BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Pelaksanaan PKL (Praktek Kerja Lapangan)

Kegiatan PKL (Praktek Kerja Lapangan) penulis lakukan di *Division Communication* PT. Telkom Divre III Jawa Barat selama 22 hari atau sesuai dengan kebutuhan mahasiswa, terhitung mulai tanggal 20 Agustus 2013 hingga 10 September 2013. Dengan perincian hari dan waktu sebagai berikut :

Tabel 2.1

Hari dan Waktu Pelaksanaan PKL

Hari	Waktu
Senin – Jum'at	Pukul 08.00 WIB – 17.00 WIB
Sabtu - Minggu	LIBUR

Untuk lebih rinci penulis menyajikan aktivitas kerja PKL di PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk berupa table yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 2.2

Rincian Kegiatan Selama Pelaksanaan PKL

No	HARI/TANGGAL	AKTIVITAS	JENIS	
			RUTIN	INSIDENTIL
1	Selasa 20 Agustus 2013	• Pengenalan • Pengarahan Dari Manager R mengenai Job Desk • Membuat CV • Monitoring Surat Kabar • Membuat 20 Point Apa Yang Ingin Di Ketahui Dari PT. Telkom Jawa Barat.	✓	✓ ✓ ✓ ✓

No	HARI/TANGGAL	AKTIVITAS	JENIS	
			RUTIN	INSIDENTIL
2	Rabu 21 Agustus 2013	• Monitoring Surat Kabar • Merancang Proposal Event Produk Telkom	✓	✓
3	Kamis 22 Agustus 2013	• Monitoring Surat Kabar • Melanjutkan Pembuatan Proposal Event Produk Telkom • Rapat	✓	✓ ✓
4	Jum'at 23 Agustus 2013	Monitoring Surat Kabar	✓	
5	Sabtu 24 Agustus 2013	Libur		
6	Minggu 25 Agustus 2013	Libur		
7	Senin 26 Agustus 2013	Monitoring Surat Kabar	✓	
8	Selasa 27 Agustus 2013	• Mengikuti event Motoris Internet masuk Desa Di Sumedang. • Menghadiri Pertemuan BLC • Membuat Press release		✓ ✓ ✓
9	Rabu 28 Agustus 2013	• Monitoring Surat Kabar • Membuat Berita event • Motoris Internet masuk Desa Di Sumedang dan acara BLC.	✓	✓ ✓
10	Kamis 29 Agustus 2013	• Monitoring Surat Kabar • Melanjutkan proposal Event • Produk Telkom • Editing Recording	✓	✓ ✓ ✓
11	Jum'at 30 Agustus 2013	Monitoring Surat Kabar	✓	
12	Sabtu 31 agustus 2013	Libur		
13	Minggu 1 September 2013	Libur		

No	HARI/TANGGAL	AKTIVITAS	JENIS	
			RUTIN	INSIDENTIL
14	Senin 2 September 2013	Monitoring Surat Kabar	✓	
15	Selasa 3 September 2013	Monitoring Surat Kabar	✓	
16	Rabu 4 September 2013	• Monitoring Surat Kabar • Menghadiri Event hari Pelanggan • Membuat Berita Event Tersebut • Recording Video	✓	✓ ✓ ✓
17	Kamis 5 September 2013	Monitoring Surat Kabar	✓	
18	Jum'at 6 September 2013	Monitoring Surat Kabar	✓	
19	Sabtu 7 September 2013	Libur		
20	Minggu 8 September 2013	Libur		
21	Senin 9 September 2013	Monitoring Surat Kabar	✓	
22	Selasa 10 September	• Monitoring Surat Kabar • Rapat Sk Mutasi dan Promosi • Membuat Berita Acara Tersebut	✓	✓ ✓

Sumber : *Arsip Penulis, Agustus 2013*

Pada bagian ini, penulis akan menggambarkan mengenai kegiatan-kegitan selama PKL berlangsung baik terdeskripsi berdasarkan bagian-bagian dalam Departemen Komunikasi Perusahaan maupun terdeskripsi pada setiap detil jenis kegiatannya. Aktivitas kerja yaitu aktivitas kerja yang bersifat rutin dan incidental.Aktivitas yang bersifat rutin merupakan aktivitas kerja yang dilakukan secara berkesinambungan dan selalu dilakukan dengan skala waktu tertentu dilakukan setiap hari ataupun setiap minggu oleh penulis, seperti monitoring surat kabar yang berhubungan dengan PT. Telkom khususnya Divre III Jawa Barat.

Sementara aktivitas kerja yang bersifat insidentil merupakan aktivitas kerja yang dilakukan hanya pada saat tertentu atau dikerjakan sewaktu-waktu oleh Penulis, seperti mengikuti kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh PT. Telkom, menulis *Press Release*, mengikuti acara *event* hari pelanggan, menulis laporan liputan acara dll.

2.2 Deskripsi Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan di Unit Public Relations

2.2.1 Kegiatan Rutin

Aktivitas yang bersifat rutin merupakan aktivitas kerja yang dilakukan secara berkesinambungan dan selalu dilakukan dengan skala waktu tertentu.

a. Monitoring Surat kabar (Kliping)

Mentoring surat kabar di Telkom adalah proses mengawasi informasi informasi atau berita – berita (tulisan atau gambar) yang ada kaitannya 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 *Division Communication* atau *Public Relations* pada Telkom yang dilakukan rutin oleh peserta PKL setiap paginya. Kegiatan ini dilakukan setiap hari selama menjalani PKL.

Pelaksanaan pembuatan pembuatan kliping berita dilakukan dengan cara mengumpulkan/menyeleksi seluruh berita yang

berhubungan dengan Telkom/afiliasi/ anak perusahaan Telkom lainnya sebagai competitor dimedia yang ada pada hari itu, baik itu media cetak nasional maupun daerah. Media cetak tersebut antara lain:

- Bisnis Indonesia
- Kompas
- Koran Tempo
- Pikiran Rakyat
- Republika
- Seputar Indonesia
- Radar Bandung
- Galamedia
- Inilah Koran
- Tribun Jabar
- Bandung Ekspress

Format pembuatannya adalah sebagai berikut, mahasiswa PKL mengumpulkan dan menyeleksi seluruh berita, menggunting berita tersebut dengan rapi, setelah menggunting dan mengumpulkan berita kemudian menempelkannya pada *form* yang telah tersedia, pada bagian berita yang sudah digunting dicantumkan nama Koran/ media, hari dan tanggal serta halaman berita yang bersangkutan dan dianalisis.

Analisis disini seperti yang pertama ada topik, apakah isi berita termasuk kedalam pelayanan, teknologi, bisnis, tarif, lingkungan,

umum dan promosi. Kedua ukuran kliping (ukuran asli dari koran), XL (*extra large*), L (*large*), M (*medium*) dan S (*small*). Ketiga ada bagian nama narasumber, disini akan diisi dengan nama dari narasumber berita, kalau ada. Yang keempat adalah nama atau inisial penulis atau reporter. Yang terakhir yaitu bentuk tulisan, dengan pilihannya yaitu ada berita, artikel, essay, iklan, foto berita, surat pembaca dan advertorial.

