BAB II

PELAKSANAANPRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Aktivitas atau kegiatan Praktek Kerja Lapangan yang dilaksanakan penulis selama 24 hari terhitung dari 17 Juli 2013 sampai dengan 26 Agustus 2013 di Kantor Kejaksaan Tinggi Jawa Barat Jln. RE. Martadinata No. 54, Bandung di bagian Humas Asisten Intelijen dengan waktu kerja setiap hari Senin Jumat, pukul 08.00 - 16.00 WIB.

Kegiatan selama PKL disesuaikan dari pengarahan yang diberikan pembimbing yang kemudian menjadi tugas dan tanggung jawab penulis untuk melaksanakannya. Cakupan kegiatan selama PKL antara lain membuat surat laporan Informasi khusus dari Kejaksaan Negeri se- Jawa Barat, membuat kliping pers, mendistribusikan hasil kliping pers dan surat laporan informasi khusus dari beberapa kasi ke ruang sekertaris kejaksaan tinggi jawa barat, mencatat buku register nota dinas 2013, mencatat buku ekspedisi 2013, mencatat lembar penerus disposisi, mencatata buku agenda surat rahasia & biasa, memasukan surat dinas masuk ke dalam arsip tahunan Asisten Intelijen, mengecek surat masuk di agenda tahunan, mengirim fax kepada kejaksaan negeri, dan mengikuti kegiatan-kegiatan yang dilakukan Kejaksaan Tinggi Jawa Barat.

Berikut kegiatan harian yang dilakukan di ruang Kasipenkum Kejaksaan Tinggi Jawa Barat.

Tabel 2.1 :

Penjelasan Kegiatan Harian Keraja Praktek Lapangan

No	Hari dan Tanggal	Aktivitas	Sifat	
			Rutin	Insidental
1	Rabu 17 Juli 2013	• Pengenalan kasipenkum dan staf kejaksaan tinggi jawa barat		✓
2	Kamis 18 Juli 2013	• Kliping Pers	✓	
3	Jum'at 19 Juli 2013	• Penyuluhan hukum ke tokoh agama, karang taruna dll. Di desa Sukajawa, Lembang.		✓
5	Selasa 23 Juli 2013	• Kliping pers	✓	
7	Kamis	• kliping pers	✓	

	25 Juli 2013			
8	Jum'at 26 Juli 2013	• Kliping dan print out data kejati	✓	
9	Senin 29 Juli 2013	• *Press release*		✓
10	Selasa 30 Juli 2013	• kliping pers	✓	
11	Rabu 31 Juli 2013	• Penerangan hukum ke Dinas Sosial di cimahi.		✓
12	Kamis 1 Agustus 2013	• *Press release*	✓	

13	Jum'at 2 Agusus 2013	• kliping pers	✓	
14	Senin 12 Agustus 2013	• kliping pers	✓	
15	Selasa 13 Agustus 2013	• Penataan Ruang Intel		✓
16	Rabu 14 Agustus 2013	• Mencari berita kejati di media cetak	✓	
17	Kamis 15 Agustus 2013	• Sharing tentang hukum		✓
18	Jum'at 16 Agustus 2013	• Sharing tentang hukum		✓

19	Senin 19 Agustus 2013	• Halal bihalal kejaksaan tinggi Jawa Barat		✓
20	Selasa 20 Agustus 2013	• Pengenalan informasi publik		✓
21	Rabu 21 Agustus 2013	• Membuat Laporan bulanan		✓
22	Kamis 22 Agustus 2013	• memperbaharui informasi publik (update data terbaru)		✓
23	Jum'at 23 Agustus 2013	• Dekorasi ruang Intel		✓
24	Senin 26 Agustus 2013	• *Press release*	✓	

Sumber: **ArsipPenulis*2013***

2.2 Deskripsi Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan

2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin Selama Praktek Kerja Lapangan

Dalam melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di bagian Kasipenkum Jawa Barat Bandung, penulis melakukan aktifitas rutin yakni kegiatan yang dilakukan setiap hari pada saat bekerja dan dilakukan secara *continue* atau berulang-ulang, kerja rutin tersebut antara lain :

