BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilakukan oleh penulis PT.Pikiran Rakyat Bandung pada bagian *Public Relations*.Maka hal-hal yang dikerjakan oleh penulis dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) berhubungan dengan kegiatan-kegiatan *Public Relations.*

Kegiatan yang dilakukan terbagi menjadi 2 bagian yaitu kegiatan rutin dan insidentil. Kegiatan rutin yaitu kegiatan yang dilakuakan setiap hari atau sering dikerjakan, seperti kliping, rapat program kerja . Sedangkan kegiatan insidental yaitu kegiatan yang dilakukan sesekali saja dan PT.Pikiran Rakyat Bandung memiliki kegiatan insidentil yang didalamnya bertujuan untuk menjaga citra dan reputasi perusahaan, *Public Relations* membuat suatu strategi komunikasi, yaitu melalui kegiatan CSR yaitu Pembagian Takjil, Sembako Murah dan ZIS (Zakat, Infak, Sedekah)

Dan adapun kegiatan-kegiatan yang dilakukan penulis selama Praktek Kerja Lapangan (PKL) adalah sebagai berikut :

2.1 Aktivitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
1	Senin, 15 Juli 2013	Perkenalan		
2	Selasa, 16 Juli 2013	Menginput data penerima sedekah (ZIS)		√
3	Rabu, 17 Juli 2013	• Menginput data penerima sedekah (ZIS) • Rapat Program Kerja bulan Ramadan	√	√
4	Kamis, 18 Juli 2013	• Menyortir data penerima sedekah (ZIS) • Mencari panti yatim piatu di Bandung		√ √
5	Jumat, 19 Juli 2013	• Menghubungi panti asuhan • Rapat Koordinasi acara	√	√

6	Senin, 22 Juli 2013	Izin tidak masuk kantor karena alasan keluarga. Diganti dengan mendesign pamflet dan flyer untuk acara		
7	Selasa, 23 Juli 2013	Izin tidak masuk kantor karena alasan keluarga. Diganti dengan mendesign untuk lomba mewarnai		
8	Rabu, 24 Juli 2013	Mengaudit surat, proposal dan permintaan ZIS		√
9	Kamis, 25 Juli 2013	• Persiapan Buka Bersama Karyawan, Direksi dan Komisaris PT.Pikiran Rakyat Bandung • Buka Bersama Karyawan, Direksi dan Komisaris PT.Pikiran Rakyat Bandung		√ √
10	Jumat, 26 Juli 2013	• Menginput data surat masuk • Mendampingi Pak Dicky Harisman		√ √

		(Assisten Humas) meminta wakaf ke direksi, komisaris dan karyawan • Persiapan acara pembagian tajil • Pelaksanaan pembagian tajil dan OPUS (Obrolan Seputar Puasa) di Bandung Trade Mall		√ √
11	Minggu, 28 Juli 2013	Pembagian sembako murah di Bandung Trade Mall		√
12	Senin, 29 Juli 2013	Pelaksanaan Bazaar Ramadhan (divisi perlengkapan acara)		√
13	Selasa, 29 Juli 2013	Pelaksanaan Bazaar Ramadhan (divisi perlengkapan acara)		√
14	Kamis, 1 Agustus 2013	• Kliping • Rapat Halal bi Halal • Mengambil kartu lebaran	√ √	√

		• Menyiapkan uang ZIS		√
15	Jumat, 2 Agustus 2013	Membagikan ZIS kepada warga dan panti yang sudah disortir		√
16	Senin, 12 Agustus 2013	Kliping	√	
17	Selasa, 13 Agustus 2013	Halal Bi Halal Karyawan, Direksi dan Komisaris PT.Pikiran Rakyat Bandung		√
18	Rabu, 14 Agustus 2013	• Kliping • Wawancara data untuk laporan	√	√
19	Kamis, 15 Agustus	Review data penerima ZIS		√

Sumber: Arsip Penulis

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Selama pelaksanaan praktek kerja lapangan, pada kesempatan tersebut penulis melakukan berbagai kegiatan yang dibagi menjadi kegiatan rutin dan insidental antara lain :

2.2.1 Kegiatan Rutin

2.2.1.1 Rapat

Rapat Program Kerja bulan Ramadan

Rapat merupakan bagian dari proses dan perencanaan dalam melakukan sebuah kegiatan atau event. Rapat termasuk dalam management humas, yang didalamnya terdapat pembagian job description, menentukan konsep acara, koordinasi masing-masing bagian.

Pada Rabu, 17 Juli 2013 penulis mengikuti rapat bersama karyawan PT.Pikiran Rakyat Bandung yang bekerja di bagian Hubungan Masyarakat, Marketing Communication dan Sekertaris Perusahaan. Terdapat sekitar 12 orang yang mengikuti rapat program kerja bulan Ramadan yang diselenggarakan oleh bagian Hubungan Masyarakat.

