BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Aktivitas Praktek Selama Praktek Kerja Lapangan

Aktivitas praktek kerja lapangan terdiri dari dua kegiatan yaitu kegiatan rutin (kegiatan setiap hari) dan kegiatan insidentil (kegiatan yang hanya dilaksanakan pada saat diperlukan atau adanya acara – acara tertentu) yang dilakukan penulis selama melakukan praktek kerja lapangan di bagian Corporate Communication PT. Telkomsel Regional Jawa Barat.

2.1.1 Jadwal Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan

Jadwal kegiatan yang dilakukan penulis selama praktek kerja lapangan di bagian Corporate Comunications PT. Telkomsel Regional Jawa Barat dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Selama PKL Dibagian Corporate Communication Regional Jabar

No	Hari & Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidentil
1	Senin, 12 Agust 2013	Perkenalan setiap karyawan dan perkenalan pekerjaan yang akan di lakukan selama PKL		✓
2	Selasa, 13 Agust 2013	Monitoring media cetak	✓	

3	Rabu, 14 Agust 2013	Monitong media cetak	✓	
4	Kamis, 15 Agust 2013	Monitoring media online	✓	
5	Jum'at 16 Agust 2013	Monitoring media cetak	✓	
6	Senin, 19 Agust 2013	Monitoring media online & cetak	✓	
7	Selasa, 20 Agust 2013	Monitoring media cetak & online	✓	
8	Rabu, 21 Agust 2013	Monitoring media cetak & online	✓	
9	Kamis, 22 Agust 2013	Monitoring media cetak & mengerjakan input data	✓	
10	Jum'at, 23 Agust 2013	Monitoring media cetak & online	✓	
11	Senin, 26 Agust 2013	Monitoring media online & meliput halal bihalal		✓
12	Selasa, 27 Agust 2013	Monitoring media online & menginput data	✓	
13	Rabu, 28 Agust 2013	Monitoring media cetak & online	✓	
14	Kamis, 29 Agust 2013	Monitoring media cetak & online	✓	
15	Jum'at 30 Agust 2013	Monitoring media cetak & online	✓	

16	Senin, 2 Sept 2013	Monitoring media cetak & online, membuat kliping		✓
17	Selasa, 3 Sept2013	Monitoring media cetak	✓	
18	Rabu, 4 Sept 2013	Monitoring media cetak & online, membuat kliping		✓
19	Kamis, 5 Sept 2013	Kliping media cetak		✓
20	Jum'at, 6 Sept 2013	Kliping media online		✓

Sumber: Catatan kegiatan selama PKL di Corporate Communication PT. Telkomsel Jabar 2013

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Seperti yang telah disampaikan sebelumnya bahwa kegiatan analisis media sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk keberlanjutan bisnis perusahaan. Analisis isi media dilakukan untuk mengetahui profile khalayak perusahaan, penentuan kebijakan, program kerja, evaluasi kegiatan, penentuan strategi dalam mengahadapi krisis. Dengan melakukan analisis isi media, perusahaan dapat menjalankan aktivitasnya dengan dasar yang kuat berdasarkan pada hasil analisis situasi dari berbagai pemberitaan media mengenai perusahaan.

Telkomsel sebagai perusahaan nomor satu di Indonesia dalam hal jumlah pelanggan, kini berada dalam suatu iklim persaingan bisnis yang sangat kuat. Bayangkan saja 12 operator telekomunikasi seluler tumbuh di Indonesia. Telkomsel sebagai perusahaan besar yang ingin tetap mempertahankan prestasinya tentu tidak mudah. Semakin berada di atas, semakin tinggi pula

tantangan yang harus dihadapi. Telkomsel harus peka terhadap opini public yang muncul dan sigap dalam mengontrolnya.

Opini publik sangat dipengaruhi oleh apa yang dikabarkan media massa. Kekuatan media massa dalam mempengaruhi pikiran dan sikap masyarakat sangatlah kuat. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus berjalan beriringan bersama media, dan ikut memantau segala hal yang diberitakan media seputar bisnis perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat menetukan kebijakan-kebijakan yang harus dilakukan sesuai dengan trend perkembangan perusahaan.

Kegiatan analisis isi media merupakan salah satu kegiatan dalam Manajemen Komunikasi. Divisi *Corporate Communication* Telkomsel Regional Jabar rutin melakukan kegiatan ini setiap harinya. Analisis isis media dilakukan melalui kegiatan *media monitoring* dan klipping berita yang diangkat oleh media massa baik itu cetak, elektronik maupun *online*. Kegiatan analisis ini mengarah pada riset isi tentang tampak dari pemberitaan. Isi media (cetak, elektronik, dan *online*) yang diteliti adalah berita, foto berita, artikel / opini, surat pembaca, bahkan bila perlu advertorial dan iklan.