Setelah selesai kemudian berita tersebut dipilah termasuk kategori Divisi Regional III, *competitor*, Telkom Group ataukah termasuk wacana internasional. Lalu, hasil klipingan tersebut di *scanning* untuk di *crop* agar kliping berita tidak terlalu besar untuk di edit. kemudian dimasukan ke dalam folder yang telah diberi nama sesuai dengan kategorinya. Kemudian diserahkan kepada *Officer Division Communication* untuk diperiksa dan ditandatangani. Jika sudah tidak ada kesalahan kemudian kliping tersebut dapat dimuat di *intranet* Divre III yang disebut *Portal* Divre III.

Kegiatan mengkliping berita pada surat kabar tetap dilakukan walaupun itu pada hari libur kerja seperti hari sabtu dan minggu. Setiap harinya kliping diusahakan untuk selesai sebelum jam 11.00 WIB, jika yang harus dikliping terlalu banyak maka diutamakan untuk selesai tepat waktu adalah kliping hari tersebut.

Gambar 2.1

Contoh kliping harian dari Tribun Jabar



Published by News & Information Management, Corpo **Reg 3 Jawa Barat**

Media : Tribun Jabar
Tanggal : 2 Agustus 2013
Hal : 23

Reporter :
Bentuk Tulisan : **Berita**

Solbridge Kunjungi Institut Manajemen Telkom

DALAM rangka meningkatkan kualitas pendidikan dan menuju world class university, Institut Manajemen Telkom (IMT) melakukan kerja sama dengan universitas bertaraf internasional yaitu Solbridge Internasional School of Business, yang melakukan kunjungan ke kampus Institut Manajemen Telkom, Senin (29/7).

Bertempat di kawasan IMT Gegerkalong, delegasi Solbridge Internasional School of Business diwakili oleh Prof Younghack Song PhD, Ony Avrianto Jamhari MSi, dan beberapa perwakilan mahasiswa. Kegiatan ini juga dihadiri Rektor IMR, Dr Husni Amani Ir MM MSC, jajaran Wakil Rektor, dan jajaran Dekan yang berada di IMT.

"Kunjungan delegasi ini merupakan rangkaian kegiatan lanjutan setelah penandatanganan MoU mengenai dual degree program S1 antara Sekolah Manajemen Telekomunikasi dan Media (SMTM), IM Telkom, dan Solbridge Internasional School of Business, Woosong University," kata Husni.

MoU antara SMTM, IM Telkom, dan Solbridge Internasional School of Business, Woosong University sendiri sudah dilaksanakan pada 2 Juli lalu dan ditandatangani langsung oleh Rektor IM Telkom dan Presiden Woongsong University Jhon P Endicott PhD.

Pada kegiatan kunjungan tersebut, perwakilan delegasi Solbridge Internasional School of Business mengunjungi Telkom RDC Research and Development Center. Telkom RDC merupakan unis bisnis pendukung PT Telekomunikasi Indonesia. **(tif)**

Sumber : *Division Communcation* PT. Telkom Divre III Jawa Barat

Gambar 2.2

Contoh kliping harian dari Inilah Koran



Published by News & Information Management, Corpo **Reg 3 Jawa Barat**

Media : Inilah koran
Tanggal : 24 Agustus 2013
Hal : B. 3

Reporter :
Bentuk Tulisan : **Berita** Foto

Ashari Jabat Rektor Telkom University

ISTIMEWA

INILAH, Bandung - Guru Besar Institut Teknologi Surabaya (ITS) Prof Mochamad Ashari akhirnya terpilih menjadi Rektor Telkom University yang pertama. Hal ini setelah pihak universitas melakukan penjaringan beberapa bulan ke belakang.

"Beliau telah dinyatakan resmi menjadi Rektor Telkom University pada Rabu (21/8), dengan ditandai keluarnya surat keputusan (SK) pengangkatan rektor," katanya Ketua TIM Akselerasi Implementasi dan Transformasi Telkom University Jangkung Raharjo, saat ditemui di Jalan Telekomunikasi, Dayeuhkolot Kabupaten Bandung, Jumat (23/8).

Dia menuturkan, terpilihnya Ashari sebagai rektor tidaklah mudah. Dirinya harus melewati belasan calon rektor, yang akhirnya menyisihkan tiga kandidat untuk dipilih satu menjadi pucuk pimpinan Telkom University.

"Tiga kandidat yang waktu itu bersaing, di antaranya Mochamad Ashari (Guru Besar ITS), Riri Fitri Sari (Guru Besar Universitas Indonesia), dan Chan Basaruddin (Guru Besar Universitas Indonesia)," ucapnya.

REKTOR: Telkom University kini memiliki rektor pertamanya yaitu Prof Mochamad Ashari.

Dalam presentasi Ashari waktu itu, Guru Besar ITS itu bertekat mewujudkan kebersamaan, unggul, dan reputasi internasional. Menurutnya tiga kata kunci tersebut dapat membangun Telkom University.

"Kebersamaan merupakan hal utama dalam penguatan internal dan kebersamaan antar-*civitas academica*. Unggul melalui fungsi Tri Dharma-nya akan dapat berkontribusi pada bangsa dan lingkungan. Dengan memiliki reputasi internasional akan meningkatkan jejaring dan reputasi internasional," paparnya.

Dia menambahkan, Ashari juga mempunyai filosofi pendidikan untuk memberi kontribusi sebesar-besarnya kepada negara. Kontribusi akan menjadi kekuatan pagi universitas dan otomatis akan diakui secara internasional.

Demi menjadi *world cla university*, kata dia, menir kan Ashari, harus ditunja dengan profesionalisme ak demik yang baik. "Dan Ashi mengaku akan mengedepa kan pengabdian kepada m syarakat dan kalangan i dustri, untuk menunja kualitas pendidikan. Sela itu, dirinya yakin Telkc University akan tembus p ringkat dunia," tandasnya.

(riza pahlevi/so

Sumber : *Division Communcation* PT. Telkom Divre III Jawa Barat

Gambar 2.3

Contoh kliping harian dari Galamedia



Published by News & Information Management, Corpo **Reg 3 Jawa Barat**

Media : Galamedia
Tanggal : 23 Agustus 2013
Hal : 2

Reporter :
Bentuk Tulisan : **Berita**

Terpilih Jadi Rektor Telkom University

Prof. Ashari Bertekad Cetak Mahakarya

BLK. FACTORY, (GM).-
Prof. Ir. Mochamad Ashari, M.Eng., Ph.D. terpilih menjadi Rektor Telkom University periode 2013-2017. Terpilihnya Ashari sebagai rektor, sekaligus menjadi salah satu langkah bergabungnya empat perguruan tinggi di bawah Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) menjadi universitas.

Menurut Ketua Yayasan Pendidikan Telkom (YPT), Johni Girsang, M.Sc., keputusan tersebut ditetapkan pengurus YPT, sebagai induk universitas tersebut setelah mendapat izin Dewan Pembina pada Selasa (20/8) lalu.

Sebelumnya, Telkom University sudah resmi menjadi universitas setelah memperoleh Surat Keputusan Mendikbud No. 230/E/0/2013 pada 17 Juli 2013 lalu tentang Telkom University dan No. 309/E/0/2013 tanggal 14 Agustus 2013.