Dalam rapat dijelaskan ada beberapa rencana yang akan dilaksanakan pada bulan Ramadan, yakni:

- Buka Bersama Karyawan, Direksi dan Komisaris PT.Pikiran Rakyat Bandung
- Pembagian Takjil dan Obrolan Seputar Puasa
- Pembagian sembako murah
- Bazaar Ramadhan
- Halal bi Halal Karyawan, Direksi dan Komisaris PT.Pikiran Rakyat Bandung

Dalam rapat dibagikan pula susunan kepanitiaan dalam semua acara yang akan dilaksanakan

Pada tanggal 19 Juli 2013, penulis mengikuti rapat koordinasi acara. Rapat berisikan tentang:

- Bazaar Ramadan

  Pembahasan :

  - Teknis lapangan
  - Lomba mewarnai
  - Lomba model
- Buka Bersama PT.Pikiran Rakyat Bandung
- Pembagian Takjil dan Obrolan Seputar Puasa

- Pembagian Sembako Gratis

Pada tanggal 1 Agustus 2013, penulis mengikuti rapat acara Halal Bi Halal. Adapun pembahasan dalam rapat tersebut adalah:

- Pembicara
- Persiapan logistik
- Persiapan *talent*
- Pembaca surat Al-Quran
- Konsumsi
- Protokoler
- *Dresscode*

2.2.1.2 Kliping

Kliping merupakan kegiatan yang penting untuk menyediakan dokumentasi dari kegiatan yang sudah dilakukan oleh perusahaan. Kegiatan kliping di Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung merupakan hal yang rutin dilakukan, mengingat bagian Humas perlu menyediakan dokumentasi apabila ada yang membutuhkan ataupun ingin mengetahui kegiatan yang sudah dilakukan oleh perusahaan.

Pada saat Praktek Kerja Lapangan, kegiatan kliping merupakan dilakukan rutin, dikarenakan acara yang sudah dilakukan

oleh perusahaan selalu dimuat keesokan harinya di surat kabar Pikiran Rakyat. Potongan dari surat kabar ditempel dalam sebuah buku besar khusus untuk kliping dan dokumentasi kegiatan perusahaan.

2.2.2 Kegiatan Insidental

2.2.2.1 Menginput Data Penerima Sedekah

Pemberian sedekah dari sebuah lembaga atau perusahaan adalah sebuah hal yang perlu dilakukan demi meraih simpati dari khalayak. Kegiatan ini termasuk dalam CSR (*Coorporate Social Responsibility*) dan merupakan kegiatan rutin bagian Hubungan Masyarakat di PT.Pikiran Rakyat Bandung.

Tingkat ekonomi yang belum tinggi secara merata, dapat dilihat dari masih banyaknya masyarakat yang tergolong dalam kategori kurang mampu. Hal ini pula yang menyebabkan banyak sekali orang yang mengirimkan permohonan pemberian sedekah pada PT.Pikiran Rakyat Bandung.

Orang-orang yang kurang mampu mengirimkan kertas yang bertuliskan keterangan tidak mampu dan disertai fotokopi Kartu Tanda

Penduduk. Jumlah yang mengirimkan permohonan pemberian sedekah sekitar 297, termasuk panti asuhan, panti jompo, panti tuna netra, dsb.

2.2.2.2 Menyortir Data Penerima Sedekah

Setelah data pemohon pemberian sedekah dimasukkan, kegiatan dilanjutkan dengan menyortir siapa saja yang berhak untuk mendapatkan sedekah tersebut. Hal ini mengantisipasi adanya pemohon yang mendaftarkan dua kali dengan menggunakan nama anggota keluarganya dan juga meminimalisir badget yang akan dikeluarkan.

Dalam penyortiran, terdapat banyak dari pemohon yang merupakan satu keluarga dan satu daerah, sehingga penulis sedikit kesulitan untuk memilih yang akan dimasukan ke dalam daftar penerima sedekah. Jika terdapat pemohon yang merupaka satu keluarga, maka dipilih satu dari keluarga tersebut, agar keluarga lain bisa mendapatkan bagian. Sebagian besar, pemohon bertempat tinggal di daerah pinggiran kota Bandung, yakni di daerah Ciparay, Manggahang.

2.2.2.3 Mencari Panti Asuhan

Dalam proses perencanaan, Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung akan mengundang beberapa panti asuhan untuk hadir dalam acara Buka Puasa Bersama Direksi, Komisaris dan Karyawan.

Pada tgl 18 Juli 2013, penulis mencari panti asuhan yang ada di kota Bandung dengan menggunakan internet. Ditemukan sekitar 50 panti asuhan yang tersebar di kota Bandung.

2.2.2.4 Menghubungi Panti Asuhan

Setelah mendapatkan data alamat dan nomor telepon panti asuhan, peneliti menghubungi satu persatu. Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung sepakat untuk mencari panti asuhan yang mengurus anak-anak kategori Taman Kanak-kanak dan Sekolah Dasar. Selain itu, diutamakan yang belum pernah mendapatkan santunan dari PT.Pikiran Rakyat Bandung.

Penggunaan kata yang formal dan ramah menjai hal yang wajib dalam berkomunikasi dengan pihak eksternal. Hal ini ditunjukkan sebelumnya oleh Assisten Humas yakni Pak Dicky Harisman, sehingga peneliti mencoba melakukan hal serupa. Hal

tersebut untuk menjaga citra dan reputasi dari PT.Pikiran Rakyat Bandung.

Setelah menghubungi 50 panti asuhan, terdapat 14 panti asuhan yang sesuai dengan kesepakatan Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung. Setelah itu, Asssiten Humas yakni Ibu Taty Aisyah survey untuk memastikan keadaan 14 panti asuhan tersebut.