1. KlipingPers

Kliping merupakan salah satu kegiatan *Public Relations* yang berkaitan dengan menelaah atau pengamatan, menganalisa dan kemudian mengevaluasi terhadap perkembangan dari kemajuan bisnis perusahaan atau lembaga, aktivitas-aktivitas dan program acara tertentu baik bersifat komersial maupun non komersial yang telah dimuat atau dipublikasikan di berbagai media massa dan non massa, kemudian di simpan dan sekaligus sebagai sumber segala keterangan atau informasi yang diperlukan sebagai dasar untuk membuat rencana program kerja humas berikutnya.Kliping merupakan bagian dari kegiatan humas, yang berkaitan dengan menganalisis kembali berita yang dimuat disebuah media cetak seperti koran dan disebuah media elektronik seperti internet. Kegiatan kliping berita dalam humas dibuat untuk keperluan informasi yang cukup penting mengenai suatu peristiwa, kliping

merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Sub Bagian Penkum di KejaksaanTinggiJabaryang kemudian kliping tersebut dianalisisdandilaporkanpadaketuaPenkum. Adapuncontohdarikliping yang dibuatsebagainberikut :

Gambar 2.1

Contoh Kliping Perss



KLIPING

MASS MEDIA
FAJAR ☐ TRIBUN ☐ SEPUTAR INDONESIA ☐ BISNIS INDONESIA
KOMPAS ☐ REPUBLIKA ☐ URUNGPANDANG EKSPRES ☑ KORAN TEMPO

TANGGAL : 1 2 3 4 5 6 7 8 ✓ 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31

BULAN : JAN FEB MAR APR ✓ MEI JUN JUL AGT SEP OKT NOV DES

TAHUN 2013 HAL 8.4

Temuan BPK, Kejaksaan Tinggi Berutang Rp 16 Miliar

Ada terpidana korupsi yang memilih dipenjara daripada mengganti uang negara.

MAKASSAR — Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) mengungkapkan adatnya temuan senilai Rp 16,5 miliar dari uang pengganti perkara korupsi yang belum ditagih Kejaksaan Tinggi Sulawesi Selatan dan Barat.

"Itu yang kami koreksi karena sebanyaya uang itu sudah ditagih kepada terpidana korupsi," kata Ketua Tim Badan Akuntabilitas Keuangan Negara Dewan Perwakilan Rakyat, Yahya Sacawiria, di Makassar, kemarin.

Yahya bersama legislator DPR lainnya menggelar kunjungan kerja ke Kejaksaan Tinggi Sulawesi Selatan dan Barat. Menurut dia, tim Badan Akuntabilitas melakukan pengawasan terhadap tindak lanjut Kejaksaan Tinggi atas temuan BPK.

Temuan BPK tersebut adalah pelaksanaan anggaran kegiatan serta inefisiensi penerimaan negara bukan pajak pada 2010 dan 2011. Audit itu merupakan hasil pemeriksaan pada semester kedua 2011.

Dalam daftar temuan itu disebutkan Kejaksaan masih memiliki tunggakan sebesar Rp 16,5 miliar. Dana tersebut merupakan uang pengganti kerugian negara bagi terpidana perkara korupsi yang telah dinyatakan memiliki kekuatan hukum tetap.

Yahya mengatakan rekomendasi BPK tersebut telah ditindaklanjuti. "Tapi mereka (Kejaksaan Tinggi) masih memiliki kendala sehingga tidak semua uang pengganti bisa ditagih," kata Yahya.

Kepala Kejaksaan Tinggi, Muhammad Kohar, mengatakan telah menindaklanjuti sejumlah temuan BPK. "Soal pengembalian kerugian negara itu sejak dulu," kata dia.

Kohar mengakui tidak semua terpidana mengembalikan kerugian negara. Alasannya, ada terpidana korupsi yang memilih menjalani hukuman subsider ketimbang mengganti kerugian negara.

Kohar juga mengakui sistem administrasi di Kejaksaan Tinggi tidak maksimal. Karena itu, dia akan membentuk tim khusus untuk merekrut kepastian angka pengembalian kerugian negara. "Kami berharap tim ini bekerja dan tidak ada lagi temuan," ujarnya.

Pengamat hukum dari Universitas 45 Makassar, Marwan Mas, mengatakan audit mengenai pengembalian kerugian negara itu memang agak berbeda. Menurut dia, BPK tidak mengkaji jika pengembalian itu bisa tergantikan dengan hukuman lain.

"Tapi Kejaksaan juga harus mendata dengan jelas jumlah terpidana yang mengembalikan kerugian negara dan terpidana yang menggantinya dengan hukuman penjara," ujar Marwan.

Marwan mengatakan, utang Kejaksaan kepada negara itu bisa diantisipasi dari awal. Soalnya, sejak perkara korupsi berada di tingkat penyidikan, jaksa sudah melakukan penaksiran kerugian negara. "Kenakan tindak pidana pencucian uang dan sita harta beradanya," kata Marwan.

