BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Aktivitas Peraktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan Prakek Kerja Lapangan (PKL) di bagian *Public Relations* PT. POS Indonesia (Persero) Bandung terhitung dari tanggal 15 Juli 2013 hingga 16 Agustus 2013. Dibawah ini adalah aktivitas kerja praktek yang dilakukan penulis selama PKL di PT. Pos Indonesia wilayah Bandung yang beralamat di Jln Anggrek No.59 Bandung – Jawa Barat.

Hari kerja penulis pada saat melakukan PKL yaitu pada hari Senin sampai dengan Jumat terhitung pada pukul 09.00 WIB hingga pukul 16.00.WIB. Untuk lebih rinci kegiatan penulis selama melakukan PKL dapat dilihat pada *table* berikut ini :

Tabel 2.1 Aktivitas Selama PKL

No	Hari/Tanggal	Kegiatan
1	Senin 15/07/13	• Pengarahan Kerja PR dan Pengenalan Kerja Karyawan
2	Selasa 16/07/13	• Menginput surat keluar danOposisi
3	Rabu 17/07/13	• Stempel Amplop Perusahaan dan Menginput SuratMasuk
4	Kamis 18/07/13	• Kliping
5	Jumat 19/07/13	• Analisa Profosal Masuk dengan Menggunakan Analisis SWOT • Buka Bersama PT. POS Indonesia Bandung

6	Senin 22/07/13	• Membuat *Final Report* Kegiatan Tausiyah dan Buka Bersama di Malang
7	Selasa 23/07/13	• Menganalisis Liputan Adventorial diMetro TV
8	Rabu 24/07/13	• Sortir Iklan PT. POS di Media Massa Koran
9	Kamis 25/07/13	• Membuat Laporan PR dan Buka Bersama PT. POS
10	Jumat 26/07/13	• IZIN
11	Senin 29/07/13	• Membuat Laporan PKL
12	Selasa 30/07/13	• Membuat Laporan PKL
13	Rabu 31/07/13	• IZIN Kampus
14	Kamis 01/08/13	• Packing Kartu Lebaran
15	Jumat 02/0813	• Membuat Laporan PKL
16	Senin 12/08/13	• Distribusi Surat Undangan Halal Bi Halal
17	Selasa 13/08/13	• Persiapan Acara Halal Bi Halal dan Perpisahan Dirut dan Wakil Dirut PT. POS Indonesia
18	Rabu 14/08/13	• Mengikuti Acara Halal Bi Halal dan Perpisahan Dirut dan wakil dirut PT. POS Indonesia
19	Kamis 15/08/13	• Distribusi dan Sortir Acara 17 Agustus
20	Jumat 16/08/13	• Mengikuti Acara Gladiresik Upacara 17 Agustus

Sumber : Agenda penulis selama PKL, 2013

2.2 Deskripsi Kegiatan di PT. POS Indonesia

Dibawah ini deskripsi secara rinci selama 30 hari penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. POS Indonesia Bandung bagian *Public Relations :*

1. Pengarahan Kerja PR dan Pengenalan Kerja Karyawan

   Pengarahan kerja PR dan pengenalan kerja karyawan yaitu dimana penulis diperkenalkan beberapa pekerjaan yang dilakukan oleh seorang PR dan memeperkenalkan karyawan-karyawan yang ada di PT. POS Bandung bagian PR oleh pihak PT. POS yaitu Ibu Try sebagai pembimbing praktek kerja karyawan. Perkenalan ini sangat berguna bagi penulis sebagai awal penulis mengetahui beberapa pekerjaan seorang PR.

2. Menginput Surat Keluar dan Oposisi

   Menginput surat keluar dan oposisi yaitu salah satu tugas bagi seorang *public relations* di PT. POS Indonesia (Persero). Tugas ini yaitu penulis menginput surat-surat yang keluar dari perusahaan PT. POS Indonesia (Persero) seperti surat yang dipergunakan untuk kepentingan pekerjaan, tugas dari kantor ataupun kegiatan dinas.

3. Stempel Amlop Perusahaan dan Menginput Surat Masuk

   Stempel amplop perusahaan yaitu dimana penulis melakukan stempel cap surat perusahaan, kegunaan menstempel amplop ini yaitu sebagai ciri bahwa amplop yang disebarkan adalah resmi dari pihak perusahaan PT. POS Indonesia (Persero).

4. Membuat Kliping

Membuat kliping yaitu dimana penulis mengumpulkan informasi maupun kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan oleh pihak PT. POS Indonesia (Persero) dan dibuat kliping agar terlihat menarik dan bisa dibuat sebagai arsip pihak perusahaan.