2.2.2.5 Mengdesign Pamflet dan Flyer

Untuk mensosialisasikan program kerja bulan Ramadan bagian Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung, dibutuhkan pamflet dan flyer. Penulis mencoba mendesign pamflet dan flyer yang berisikan informasi seputar rencana kegiatan yang akan diadakan selama bulan Juli-Agustus 2013.

Penulis mengerjakan design pamflet dan flyer dirumah, karena pada hari Senin 22 Juli 2013 salah satu anggota keluarga penulis meninggal dunia.

2.2.2.6 Mengdesign Untuk Lomba Mewarnai

Sesuai dengan hasil rapat, untuk acara Bazaar Ramadhan tanggal 29 Juli 2013, penulis ditempatkan di bagian perlengkapan. Dalam kesempatan tersebut, penulis diberi tugas mendesign untuk lomba mewarnai.

Lomba mewarnai diperuntukkan bagi kategori anak Taman Kanak-kanak dan Sekolah Dasar, sehingga penulis mendesign gambar yang sesuai dengan usia anak-anak.

2.2.2.7 Audit Data Surat

Banyaknya surat yang masuk ke bagian Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung, perlu dilakukan audit agar data tertera dan lengkap. Pada kesempatan ini, penulis memasukan data surat yang masuk dan belum sempat diinput oleh bagian Humas.

Audit data surat merupakan hal yang penting untuk antisipasi apabila terdapat kebutuhan untuk mengetahui surat yang akan dibaca kembali.

2.2.2.8 Audit/Sortir Permintaan Sedekah

Penyortiran permintaan sedekah dilanjutkan pada tanggal 24 Juli 2013. Setelah mensortir seluruh permintaan sedekah, disepakati untuk menyetujui 156 penerima sedekah dari PT.Pikiran Rakyat Bandung.

Besar sedekah untuk perseorangan adalah Rp25.000,- dan Rp50.000,- untuk panti. Selain itu, diberikan pula dana untuk satpam Braga yang rutin menjaga kendaraan karyawan PT.Pikiran Rakyat Bandung, warga sekitar kantor Redaksi PT.Pikiran Rakyat Bandung di Jalan Soekarno Hatta no.147.

2.2.2.9 Persiapan Buka Bersama di Kantor Redaksi PT.Pikiran Rakyat Bandung

Dalam proses persiapan buka bersama Direksi, Karyawan dan Komisaris PT.Pikiran Rakyat Bandung, bagian Humas melakukan persuasif kepada seluruh bagian juga menghubungi pihak yang terkait dengan acara tersebut.

Hubungan antar bagian yang baik, mempermudah proses persuasif untuk menghadiri buka puasa bersama. Bagian Humas menghubungi setiap Kepala Bagian dan mendatangi karyawan yang

ada di kantor PT.Pikiran Rakyat Bandung, Jalan Asia Afrika no.77 Bandung. Selain itu, diberikan informasi seputar kegiatan buka bersama yang diletakkan di Majalah Dinding. Majalah Dinding tersebut berada disebelah mesin absensi, sehingga karyawan yang akan melakukan absen setiap pagi dapat melihat selebaran tersebut.

Selain itu, persiapan acara buka puasa bersama juga meliputi kegiatan menghubungi berbagai pihak untuk memastikan berjalannya acara tersebut. Bagian Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung menghubungi bagian perlengkapan seperti tenda, sound system. Selain itu dihubungi pula pengisi acara yakni marawis dari pondok pesantren. Penulis juga berkesempatan untuk menghubungi Bapak Ust.Cecep Firdaus, S.Ag. dari Kementrian Agama Kota Bandung. Keramahan dan intonasi suara yang baik harus dibiasakan untuk berkomunikasi dengan pihak eksternal, karena penulis menjadi bagian untuk menjaga citra perusahaan.

Persiapan acara pun meliputi konfirmasi dengan pihak catering untuk menyediakan santapan buka puasa bersama. Selain itu, konfirmasi dilakukan pula kepada panitia buka puasa bersama untuk melakukan job desc yang sudah disepakati, sehingga pengorganisasian kegiatan dapat berlangsung optimal.

2.2.2.10 Buka Puasa Bersama Direksi, Komisaris dan Karyawan PT.Pikiran Rakyat Bandung

Pada hari Kamis, 25 Juli 2013 pukul 16.00 WIB diadakan buka puasa bersama Direksi, Komisaris dan Karyawan PT.Pikiran Rakyat Bandung. Acara ini diadakan untuk mempererat silaturahmi antar direksi, direksi dengan komisaris, direksi dengan karyawan, komisaris dengan karyawan dan karyawan dengan karyawan.

PT.Pikiran Rakyat Bandung yang memiliki 8 anak perusahaan, memiliki karyawan lebih dari 600 orang, sehingga dibutuhkan acara untuk mempertemukan para karyawan. Acara buka puasa bersama ini dilangsungkan di kantor Redaksi PT.Pikiran Rakyat Bandung, Jalan Soekarno Hatta no.147 Bandung.

Acara buka puasa bersama ini diisi dengan:

1. Sambutan Direksi Operasional
2. Santilawah dan Santilawati
3. Penampilan dari marawis
4. Kultum
5. Ramah tamah

2.2.2.11 Meminta Wakaf ke Direksi, Komisaris dan Karyawan

Meminta Dalam program kerja bagian Humas, direncanakan untuk memberikan wakaf 1000 al-quran ke salah satu pesantren di Tasikmalaya. Pak Dicky Harisman selaku penggagas acara tersebut, meminta dukungan dari seluruh elemen di PT.Pikiran Rakyat Bandung untuk memberikan wakaf berupa uang yang akan dialokasikan untuk membeli al-quran.