Menurut Marwan, harta yang disita dari terpidana digunakan untuk membayar kerugian negara akibat perbuatannya. Jadi, setelah ada putusan, jaksa tidak akan kesulitan mengejar pengembalian kerugian negara karena ada harta koruptor yang telah disita.

*Sumber :***ArsipPenulis 2013**

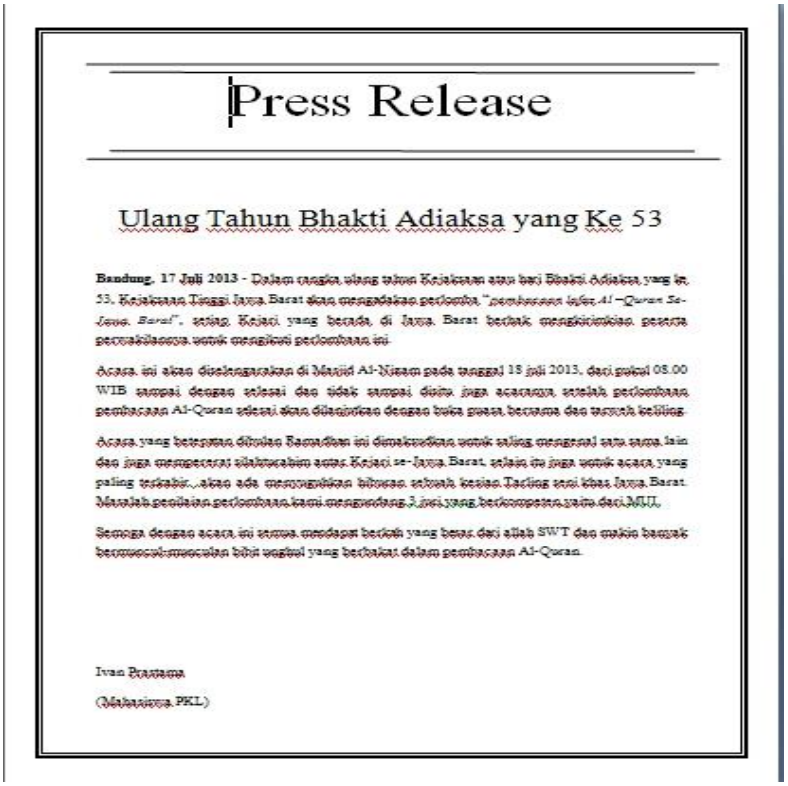
2. Perss Release

Press release merupakan salah satu bidang kerja kehumasan. Pengertian dari *press release* sendiri adalah suatu pernyataan sederhana yang akan dipersiapkan untuk media massa. sebagai sebuah berita yang disusun oleh sebuah organisasi yang menggambarkan kegiatannya, yang kemudian dikirimkan kepada media untuk dapat disiarkan melalui

media tersebut. Media yang dimaksud dalam kegiatan press release adalah media massa yang meliputi media massa cetak, yaitu surat kabar dan majalah, serta media massa noncetak yang meliputi TV, radio dan film. Kepada redaksi media-media massa tersebut press release dikirim oleh praktisi humas yang mewakili suatu organisasi, untuk dapat dimuat di dalamnya. Adapuncontoh yang dibuatolehpenulisuntukulangtahunAdiyaksa yang ke 53 sebagaiberikut:

Gambar 2.2

Press Release



Press Release

Ulang Tahun Bhakti Adiaksa yang Ke 53

Bandung, 17 **Juli** 2013 - Dalam rangka ulang tahun Kejaksaan atau bari Bhakti Adiaksa yang ke 53, Kejaksaan Tinggi Jawa Barat akan mengadakan perlombo, "*perlombaan tafsir Al –Quran Se-Jawa Barat*", acing. Kejari yang berada di Jawa Barat berbak mengikutsiao. peserta perwakilannya untuk mengikuti perlombaan ini.

Acara ini akan diselenggarakan di Masjid Al-Nisaa pada tanggal 18 juli 2013, dari pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai dan tidak sampai disitu juga acaranya, setelah perlombaan pembacaan Al-Quran selesai akan dilanjutkan dengan buka puasa bersama dan tarawih keliling.

Acara yang bertujuan dibulan Ramadhan ini dimaksudkan untuk saling mengenal satu sama lain dan juga mempererat silaturahmi antar Kejari se-Jawa Barat, selain itu juga untuk acara yang paling terakhir...akan ada menyumbangkan bibnasa sebuah lesiao Tasling ansi khas Jawa Barat. Menilah penilaian perlombaan kami menggunakan 3 juri yang berkompeten yaitu dari MUI.