Keluarnya surat keputusan tersebut membuat empat perguruan tinggi di bawah YPT, yaitu Institut Teknologi Telkom, Institut Manajemen Telkom, Politeknik Telkom, dan STISI Telkom, segera melebur menjadi satu universitas.

"Kami berharap dengan adanya SK dan terpilihnya rektor, Telkom University bisa semakin bermanfaat bagi bangsa dengan penyediaan sumber daya *economic knowledge base* seperti digariskan pemerintah dalam MP3EI," katanya.

Sementara itu, Rektor Telkom University Prof. Ir. Mochamad Ashari bertekad, menciptakan mahakarya pendidikan bagi Indonesia. Seperti halnya PT Telkom yang saat ini memiliki sejumlah *masterpiece* di dalam dan luar negeri.

"Ada banyak parameter soal mahakarya Telkom University. Yang paling sederhana meningkatkan angka partisipasi kasar pendidikan di Indonesia dan paling utama tentu saja menjadi *world class university* pada tahun 2017," katanya.

Menurut Ashari, Telkom University memiliki banyak keunggulan. Selain memiliki lembaga pendidikan yang telah berdiri lebih dari 20 tahun, kampus ini juga memiliki lahan 49 hektare dengan eksisting 17.000 mahasiswa dan 1.000 dosen.

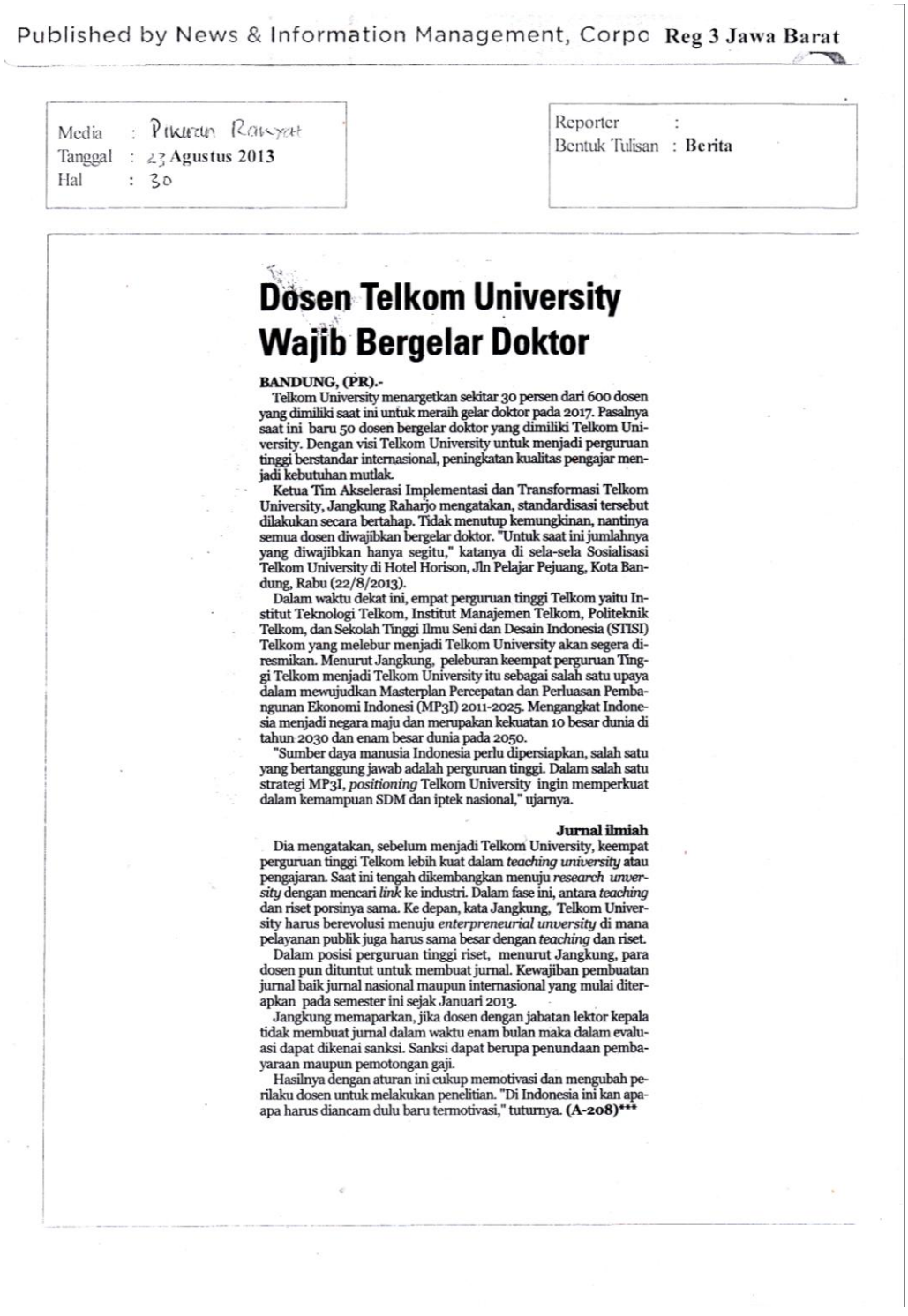
Di sisi lain, yang paling membedakan dengan kampus sejenis adalah korelasi erat dengan industri teknologi informasi, dalam hal ini PT Telkom. Karenanya, proses *link and match* ke industri akan tercipta dengan erat.

"Kami siap memasok konten maupun aplikasi yang dibutuhkan dari konsep TIMES (Telecomunication, Information, Media, Edutaiment, dan Services) milik PT Telkom. Sinergi kampus ini akan menciptakan percepatan dan kesetaraan ilmu yang dibutuhkan oleh masyarakat dan industri," tutur Ashari. **(B.98)****

Sumber : *Division Communcation* PT. Telkom Divre III Jawa Barat

Gambar 2.4

Contoh kliping harian dari Pikiran Rakyat



Published by News & Information Management, Corpo **Reg 3 Jawa Barat**

Media : Pikiran Rakyat
Tanggal : 23 Agustus 2013
Hal : 30

Reporter :
Bentuk Tulisan : **Berita**

Dosen Telkom University Wajib Bergelar Doktor

BANDUNG, (PR).-

Telkom University menargetkan sekitar 30 persen dari 600 dosen yang dimiliki saat ini untuk meraih gelar doktor pada 2017. Pasalnya saat ini baru 50 dosen bergelar doktor yang dimiliki Telkom University. Dengan visi Telkom University untuk menjadi perguruan tinggi berstandar internasional, peningkatan kualitas pengajar menjadi kebutuhan mutlak.

Ketua Tim Akselerasi Implementasi dan Transformasi Telkom University, Jangkung Raharjo mengatakan, standardisasi tersebut dilakukan secara bertahap. Tidak menutup kemungkinan, nantinya semua dosen diwajibkan bergelar doktor. "Untuk saat ini jumlahnya yang diwajibkan hanya segitu," katanya di sela-sela Sosialisasi Telkom University di Hotel Horison, Jln Pelajar Pejuang, Kota Bandung, Rabu (22/8/2013).