Penulis berkesempatan untuk mendampingi Pak Dicky Harisman meminta wakaf ke seluruh Komisaris, Direksi PT.Pikiran Rakyat Bandung. Selain itu, sebagian karyawan yang bekerja di kantor PT.Pikiran Rakyat Bandung Jalan Asia Afrika no.77 pun menyumbang untuk wakaf al-quran.

2.2.2.12 Pembagian Takjil dan Obrolan Seputar Puasa di Bandung Trade Mall

Pada hari Jumat, 26 Juli 2013 diadakan pembagian takjil dan Obrolan Seputar Puasa (Opus) di Bandung Trade Mall. Acara ini diadakan oleh Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung yang didukung oleh bagian Sekper dan Marketing Communication.

Acara Obrolan Seputar Puasa disatukan dengan acara dari salah satu Event Organizer yang bekerja sama dengan PT.Pikiran Rakyat Bandung. Setelah Opus, pengunjung di Bandung Trade Mall diberikan takjil gratis, yang merupakan hasil kerja sama PT.Pikiran Rakyat Bandung dengan PT. Coca Cola Company. Takjil yang diberikan berupa minuman rasa dalam kemasan dan kolak.

2.2.2.13 Pembagian Sembako Murah di Bandung Trade Mall

Pada hari Minggu, 28 Juli 2013 PT.Pikiran Rakyat Bandung kembali mengadakan event dalam rangka bulan Ramadan, yakni pembagian sembako murah yang dilaksanakan di Bandung Trade Mall.

Pembagian sembako murah ini diselenggarakan di pelataran parker Bandung Trade Mall. Paket sembako yang ditawarkan berharga Rp 25.000,00, yang berisi beras, minyak, kue, gula.

Pembagian sembako berlangsung dengan waktu yang cukup cepat, karena banyaknya antusias dari masyarakat yang mengetahui adanya program ini. Banyak orang berbondong-bondong untuk membeli paket sembako ini.

2.2.2.14 Bazaar Ramadan PT.Pikiran Rakyat Bandung BERKESAN (Berbagi Kebaikan Saat Ramadan)

Bazaar Ramadan PT.Pikiran Rakyat Bandung diselenggarakan pada Senin, 29 Juli 2013 hingga Selasa 30 Juli 2013 di pelataran parkir PT.Pikiran Rakyat Bandung Jalan Asia Afrika no.77 Bandung.

Bazaar Ramadhan hari pertama dimeriahkan dengan stand penjualan produk-produk dari berbagai badan usaha yang ada di Bandung seperti kuliner, otomotif, baju, properti dan assesoris. Selain itu adapula tausiah dari Duo Akang, hiburan musik, lomba mewarnai, lomba model catwalk untuk usia 4-12 tahun.

- Hari pertama Senin, 29 Juli 2013

Di hari pertama, banyak pengunjung yang mendatangi stand yang tersedia. Dengan dihibur penyanyi asal kota kembang, acara semakin meriah. Adapula karyawan PT.Pikiran Rakyat Bandung yang juga ikut mengisi acara dengan nyanyian yang diiringi dengan organ tunggal.

Tausiah oleh Duo Akang membuat suasana menjadi meriah. Duo Akang yang terkenal dengan Syiar dan Syair, memadukan

tausiah dengan nyanyian membuat para penonton menikmati siraman rohani dengan canda tawa khas Sunda.

Acara Bazaar Ramadhan ini dipandu oleh Pak Dicky Harisman selaku *Master of Ceremony*. Pak Dicky membawa penonton tertawa dengan interaksi dan candaan yang menghidupkan suasana. Pembawaan MC yang memang sudah menjadi langganan dalam setiap acara di PT.Pikiran Rakyat Bandung membuat acara hari pertama berlangsung kondusif dan semarak.

- Hari kedua, Selasa 30 Juli 2013

Pada hari kedua, acara Bazaar Ramadan PT.Pikiran Rakyat Bandung BERKESAN dimeriahkan dengan musik, lomba mewarnai dan lomba model catwalk.

Jalannya acara Bazaar Ramadan kembali dipandu oleh Pak Dicky Harisman dan juga diiringi oleh penyanyi asal Bandung yang menyanyi berbagai lagu, dari mulai lagu rohani hingga lagu cinta yang sedang *hits*.

Sebelum penyelenggaraan Bazaar Ramadan, dilakukan proses publikasi melalui surat kabar Pikiran Rakyat mengenai lomba mewarnai dan lomba model catwalk sehingga banyak dari

masyarakat yang melihat iklan tersebut datang ke Bazaar Ramadan untuk mengantar anaknya mengikuti lomba yang diadakan.

Lomba pertama adalah lomba mewarnai untuk anak Taman Kanak-Kanak dan Sekolah Dasar. Perlombaan diselenggarakan 45 menit dan diikuti oleh sekitar 50 anak. Anak-anak yang mengikuti lomba antusias untuk mewarnai yang diberi semangat oleh orang tuanya.