Semoga dengan acara ini semua mendapat berkah yang baru dari allah SWT dan makin banyak bermunculanmunculan bibit unggul yang berbakat dalam pembacaan Al-Quran.

Ivan Pratama

(Mahasiswa PKL)

*Sumber :***ArsipPenulis 2013**

2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidentil Selama Praktek Kerja Lapangan

1. Mengikuti acara Penyuluhan hukum ke tokoh agama, karang taruna dll. Di desa Sukajawa, Lembang.

Kegiatan ini diselenggarakan dalam memberikan penyuluhan Hukum kepada tokoh agama, karang taruna,dll di desa Sukajawa, Lembang. Kegiatan ini dilakukan oleh para karyawan bagian Humas dan Penerangan Hukum Kejaksaan Tinggi Jawa Barat, yang menandakan bahwa menjalin komunikasi antara badan hukum dan masyarakat dalam rangka memberi pengetahuan dan penyuluhan hukum itu sangat penting untuk membina hubungan yang baik.

2. Penyuluhan Kesadaran Hukum

Salah satu Tugas Penkum Kejati Jabar yaitu Melakukan dan memberikan penyuluhan hukum ke daerah-daerah untuk membimbing masyarakat taat hukum. Penyuluhan hukum merupakan salah satu instrument pembangunan yang sangat penting dan menjadi prasyarat untuk menumbuhkan kesadaran, perubahan sikap dan perilaku masyarakat dalam rangka penegakan hukum suatu negara demokrasi yang tertib hukum. Namun disisi lain perlu juga disadari bahwa upaya untukmenciptakan kesadaran hukum bukan suatu hal yang sederhana, sebab hukum sebagai suatu produk sosial yang tidak nyata (*intangible product*) tidak semudah memasarkan sama dengan produk-produk nyata (*tangible product*) yang biasa digunakan dan dinikmati hasilnya

dalam waktu yang relatif singkat. Untuk itu format perencanaan komunikasi yang selama ini banyak dikaji dan dikembangkan oleh studi komunikasi pembangunan dapat diaplikasikan dalam penyuluhan hukum bagi masyarakat yang buta atau kurang memahami tentang hukum.

Pembinaan kesadaran hukum telah ditingkatkan dengan kegiatan penyuluhanhukum, bimbingan, pendidikan dan bantuan hukum. Dengan pertimbangan betapa pentingnya pembinaan kesadaran hukum masyarakat maka khususnya oleh Kejaksaan telah dilaksanakan kegiatan penyuluhan hukum yang dipopulerkan dengan nama Jaksa Masuk Desa. Jangkauan utamanya ialah masyarakat pedesaan yang terpencil dari hubungan komunikasi dan transportasi pada umumnya. Mengingat sasaran kegiatan adalah masyarakat pedesaan yang awam/buta hukum maka teknik dan sistem pendekatan yang digunakan adalah pendekatan secara manusiawi dan kemasyarakatan dan bukan pendekatan secara teknis hukum. Usaha peningkatan tingkat kesadaran hukum masyarakat untuk mentaati hukum dan menghormati hak azasi sesamanya diusahakan pula melalui penyuluhan hukum.

Pada hakekatnya kegiatan ini tidak semata-mata ditujukan kepada warga masyarakat di daerah, melainkan juga ditujukan kepada seluruh lapisan masyarakat, tidak terkecuali aparat penegak hukum sendiri agar dalam melaksanakan tugasnya selalu menjunjung tinggi

harkat dan martabat masyarakat. Berbagai kegiatan penyuluhan hukum yang telah dilaksanakan, diantaranya penerangan tentang fungsi dan tugas pengadilan melalui brosur-brosur yang disebarluaskan ke daerah-daerah, penyuluhan pada masyarakat dalam bentuk ceramah, wawancara, di TV/RRI, radio swasta, tempat-tempat umum dan publikasi media cetak lainnya. Dalam kegiatan Penyuluhan / Penerangan Hukum Program Pembinaan.

Penkumharusbisa komunikasi yang baik dan etis serta hubungan manusiawi dalam mengatasi hubungan yang tegang ataupun sampai tejadinya konflik.Hal ini terjadi karena adanya pengertian.Dan dengan komunikasi itu muncul adanya saling pengertian dan kepercayaan.