Dalam waktu dekat ini, empat perguruan tinggi Telkom yaitu Institut Teknologi Telkom, Institut Manajemen Telkom, Politeknik Telkom, dan Sekolah Tinggi Ilmu Seni dan Desain Indonesia (STISI) Telkom yang melebur menjadi Telkom University akan segera diresmikan. Menurut Jangkung, peleburan keempat perguruan Tinggi Telkom menjadi Telkom University itu sebagai salah satu upaya dalam mewujudkan Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesi (MP3I) 2011-2025. Mengangkat Indonesia menjadi negara maju dan merupakan kekuatan 10 besar dunia di tahun 2030 dan enam besar dunia pada 2050.

"Sumber daya manusia Indonesia perlu dipersiapkan, salah satu yang bertanggung jawab adalah perguruan tinggi. Dalam salah satu strategi MP3I, *positioning* Telkom University ingin memperkuat dalam kemampuan SDM dan iptek nasional," ujarnya.

Jurnal ilmiah

Dia mengatakan, sebelum menjadi Telkom University, keempat perguruan tinggi Telkom lebih kuat dalam *teaching university* atau pengajaran. Saat ini tengah dikembangkan menuju *research university* dengan mencari *link* ke industri. Dalam fase ini, antara *teaching* dan riset porsinya sama. Ke depan, kata Jangkung, Telkom University harus berevolusi menuju *enterpreneurial university* di mana pelayanan publik juga harus sama besar dengan *teaching* dan riset.

Dalam posisi perguruan tinggi riset, menurut Jangkung, para dosen pun dituntut untuk membuat jurnal. Kewajiban pembuatan jurnal baik jurnal nasional maupun internasional yang mulai diterapkan pada semester ini sejak Januari 2013.

Jangkung memaparkan, jika dosen dengan jabatan lektor kepala tidak membuat jurnal dalam waktu enam bulan maka dalam evaluasi dapat dikenai sanksi. Sanksi dapat berupa penundaan pembayaraan maupun pemotongan gaji.

Hasilnya dengan aturan ini cukup memotivasi dan mengubah perilaku dosen untuk melakukan penelitian. "Di Indonesia ini kan apa-apa harus diancam dulu baru termotivasi," tuturnya. **(A-208)*****

Sumber : *Division Communcation* PT. Telkom Divre III Jawa Barat

Gambar 2.5

Contoh kliping harian dari Bandung Ekspres



Published by News & Information Management, Corpo **Reg 3 Jawa Barat**

Media : Bandung Ekspres
Tanggal : 23 Agustus 2013
Hal : 4

Reporter :
Bentuk Tulisan : **Berita**

PENDIDIKAN

2017, TU Targetkan Semua Dosen Bergelar Doktor

JL PELAJAR PEJUANG 45 - Telkom University (TU) menargetkan sebanyak 30 persen dosennya harus sudah menyandang gelar doktor pada empat tahun mendatang. Saat ini, Telkom University memiliki 600 tenaga pengajar. Itu artinya sebanyak 180 dosen ditargetkan bergelar doktor 2017 nanti.

"Saat ini dosen yang sudah menyandang gelar doktor ada 50an dosen. Jadi masih kurang 130 untuk bisa memenuhi target," tutur Jangkung Raharjo, Ketua Tim Akselarasi, Implementasi, dan Transformasi Telkom University, saat ditemui di sela kegiatan sosialisasi Telkom University di Hotel Horison, kemarin (22/8).

Selain menargetkan 30 persen dosennya sudah bergelar doktor pada 2017, Telkom University juga mewajibkan para dosennya untuk membuat jurnal. "Kewajiban dosen itu kan antara lain melakukan penelitian. Itu yang membedakan dosen dari guru. Jurnal menjadi hasil dari penelitian," jelas dia.

Para dosen yang tidak memenuhi kewajiban tersebut akan dikenakan sanksi. Sanksi yang diterapkan berupa penundaan atau pemotongan gaji dosen yang bersangkutan. "Dengan begitu para dosen jadi termotivasi untuk melakukan penelitian dan membuat jurnal. Behavior para dosen pun mulai berubah dan lebih *care* terhadap penelitian," papar Jangkung.

Program ini juga, ujar Jangkung, bertujuan agar pada 2017 nanti Rektor Telkom University bisa diambil dari internal kampus. "Kami mensyaratkan rektor harus setidaknya bergelar doktor dan diutamakan juga profesor," ungkap Jangkung.

Sebelumnya, untuk memilih rektor pertama, Telkom University mengadakan seleksi terbuka. Menurut Jangkung ada belasan profesor yang ikut dalam seleksi tersebut. "Dari belasan pendaftar tersebut, diambil tiga teratas dalam seleksi administrasi," tutur dia.

Dari tiga kandidat tersebut, terpilihlah Prof M Azhari dari Institut Teknologi 10 November Surabaya (ITS). Sebelumnya, ia bersaing ketat dengan Prof Chan Basarudin dari Universitas Indonesia (UI) dan Prof Riri Fitri Sari yang juga berasal dari UI.

"Pemilihan tersebut dilakukan oleh dewan pembina Yayasan Pendidikan Telkom yang terdiri dari direksi Telkom. Mereka kemudian memilih Prof M Azhari. SK-nya keluar kemarin," ujar Jangkung. **(mg14)**

Sumber : *Division Communcation* PT. Telkom Divre III Jawa Barat

2.2.2 Kegiatan Insidentil

Aktivitas kerja yang bersifat insidentil merupakan aktivitas kerja yang dilakukan hanya pada saat tertentu dilakukan.

a. Pengenalan dan pengarahan

Hal yang pertama kali dilakukan oleh penulis saat akan melakukan Praktek Kerja Lapangan adalah memperkenalkan diri kepada staff pimpinan yang ada di tempat penulis akan melakukan Praktek Kerja Lapangan bahwa penulis adalah mahasiswa dari Universitas Komputer Indonesia yang ingin melakukan Praktek Kerja Lapangan di Unit *Communication* PT. Telkom Divre III Jawa Barat.

Setelah perkenalan diri penulis kemudian giliran staff pimpinan yang sekaligus sebagai pembimbing Praktek Kerja Lapangan mahasiswa dari Unit *Communication* PT. Telkom Divre III Jawa Barat memperkenalkan diri.

Kemudian penulis mendapat pengarahan dari *Operational manager Communication Regional III,* Asep Tatang. Pengarahan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara nyata kepada mahasiswa dan memberi informasi - informasi serta *Job Deskription* kepada peserta yang akan melakukan praktek kerja lapangan di unit *communication.*

Setelah itu pembimbing juga memperkenalkan kondisi lokasi dimana penulis akan melakukan tugasnya dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan. Dan juga pembimbing menjelaskan tentang

peraturan-peraturan yang berlaku di tempat dimana penulis akan melakukan Praktek Kerja Lapangan. Peraturan - peraturan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Jadwal kerja mulai dari hari Senin hingga hari Jumat. Hari Sabtu dan hari Minggu libur kecuali ada kegiatan yang mengharuskan untuk bekerja (lembur).
2. Jam kerja terhitung dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Jam istirahat dari pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB.
3. Diharapkan selama berada lingkungan Unit *Communication* PT. Telkom Divre III Jawa Barat selama pelaksanaan PKL di PT. Telkom Divre III Jabar para staff pimpinan, karyawan, dan mahasiswa Praktek Kerja Lapangan berpakaian sopan dan rapi.
4. Jika ada karyawan atau mahasiswa Praktek Kerja Lapangan yang ingin izin bekerja maka diharapkan memberikan keterangan kepada pimpinan dan pembimbing terlebih dahulu. Kemudian setelah perkenalan diatas selesai maka pembimbing memberikan tugas kepada mahasiswa untuk dikerjakan namun sebelumnya pembimbing menjelaskan terlebih dahulu tugas yang diberikan dan memberikan contoh dalam pengerjaanya hingga mahasiswa mengerti pengerjaan tugas yang diberikan untuk dikerjakan tersebut.

