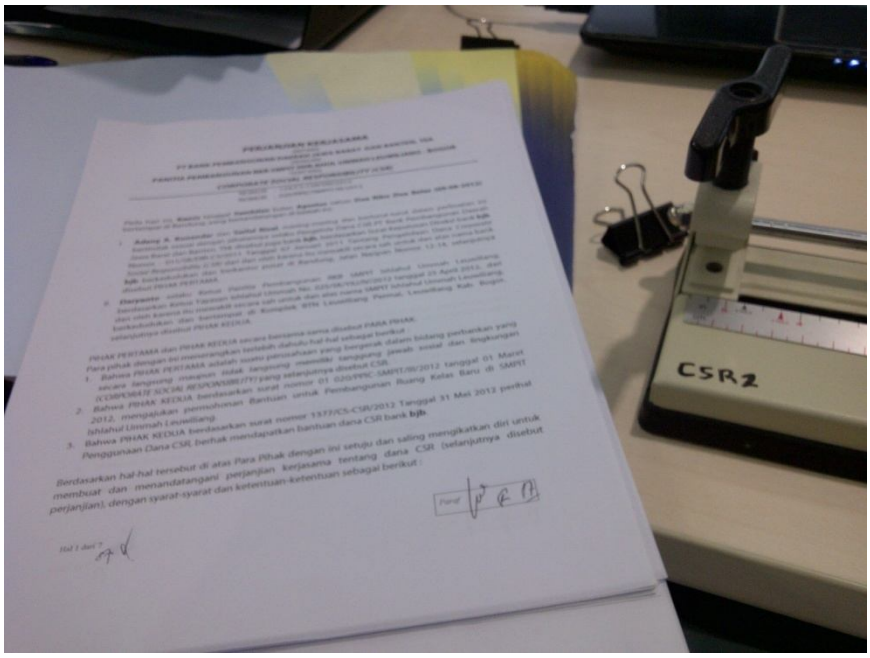
#### 2.2.2.2 Penyortiran dan Pengarsipan Memo serta Surat-surat Divisi *Corporate Secretary.*

Divisi Kesekretariatan adalah sentral bagi dokumen-dokumen perusahaan, termasuk surat masuk, keluar, dan surat keputusan yang akan dijadikan dokumen penting perusahaan. Penulis berkesempatan melakukan pengrapihan dan pengarsipan memo serta surat masuk dan surat keputusan yang disimpan di Divisi Corporate Secretary. Memo maupun surat masuk dan surat keputusan mula-mula disortir dan dipisahkan berdasarkan jenisnya. Kemudian, file yang sudah dipisahkan dilubangi dengan alat pembolong kertas untuk di masukan kedalam map penyimpanan arsip.

Setelah semua sudah dilubangi dan dimasukan kedalam map penyimpanan, map penyimpanan disimpan didalam lemari arsip.