Divisi *Corporate Communication* Telkomsel Regional Jabar melakukan *media monitoring* dan klipping berita yang terbit setiap harinya. *Supervisor Corporate Communication* Telkomsel Regional Jabar melakukan kegiatan ini dibantu oleh stafnya. Berita-berita yang harus dikliping dikelompokan menjadi 4 bagian:

1) Telkomsel

2) Kompetitor utama: Indosat dan XL

3) *Other Competitor:* Mobile8/Smartfren, Tri, Flexy, Esia, Axis

4) Industri Telekomunikasi

Surat kabar dan media *online* yang dimonitor oleh Divisi *Corporate Communication* Telkomsel Regional Jabar (Bandung) setiap harinya adalah yang bersifat regional maupun nasional. Berikut ini adalah media-media yang menjadi langganan Telkomsel Regional Bandung untuk dikliping beritanya:

a. Media Cetak :

1. Radar Bandung
2. Tribun Jabar
3. Seputar Indonesia
4. Harian Pelita
5. Inilah Koran
6. Bandung Ekspress
7. Bisnis Indonesia
8. Galamedia
9. Republik
10. Pikiran Rakyat
11. Kompas

b. Media Online :

1. http://www.republika.co.id//
2. http://www.tribunnews.com//
3. http://www.detikinet.com//

4. http://www.viva.co.id//

5. http://klik-galamedia,com//

6. http://www.inilahjabar.com//

7. http://bandungnewsphoto.com//

8. http://tekno.kompas.com//

9. http://arcom.co.id//

Setiap data yang sudah di monitoring dari media cetak dan media online maka proses berikutnya adalah Proses setelah Pengklippingan Kegiatan kliping bukan hanya sekedar mencari berita, menggunting, lalu menempelnya di lembaran HVS. Berita-berita yang sudah terkumpul kemudian diproses lagi melalui tahapan-tahapan berikut:

1) Meng-*input* data berita-berita tersebut setiap bulannya kedalam table yang terdiri atas kolom-kolom sebagian berikut :

- *Date* (tanggal terbit)
- *Spoke Person* (pembicara di berita tersebut / narasumber)
- *Key Message* (topic berita, seperti: *service, loyalty, network, corporate, product, broadband, profile,* dan CSR)
- *News Title* (judul berita)
- *Media Type* (print atau *online*)
- *Tone Message* (positif atau negatif)
- *Resume Message* (ringkasan berita)

2) Lalu, hasil media monitoring tersebut, dimasukan ke dalam website *Corporate Communication* Telkomsel Regional Jawa Barat yang beralamatkan http://corcommtseljbr.com sehingga hasil media monitoring tersebut dapat diakses oleh seluruh pihak internal Telkomsel.

Kegiatan media monitoring dan kliping berita untuk analisis isi media ini menjadi sangat penting karena bagi banyak perusahaan, ukuran keberhasilan kegiatan komunikasi perusahaan diukur dari jumlah pemberitaan yang disiarkan oleh media massa. Hal ini didasarkan pada anggapan bahwa dengan adanya pemberitaan melalui media massa, maka informasi bisa disebarluaskan kepada public. Anggapan ini berlaku luas sehingga dalam Corporate Communication di berbagai perusahaaan, terdapat orang yang bertugas melakukan media monitoring dan kemudian mengklipingnya. Pada akhir bulan dibuat rekap itulasi pemuatan berita organisasi tersebut.

2.3 Tinjauan Pustaka Tentang Humas

Kemajuan- kemajuan dalam masyarakat di berbagai bidang humas, banyak diminati oleh banyak pihak dan sejak sejumlah permasalahan muncul di tanah air, penting sekali adanya tentang konsensus apa itu humas. *Public Relations* menurut Defleur dan Dennish yang dikutip oleh Yosal Iriantara dalam bukunya Manajemen Strategi *Public Relations* yaitu :

"Upaya terencana guna mempengaruhi opini publik melaluli karakter yang baik dan kinerja yang bertanggung jawab, yang didasarkan pada komunikasi 2 arah yang memuaskan kedua belah pihak (Iriantara, 2004 : 43).

Rex Harlow juga menyebutkan *public relat*ion yaitu :

"PR adalah fungsi manejemen yang khas yang mendukung pembinaan dan pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya mengenai komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama melibatkan manejemen dalam permasalahan, membantu manejemen menjadi tahu dan tanggap terhadap opini *public,* menetapkan dan menekankan tanggung jawab manejemen unuk melayani kepentingan publik, mendukung manejemen dalam mengikuti dan memaanfatkan perubahan – perubahan secara efektif, bertindak sebagai *system* peringatan dini dalam membantu mengansipasi kecenderungan dan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama"(Harlow, 1997 : 59).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *Humas* atau *Public Relations* adalah :

1. Mempunyai sasaran dalam mencapai komunikasi yang bersifat 2 arah, saling mengerti dan bekerja sama dengan public dalam mencapai suatu kepuasaan dan keuntungan bersama.