Berikut foto penulis dan anggota PKL lain setelah melakukan kegiatan pengarahan bersama pembimbing dan *Operational Manager* Telkom DriveIII.

Gambar 2.6

Penulis beserta pembimbing setelah melakukan pengarahan



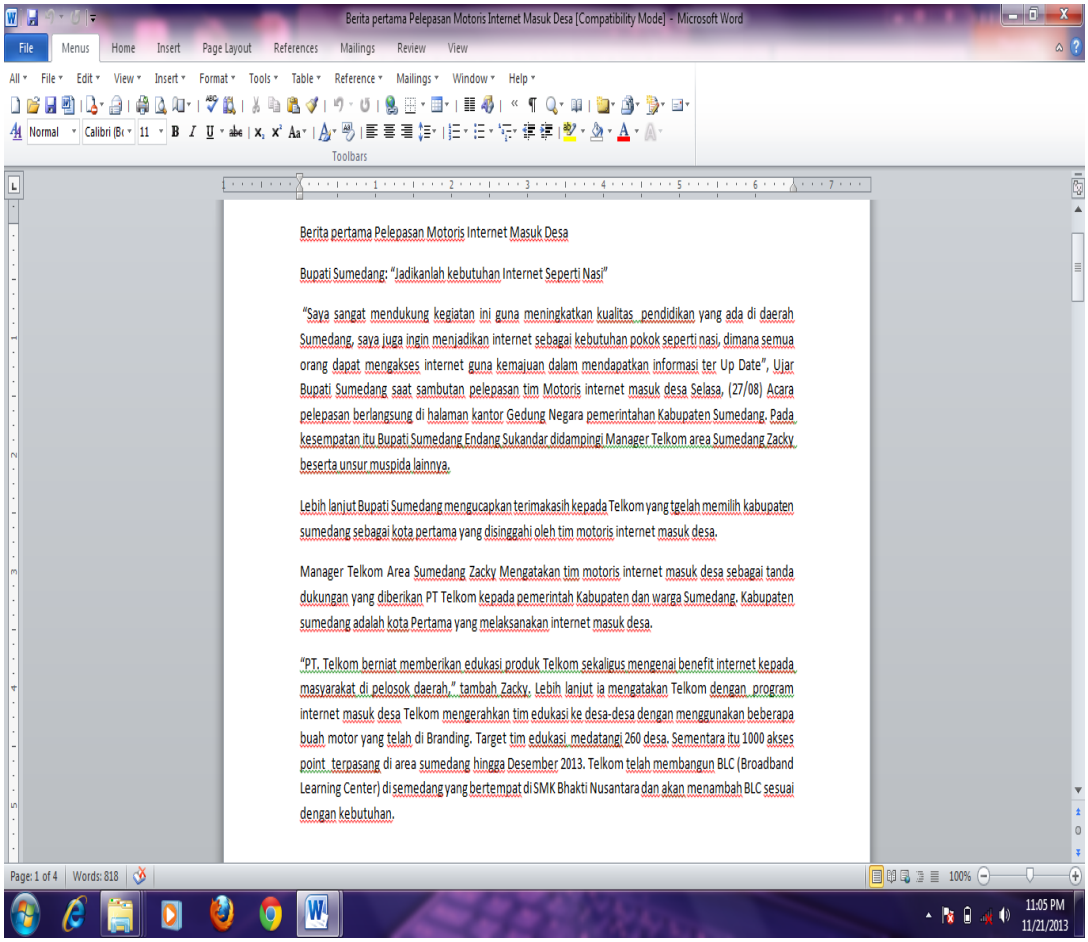
Sumber : Arsip Penulis, Agustus 2013

b. Konsep Berita

Dalam konsep ini dimana peserta PKL mampu membuat sebuah berita atau Artikel dari hasil peliputan acara, selain itu peserta PKL dianjurkan mampu membuat konsep pidato yang nantinya akan dibacakan oleh pemimpin unit *Public Relations* mengenai suatu hal.

Gambar 2.7

Contoh konsep berita yang dibuat penulis



Sumber : Arsip penulis, Agustus 2013

Gambar 2.8

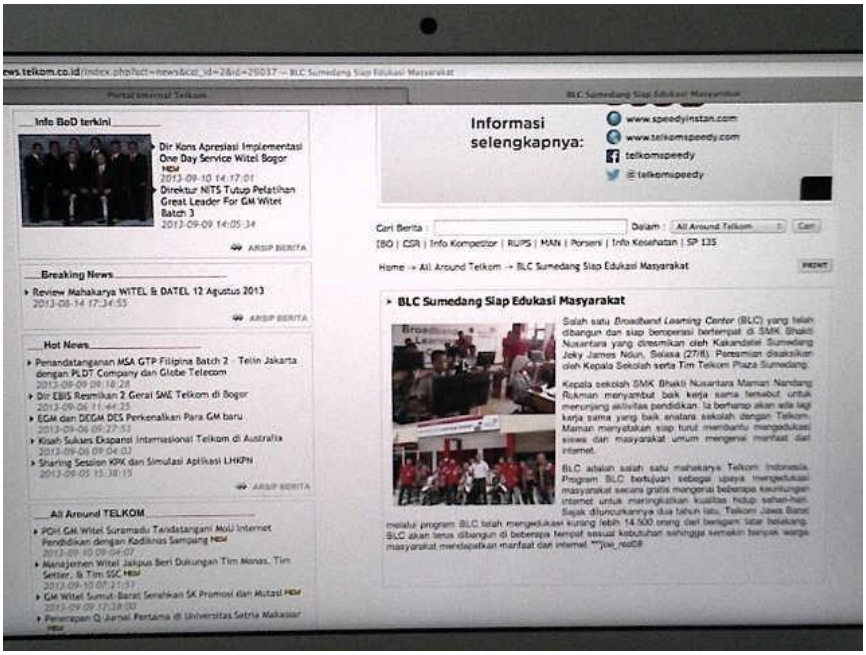
Contoh berita berita yang sudah masuk di Portal Telkom



Sumber : Arsip penulis, Agustus 2013

Gambar 2.9

Contoh berita berita yang sudah masuk di Portal Telkom



Sumber : Arsip penulis, Agustus 2013

c. Mengikuti Rapat promosi SK Mutasi dan SK Promosi PT. Telkom DriveIII

Pada hari Selasa Tanggal 10 September 2013, mahasiswa PKL ditugaskan untuk mengikuti rapat mengenai SK Mutasi dan SK Promosi dimana Mahasiswa PKL ditugaskan untuk mencatat informasi – informasi penting dalam rapat tersebut, kemudian dibuat berita laporan hasil rapat lalu diserahkan kepada *Officer Division Communication* untuk diperiksa. Jika sudah tidak ada kesalahan, berita tersebut dapat dimuat di *intranet* Divre III yang disebut *Portal* Divre III.