**Gambar 2. 7**

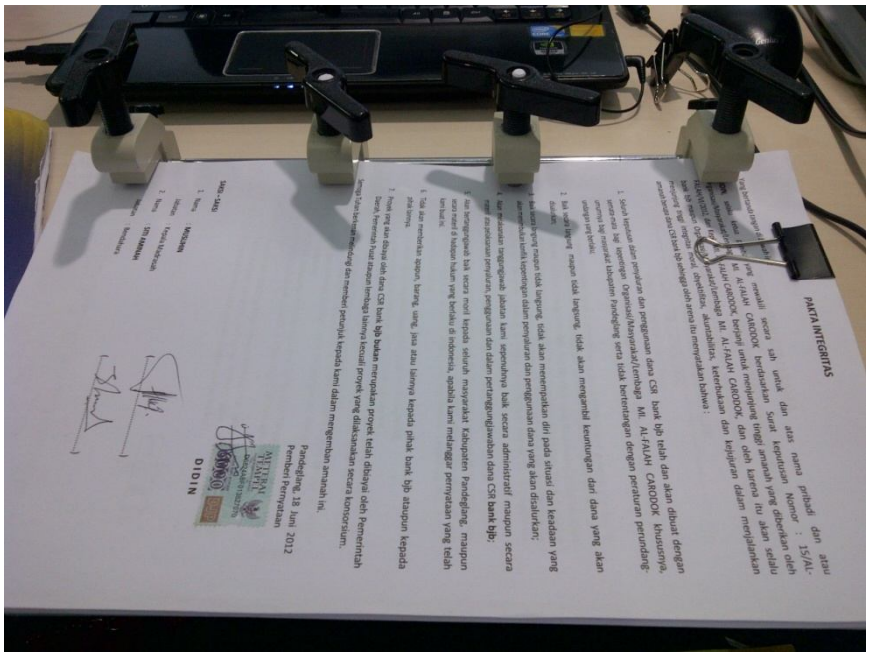
**Dokumen Sebelum di Rapihkan**




Sumber : Arsip Penulis, 3 September 2012

**Gambar 2. 8**

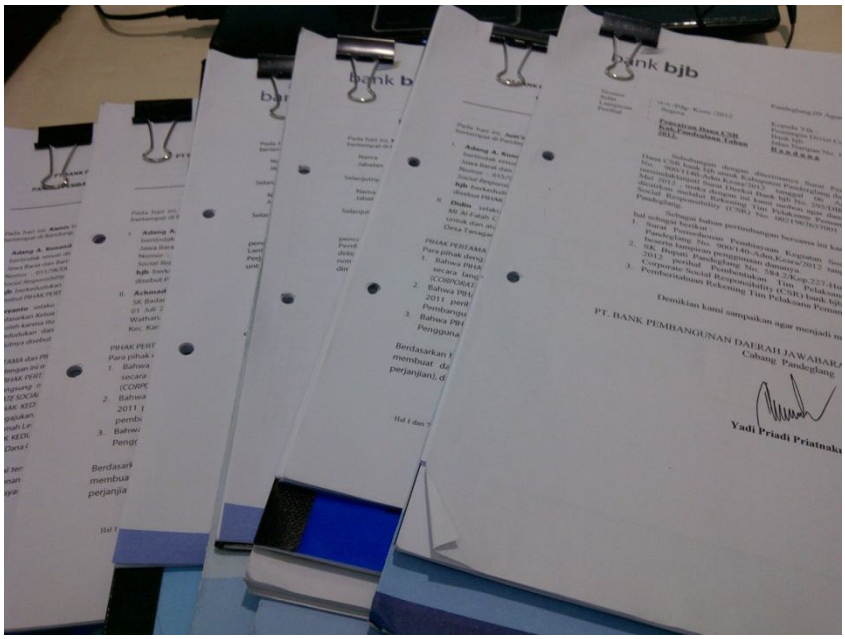
**Dokumen yang Sedang Dilubangi untuk Dimasukan ke Dalam Map Penyimpanan Dokumen**