5. Analisa Profosal Masuk dengan Menggunakan Analisis SWOT

Analisa profosal masuk dengan menggunakan analisis SWOT yaitu dimana penulis melakukan sortir profosal permintaan sponsor kepada PT. POS Indonesia (Persero) dengan menggunakan analisis SWOT. Penulis menggunakan analisis SWOT yaitu untuk mengsortir profosal mana yang layak dan tidak nya pihak PT. POS Indonesia (Persero) berpartisipasi dengan kegiatan yang ada dalam profosal.

6. Membuat *Final Report* Kegiatan Tausiah

Membuat *final report* yaitu dimana penulis membuat data akhir dari kegiatan tausiyah dan buka bersama di Kota Malang. Tugas ini yaitu untuk me*report* kegiatan yang sudah dilakukan oleh pihak PR PT. POS Indonesia (Persero) yang dilakukan di Kota Malang.

7. Menganalisis Liputan Adventorial di Metro TV

Menganalisis liputan *adventorial* yaitu dimana penulis menganalisis berita di media massa televesi yaitu di *channel* Metro TV. Analisis ini yaitu acara di stasiun televisi yang sedang membahas tentang PT. POS Indonesia (Persero) dan penulis di tugas kan untuk menganalisis apa yang ada di acara tersebut apakah acara di stasiun tv

tersebut bersifat negatif atau positif bagi perusahaan BUMN PT. POS Indoneisa (Persero) ini.

8. Sortir Iklan PT. POS Indonesia (Persero) di Media Massa Koran

Penulis mengsortir iklan PT. POS Indonesia (Persero) di beberapa media massa koran untuk mengetahui apakah iklan yang di pasang oleh PT. POS Indonesia (Persero) di iklan kan oleh pihak media massa koran atau tidak. Setelah penulis melaksanakan tugas ini penulis menyimpulkan semua iklan yang di pasang oleh PT. POS Indonesia (Persero) di media massa koran dipasang oleh pihak media massa seperti kontrak yang sudah disetujui sebelumnya.

9. *Packing* Kartu Lebaran

Penulis melakukan *packing* kartu lebaran. Kartu lebaran ini yaitu berisi kartu ucapan hari lebaran untuk para karyawan PT. POS Indoneisa (Persero) di wilayah Kota Bandung.

10. Distribusi Surat Undangan Halal Bi Halal

Penulis mendistribusikan surat undangan halal bi halal kepada beberapa kantor PT. POS Indonesia (Persero) di wilayah Kota Bandung. Tugas ini memberikan pengalaman kepada penulis agar penulis dapat lebih dekat lagi dengan karyawan PT. POS Indonesia (Persero) di divisi lain.

11. Persiapan Acara Halal Bi Halal dan Perpisahan Dirut dan Wakil Dirut PT. POS Indonesia (Persero)

Penulis mempersiapkan acara halal bihalal dan persiapan untuk Bapak I Ketut Mardjana dan Bapak Sukatmo Padmosukarso yang

akan lengser sebagai direktur dan wakil direktur dirut PT. POS Indonesia (Persero) yang digantikan oleh Bapak Budi Setiawan. Penulis mempersiapkan acara ini yaitu seperti survey lapangan yang akan dijadikan tempat acara dan perlengkapan apa yang sudah dan belum lengkap untuk acara tersebut.

12. Mengikuti Acara Halal Bi Halal dan Perpisahan Dirut dan Wakit Dirut PT. POS Indonesia (Persero)

Penulis mengikuti acara halal bi halal dan lengsernya Bapak I Ketut Mardjana dan Bapak Sukamto Padmosukarso sebagai jabatan dirut dan wakil di jln. Banda no. 30 Bandung Kode Pos 40115. Acara ini sangat membuat penulis berkesan dikarenakan acaranya sangat ramai karena acara perpisahan dari dirut Bapak I Ketut Mardjana yang diikuti oleh perwakilan dari karyawan PT. POS dari seluruh Indonesia. Acara ini pula merupakan sebagai pengalaman bagi penulis dikarenakan penulis dapat bertatap muka langsung dan berjabat tangan dengan seorang petinggi dari PT. POS Indonesia (Persero) karena menurut penulis tidak semua orang mendapatkan kesempatan seperti ini.

13. Distribusi dan Sortir Acara 17 Agustus

Penulis diberikan tugas oleh pembimbing untuk mendistribusi dan mensortir surat untuk acara 17 Agustus yaitu acara upacara bendera yang akan dilakukan di kantor PT. POS Indonesia (Persero) pusat di jln. Cilaki no.73 Bandung dalam rangka memeperingati hari kemerdekaan Indonesia pada 17 Agustus.