Gambar 2.10
Foto bersama setelah diadakannya Rapat promosi SK Mutasi dan SK Promosi PT. Telkom DriveIII



Sumber: Arsip Penulis, 2013

d. Melakukan Pengambilan Foto dan Video

Pada saat adanya kegiatan event, mahasiswa PKL diharuskan untuk melakukan pengambilan foto dan video pada kegiatan atau

acara yang sedang berlangsung, dimana foto tersebut akan dijadikan hasil dokumentasi PT. Telkom, dalam hal ini mahasiswa PKL diberikan kebebasan untuk menggali potensinya, namun tetap akan ada *coordinator* yang nantinya akan menilai kelayakan dokumen tersebut untuk ditayangkan.

Gambar 2.11

Salah satu foto yang di ambil penulis saat PKL



Sumber: Arsip Penulis, 2013

Gambar 2.12

Salah satu foto yang di ambil penulis saat PKL



Sumber: Arsip Penulis, 2013

Gambar 2.13

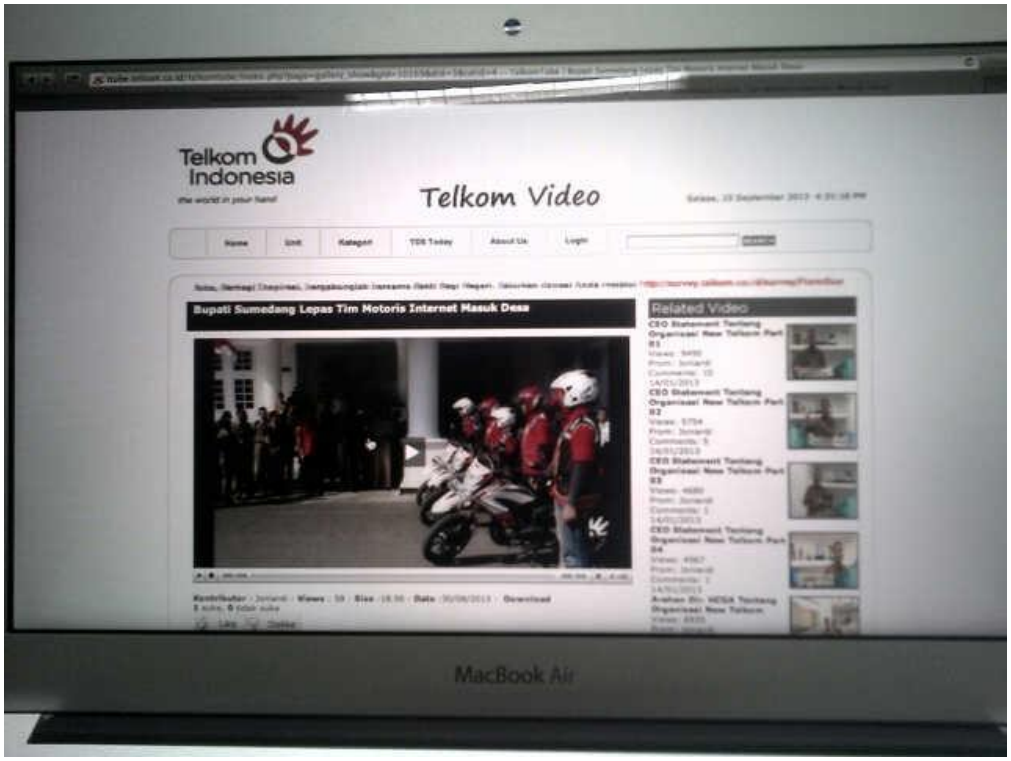
Contoh berita video yang sudah masuk di Portal Telkom



Sumber: Arsip Penulis, 2013

Gambar 2.14

Contoh berita berita yang sudah masuk di Portal Telkom



Sumber: Arsip Penulis, 2013

e. Membuat Press Release

Setelah melakukan liputan dan mencatat hal-hal penting mengenai acara yang tengah berlangsung, kemudian penulis merangkum berita tersebut untuk dijadikan sebagai *press release* yang nantinya akan diberitakan dalam *intranet* Divre III yang disebut *Portal* Divre III. Setelah membuat *press release* kemudian tulisan tersebut diserahkan kepada pembimbing lapangan untuk dikoreksi. Jika telah diperiksa, *press release* tersebut diserahkan untuk kemudian dimuat di *Portal* Divre III agar dapat dapat diketahui dan dibaca oleh seluruh karyawan Divre III.

f. Peliputan Acara Motoris Internet Masuk Desa Di Sumedang

Pada hari Selasa Tanggal 27 Agustus 2013, adanya acara motoris internet masuk desa di Sumedang. Acara motoris internet masuk desa di Sumedang tersebut dilakukan antara PT. Telkom Sumedang dengan pemerintahan Kabupaten Sumedang untuk melakukan kerjasama dalam mendukung PT. Telkom dengan memberikan layanan edukasi produk Telkom sekaligus mengenai benefit internet kepada masyarakat di pelosok daerah guna meningkatkan kualitas pendidikan yang ada di daerah Sumedang. Acara tersebut berlangsung di halaman kantor Gedung Negara pemerintahan Kabupaten Sumedang.

Gambar 2.15

Peliputan Acara Motoris Internet Masuk Desa Di Sumedang



Sumber: Arsip Penulis, 2013

Gambar 2.16

Peliputan Acara Motoris Internet Masuk Desa Di Sumedang



Sumber: Arsip Penulis, 2013

g. Peliputan Acara Hari Pelanggan

Pada hari Selasa Tanggal 4 september 2013, diselenggarakan acara hari pelanggan di Plasa Telkom Jalan Lembong Bandung. Acara tersebut dilakukan untuk memperingati sekaligus simbol dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada pelanggan PT. Telkom dengan memberikan layanan *one day service* dan dihadiri secara langsung oleh jajaran manager PT. Telkom dalam melakukan *service* kepada pelanggannya.

Gambar 2.17

Hari Pelanggan



Sumber : Arsip Penulis, September 2013

Gambar 2.18

Hari Pelanggan



Sumber : Arsip Penulis, September 2013

h. Peliputan Acara Broadband Learning Center

Pada hari yang sama acara motoris internet masuk desa, PT. Telkom Drive III mengahadiri acara Broadband Learning Center yang diselenggakan oleh PT. Telkom yang langsung di Sumedang, acara ini bertujuan untuk mengedukasi masyarakat secara gratis mengenai beberapa benefit (keuntungan) internet untuk meningkatkan kualitas hidup sehari-hari. Acara Broadband Learning Center tersebut dilakukan antara PT. Telkom Sumedang dengan SMK Bhakti Nusantara Sumedang. Acara tersebut berlangsung di halaman kantor Gedung Negara pemerintahan Kabupaten Sumedang.

Gambar 2.19

Peliputan Acara Broadband Learning Center



Sumber : Arsip Penulis, Agustus 2013

2.3 Deskripsi *Public Relations*

Seperti yang telah kita ketahui bersama begitu banyak para pakar humas yang telah mengemukakan berbagai pendapat mengenai arti humas namun pada prinsipnya mengandung arti dan makna yang sama.