Sumber : Arsip Penulis, 3 September 2012

**Gambar 2. 9**

**Memo dan Surat yang Sudah Selesai di Rapihkan dan Sudah Dilubangi**




Sumber : Arsip Penulis, 3 September 2012

### 2.2.2.3 Pembuatan Memo Penolakan Proposal

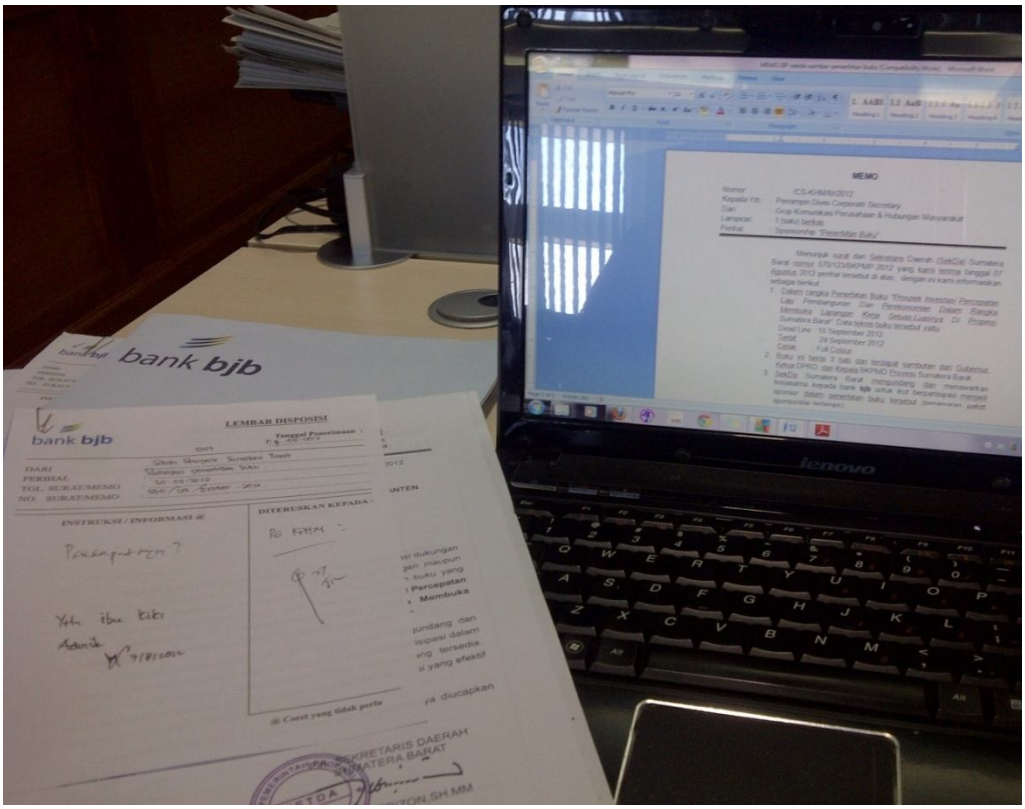
Salah satu cara berpromosi bank **bjb** dengan cara ikut berpartisipasi dalam sebuah acara yang sekiranya sangat strategis untuk tempat promosi. Salah satu tugas humas yaitu harus mampu memilih dan mencermati bagaimana mempromosikan perusahaannya dan bagaimana mampu membina hubungan baik dengan masyarakat.

Banyaknya proposal yang masuk ke bank **bjb**, membuat divisi sekretariatan harus memilih dan mencermati dengan baik proposal-proposal yang masuk untuk ditindak lanjuti, diterima atau ditolak. Proposal-proposal yang masuk antara lain permohonan sponsorship ataupun permohonan pemasangan iklan. Untuk itulah, penulis diberi kesempatan untuk belajar bagaimana membuat memo yang salah satunya

adalah memo penolakan. Sebelum membuat memo, sebagai humas harus bisa menganalisis sebuah proposal yang diajukan, kenapa proposal tersebut ditolak dan tidak mendapatkan sponsorship dari bank **bjb**. Memo tersebut harus jelas dan dengan kata-kata yang baik sehingga hubungan baik tetap terjalin.

**Gambar 2. 10**

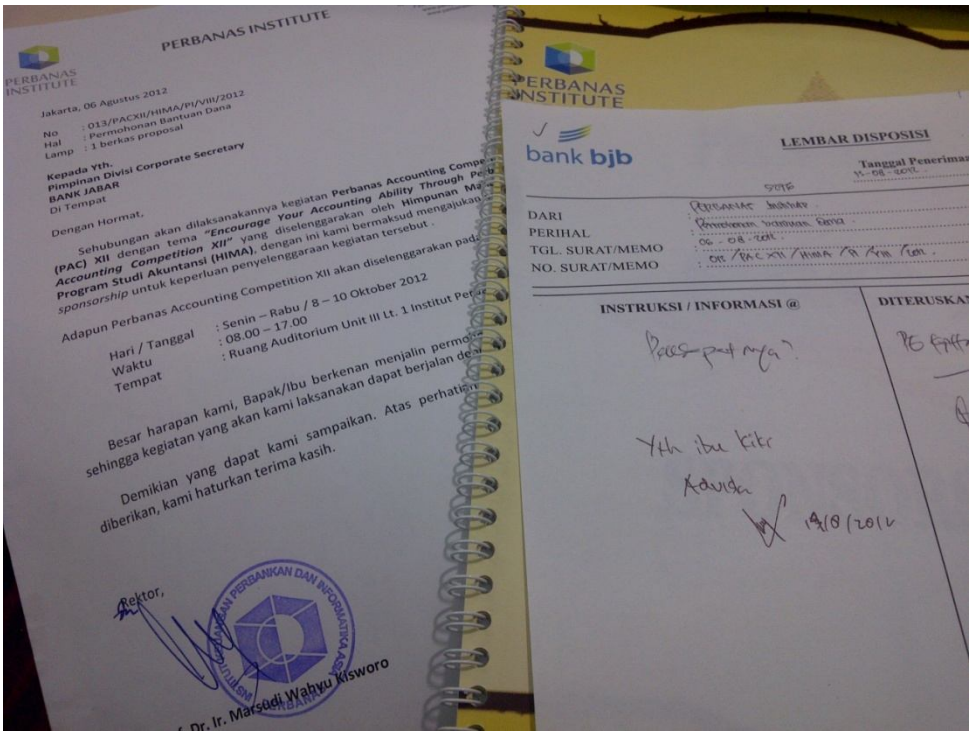
**Aktivitas Penulis Dalam Membuat Memo**