14. Mengikuti Acara Gladiresik Upacara 17 Agustus

Penulis mengikuti acara gladiresik untuk upacara bendera dalam memeriahkan hari kemerdekaan Indonesia. Dan pada hari ini sekaligus hari terakhir penulis melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan (PKL) di PT. POS Indonesia (Persero) bagian PR. Dan tidak lupa juga penulis berterimaskasih kepada para karyawan umumnya dan Ibu Tri Hadiasih sebagai pembimbing dalam melaksanakan berbagai tugas yang telah di berikan dan menjadikan sebagai ilmu baru sekaligus pengalaman bagi penulis untuk nanti terjun di dunia kerja.

2.3 Analisa Kegiatan Selama PKL

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, PT. Pos Indonesia (Persero) Wilayah Bandung menyadari akan pentingnya keberadaan Humas sebagai bagian terpenting dalam perusahaan.

Humas menurut Fraser P.Seitel, Senior *Vice President* dan *Director of Public Affairs The 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 *Public Relations* 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.

Kemudian menurut Jefkins denisi dari *public relations* adalah:

> "*Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya" (Jefkins 2003:9).

Upaya yang terencana dan berkesinambungan dalam pengertian diatas berarti *public relations* adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semua ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur. Kemudian menurut Cutlip, Center dan Broom dalam bukunya *Effective Public Relations* (2006:6) menyatakan 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" (2006:6).

Dari pengertian tersebut Cutlip, Center dan Broom mendefinisikan fungsi *public relations* memiliki kesamaan dengan fungsi manajemen, yakni menilai sikap publik.

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)"

Seperti pengertian diatas bahwa fungsi *public relations* atau humas sangatlah penting bagi sebuah perusahaan maupun organisasi karena PR berperan penting dalam menciptakan dan meningkatkan kredibilitas maupun eksistensi sebuah perusahaan. Oleh karena itu PR sangat berperan juga dalam menjalankan, menumbuhkan dan mengembangkan *good image* atau citra baik bagi perusahaan untuk memperoleh *opini public* dari masyarakat, sehingga apabila opini dari masyarakat baik atau positif maka citra perusahaan pun akan baik.

Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan penulis sangatlah berhubung dengan latar belakang bidang keilmuan penulis yaitu dalam bidang ilmu komunikasi kehumasan atau *public relations*. Bisa dilihat dari kegiatan yang dilakukan oleh penulis dalam melakukan praktek kerja lapangan. Dalam PKL ini penulis dihadapkan dengan komunikasi interpersonal, komunikasi massa, dan komunikasi organisasi.

Komunikasi Interpersonal dilakukan oleh penulis yaitu ketika penulis *sharing* ataupun bertanya umumnya kepada para karyawan *public relations* PT. POS Indonesia (Persero) dan khususnya Ibu Tri Hadiasih sebagai pembimbing pada saat melakukan praktek kerja lapangan (PKL).

Penulis lalu diajarkan bagaimana cara berdiskusi yang sopan baik dalam komunikasi antar personal maupun dalam komunikasi organisasi. Diskusi sangat diperlukan dalam dunia kerja yang nyata karena sangatmustahil seseorang bekerja sendiri tanpa membutuhkan orang lain.Dalam hal ini diskusi sangat diperlukan agar komunikasi berjalanefektif.

Selain itu komunikasi antar personal sangat diperlukan ketika penulis masuk ke dunia kerja yang nyata kelak, karena pada dasarnya sifat dan karakter manusia itu berbeda, sekalipun mereka itukembar siam tapi kepribadian tiap individunya pastilah berbeda, olehkarena itu komunikasi antar personal sangatlah penting.

Adapun definisi komunikasi interpersonal menurut para ahli yaitu seperti menurut Mulyana, komunikasi interpersonal adalah :

> "Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal. (Mulyana, 2003:73)

Dan juga menurut Burgon & Huffner (2002), komunikasi interpersonal yaitu :

> "Komunikasi Interpersonal yaitu komunikasi yang dilakukan kepada pihak lain untuk mendapatkan umpan balik, baik secara langsung (*face to face*) maupun dengan media. Berdasarkan definisi ini maka terdapat kelompok maya atau *factual* (2002)."

Kesimpulannya komunikasi intrapersonal yaitu proses penukaran informasi atau komunikasi yang dilakukan oleh dua orang secara langsung sehingga komunikator dapat melihat dampak maupun reaksi yang diberikan oleh lawan bicaranya secara verbal maupun non-verbal.