Definisi Public Relation menurut rumusan Rex Hariow dalam bukunya yang berjudul *"Model For Public Relations Education For Profesional Practices"* yang dikeluarkan oleh *International Public Relation Association* (IPRA), setelah mengkaji lebih kurang 472 definisi, humas tersebut yaitu yang berbunyi :

> "Humas adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam persoalan atau pemersalahan, membantu manajemen mampu menangani opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama. (Rosady Ruslan, "Manajemen humas dan komunikasi, konsepsi dan aplikasi", 2005 : 16).

Pengertian Hubungan Masyarakat dijelaskan oleh beberapa pakar dengan beberapa definisi yang berbeda-beda, akan tetapi maksud dari definisi-definisi tersebut umumnya menjurus pada pembentukan citra positif perusahaan.

Definisi Hubungan Masyarakat menurut Guru Besar Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, Prof. Dr. Soleh Sumirat, M.S dalam bukunya Dasar- dasar Public Relations menyimpulkan bahwa :

> " *Public Relations* atau Hubungan Masyarakat adalah tindakan pencitraan yang dilakukan untuk menarik simpati masyarakat terhadap suatu organisasi atau perusahaan".

Definisi menurut *(British) Institute of Public Relations* (IPR) dalam buku *Public Relations*, yakni :

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

Dilihat dari definisi-definisi tersebut, maka Humas merupakan suatu proses yang *continue* dari usaha manajemen untuk memperoleh *good will* dan pengertian dari public pada umumnya, termasuk *stake holder* internal. Ke dalam, mengadakan perbaikan dan pembenahan melalui *corporate culture building* (membangun budaya lembaga) berbentuk disiplin, motivasi, peningkatan pelayanan dan produktivitas kerja yang diharapkan untuk terciptanya *sense of belonging* terhadap lembaga. Sedangkan keluar, berupaya menciptakan kepercayaan dan citra lembaga (*corporate image*) yang sekaligus memayungi dan mempertahankan citra produknya *(product image).*

2.3.1 Ciri-ciri Humas

Setiap profesi pastinya memiliki cirri-ciri yang dapat membedakan antara profesi satu dengan profesi lainnya, begitu juga dengan Humas.

Adapun ciri-ciri Hubungan Masyarakat (Humas) menurut Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy dalam buku Hubungan Masyarakat, yaitu :

a) Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
b) Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi/ perusahaan.

c) Public yang menjadi sasaran humas adalah public eksternal dan public internal.

d) Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan public dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak public.

Dari ciri diatas, dapat disimpulkan bahwa humas mempunyai tujuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan public eksternal dan public internal, serta menumbuhkan citra positif perusahaan, dengan adanya dukungan dari khalayak maupun organisasi yang bersangkutan.

2.3.2 Fungsi Humas

Pakar Ilmu Komunikasi Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, MA secara ringkas menjelaskan fungsi dan tugas kehumasan antara lain sebagai berikut :

1. Fungsi dan tugas PR dalam sebuah organisasi/perusahaan atau kelembagaan harus mampu menunjang manajemen dalam mencapai tujuan yang ditetapkan.
2. Fungsi dan tugas PR dalam sebuah organisasi/perusahaan atau kelembagaan adalah membina secara terus menerus hubungan yang harmonis baik dengan public internal maupun public eksternal.
3. Praktisi kehumasan bertugas komunikasi dua arah, dalam artian menyebarkan informasi dan lembaga dan menyalurkan opini public kepada lembaga dimana bekerja.

4. Demi kepentingan umum, praktisi kehumasan bertugas untuk melayani public sekaligus member nasihat dan masukan kepada pimpinan organisasi/lembaga tempat ia bekerja.

Fungsi Public Relations/ Humas dapat diuraikan sebagai berikut :

a. Marketing

Marketing merupakan semua aktivitas organisasi/ instansi/ perusahaan yang dilakukan dalam rangka menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen atas dasar pengertian akan kegunaannya terhadap tempat, waktu, perpindahan hak milik, bentuk dan kepuasan masing-masing pihak yang terlibat dalam proses penyaluran yang dimaksud. Semua kegiatan tersebut pada dasarnya ditujukan untuk melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen akan barang atau jasa.

b. Publisitas

Publisitas merupakan salah satu kegiatan utama dari Public Relations / Humas dalam memberi keterangan dan penerangan kepada publiknya. Publisitas merupakan salah satu bentuk persuasi sebagai teknik penyampaian informasi yang mengandung nilai serta unsure - unsur berita yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian dalam mendahului upaya persuasi lainnya. Dengan publisitas, petugas Public Relations / Humas harus memberikan informasi atau keterangan, baik kepada publicnya maupun masyarakat, agar mereka memperoleh cukup pengetahuan tentang organisasi/ instansi/ perusahaan yang bersangkutan.

Informasi dapat diberikan melalui berbagai bentuk komunikasi serta menggunakan berbagai media ataupun langsung, yang sifatnya pemberitahuan dengan tujuan membangkitkan perhatian, simpati, dan kepercayaan masyarakat pada kegiatan dan kebijaksanaan organisasi/ instansi/ perusahaan.

Sehingga dapat diketahui bahwa fungsi seorang humas tidaklah mudah seperti apa yang orang lain pikirkan. Disamping menjaga citra positif perusahaan/ organisasi, seorang humas juga dituntut harus bisa berkomunikasi dengan baik kepada public internal maupun ekternal dan menjaga moral perilaku dan individunya sendiri. (Sumber : Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, MA, Hubungan Masyarakat : 2)

2.3.3 Tujuan *Public Realation*

Tujuan Public Relations adalah mengembangkan goodwill dan memperoleh opini public yang favorable atau menciptakan kerjasama bedasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai public, kegiatan public relations harus dikerahkan kedalam dan keluar. (Abdurachman, 2001:34)

Sedangkan menurut Jefkins dalam bukunya Public Relations menjelaskan bahwa tujuan public relations adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengubah citra umum di mata masyarakat sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.
2. Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai.

3. Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
4. Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pangsa pasar baru.
5. Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan masyarakat bursa saham atas rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atau saham tambahan.
6. Untuk memperbaiki hubungan antar perusahaan itu dengan masyarakatnya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham di kalangan masyarakat terhadap niat baik perusahaan.
7. Untuk mendidik konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
8. Untuk meyakinkan masyarakat bahwa perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.
9. Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi resiko pengambilalihan oleh pihak lain.
10. Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru.
11. Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan organisasi dalam kehidupan sosial sehari-hari.

12. Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara.
13. Untuk memastikan bahwa para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.
14. Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan, agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal. *(* Jefkins *1996:9)*

2.3.4 Ruang Lingkup Hubungan masyarakat

Hubungan Masyarakat memiliki ruang lingkup yang luas dalam menghadapi permasalahan - permasalahan dalam suatu organisasi yang berhubungan dengan kegiatan organisasi, baik dalam public eksternal maupun dam public internal.