Sumber : Arsip Penulis, Agustus 2012

**Gambar 2. 11**

**Proposal yang Harus di Analisis untuk Dibuat Memo Penolakan**




Sumber : Arsip Penulis, 3 September 2012

### 2.2.2.4 Mencari Iklan di Youtube (*Searching Advertisement*)

Tugas humas salah satunya yaitu memikirkan bagaimana cara mempromosikan perusahaannya dengan iklan cetak maupun audiovisual. Sebagai seorang *Public Relations* kita harus memiliki daya kreatifitas untuk menciptakan inovasi iklan yang ada, agar pencitraan yang ditimbulkan makin baik dimata masyarakat.

Penulis diberi kesempatan untuk mencari contoh-contoh iklan bank di luar Indonesia, serta mencari iklan yang mengandung kesedihan didalamnya. Iklan yang sudah dicari lalu diberikan kepada pimpinan Divisi *Public Relations*. Iklan yang dicari dapat membantu dalam konsep

pembuatan iklan perusahaan. Iklan perusahaan tidaklah boleh monoton, karena masyarakat yang melihat pasti butuh penyegaran agar tidak jenuh dengan iklan yang sudah ada, serta konsep yang digunakan pun harus berbeda sehingga menarik minat masyarakat.

## 2.3 Analisa *Public Relations*

Dalam suatu perusahaan atau lembaga yang besar biasanya memiliki bagian Humas (Hubungan Masyarakat). Dengan perkembangan zaman, humas memiliki peranan yang berarti dalam mengembangkan serta meningkatkan perusahaan di tengah persaingan yang semakin ketat. Berikut penjelasan tentang hubungan masyarakat atau lebih dikenal dengan *Public Relation.* Definisi *Public Relations* cukup banyak dan beragam, antara lain :

> "*public relations* adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dengan berbagai publiknya." (Cutlip, Center & Brown, 2000:4)

Sedangkan pendapat lain dari Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relation* mengemukakan bahwa:

> "Humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian." (Jefkins 1996:9)

Definisi lain dari Rhenald Kasali dalam bukunya yang berjudul Manajemen *Public Relations* mengemukakan pengertian humas adalah sebagai berikut :

> "*Public relation* adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur seseorang/sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik." (Kasali 2000:7)

Berbagai definisi kehumasan memiliki redaksi yang saling berbeda akan tetapi prinsip dan pengertiannya sama. Sebagai acuan, salah satu definisi Humas/PR, yang diambil dari *The British Institute of Public Relations*, kutipan dari Buku Manajemen Public Relation & Media Komunikasi oleh Ruslan berbunyi:

> 1. *"Public Relations activity is management of communications between an organization and its publics"*.
> (Aktivitas Public Relations adalah mengelola komunikasi antara organisasi dan publiknya)
> 2. *"Public Relations practice is deliberate, planned and sustain effort to establish and maintain mutual understanding between an organization and its public"*.
> (Praktik Public Relations adalah memikirkan, merencanakan dan mencurahkan daya untuk membangun dan menjaga saling pengertian antara organisasi dan publiknya (Ruslan, 2002:20)