2. Dapat memahami hakekat komunikasi, hakekat manejemen, visi dan misi organisasi atau lembaga dalam menentukan publik dan karakteristik berdasarkan pengetahuan, keahlian dan kreatifitas.
3. Serta suatu aktifitas yang memiliki sifat terencana, berorientasi pada fungsi manajemen organisasi atau lembaga tertentu.

Dalam suatu perusahaan peran PR sangat diperlukan karena merupakan salah satu kunci perusahaan yang tahu bagaimana keadaan manajemen suatu organisasi atau lembaga. Semakin maju dan berkembangnya suatu perusahaan makan aktifitas yang terjadi pun akan semakin komplek, dengan adanya pengendalian yang sangat besar maka pengaruhnya terhadap pimpinan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan perusahaan yang di kelolanya juga semakin besar.

Ruang lingkup aktivitas Humas (PR) meliputi :

1. Membina eksternal adalah publik umum (masyarakat) yang mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran tentang suatu yang baik terhadap publik yang berada diluar PT. Telkomsel.
2. Mampu mengidentifikasikan hal-hal yang menimbulkan gambaran positif maupun negatif dalam masyarakat sebagai kebijaksanaan yang dijalankan oleh suatu perusahaan maupun organisasi.
3. Membina hubungan ke dalam (Publik Internal) yang merupakan bagian dari unit, badan, perusahaan atau organisasi.

2.4 Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Kita kuliah di berbagai ilmu sebelum kita praktek langsung di lapangan kerja. Akan tetapi pada prakteknya teori –teori yang diajarkan di kuliah tidak di terpakan dalam praktek dilapanganya karena tidak sesuai dengan tugas yang ada. Dalam setiap dunia praktek dan kerja biasanya tidak terlalu banyak menggunakan teori yang ada selama di bangku kuliah. Akan tetapi selalu dari pengalaman pribadi masing – masing. Seperti yang dikatakan Rudolf F. Verderber mengemukakan bahwa komunikasi mempunyai 2 fungsi yaitu :

1. Fungsi sosial, yakni untuk tujuan kesenanganm untuk menunjukkan ikatan dengan orang lain, membangun dan memelihara hubungan.
2. Fungsi pengambilan keputusan, yakni memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada saat tertentu, seperti: apa yang kita makan pagi hari.

Penulis berkesempatan kerja praktek di Telkomsel di Divisi Corporate Communication dan penulis berkesempatan menganalisis komunikasi massa ,komunikasi organisasi ,komunikasi dan Media Relation. Komunikasi Massa di divisi ini terjadi karna adanya media cetak dan media online dalam setiap memonitoring. Komunikasi Organisasi ketika penulis melakukan sharing dan diskusi mengenai komuniksai karyawan dan anak PKL lainnya. Media Relation ,dengan membuat setiap monitoring yang dilakukan dengan membuat dalam 1 berita.

Selama penulis melaksanakan PKL, penulis melakukan aktivitas kerja yang sesuai dan berkaitan erat dengan komunikasi sebagai latar belakang pendidikan penulis, walaupun tak semuanya berhubungan dengan kegiatan kehumasan. Aktivitas yang dilakukan sangat beragam, tentunya menambah wawasan penulis, memperbanyak kolega dalam pekerjaan dan mempertajam skill penulis yang harus bersiap untuk menghadapi dunia kerja yang sebenarnya. Selama PKL di Divisi Corporate Communication penulis diajarkan untuk membuat Kliping Berita, dilatih cara cepat monitoring media cetak & media online ,meliput acara yang baik di setiap event Telkomsel membaca ,diajarkan untuk berdiskusi sesuai dengan komunikasi organisasi, membuat berita, mengikuti acara press briefing, diajarkan untuk proaktif memberikan tanggapan dan solusi, diajarkan public speaking, diajarkan bagaimana mendokumentasikan acara dengan baik, hal ini sudah sesuaidengan apa yang penulis pelajari dalam perkuliahan dan akan sangat berguna bagi penulis nanti dalam dunia kerja yang sebenarnya.