Dalam hal ini seorang Penkum dibutuhkan bagi perusahaan - (lembaga) gunamembangun*image bulding*, karena Humas merupakan alat (fungsi) yang digunakan suatu organisasi dalam menciptakan harmoni atau keseimbangan hubungan (*relations*) antara manajemen dengan publiknya akibat adanya konsekuensi kepentingan kedua pihak yang muncul dalam beinteraksi, dalam menciptakan harmoni ini Humas menggunakan komunikasi sebagai perangkat kerjanya, utamanya komunikasi yang sifatnya timbal balik dan mendorong terwujudnya saling pengertian dan kerjasama. Adapuninidokumentasi yang sayakerjakandalampenyuluhanhokum :

Gambar 2.3

DokumentasiPenyuluhanHukum



*Sumber :***ArsipPenulis 2013**

2.3 Analisis Tentang Humas

- **Definisi *Public Relations***

Public Relation adalah salah satu bidang spesialisasi dalam komunikasi yang menitik beratkan kepada usaha menumbuhkan saling pengertian dan kerja sama antar publik pada suatu intansi atau perusahaan.

Public relation Menurut Cutlip dan center (S.M. Cutlip & A.H. Center, 1994:98) :

> "public relation adalah suatu usaha yang terencana untuk mempengaruhi pendapat dan kegiatan melalui pelaksanaan yang bertanggung jawab dalam masyarakat berdasarkan komunikasi dua arah yang saling memuaskan."

Banyak para ahli komunikasi yang mengemukakan pengertian public relation, diantaranya adalah Frank Jefkins dalam bukunya Public Relation, yaitu:

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

Definisi di atas menjelaskan bahwa public relation merupakan suatu kegiatan komunikasi yang terencana dan memiliki tujuan-tujuan spesifik yang hendak dicapai. Publik sasarannya bukan hanya yang berada di dalam perusahaan, tetapi juga yang berada di luar perusahaan.

Public relation dalam bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai hubungan masyarakat (humas). Rhenald Kasali dalam bukunya yangberjudul Manajemen Public Relation mengemukakan pengertian humas sebagai berikut:

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

Definisi tersebut mengemukakan kedudukan public relation dalam menjalankan fungsi manajemen dalam perusahaan adalah sama pentingnya dengan pemasaran, keuangan, produksi, dan sumber daya manusia.

Public relation adalah: Interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena public relation merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan (Maria, 2002, p.7). Hal ini didukung oleh pendapat Alma yang mengatakan bahwa "public relation adalah kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk membangun citra yang baik terhadap perusahaan" (2002, p.145). Sedangkan Marston mengatakan "public relation adalah suatu perencanaan dengan menggunakan komunikasi persuasif untuk mempengaruhi persepsi masyarakat" (1999, p.1). Scholz (1999,p.2) mengatakan bahwa "public relation adalah suatu perencanaan yang mendorong untuk mempengaruhi persepsi masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial berdasarkansuatu komunikasi timbal balik untuk mencapai keuntungan pada kedua belah pihak". Pengertian public relation secara umum dan khusus sebagai berikut:

1. Pengertian Umum Public relation adalah proses interaksi dimana public relation menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. Crystallizing Public Opinion menyebutkan bahwa

public relation adalah profesi yang mengurusi hubungan antara suatu perusahaan dan publiknya yang menentukan hidup perusahaan itu (Widjaja, 2001).

2. Pengertian khusus public relation adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren, dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama (Maria, 2002).

Dari definisi-definisi public relations atau humas di atas, diketahui adanya suatu kegiatan internal dan eksternal yang terencana, bertujuan untuk memperoleh citra baik, saling pengertian, saling mempercayai, saling menghargai, kemauan/itikad baik, dan toleransi dari publik.

Public Relation (PR) atau kadang disebut dengan istilah Hubungan Masyarakat (humas) memiliki posisi yang sangat penting dalam sebuah organisasi, terutama bila organisasi tersebut sering berinteraksi dengan masyarakat luas. PR sangat menentukan perwajahan organisasi tersebut di mata masyarakat luas. Hal tersebut disebabkan karena PR-

lah yang merupakan salah satu front liner penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat. PR menentukan kesan positif sebuah organisasi di mata masyarakat. Dan hubungan dengan masyarakat akan menentukan bagaimana organisasi tersebut bersosialisasi di tengah-tengah masyarakat. Dengan kata lain, PR juga berperan dalam membangun hubungan, khususnya hubungan komunikasi, antara organisasi dengan masyarakat luas. Untuk itu, di dalam sebuah PR sangat penting untuk bisa mengelola manajemen komunikasi.

Aktivitas public relation sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (two way trafic communications) antara lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi, dsb, demi kemajuan lembaga atau citrapositif lembaga bersangkutan. Jadi, kegiatan public relations tersebut sangat erat kaitannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat.

