BAB II

PELAKSANAAN KERJA PRAKTIK

2.1 Aktifitas Kegiatan Pelaksanaan PKL

Pada pelaksanaannya Peneliti melaksanakan praktik kerja lapangan di *Learning Center Area* III Jabar & Banten PT. Telkom yang berlokasi di Jalan gegerkalong Hilir N0. 47 Bandung. Peneliti melaksanakan praktik kerja lapangan selama satu bulan penuh terhitung mulai dari tanggal 10 Juli sampai dengan 20 Agustus 2012. Kegiatan kerja praktik dilaksanakan mulai pukul 08.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB.

Selama berlangsungnya Praktik Kerja Lapangan, Peneliti melakukan berbagai kegiatan berupa kegiatan yang sifatnya rutin (dilakukan hampir setiap hari kerja) dan kegiatan insedental (dilakukan pada waktu atau acara tertentu saja) meliputi kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kehumasan dan pemberitaan.

Berikut ini adalah jadwal pelaksanaan PKL yang telah Peneliti lakukan adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan PKL

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
1	Selasa, 10 Juli 2012	• Pengenalan dan pengarahan dari asisten General Manager mengenai *job description* divisi sekretariat (*purel*) dan PR. • Meliput foto dan video "*Launching Leaders as*		✓ ✓

		Teachers" dan penyerahan sertifikat penyamatan PIN		
2	Rabu, 11 Juli 2012	• Membuat laporan acara "*Launching Leaders as Teachers"*	✓	
3	Kamis, 12 Juli 2012	• Liputan Foto dan Video *"*Ceramah *management Ioleh SGM LEC* pada *bootcamp training"*		✓
4	Jumat 13 Juli 2012	• Liputan Foto dan Video *"Bench Marking Alfamart"* • Membuat laporan kegiatan *"Bench Marking Alfamart"*	✓	✓
5	Senin, 16 Juli 2012	• Liputan foto dan video SGM LEC buka pelatihan dan sertifikasi.		✓
6	Selasa, 17 Juli 2012	• Membuat laporan kegiatan *Benchmarking* SDN NSI	✓	
7	Rabu, 18 Juli 2012	• Membuat laporan kegiatan pengarahan SGM LEC	✓	
8	Kamis, 19 Juli 2012	• Membuat laporan kegiatan implementasi *e-Learning* pada Mitra POJ DIVA-4 Semarang	✓	
9	Jumat, 20 Juli 2012	Liputan foto dan video kegiatan pembukaan ICP		✓

10	Senin, 23 Juli 2012	Liputan video kegiatan ICP		✓
11	Selasa, 24 Juli 2012	Liputan foto dan video kegiatan UDIKLAT PT.PLN		✓
12	Rabu, 25 Juli 2012	• Membuat laporan Kegiatan ICP • *Editing video* dan *burning*	✓ ✓	
13	Kamis, 26 Juli 2012	• Membuat laporan kegiatan ICP • *Editing video* dan *burning*	✓ ✓	
14	Kamis 27 Juli 2012	• Membuat laporan kegiatan ICP • *Editing Video* dan *burning*	✓ ✓	
15	Senin, 30 Juli 2012	Membuat laporan kegiatan UDIKLAT PT.PLN	✓	
16	Selasa, 31 Juli 2012	Liputan foto dan video kegiatan ISO 27001-20051 SMS		✓
17	Rabu, 1 Agustus 2012	Liputan video kegiatan DACUM		✓
18	Kamis, 2 Agustus 2012	Liputan foto dan video kegiatan DACUM II		✓
19	Jumat, 3 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	

20	Senin, 6 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	
21	Selasa 7 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	
22	Rabu 8 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	
23	Kamis, 9 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	
24	Jumat, 10 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	
24	Senin , 13 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	
26	Selasa 14, 14 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	
27	Rabu 15 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	
28	Kamis , 16 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	
29	Jumat, 17 Agustus 2012	Editing video dan burning	✓	

30	Rabu, 23 Agustus 2012	Foto kegiatan halal bihalal karyawan PT. TELKOM *Learning Center* Bandung		✓

Sumber : Data Olah Pribadi (2012)

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Selama kegiatan Praktek Kerja Lapangan penulis melakukan berbagai kegiatan yang dibagi menjadi kegiatan rutin dan kegiatan isidental, diantaranya :

2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

Adapun kegiatan rutin yang dilakukan penulis selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan yaitu membuat laporan kegiatan dan pengambilan video dan foto, setelah itu penulis juga ditugaskan untuk *editing* dari video dan foto dalam setiap kegiatan untuk dimasukan ke Portal Telkom. Kegiatan rutin yang dilakukan penulis selama Praktik Kerja Lapangan di PT. TELKOM *Learning center* adalah sebagai berikut:

1. Membuat laporan kegiatan harian selama melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT. TELKOM *Learning Center* Bandung yang nantinya akan menjadi berita yang akan di *upload* ke *website Portal* TELKOM. Hal ini ditujukan agar semua karyawan PT. TELKOM Indonesia mendapatkan informasi yang *up to date.*
2. Setelah melakukan kegiatan peliputan, bagi mahasiswa yang melakukan Praktik Kerja Lapangan yang memiliki keahlian dalam bidang edit foto atau film maka dapat membantu staf untuk pengerjaannya, dalam hal ini mahasiswa Praktik Kerja Lapangan diberikan kebebasan untuk menggali potensinya, namun tetap akan ada *coordinator* yang nantinya menilai kelayakan dokumen tersebut untuk ditayangkan.
3. Melakukan *upload* berita terbaru ke *website Portal* TELKOM sebagai *information and education* bagi seluruh karyawan PT. TELKOM Indonesia.

2.2.2 Dekripsi Kegiatan Insidentil

Penulis melakukan banyak kegiatan peliputan yang berkaitan dengan kegiatan internal maupun eksternal perusahaan. Berbagai macam kegiatan peliputan biasanya dibekali voice recorder dan kamera digital ataupun handycam oleh staff dari divisi Sekretariat *(purel)*. 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 momen penting untuk digunakan sebagai arsip kegiatan ataupun pelengkap berita ketika hendak dimasukan ke portal internal ataupun eksternal perusahaan.

Selama penulis melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di PT. TELKOM *Learning Center* Bandung ada beberapa kegiatan yang bersifat insidentil yang dikerjakan seperti berikut ini:

1. Meliput kegiatan *Launching Leaders as Teachers* dan Penyerahan Sertifikat Penyamatan PIN, kegiatan ini dilakukan di gedung *Indigo Theatre* pada hari Selasa 10 Juli 2012. Peserta pada kegiatan ini terdiri dari karyawan-karyawan perwakilan di setiap divisi yang ada di PT. TELKOM Bandung untuk diberangkatkan ke beberapa negara dalam mengikuti pelatihan. Berikut ini penulis sajikan salah satu dokumentasi pada saat penulis melakukan peliputan pelatihan yang dilakukan di *Learning Center* Bandung:

Gambar 2.1

kegiatan *Launching Leaders as Teachers*



Sumber: Data Olah Pribadi (2012)

2. Meliput kegiatan Ceramah *Management* oleh SGM (*Senior General Manager)* LEC yang dilakukan pada hari Kamis, 13 Juli 2012. Kegiatan ini berupa pelatihan kekompakan terhadap peserta *Leader as Teacher* yang diselingi ceramah yang dilakukan SGM (*Senior General Manager)* PT. TELKOM *Learning Center*.

Gambar 2.2

kegiatan Ceramah *Management* oleh SGM



Sumber: Data Olah Pribadi (2012)

Intinya adalah sebuah kegiatan peliputan baik secara manual ataupun digital yang nantinya akan digunakan sebagai suatu kegiatan publikasi apabila perusahaan mengadakan acara-acara khusus atau acara agenda tahunan 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.

2.3 Deskripsi Bagian atau Divisi Tempat PKL

Bidang *Public relations* adalah suatu bidang yang sangat luas yang menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. *Public relations* mengandalkan strategi dimana agar perusahaan disukai dan dipercaya oleh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan, dalam hal ini disebut dengan *stakeholders*. *Stakeholders* adalah mereka yang berkepentingan di dalam perusahaan dalam hal ini mereka juga disebut target publik terdiri atas pemegang saham, manajemen, karyawan, konsumen, pers, akademisi dan lain sebagainya. Mereka semua dapat membentuk opini di dalam masyarakat dan dapat mengangkat atau menjatuhkan citra perusahaan.

Public relations atau humas menurut definisi kamus terbitan *Institute of Public relations* (IPR) tahun 1987 mengatakan bahwa:

"Humas adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya."

Public relations News mendefinisikan :

> "Humas adalah humas adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap public, mengidentifikasikan kebijakan dan prosedur seseorang atau sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan public".

Karena banyaknya definisi dari *public relations* itu, maka para *The International Public relations* (IPRA), bersepakat untuk merumuskan sebuah

definisi dengan harapan dapat diterima dan dipraktekan bersama. Definisinya adalah :

> "Humas adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan bersinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembagalembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya – dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara merekam yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien."