Setelah itu, diadakan lomba model catwalk. Lomba model ini diikuti oleh sekitar 30 anak. Sebelum perlombaan dimulai, orang tua peserta sibuk mendandani dan memberi arahan untuk anak yang mengikuti lomba tersebut.

Pada saat lomba berlangsung, terdapat banyak kejadian yang membuat para penonton tertawa, diantaranya ada seorang anak yang memperagakan gaya seperti model professional, adapula anak yang malu dan lari ke arah orang tuanya pada saat bergaya di catwalk.

Suasana pada saat itu sangat meriah dengan diiringi musik bit, sehingga perhelatan lomba menjadi semangat. Pada saat lomba, penulis menjadi operator dalam pengaturan musik.

Setelah acara lomba selesai, berakhir pula acara Bazaar Ramadan PT.Pikiran Rakyat Bandung BERKESAN (Berbagi

Kebaikan Saat Ramadan) yang telah sukses didukung oleh Coca Cola, Novotel, Banana Inn Hotel, Rumah Makan Ponyo.

Dalam acara ini, penulis mempelajari bagaimana cara untuk berkomunikasi dengan pihak eksternal, menjadi bagian dari panitia kegiatan perusahaan dan menjalin relasi dengan karyawan di PT.Pikiran Rakyat Bandung.

2.2.2.15 Menyiapkan Uang Sedekah

Setelah dana yang diajukan ke bagian keuangan dan direksi, tim Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung menyiapkan uang yang akan dibagikan kepada pemohon sedekah yang sudah mendaftar dan lolos dalam tahap penyortiran. Kegiatan ini termasuk dalam proses persiapan dalam kehumasan.

2.2.2.16 Pembagian Uang Sedekah

Pada hari Jumat 2 Agustus 2013, tim Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung bersiap-siap untuk memberi sedekah dengan dibantu oleh keamanan yang mengatur barisan penerima sedekah.

Penulis menjadi satu-satunya orang yang berhadapan langsung dan memberikan sedekah kepada para penerima. Dengan dibantu data yang tertera, penulis memberikan sedekah dengan meminta fotokopi Kartu Tanda Penduduk yang digunakan untuk pendataan.

Pada kegiatan ini, penulis memberikan kepada sekitar 156 orang dan panti yang dinyatakan berhak untuk mendapatkan sedekah dari PT.Pikiran Rakyat Bandung.

Keramahan, senyum dan kecepatan dalam bekerja menjadi hal yang diwajibkan, mengingat penulis menjadi orang yang berhadapan langsung dengan pihak eksternal, demi menjaga citra perusahaan.

2.2.2.17 Halal Bi Halal PT.Pikiran Rakyat Bandung

Setelah melewati bulan suci Ramadan, sesama umat muslim mengadakan kegiatan rutin yaitu saling bersalaman dan silaturahmi. Oleh karena itu, bagian Humas mengadakan kegiatan Halal Bi Halal yang dihadiri oleh Direksi, Komisaris dan Karyawan di pelataran parkir kantor PT.Pikiran Rakyat Bandung di Jalan Asia Afrika no.77 Bandung.

Kegiatan ini berlangsung pada hari Selasa, 13 Agustus 2013. Acara dimulai dengan sambutan dan pembukaan dari Direktur Operasional, Bapak Joko Hendarto. Setelah itu acara dilanjutkan dengan siraman rohani dan ramah tamah. Pada saat ramah tamah, Direksi dan Komisaris baris dan saling bersalaman dengan seluruh karyawan yang hadir.

Setelah ramah tamah, acara dihibur oleh grup musik D'Athena yang membawakan lagu-lagu rohani. Seluruh karyawan PT.Pikiran Rakyat Bandung dihidangkan makanan prasmanan.

2.2.2.18 Review Data Penerima Sedekah

Setelah memberi sedekah pada tanggal 2 Agustus 2013, penulis mereview data penerima. Kegiatan ini sebagai evaluasi dan pengecekan apabila ada kesalahan atau penerima ganda.

2.3 Deskripsi *Public Relations*

2.3.1 Definisi *Public Relations*

Definisi Humas atau PR menurut Frank Jefkins dalam bukunya Public Relations adalah :

> "PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian". (Jeffkins, 2003:10).

Sedangkan pengertian *Public Relations* menurut Onong Uchana Effendy "Humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama", (Rachmat Kriyantono, 2008:3).

Public Relations atau Humas menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun yang non-komersial. Sebenarnya, *Public Relations* terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami Public Relations, kecuali jika ia terisolasi dan tidak menjalin kontak dengan manusia lainnya.

Menurut definisi *Institute of Public Relations* (*IPR*), Humas (*Public Relations*) adalah :

> ”keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.”(Jeffkins, 2003:9)

2.3.2 Ruang Lingkup *Public Relations*

Public Relations memiliki suatu lingkup yang luas dalam menghadapi permasalahan–permasalahan dalam suatu organisasi yang berhubungan dengan kegiatan organisasi, baik dalam publik internal maupun eksternal. Oleh karena itu *Public Relations* harus memiliki perencanaan terlebih dahulu, kemudian adanya program yang terstruktur.