1. Fungsi Public Relation

Public relation dalam suatu perusahaan dikatakan berfungsi apabila public relation itu menunjukkan suatu kegiatan yang jelas dan berbeda dari jenis kegiatan lainnya di dalam perusahaan.

Berikut pendapat F. Rahmadi dalam bukunya Public Relations dalam Teoti dan Praktek, mengenai fungsi utama public relations, yaitu:

"Fungsi utama public relation adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/organisasi." (Rahmadi 1993:21)

Seorang praktisi PR harus mampu menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan publik internal dan eksternal. Fungsi ke dalam misalnya mengusahakan terciptanya lingkungan kerja dimana seluruh karyawan merasa tenang dan puas akan kebijakan-kebijakan perusahaan sehingga para karyawan bisa bekerja dengan baik. Fungsi ke luar misalnya dengan memperhatikan dan melayani kepentingan publik eksternal agar kesan baik terhadap perusahaan tetap terjaga.

Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, MA (2002:35) mengatakan fungsi public relation adalah sebagai berikut:

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

2. Ruang Lingkup Public Relation

Ruang lingkup kegiatan public relation ada dua yaitu internal dan eksternal. Adapun tujuan dan tugas public relation berdasarkan ruang lingkup kegiatannya adalah:

1) Internal Public Relation

Kegiatan public relations secara umum terbagi di 2 wilayah, dalam dan luar organisasi/perusahaan. Publik yang tergolong bagian internal adalah para karyawan dan investor. Masing-masing membutuhkan penanganan yang khusus. Mari kita mulai dengan membahas hubungan karyawan.

Seorang karyawan, umumnya memiliki keinginan standar yang perlu dipenuhi oleh perusahaan tempatnya bekerja. Selama ini, bisa jadi tugas untuk memahami kebutuhan karyawan ini menjadi beban bagian HRD alias Sumber Daya Manusia. Namun dengan semakin kompleksnya tanggung jawab HRD, tugas untuk berkomunikasi dengan karyawan menjadi lebih tepat ketika public relation officer (PRO) ditempatkan di dalam perusahaan.

Hal-hal utama yang menjadi keinginan karyawan antara lain :

a) Upah yang cukup

Upah yang cukup untuk keperluan hidup adalah cita-cita semua karyawan. Untuk mencapai itu, ada di antara mereka yang menggiatkan diri dalam pekerjaannya ataupun menambah

pengetahuannya dengan mengambil kursus secara individual. Menggabungkan diri dengan serikat buruh adalah cara lain mendapatkan keinginan. Denga demikian, ada perasaan besar dan kuat untuk memperjuangkan keinginan secara bersama-sama. Apapun cara yang ditempuh, mereka tetap perlu didengarkan. Adalah tugas PRO untuk menjembatani dan memelihara hubungan antara karyawan dan organisasi.

b) Perlakuan yang adil

Adil di sini tak melulu soal upah. Apabila sebuah perusahaan/organisasi telah memiliki aturan yang jelas, seharusnya keadilan bisa dijamin. Namun dalam prakteknya, seringkali terjadi salah paham dan berlanjut menjadi permasalahan pribadi gara-gara informasi kepegawaian yang kurang jelas. Jika ini bisa ditangani oleh PRO, kesalahapahaman tentu dapat diatasi.

c) Ketenangan bekerja

Para karyawan akan giat bekerja jika mereka mengetahui bahwa mereka memiliki jaminan kemanan bekerja, jaminan kesehatan, jaminan hari tua, dan jaminan bantuan jika keluarga mendapat musibah.

d) Perasaan diakui

Sense of belonging perlu terus dipupuk agar karyawan merasa nyaman bekerja. Peran PRO sangat besar di sini. Salah satu cara yang bisa ditempuh adalah melibatkan secara langsung setiap karyawan di dalam

kegiatan perusahaan di luar pekerjaan, dengan tujuan agar mereka merasa dibutuhkan dan berharga bagi perusahaan.

e) Penghargaan atas hasil kerja

Karyawan ingin hasil karyanya dihargai secara khusus. Memang tidak ada kewajiban untuk ini bagi perusahaan, karena kewajiban telah dijalankan melalui pemberian upah. Namun demi menjaga harmoni antara perusahaan dan karyawan, perlulah mereka diberikan penghargaan secara khusus, baik dalam bentuk pujian lisan, pemberian piagam, barang maupun uang.

f) Penyalur perasaan

Semangat bekerja tak selamanya muncul secara konstan. Ada kalanya karyawan ingin melakukan hal lain, atau justru enggan bekerja karena memiliki ganjalan terhadap atasan dan perusahaan.