Seorang humas memiliki peran penting dalam membantu menginformasikan pada publik internal (dalam organisasi) dan publik eksternal (luar organisasi) dengan menyediakan informasi akurat dalam format yang mudah dimengerti. Sekarang ini banyak perusahaan yang bercitra baik itu adalah salah satu hasil kerja keras seorang humas. Pada saat ini hampir di setiap perusahaan-perusahaan besar telah memiliki humas *state of being* yaitu humas yang sudah melembaga sehingga cakupan humas di perusahaan tersebut sudah mempunyai bidang sendiri.

Humas atau public relations adalah salah satu profesi yang bermodalkan komunikasi yang baik. Karena seorang PRO harus bisa membangun relasi yang baik dengan klien ataupun relasi dengan masyarakat luas. *Public Relations* merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik organisasi yang bersifat komersil (perusahaan) atau organisasi yang non komersil. Karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

Definisi *Public Relations* yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan sebagai suatu kegiatan komunikasi yang diadakan oleh suatau organisasi atau perusahaan tertentu kepada khalayak internal dan eksternal perusahaan dengan maksud terjalinnya hubungan yang harmonis serta adanya saling pengertian dan kerjasama antara keduanya yang saling menguntungkan.

Divisi sekretariat (*purel)* di PT. TELKOM *Learning Center* Bandung memiliki tugas yang saling berkesinambungan yaitu menyusun serta menjalankan

program-program demi terciptanya hubungan baik serta untuk selalu membentuk citra yang positif bagi perusahaannya.

2.4 Analisis Kegiatan

Perkembangan masyarakat dan kemajuan teknologi dalam prosesnya berjalan seiring seraya pengaruh mempengaruhi masyarakat berkembang karena pengaruh kemajuan teknologi dan tekologi maju dengan pesat disebabkan oleh masyarakat yang semakin berkembang.

Dalam situasi itu, kegiatan humas dirasakan semakin penting baik humas pemerintahan maupun humas perusahaan, tidak saja humas dalam lingkup nasional namun juga internasional, maka dari itu, Telkom Learning Center Area III menyadari akan pentingnya keberadaan Humas sebagai bagian terpenting dalam perusahaan.

Humas menurut *Fraser P.Seitel, Senior Vice President dan Director of Public AffairsThe Chse Manhattan Bank* adalah :

> "Public Relations merupakan fungsi manajemen yang membantu menciptakan dan saling memelihara alur kounikasi, pengertian, dukungan serta kerjasama suatu organisasi/ perusahaan dengan publiknya dan ikut terlibat dalam menangani masalah-masalah atau isu-isu manajemen.PR membantu manajemen dalam penyampaian informasi dan tanggap terhadap opini public.PR secara efektif membantu manajemen memantau berbagai perubahan ". (Elvinaro & Soemirat, 2003:13).

Dari definisi di atas dijelaskan bahwa pada dasarnya PR atau Humas menekankan pada " fungsi manajemen " .ini pemahaman bahwa PR mempunyai fungsi yang tidak mudah, karena seorang PRO (*Public Relations Officers*) dituntut untuk dapat membantu menciptakan dan memelihara alur komunikasi, pengertian, dukungan serta kerjasama dengan publiknya.

Definisi tentang Humas dikemukakan oleh W.Emerson Reck, Direktur PR Universitas Colgate bahwa :

> Publik relations adalah lanjutan dari proses pembuatan kebijaksanaan, pelayanan dan tindakan bagi kepentingan terbaik dari suatu individu atau kelompok agar individu atau kelompok agar individu atau lembaga tersebut memperoleh kepercayaan dan *goodwill*.(kemauan baik) dari

> public, kedua, pembuatan kebijaksanaan, pelayanan dan tindakan untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang menyeluruh. (Elvinaro & Soemirat, 2003:12)

Menurut J.C Scidel, Directur PR, Division of Housing, State New York, mengemukakan bahwa :

> Public relations adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill (kemauan baik) dan pengertian dari pelanggan , pegawai dan public yang luas, kedalam mengadakan analisis dan perbaikan diri asendiri, sedangkan keluar memberikan pernyataan –pernyataan (Elvirano & Soemirat,2003:12).

Menurut Cutlip, Center dan Broom, mengemukakan bahwa :

> Public relations adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Rachmat, 2008 : 5)

Sedangan menurut Cultip dan Center menyebut fungsi *public relations* sebagai berikut :

1. Menujang kegiatan menajemen dan mencapai tujuan organisasi

2. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan.

3. Melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum

4. Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal.(Rachmat, 2008:22)

Fungsi atau peranan adalah harapan publik terhadap apa yang seharusnya dilakukan oleh *public relations* sesuai dengan kedudukannya sebagai seorang *public relations*, jadi *public relations* dikatakan berfungsi apabila dia mampu

melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik

Dalam kenyataan praktik *public relations* diperusahaan, tujuan *public relations* antara lain menciptakan pemahaman publik, membangun citra korporat, membangun opini publik yang favourable serta membentuk *goodwill* dan kerjasama.

Tujuan utama humas adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian, maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan.Dengan adanya kata „saling‟, itu berarti organisasi juga harus memahami setiap kelompok atau individu yang terlibat dengan khalayak atau publik.

Pada *Public Relations* melekat dua aspek yang hakiki yang mutlak harus ada. Kedua aspek tersebut adalah :

a. Sasaran *Public Relations* adalah publik intern (*Internal Public*) dan Public Ekstren (*External Public*)

   Publik intern adalah orang-orang yang bergiat di dalam organisasi, antara lain para karyawan. *Publik ekstern* adalah orang-orang di luar organisasi yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi, misalnya para pejabat kantor Pajak, Kantor Telepon dan lain-lain.

b. Kegiatan *Public Relations* adalah komuniaksi dua arah timbal balik (*Two Way Communication)*

Hal tersebut berarti bahwa dalam rangka penyampaian informasi, baik yang ditujukan kepada publik intern maupun ekstern, harus terjadi arus balik *(Feedback).* Ini berarti bahwa Kepala Sub. Bagian Hubungan Masyarakat (Ka. Sub. Bag. humas) harus mengetahui efek atau akibat penyampaian informasinya itu, apakah ditanggapi publik secara positif atau secara negatif.

Mengingat PT. TELKOM *Learning Center* Bandung telah memiliki citra yang positif sebagai perusahaan telekomunikasi yang menyediakan layanan telekomunikasi terbaik di Indonesia, maka Divisi sekretariat (*purel)* di PT. TELKOM *Learning Center* Bandung dituntut untuk selalu membentuk dan

mempertahakan citra perusahaan sehingga PT. TELKOM *Learning Center* Bandung bisa terus bersaing dengan perusahaan telekomunikasi lainnya. Dan hal-hal yang dilakukan oleh PT. TELKOM *Learning Center* Bandung dalam mempertahankan dan membentuk citra perusahaannya tidak hanya melalui kerjasama dengan media-media lainnya seperti media cetak dan televisi, melakukan kegiatan layanan publik seperti melakukan aksi-aksi sosial, melakukan media identitas yaitu membuat identitas agar TELKOM *Learning Center* Bandung mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat seperti dari logo dan slogan yang menjadi ciri khas "*The World in Your Hands".*

2.5 Analisis Layanan Perusahaan Kepada Mahasiswa PKL

Pada saat penulis memilih untuk melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT. TELKOM *Learning Center* Bandung, penulis diterima dengan baik, ramah dan penuh kehangatan oleh pihak dari PT. TELKOM *Learning Center* Bandung. Penulis ditempatkan langsung dibagian Divisi sekretariat (*purel)* di PT. TELKOM *Learning Center* Bandung. Suasana humoris dan kekeluargaan terjalin karena para karyawan/staff dari PT. TELKOM *Learning Center* Bandung sangat terbuka, sehingga penulis dapat dengan mudah berbaur dan menjalin kerjasama. Ketika awal masuk PKL pihak Divisi sekretariat (*purel)* yang diwakili langsung oleh asisten *general manager* tidak segan menganggap penulis sebagai bagian dari PT. TELKOM *Learning Center* Bandung. Penulis langsung diberikan pengarahan dan penjelasan mengenai program kerja serta langsung dikenalkan kepada karyawan-karyawan lainnya serta lingkungan perusahaan.

Penulis langsung dilibatkan dalam berbagai kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh divisi sekretariat (*purel)* baik itu peliputan kegiatan pelatihan maupun membuat laporan. Sehingga hal tersebut sangat memberikan pengalaman dan wawasan pada dunia kerja khususnya pada bidang kehumasan. Dalam kegiatan-kegiatan tersebut pembimbing tidak segan untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulis mampu mengerjakan tugas dengan baik.

Pihak PT. TELKOM *Learning Center* Bandung tidak pernah membeda-bedakan antara staff dan juga penulis selaku mahasiswa PKL, penulis diperlakukan sama dengan staff lainnya. Peraturan yang dibuat untuk staff harus dipatuhi pula oleh penulis misalnya pada suatu waktu harus menggunakan pakaian dengan rapi, penulis harus mengikuti dan mematuhi peraturan seperti sopan ketika berbicara, hal itu pun berlaku untuk mahasiswa PKL.