Tugas-tugas yang diberikan oleh pembimbing PKL sangat bervariasi baik yang berhubungan langsung dengan humas maupun tidak. Contohnya adalah membuat berita dimana seorang humas harus mampu membuat berita baik press release ataupun berita. Hal ini sangat penting buat seorang humas menulis berita apabila terjadi pemberitaan buruk tentang perusahaannya seorang humas bisa mengklarifikasi lewat press release dan nantinya akan diposting di web maupun dan diberi langsung kepada teman-teman media. Public dalam relations dapat dibedakan yaitu: Publik Internaldan Publik Eksternal. Internal public yaitu public yang berada di dalam organisasi / perusahaan seperti supervisor, karyawan

pelaksana, pemegang saham dan direksi perusahaaan. Eksternal publik secara organic tidak berkaitan langsung dengan perusahaan seperti pers, pemerintah, pendidik/dosen, pelanggan, komunitas dan pemasok. Maka dari itu seorang humas harus bias membuat press release agar komunikasi yang terjadi antara publik internal dan publik eksternal berjalan baik. kegiatan pemanduan dimana komunikasi yang dilakukan tidak selalu sama untuk orang yang satu dengan yang lainnya. Penulis harus memilah dan memilih komunikasi yang dilakukan kepada orang yang lebih tua dari penulis, orang yang lebih muda dari penulis dan orang yang sama usianya dengan penulis.

Penulis lalu diajarkan bagaimana cara berdiskusi yang sopan sesuai dengan komunikasi organisasi. Diskusi sangat diperlukan dalam dunia kerja nyata karena sangat tidak mungkin seseorang bekerja sendiri tanpa membutuhkan orang lain. Dalam hal ini diskusi sangat diperlukan agar komunikasi berjalan efektif. Penulis diajarkan bagaimana caranya menyanggah, memberikan solusi dan mengeluarkan pendapat serta mendengarkan pendapat orang lain dengan baik. Selain itu tidak lupa penulis pun sharring dengan pembimbing PKL dan teman-teman PKL mengenai aplikasi ilmu komunikasi dan kehumasan di dunia pekerjaan. Ternyata melalui komunikasi masalah bisa terselesaikan dan dengan komunikasi pula masalah bisa muncul. Komunikasi bersifat irreversible yang artinya tidak bisa diulang, ditarik ataupun diubah. Maka dari itu komunikasi harus dilakukan secara baik dan efektif agar tidak merugikan diri sendiri dan orang lain. Akan lebih baik jika komunikasi yang dilakukan bersifat dua arah sehingga bisa menghasilkan feedback yang baik. Apabila komunikasi yang dilakukan hanya satu arah tanpa

adanya feedback maka akan muncul persepsi yang berbeda di komunikan. Melalui PKL ini maka penulis menjadi proaktif akan sesuatu. Penulis menjadi proaktif memberikan saran dan pendapat akan suatu pandangan. Penulis merasa masih perlu belajar lagi dalam dunia kerja maka dari itu akan lebih baik jika penulis bersikap proaktif kepada pembimbing PKL . Proaktif dalam bertanya yang penulis tidak tahu agar menjadi tahu tentunya akan semakin memperluas referensi pengetahuan bagi penulis.

2.5 Analisis Mahasiswa terhadap Kegiatan PKL

Pada saat penulis memilih untuk melakukan PKL di Telkomsel Regional Jabar Bandung, penulis diterima dengan sangat baik oleh pihak dari bidang Corporate Communication itu sendiri. Setelah penulis diterima PKL di Telkomsel Regional Jabar penulis diberi tugas yang tentunya dibimbing terlebih dahulu agar tugas yang dikerjakan tidak terdapat kesalahan didalamnya.

Ada banyak kegiatan internal dan eksternal yang dilakukan oleh Corporate Communication Telkomsel Regional Jabar, tetapi kegiatan internal yang penulis lakukan selama di Perusahaan sebagain besar hanya monitoring media online dan media cetak, membuat kliping. Pada saat tertentu juga mengadakan kegiatan seperti mungundang beberapa media cetak untuk meliput kegiatan Telkomsel di Daerah Jabar, mengurus acara halal bihalal dengan semua staf dan karyawan Telkomsel. Dari beberapa hal tersebut menunjukkan bahawa kerja seorang corporate communication di lakukan dengan sangat baik. Selama PKL di tempat ini penulis sangat diterima dengan baik tidak hanya oleh para pegawai dan karyawan nya, sehingga penulis selama melakukan aktivitas dalam PKL merasa

sangat nyaman dan tidak merasa dibedakan dengan pegawai yang bekerja di dalamnya.

2.6 Analisis Pelayanan Corporate Communications

Penulis memilih untuk melakukan PKL di PT. Telkomsel Regional Jabar Bandung. Penulis diberi tugas untuk melakukan kegiatan eksternal dan internal yang dilakukan oleh divisi corporate communication, tetapi kegiatan Internal sebagian besar hanya membuat kliping dan menginput data. Pada saat tertentu mengadakan acara halal bihalal dengan semua staff dan karyawan PT. Telkomsel Regional Jabar. Dari beberapa hal terebut penulis melakukan kegiatan ini dengan sangat baik dan selama melakukan aktifitas dalam PKL merasa sangat nyaman dan tidak merasa dibedakan dengan pegawai yang bekerja di dalamnya.