Dengan demikian, perlu diciptakan media untuk menyalurkan perasaan ini. Ada banyak jenis yang bisa dipakai sesuai kebutuhan. Misalnya, dengan membuat sebuah buletin internal yang dapat memuat hasarat, pendapat, dan saran dari karyawan. Sekaligus juga sebagai penyalur bakat seperti menulis, membuat foto, dll. Komunikasi 2 arah dapat diatur dengan baik oleh PRO melalui media ini. Selain bisa memuat hal-hal dari karyawan, perusahaan pun dapat mengkomunikasikan hal-hal penting. Seperti informasi mengenai kebijakan perusahaan,

peristiwa yang berkaitan dengan perusahaan, pemuatan berita keluarga karyawan, dll.

Griswold mengatakan,"Mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja adalah tujuan internal public relation.

" (Griswold dalam Abdurrachman 2001:34)

Berdasarkan tujuan internal public relation di atas, maka tugas yang harus dilakukan oleh seorang praktisi PR adalah sebagai berikut:

"Menyelengarakan komunikasi yang sifatnya persuasif dan informatif. Ia harus mengadakan analisa tentang policy kepegawaian (personnel policy), termasuk gaji/upah, honorarium, dan kesejahteraan karyawan lainnya; menganalisa apa yang telah dilaksanakan di dalam internal public relation; mengadakan survei tentang "attitudes" para karyawan terhadap instansinya, kebijakan instansi itu dan kegiatan-kegiatannya." (Abdurrachman 2001:35)

Jadi, tugas seorang praktisi PR untuk ruang lingkup internal adalah menciptakan iklim komunikasi yang bersifat persuasif dan informatif, menganalisis masalah kepegawaian, dan tanggapan atauperilaku karyawan terhadap kebijakan dan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan.

2) External Public Relation

Hubungan dengan publik diluar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak. Karena perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain. Karena itu perusahaan harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik-publik khususnya dan masyarakat umumnya.

Salah satunya dengan melakukan komunikasi dengan publik ekstern secara informatif dan persuasif. Informasi yang disampaikan hendaknya jujur, teliti dan sempurna berdasarkan fakta yang sebenarnya. Secara persuasif, komunikasi dapat dilakukan atas dasar membangkitkan perhatian komunikan (publik) sehingga timbul rasa tertarik.

Masalah yang perlu dipecahkan dalam kegiatan external public relation meliputi bagaimana memperluas pasar bagi produksinya, memperkenalkan produksinya kepada masyarakat, mendapatkan penghargaan dan penerimaan dari publik maupun masyarakat, memelihara hubungan baik dengan pemerintah, mengetahui sikap dan pendapat publik terhadap perusahaan, memelihara hubungan baik dengan pers dan para opinion leader, memelihara hubungan baik dengan publik dan para pemasok yang berhubungan dengan operasional perusahaan dan mencapai rasa simpatik dan kepercayaan dari publik dalam masyarakat.

Tindakan-tindakan yang harus dilakukan external public relations seperti :

a. Menganalisa dan menilai sikap dan opini publik yang menanggapi kebijaksanaan pimpinan perusahaan dalam menggerakkan pegawainya dan menerapkan metodenya

b. Mengadakan koreksi dan saran kepada pimpinan perusahaan, terutama kegiatan yang mendapat sorotan atau kritikan publik

c. Mempersiapkan bahan-bahan penerangan dan penjelasan yang jujur dan objektif agar publik tetap memperoleh kejelasan tentang segala aktivitas dan perkembangan perusahaan

2.4 Analisis Selama Kerja Praktek Lapangan

Kesempatan yang penulis dapatkan selama melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kejaksaan Tinggi Jawa Barat, merupakan pengalaman yang sangat berharga. Kesempatan itu telah memberikan banyak pengalaman bagi penulis, khususnya mengenai praktek menulis *press release* dan umumnya mengenai teori-teori yang sedang penulis pelajari dalam perkuliahan.

Selain bisa belajar dalam praktek menulis *press release* penulis juga dituntut untuk bisa menjadi seseorang yang baik secara fisik atau pun mental dalam pembuatan strategi dalam pembuatan citra positif. Selama PKL penulis terjun langsung untuk membuat *press release* yang akan dijadikan rubrik berita di media massa.

Disini penulis melakukan kegiatan insidentil membuat press release mengenai kegiatan ulang tahun Adiyaksa ke 53, *press release* merupakan salah satu kegiatan untuk meningkatkan citra suatu perusahaan.Tetapi dalam hal pembuatan *pres release* tidak memiliki unsur yang menjual tetapi melainkan memiliki nilai berita. Kegiatan

tersebut untuk membangun suatu hubungan yang baik dengan sebuah media.