Konteks humas atau *public relations* itu sendiri tidak jauh dari publik dan komunikasi, pada apliksinya *public relations* membantu dan menunjang dalam terjadinya kebijakan-kebijakan dari manajemen perusahan dengan program yang sudah direncanakan demi mencapai kesamaan makna oleh publik atau khalayaknya, tentunya makna atau opini yang positif. Publik dari humas itu sendiri tidaklah sempit, seperti yang diungkapkan Rhenald Kasali dalam buku manajemen *public relations*, publik disebut juga *stakeholders* yaitu kumpulan orang orang atau pihak pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Sedangkan unsur unsur dalam *stakeholders* antara lain :

1. Pemegang Saham
2. Karyawan & Manajemen
3. Keluarga Karyawan
4. Kreditor

5. Konsumen
6. Pemasok
7. Komunitas
8. Pemerintah

Publik itu sendiri masih dapat diklasifikasikan masiih dalam buku manajemen *public relations* oleh Rhenald Kasali, bahwa terdapat klasifikasi public, antara lain :

1. Publik Internal dan Publik Eksternal
2. Publik Primer, Sekunder, dan Marjinal
3. Publik Tradisional dan Publik Masa Depam
4. *Proponents, Opponents,* dan *Uncommited*
5. *Silent Majority*, dan *Vocal Minority (*Kasali, 2008: 10)

Manfaat Public Relations sangatlah khusus, dalam kutipan yang diambil dari Frank Jeffkins dalam bukunya yang berjudul "*Public Relations"*, menyebutkan manfaat khusus PR yang meliputi kegunaan PR dalam pengelolaan dan pelaksanaanya, antara lain:

1. Manajemen Krisis

   Tidak ada satu pun perusahaan yang bebas krisis. Minimal mempunyai resiko mengalami krisis. Maka tim PR yang ada di dalam struktur perusahaan bertugas untuk menyelesaikan krisis yang terjadi dengan serangkaian persiapan dan kesiapan tersendiri.

2. Penerbitan Desktop

   PR bertanggung jawab atas jurnal internal komputer perusahaan. Oleh karena itu, biasanya perusahaan memiliki *internal relations* untuk mengurusi urusan tersebut.

3. Identitas Perusahaan

   Identitas perusahaan merupakan sebuah wahana komunikasi bagi segenap karyawan perusahaan, para pemilik saham, para agen atau dealer, konsumen, lembaga-lembaga keuangan dan berbagai pihak lainnya yang punya kepentingan dan kaitan dengan organisasi. Tim PR adalah bagian yang bertanggung jawab untuk menciptakan dan memelihara identitas sebuah perusahaan.

4. Hubungan Parlementer

   PR wajib menjalin hubungan parlementer yang baik. Hubungan parlementer dalam konteks ini adalah hubungan-hubungan antara berbagai organisasi dengan pihak pemerintah, para anggota parlemen, serta para birokrat dari berbagai departemen dan instansi pemerintah. Legistator atau regulator adalah publik yang sangat penting dalam keberlangsungan usaha suatu perusahaan.

5. PR *Financial*

   Sebagai sebuah perusahaan yang telah *go public*, maka perusahaan memerlukan tim PR yang melakukan kegiatan-kegiatan PR di seputar peristiwa keuangan atau bisnis dalam rangka mendukung

rencana perusahaan kliennya untuk memasuki bursa saham atau dalam rangka mendukung laporan keuangan tahunan.

*Public Relations* dalam memiliki fungsi menurut Cultip, Center, dan Canfield dalam buku Onong Uchjana Efendy, menjelaskan bahwa fungsi humas adalah sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengn publik, baik publik eksternal maupun internal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbale balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Sedangkan humas memiliki identitas tersendiri dari bagian lainnya yang berperan. Adapun ciri-ciri dari Humas secara eksplisit dalam buku Onong Uchjana Efendy yang berjudul Hubungan masyarakat adalah :

1. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang langsung 2 arah secara timbal balik.
2. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi.
3. Publiknya menjadi sasaran kegiatan Humas adalah publik eksternal dan internal.