Public Relations atau Humas memiliki bidang-bidang cakupan atau ruang lingkup sebagai berikut :

1. Hubungan dengan pelanggan *(Customer Relations).*
2. Hubungan dengan masyarakat atau penduduk
3. Hubungan dengan pers atau media massa *(Press Relations).*
4. Hubungan dengan intansi-instansi pemerintah *(Government relations).*
5. Hubungan karyawan atau pegawai *(Employee Relations).*
6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait *(stakeholder Relations).*

Ruang lingkup *Public Relations* dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Hubungan dengan pelanggan *(Customer Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan seperti member informasi kepada pelanggan atau nasabah, menjelaskan prosedur, tata cara, waktu, menyampaikan pesan-pesan, laporan berkala(melalui brosur, jurnal, surat dan sebagainya), menyelenggarakan acara bersama pelanggan dan menciptakan suasana kenyamanan atau kemudahan bagi urusan para pelanggan dan melayani pelanggan atau tamu.

2. Hubungan dengan masyarakat atau penduduk *(Community Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk atau masyarakat yang sekurang-kurangnya meliputi penduduk di sekitar lokasi pabrik atau perusahaan atau toko atau di sekitar kantor organisasi atau lembaga yang bersangkutan.

3. Hubungan dengan Pers atau media massa *(Press Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatanmembuat kliping (guntingan berita dari Koran, majalah, dan lain-lain) serta menganalisa pendapat umum (opni publik) atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu *(specific group opinion)*, menyampaikan informasidan pernyataan resmi melalui media massa, menyelenggarakan acara

jumpa pers *(press conference)* atau menyusun dan mengedarkan keterangan pers *(press release)*, membina hubungan komunikasi dua arah dengan wartawan dan redaksi media massa (surat kabar, TV, radio, majalah, tabloid dan lain-lain).

4. Hubungan dengan instansi-instansi Pemerintah *(Government Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan pembinaan dan penyelenggaraan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi-instansi pemerintah (pemerintah daerah atau kabupaten atau kota, pihak kepolisian, dinas tenaga kerja dinas perindustrian, dinas pariwisata dan lembaga lainnya), upaya-upaya perolehan informasi actual dari berbagai instansi pemerintah dan sebaliknya menyampaikan informasi kepada instansi terkait.

5. Hubungan dengan karyawan atau pegawai *(Employee Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan pembinaan hubungan ke dalam (pimpinan dengan karyawan dan sesame bawahan) yang memang terkesan tumpang tindih dengan fungsi dan tugas Bagian Kepegawaian (Personalia).Ada pula yang secara spesifik sebenarnya merupakan ruang lingkup Kehumasan, yaitu menyampaikan kebijakan organisasi atau perusahaan kepada karyawan untuk disampaikan kepada pimpinan.Dengan demikian,

diharapkan tercipta suasana harmonis atau selaras dalam kegiatan organisasi atau perusahaan.

6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait *(Stakeholder Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan yang menunjang atau terus-menerus berhubungan dengan kegiatan organisasi atau perusahaan atau lembaga (seperti agen-agen, supplier, distributor) dan juga mencakup hubungan dengan para pemegang saham *(Stakeholder Relations).* (Rudy, 2005 : 85-88).

2.3.3 Tujuan *Public Relations*

Karena *Public Relations* merupakan fungsi manajemen dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, maka pada dasarnya tujuan *Public Relations* adalah tujuan-tujuan komunikasi. Tujuan *Public Relations*, antara lain :

1. Menciptakan Pemahaman (*Mutual Understanding*) antara perusahaan dan publiknya.

   Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi (*well-informed*) antara perusahaan dan publiknya. Kecukupan informasi ini merupakan dasar untuk mencegah kesalahan persepsi. Kesalahpahaman akibat salah persepsi atau kekurangan informasi merupakan kesalahan

mendasar dalam kegiatan komunikasi (*primery-breakdown of communication*).

2. Membangun Citra Korporat (*Corporate image*)

   Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya. Pada akhirnya persepsi akan mempengaruhi sikap publik, apakah mendukung, netral, atau memusuhi.

3. Citra Korporat Melalui Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

   Corporate social responsibility adalah program *Public Relations* untuk melibatkan diri mengatasi perseolan-persolan sosial di lingkungannya.

   Dengan kata lain, CSR adalah pengintegrasian kepedulian perusahaan, ada yang menyebut sebagai *Community Development* atau filantropi/keikhlasan berbagi) adalah investasi sosial perusahaan yang bersifat jangka panjang.Secara berangsur akan terbentuk citra positif terhadap kegiatan sosial yang dilakukan. Beberapa kegiatan bisa menjadi *trade mark* perusahaan yang berpengaruh dalam memperkuat merek produk.

4. Membentuk Opini Publik yang *Favorable*

   Sikap publik terhadap perusahaan bila diekspresikan disebut opini publik. Jadi, opini publik ini merupakan ekspresi publik mengenai persepsi dan sikapnya terhadap perusahaan. Citra perusahaan yang baik akan membuat keuntungan kompetetif bagi perusahaan.

5. Membentuk *Good Will* dan Kerjasama

   Good will dan kerja sama dapat terwujud karena inisiatif yang dilakukan berulang-ulang oleh *Public Relations* perusahaan untuk menanamkan saling pengertian dan kepercayaan kepada publiknya.