Press Release atau siaran pers menurut Soemiratdan Ardianto (2004) adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relations* (PR) suatu organisasi/ perusahaan yang disampaikan kepada pengelolapers/ redaksi media massa (tv, radio, media cetak, media online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut. Meskipun semua press release yang dibuat PR memiliki format yang sama, sebenarnya memiliki perbedaan penekanan pada informasinya yaitu:

- *Basic Press Release* mencakup berbagai informasi yang terdapat di dalam suatu organisasi/ perusahaan yang memiliki berbagai nilai berita untuk media lokal, regional atau pun nasional;
- *Product Release* mencakup transaksi tentang target suatu produk khusus atau produk regular lainnya untuk suatu publikasi perdagangan didalam suatu industri;
- *Financial Release* digunakan terutama dalam membina hubungan dengan pemegangsaham.

Penulisan press release layak muat apabila cara menulisnya sepertihalnya wartawan menulis berita langsung (straight news) dengan gaya piramida terbalik (inverted pyramid). Dimulai dengan membuat lead/ terasberita/ kepala berita sebagai paragraph pertama yang mengandung unsur 5W + 1H (*What*: apa yang terjadi? *Where*: dimana terjadinya? *When*: kapan peristiwa tersebut terjadi? *Who:*siapa yang

terlibat dalam peristiwatersebut? *Why*: mengapa peristiwa tersebut terjadi? *How*: bagaimana berlangsungnya peristiwa tersebut?).

Penulisan dengan gaya piramida terbalik ini digunakan dengan alasan: Pertama, pembaca dikategorikan sebagai orang sibuk dan mempunya iwaktu yang singkat untuk mendapatkan berita-berita yang faktual. Kedua, redaksi media massa harus memotong*Press Release* tersebut tanpa mengurangi isi pokoknya. Ketiga, redaksi tidak mempunyai cukup waktu untuk membaca keseluruhan *Press Release*. Sebelum redaksi memutuskan dibuang atau dipakai release tersebut, mereka harus tahu dengan cepat apa keseluruhan isi *releas* itu (Cole dalam Soemiratdan Ardianto, 2004).

2.5 Analisis Pelayanan Penkum Kejaksaan Tinggi Jawa Barat Kepada Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dari definisi diatas maka hal penting dari pelayanan yang pertama adalah interaksi langsung, dan yang kedua adalah kepuasan pelanggan. Karena dari interaksi yang terjadi antara seseorang dengan orang lain.

Selama melakasanakan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di Kejaksaan Tinggi Jawa Barat, penulis merasakan suasana yang cukup menyenangkan, dan karyawan-karyawannya yang ramah walaupun dalam melaksanakan kegiatan rutin, penulis tidak seluruhnya mengerjakan kegiatan yang dilakukan oleh

Penkum akan tetapi sebagian mengerjakan tugas administrasi yaitu memasukan surat masuk dan surat keluar ke dalam agenda. Penulis pun diberikan kesempatan untuk mengikuti berbagai kegiatankegiatan insidental yang bisanya dilakukan oleh Penkum.

Kesempatan itu telah memberikan pengalaman bagi penulis, khususnya mengenai Praktek kerja Penkum perusahaan dan umumnya mengenai pengaplikasian teori dan praktek yang didapat mahasiswa selama perkuliahan terhadap lingkungan perusahaan.

Penulis juga sering mendapatkan pengarahan dan bimbingan dari pembimbing PKL. Khususnya dalam membuat kliping pers, penulis juga diberikan kesempatan untuk mengikuti kegiatan itu acara yang dilaksanakan di lingkungan perusahaan. Hasil kerja praktek ini memberikan suatu pemahaman yang berarti bagi penulis tentang bagaimana sistematika kerja humas dalam perusahaan.

Bila penulis mengalami kesulitan, hambatan, ataupun hasil yang kurang sempurna maka pihakPenkum dan pegawai mengoreksi dari hasil yang telah penulis lakukan, sehingga hal tersebut menjadi suatu pembelajaran bagi penulis agar dapat lebih baik lagi di masa yang akan datang, khususnya dalam bidang Penkum. Hasil dari kerja praktek ini adalah memberikan suatu pemahaman yang berarti bagi penulis tentang bagaimana Penkum bertanggung jawab dalam penyelenggaraan proses komunikasi dengan public internal maupun eksternal lembaga serta dapat membina hubungan baik dengan media.