Menurut Morissan (2008) ruang lingkup humas dapat dibagi menjadi enam bagian, yaitu :

1. Publisitas
2. Pemasaran
3. *Public Affairs*
4. Manajemen Isu
5. Lobi
6. Hubungan Investor

2.4 Analisis Tentang Aktifitas *Division Communication* (Humas) Selama Pelaksanaan PKL di PT. Telkom Divre III Jabar

Saat melakukan PKL, penulis semakin mengetahui terdapat beberapa tugas pokok yang harus dilakukan oleh petugas *Division Communication* Telkom Divisi Regional III Jawa Barat. Pekerjaan antara satu divisi dengan divisi lainnya tentulah berbeda tergantung *job description* masing-masing. Berikut ini adalah pekerjaan -pekerjaan yang dikerjakan oleh *Division Communication* Telkom Divisi Regional III Jawa Barat :

a. Membina hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal.
b. Menyusun serta mendistribusikan sajian berita (*news release*), foto-foto dan berbagai artikel untuk kalangan media massa.
c. Menjalankan fungsi sebagai penyedia informasi mengenai Telkom Divre III bagi pihak media massa dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.
d. Mengelola kunjungan pihak luar seperti *study tour* pelajar.
e. Mengikuti rapat penting yang diselenggarakan oleh perusahaan.
f. Mengatur acara-acara yang diselenggarakan perusahaan yang berkaitan dengan publik baik internal maupun eksternal.

Tugas utama *Division Communication* adalah bertanggung jawab dalam penyelenggaraan proses komunikasi dengan publik baik internal maupun eksternal, sehingga proses komunikasi berjalan lancar dan terbina hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan publiknya.

Pengelolaan fungsi *Public Relation* baik internal maupun eksternal tersebut mencakup *Media Relation*, Iklan Layanan Masyarakat dan Pameran atau

event sesuai rencana yang telah ditetapkan dan selaras dengan strategi DIVRE III serta berjalan sesuai dengan kaidah *Good Corporate Governance*. Kemudian Memastikan fungsi *External Communication* berjalan dengan baik, sesuai dengan rencana kerja yang telah ditetapkan yang meliputi penyampaian informasi kepada publik eksternal dengan cara yang sesuai, sehingga menimbulkan pemahaman dan penerimaan dari publik eksternal sebagai upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan *suistainable growth* dan keunggulan kompetitif perusahaan.

Kegiatan kehumasan yang dilakukan selama PKL dikatakan memenuhi karakteristik seorang *Public Relations* atau Humas di *Division Communication* Drive III Jabar yaitu kegiatan monitoring surat kabar atau Analisis Kliping. Karena Pada kegiatan ini peserta PKL diwajibkan mengumpulkan berita baik itu dalam bentuk tulisan maupun gambar tentang Telkom dan perusahaan afiliasi serta perusahaan pesaing yang relevan, berita dapat diambil dari surat kabar, majalah, atau media lainnya, yang disampaikan terlebih dahulu kepada *Officer Division Communication.*

Pelaksanaan monitoring surat kabar atau pembuatan kliping berita dilakukan di bagian redaksi *Division Communication* Telkom. Pembuatan kliping berita dilakukan dengan cara mengumpulkan atau menyeleksi seluruh berita yang berhubungan dengan Telkom atau afiliasi/ anak perusahaan Telkom lainnya sebagai kompetitor dimedia yang ada pada hari itu, baik itu media cetak nasional maupun daerah.

Jika dikaitkan dengan ilmu Humas, seorang Humas yang handal haruslah mengetahui mengenai perusahaan dimana tempat seorang humas itu bekerja, tidak

hanya didalam kantor saja tetapi juga harus bisa menjaga nama baik dan citra perusahaannya dan dapat mengetahui apa saja yang dipublikasikan Telkom melalui media-media tertentu seperti media cetak maupun media elektronik. Karena memberitakan perusahaan merupakan tanggung jawab seorang Humas dan Unit *Public Relations*

Berdasarkan penjabaran diatas, kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh *Division Communication* PT. Telkom Divisi Regional III Jawa Barat dalam menjalankan fungsi humas dinilai cukup ideal karena telah mencakup beberapa fungsi fungsi *public relations.*

Dalam kesempatan ini penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT. Telkom Divre III Jawa Barat tepatnya dibagian unit *Division Communication*. Yang dimana penulis memilih untuk PKL dibagian *Division Communication* dikarenakan sesuai dengan spesialisasi keilmuan penulis serta keinginan penulis. Pelayanan yang dilakukan staf *Division Communication* khususnya merupakan pekerjaan wajib yang harus dilakukan oleh staf *Division Communication*. Begitupun pelayanan yang diberikan kepada penulis merupakan pelajaran yang diberikan kepada mahasiswa. Hal-hal yang mereka berikan kepada mahasiswa PKL adalah keakraban lingkungan, kegiatan ini merupakan pekerjaan yang mudah secara teoritis, namun pada prakteknya lebih sulit. Selama penulis mengikuti kegiatan Praktek Kerja Lapangan di PT. Telkom Divre III Jawa Barat Kota Bandung banyak yang didapatkan mulai dari pengenalan lingkungan yang terdiri dari berbagai macam orang yang harus dikenali penulis, dapat mengetahui banyak mengenai dokumentasi kegiatan. Penulis banyak diberikan ilmu bagaimana cara

mengkliping yang baik, pengenalan lingkungan PKL serta keakraban dan kekeluargaan yang mereka jalin dengan terbuka merupakan salah satu penghubung kedekatan diantara mahasiswa PKL dengan karyawan PT. Telkom Divre III Jawa Barat Kota Bandung.

2.4.1 Analisa Pelayanan Unit C*ommunication* terhadap Mahasiswa PKL

Praktek Kerja Lapangan di PT. Telkom Divre III Jawa Barat yang dilakukan kurang lebih selama 1 bulan memberikan pengalaman yang besar dan ilmu tambahan yang diberikan oleh *Officer Division Communication* PT. Telkom Divre III Jawa Barat kepada mahasiswa PKL, mulai dari bimbingan dalam pelaksanaan praktek kerja lapangan, pengarahan kegiatan, prosedur, hingga tata cara dalam setiap kegiatan, hal tersebut menjadikan mahasiswa PKL dapat lebih mudah untuk memahami kegiatan - kegiatan yang dilakukan di *Division Communication* PT. Telkom Divre III Jawa Barat. Selain itu fasilitas yang diberikan kepada mahasiswa PKL sangat baik dimana mahasiswa PKL dipersilahkan untuk menggunakan berbagai fasilitas yang ada guna menunjang berbagai kegiatan selama berjalannya kegiatan kerja praktek lapangan dan mendapat kepercayaan untuk mengerjakan berbagai tugas yang sebelumnya dipegang oleh pegawai PT. Telkom, dalam proses pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan juga adanya keakraban lingkungan agar mahasiswa PKL dapat mengenal orang – orang yang ada dilingkungan sekitar dan rasa kekeluargaan yang mereka jalin dengan terbuka sehingga membuat

penghubung kedekatan diantara mahasiswa PKL dengan karyawan *Division Communication* PT. Telkom Divre III Jawa Barat seperti dapat berbagi pengalaman, berbagi informasi, bertukar pikiran yang sangat membantu dalam penyelesaian tugas – tugas yang mahasiswa PKL lakukan, oleh karenanya dalam melanjalankan kegiatan praktek kerja lapangan mahasiwa PKL tidak banyak menemui kesulitan.