2.3.4 Fungsi dan Peranan *Public Relations*

a. Fungsi Public Relations

Adapun fungsi humas menurut Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations*: *Principles and Problems*, mengemukakan fungsi humas sebagai berikut:

1. *It should serve the public's interest* (mengabdi kepada kepentingan umum)
2. *Maintain good communication* (Memelihara komunikasi yang baik)

3. *Stress good morals and manners* (menitikberatkan moral dan perilaku yang baik)

Dari fungsi humas di atas menurut Bertrand R. Canfield dapat dirumuskan, sebagai berikut:

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

b. Peranan *Public Relations*

Peran utama *Public Relations*pada intinya adalah sebagai berikut :

1. Sebagai *Communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina *Relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *Back Up* management yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.

4. Membentuk *Corporate Image* artinya peranan *Public relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. (Effendi, 2008 : 9-11)

2.4 Analisa Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Pada dasarnya, kegiatan Humas adalah kegiatan dalam rangka menciptakan pemahaman bersama, baik dengan publik internal maupun eksternal. Kegiatan Humas erat kaitannya denga hubungan dan relasi antar bagian atau divisi bahkan dengan elemen masyarakat diluar perusahaan.

Definisi Humas menurut Onong Uchana Effendy “Humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama” Rachmat Kriyantono, 2008:3).

Bagian Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung dipimpin oleh Kepala Bagian. Tetapi, Humas di PT.Pikiran Rakyat Bandung belum merupakan state of being atau melembaga, dikarenakan Humas di surat kabar tersebut masih berada dibawah naungan Sekertaris Perusahan.

Adapun tugas utama Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung adalah menjaga citra dan reputasi perusahaan, mengingat surat kabar tersebut sudah

dikenal luas oleh publik Jawa Barat. Selain itu, Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung merupakan jembatan dari karyawan kepada Direksi dan Komisaris.

Selama penulis melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di PT.Pikiran Rakyat Bandung, kegiatan kehumasan berlangsung dengan baik. Koordinasi antar anggota bagian, antara Kepala Bagian dan Direksi, Komisaris berlangsung harmonis.

Kegiatan Humas berkaitan pula dengan CSR (*Coorporate Social Responsibility*) dimana Humas dinilai perlu untuk berkomunikasi dengan publik eksternal melalui kegiatan sosial. Kegiatan CSR bertujuan untuk menjaga citra dan reputasi perusahaan agar pemahaman publik eksternal terhadap perusahaan tetap positif.

> CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat ataupun masyarakat luas, bersaman dengan peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya (Wibisono, 2007)

Terdapat beberapa motif dilaksanakanya CSR, diantaranya:

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi dan brand image perusahaan.

   Perbuatan destruktif akan menurunkan reputasi perusahaan. Begitupun sebaliknya, konstribusi positif akan mendongkrak reputasi perusahaan. Inilah yang menjadi modal non-financial utama bagi perusahaan dan bagi stakeholdes - nya yang menjadi nilai tambah bagi perusahaan untuk dapat tumbuh secara berkelanjutan.

2. Layak mendapatkan *social licence to operate*.

    Masyarakat sekitar perusahaan merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan benefit dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Jadi program CSR diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.

3. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.

    Perusahaan mesti menyadari bahwa kegagalan untuk memenuhi ekspektasi stakeholders akan menjadi bom waktu yang dapat memicu risiko yang tidak diharapkan. Bila itu terjadi, maka disamping menanggung opportunity loss, perusahaan juga harus mengeluarkan biaya yang mungkin berlipat besarnya dibandingkan biaya untuk mengimplementasikan CSR.

4. Melebarkan akses sumber daya.

    Track record yang baik dalam pengelolaan CSR merupakan keunggulan bersaing bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memuluskan jalan menuju sumber daya yang diperlukan perusahaan.

5. Membentangkan akses menuju market.

   Investasi yang ditanamkan untuk program CSR ini dapat menjadi tiket bagi perusahaan menuju peluang pasar yang terbuka lebar. Termasuk didalamnya akan memupuk loyalitas konsumen dan menembus pangsa pasar baru.

6. Mereduksi biaya.

   Banyak contoh yang dapat menggambarkan keuntungan perusahaan yang didapat dari penghematan biaya yang merupakan buah dari implementasi dari penerapan program tanggung jawab sosialnya. Contohnya adalah upaya untuk mereduksi limbah melalui proses recycle atau daur ulang kedalam siklus produksi.

7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders.

   Implementasi program CSR tentunya akan menambah frekuensi komunikasi dengan stakeholders. Nuansa seperti itu dapat membentangkan karpet merah bagi terbentuknya trust kepada perusahaan.

8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.

   Perusahaan yang menerapkan program CSR pada dasarnya merupakan upaya untuk meringankan beban pemerintah sebagai regulator. Sebab pemerintahlah yang menjadi penanggungjawab utama untuk mensejahterakan masyarakat dan melestarikan lingkungan. Tanpa bantuan

dari perusahaan, umumnya terlalu berat bagi pemerintah untuk menanggung beban tersebut.

9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.

   Kesejahteraan yang diberikan para pelaku CSR umumnya sudah jauh melebihi standar normatif kewajiban yang dibebankan kepada perusahaan. Oleh karenanya wajar bila karyawan menjadi terpacu untuk meningkatkan kinerjanya.

10. Peluang mendapatkan penghargaan.

    Banyak reward ditawarkan bagi penggiat CSR, sehingga kesempatan untuk mendapatkan penghargaan mempunyai kesempatan yang cukup tinggi. Salah satu motif perusahaan dalam melaksanakan CSR dan menjadi bagian penting adalah menjalin hubungan yang baik dengan regulator.