Komunikasi massa dilakukan oleh penulis yaitu pada saat penulis diberikan tugas oleh pembimbing untuk membuat kliping dan mensortir iklan PT. POS Indonesia (Persero) di media massa koran. Dengan tugas tersebut penulis sangat terbantu dengan ilmu yang di berikan kepada penulis bagaimana cara yang baik dan benar dalam melaksanakan tugas tersebut.

Definisi Komunikasi massa menurut Mulyana yaitu:

> ”Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau eletronik (televisi, radio), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, ananonim dan heterogen. (Mulyana, 2003:75)”.

Dan definisi komunikasi massa menurut Gerbner (1967):

> “*Mass communication is the tehnologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continous flow of messages in industrial societes.*
> Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat indonesia (rakhmat, seperti yang dikutip Komala, dalam Karnilah, dkk.1999)”.

Dari definisi Gerbner tergambar bahwa komunikasi massa itu menghasilkan suatu produk berupa pesan-pesan komunikasi. Produk tersebut disebarkan, didistribusikan kepada khalayak luas secara terus menerus dalam jarak waktu yang tetap, misalnya harian, mingguan, dwimingguan atau bulanan. Proses memproduksi pesan tidak dapat dilakukan oleh perorangan, melainkan harus oleh lembaga, dan membutuhkan suatu teknologi tertentu, sehingga komunikasi massa akan banyak dilakukan oleh masyarakat industri.

Dan komunikasi organisasi yang dilakukan oleh penulis pada saat melakukan arus pesan vertikal yaitu *up ward*. Arus pesan *up ward* yaitu penyampaian informasi tentang pekerjaan atau tugas yang sudah dilaksanakan mau tentang hambatan pekerjaan yang tidak dapat diselesaikan.

Penulis melakukan arus pesan *up ward* ketika penulis selesai melaksanakan tugas apa yang diberikan oleh pembimbing mau tugas yang tidak bisa penulis lakukan dan meminta bantuan kepada pembimbing.

Hasil dari pekerjaan atau tugas selama melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) penulis merasakan sangat menambah ilmu dan pengalaman dalam melaksanakan suatu pekerjaan nanti pada saat penulis terjun langsung ke dunia kerja kelak.

Penulis lalu diajarkan bagaimana cara berdiskusi yang sopan baik dalam komunikasi antar personal maupun dalam komunikasi organisasi. Diskusi sangat diperlukan dalam dunia kerja yang nyata karena sangat mustahil seseorang bekerja sendiri tanpa membutuhkan orang lain. Dalam hal ini diskusi sangat diperlukan agar komunikasi berjalan efektif. Penulis diajarkan bagaimana caranya menyanggah, memberikansolusi dan mengeluarkan pendapat baik kepada rekan kerja.Selain itu komunikasi interpersonal sangat diperlukan ketika penulis masuk ke dunia kerja yang nyata kelak.karena pada dasarnya sifat dan karakter manusia itu berbeda, sekalipun mereka itu kembar siam tapi kepribadian tiap individunya pastilah berbeda, oleh karena itu komunikasi interpersonal sangatlah penting.

Kegiatan PKL yang paling berkesan oleh penulis yaitu ketika penulis di libatkan secara langsung dalam acara halal bi halal dan pelepasan dirut dan wakil dirut PT. POS Indonesia (Persero), acara yang sangat penting bagi pihak PT. POS

Indonesia (Persero) karena kedatangan dirut dan wakilnya dalam acara tersebut dan sekaligus dengan acara pelepasan jabatan beliau, oleh karena itu menurut penulis ini pengalaman yang sangat berharga karena penulis dapat bertemu langsung bahkan bersalaman dengan orang nomber satu di PT. POS Indonesia (Persero) dan tidak semua orang bisa mengikuti atau mendapatkan pengalaman tersebut.

Bagaimana acara tersebut bisa sukses *public relations* PT. POS Indonesia (Persero) sangat mempunyai andil yang sangat besar pihak PR bertanggung jawab dalam awal proses acara sampai akhir dari mulai susunan acara, tata panggung dll.

Oleh karena itu penulis sangat banyak belajar bagaimana kita benar-benar harus bertanggung jawab dalam mengerjakan sesuatu dan bahwa kita harus teliti dan sabar agar hasil yang didapat memuaskan bagi seluruh pihak.

Definisi komunikasi organisasi menurut Wiryanto adalah :

> "Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi didalam kelompok fomal maupun informal dari suatu organisasi.(Wiryanto, 2005)".

Seperti definisi diatas bahwa komunikasi organisasi bisa disimpulkan yaitu pesan yang diterima maupun disampaikan oleh anggota organisasi untuk kepentingan organisasi.