4. Operasionalisasi Humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

## 2.4 Analisa *Public Relations* dalam Aktivitas Praktek Kerja Lapangan di Divisi *Corporate Secretary* Bank BJB

Posisi *public relations* dikantor pusat bank **bjb** belum *state of beying* atau belum menjadi bagian tersendiri melainkan posisinya berada dalam divisi *Corporate Secretary,* akan tetapi *public relations* ini menjadi bagian divisi dengan nama Grup komunikasi perusahaan dan hubungan masyarakat. Dalam divisi *corporate secretary* berisi empat grup, antara lain :

1. Grup Komunikasi Perusahaan dan Hubungan Masyarakat
2. Grup *Corporate Social Responcibility* (CSR)
3. Grup Hubungan Inverstor
4. Grup Kesekretariatan

Jika dilihat dari tugas dan fungsinya keempat grup ini memiliki tugas masing masing, akan tetapi jika dikaitkan dengan analisa humas keempatnya saling keterkaitan. Saat penulis melakukan praktek kerja lapangan di divisi *corporate secretary* bank **bjb**, penulis beranggapan bahwa keempat grup ini tugasnya sama dengan humas, dalam humas dikenal istilah *corporate social responcibility* , dan hubungan investor. Akan tetapi di bank **bjb** keduanya terpisah dengan humas dan dijadikan sebagai grup yang memiliki tugas dan fungsinya tersendiri.

Humas di bank **bjb** memiliki tugas dalam peningkatan citra, *updating content* website perusahaan, memelihara hubungan baik dengan *stakeholders*, Mengadakan *press conference* dan memberikan *press release* mengenai perkembangan kinerja bank. Saat penulis melaksanakan praktek kerja lapangan di divisi *corporate secretary* bank **bjb** dengan tugas yang diberikan kepada penulis itu berkaitan dengan kehumasan meskipun saat dilapangan penulis tidak hanya mendapat tugas dari grup komunikasi perusahaan dan humas saja, tetapi dari semua grup yang ada didalam divisi *corporate secretary*.

## 2.5 Analisa Pelayanan Divisi *Corporate Secretary* Bank BJB kepada Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan

Penulis memilih melakukan praktek kerja lapangan di bank **bjb** karena menurut penulis bank **bjb** sedang mengalami perkembangan yang baik, sebagai bank daerah bank **bjb** sudah mulai menjangkau nasional yang sudah lebih luas cakupannya, hal ini membuat penulis tertarik melakukan praktek kerja lapangan di bank **bjb**. Ketika penulis diterima dengan baik, penulis pertama datang ke bagian diklat untuk mengajukan surat permohonan melakukan praktek kerja lapangan, meskipun menunggu konfirmasi yang cukup lama dan sempat adanya *miss communication* yang terjadi antara penulis dengan pihak diklat, dimana praktek kerja lapangan yang harusnya dilaksanakan di awal Juli ternyata baru bisa dilaksanakan di awal Agustus. Pada awal Agustus saat itu penulis langsung ditujukan ke divisi *corporate secretary*.

Hari pertama praktek kerja lapangan, penulis disambut dengan baik oleh pimpinan divisi *corporate secretary* beserta staff-nya. Penulis ditempatkan pada grup Komunikasi Perusahaan dan Humas yang dipimpin oleh bapak Boy Pandji. Penulis mendapatkan pengarahan langsung tentang aturan dan sistematika kerja di bank **bjb** mulai dari waktu datang dan pulang, sampai dalam menyelesaikan pekerjaan. Hal ini sangat berguna bagi penulis terutama selama melakukan praktek kerja lapangan di bank **bjb**. Hari pertama penulis juga mendapatkan tugas dengan mendokumentasikan kegiatan **bazaar waroeng bjb**.

Selama melakukan praktek kerja lapangan di bank **bjb** ini, penulis diberikan pengetahuan serta praktek akan pekerjaan humas di bank **bjb**. Seperti dalam pengklipingan berita serta iklan mengenai bank **bjb**, juga pembuatan memo yang biasanya dilakukan oleh humas bank **bjb**. Perlakuan staf dan pimpinan di divisi *corporate secretary* sangat ramah terhadap penulis, tidak terlihat adanya *gaps* antara pimpinan dan stafnya, lebih kekeluargaan tapi tetap professional dalam bekerja. Sehingga membuat penulis betah saat melaksanakan praktek kerja lapangan di bank **bjb**.