    Perusahaan berdiri berdasarkan izin yang diberikan pemerintah, dan diharapkan mampu berkontribusi dalam pembangunan melalui pembayaran kewajiban berupa pajak dan lainnya, juga secara sadar turut membangun kepedulian terhadap meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan lingkungan.

Pada bulan Ramadan, merupakan bulan yang tepat untuk perusahaan melakukan kegiatan CSR (*Coorporate Social Responsibility*). Humas PT.Pikiran Rakyat menyadari akan momentum ini, sehingga terdapat

beberapa kegiatan yang memperlihatkan kepedulian perusahaan kepada publik eksternal. Kegiatan tersebut antara lain:

1. Pembagian takjil dan Obrolan Seputar Puasa di Bandung Trade Mall

   Dalam kegiatan CSR, perusahaan melakukan kegiatan yang memperlihatkan kepedulian dan tanda simpati kepada publik eksternal. Kegiatan CSR dari suatu perusahaan dapat berskala besar ataupun yang kecil, namun tetap pada suatu tujuan yakni citra ataupun reputasi.

   Kegiatan pembagian takjil dan obrolan seputar puasa menunjukan bahwa PT.Pikiran Rakyat Bandung peduli terhadap moment bulan ramadan yang harus diisi dengan hal positif. Kegiatan ini termasuk dalam CSR dan merupakan kegiatan kehumasan agar citra perusahaan tetap positif.

2. Pembagian sembako murah

   Dalam kegiatan kehumasan, perlu diadakan pengulangan kegiatan (repetisi) agar pola pikir publik dapat tertuju pada hal positif perusahaan. Contohnya adalah kegiatan CSR yang dilakukan oleh PT.Pikiran Rakyat Bandung. Pembagian sembako murah adalah hal rutin yang dilakukan perusahaan tersebut pada bulan ramadan.

   Pembagian sembako murah ini adalah hal positif yang dilakukan ketika tingkat perekonomian rakyat Indonesia tidak begitu baik, sehingga

menjadi moment untuk PT.Pikiran Rakyat Bandung meraih simpati dari publik eksternal.

3. Membagikan sedekah

Ditengah kesenjangan ekonomi yang terjadi di Indonesia, masih banyak rakyat yang membutuhkan santunan dan kehidupan yang layak. Melihat fenomena ini, Humas PT.Pikiran Rakyat melakukan kegiatan pembagian sedekah. Kegiatan ini bertujuan untuk berbagi kebaikan saat ramadan disamping untuk meraih simpati dari publik eksternal sehingga citra perusahaan tetap positif.

Selain ketiga kegiatan diatas, PT.Pikiran Rakyat Bandung pun memperhatikan warga disekitar kantor pusat yang terletak di Jalan Asia Afrika no.77 dan Jalan Soekarno Hatta no.147. Warga disekitar kedua kantor tersebut diberikan sumbangan untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan warga. Hal ini berlangsung rutin setiap tahun, sehingga warga sekitar dan perusahaan memiliki hubungan yang harmonis.

Selain kegiatan CSR, Humas PT.Pikiran Rakyat menyelenggarakan kegiatan rutin setiap tahun, diantaranya:

1. Buka Puasa Bersama Direksi, Komisaris dan Karyawan

Ruang lingkup Humas adalah publik internal dan eksternal, sehingga diperlukan suatu kegiatan untuk menjembatani komunikasi antar karyawan, petinggi perusahaan.

Kegiatan buka bersama yang dilakukan Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung adalah sebuah media untuk mempererat silaturahmi antar direksi dengan direksi, direksi dengan komisaris, direksi dengan karyawan, komisaris dengan karyawan, dan karyawan dengan karyawan.

Kegiatan ini adalah hal positif dalam menjembatani hubungan yang kerap terhambat oleh jabatan dan pekerjaan, sehingga dengan dipersatukan dalam suatu acara, para elemen perusahaan dapat bertemu dan saling berkomunikasi satu sama lain.

2. Bazaar Ramadan

Dalam aplikasi kegiatan Bazaar Ramadan, Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung dapat menjangkau publik internal, yakni karyawan, direksi dan komisaris, juga publik eksternal yakni para pengunjung bazaar dan para wirausahawan yang menjual produk di stand bazaar.

3. Halal Bi Halal

Sama dengan halnya buka puasa bersama, Humas PT.Pikiran Rakyat Bandung mempererat silaturahmi dan jaringan komunikasi antar elemen perusahaan tersebut.

Namun pada kegiatan Halal Bi Halal, suasana damai dan akrab dapat terlihat ketika satu sama lain berjabat tangan dan saling memaafkan. Hal ini menjadi kegiatan yang harus dilakukan Humas untuk mempererat hubungan seluruh karyawan yang bekerja dalam sebuah perusahaan.

Selama melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT.Pikiran Rakyat Bandung, penulis melakukan kegiatan rutin diataranya: kliping dan rapat. Dua kegiatan ini merupakan hal yang termasuk dalam kegiatan kehumasan.

1. Kliping

   Meskipun pada saat ini kliping tidak lagi menjadi pilihan utama dalam menyimpan dokumentasi, dikarenakan sudah berkembang pesatnya era digital, namun kliping merupakan hal yang penting dalam menyimpan bukti fisik dari foto-foto dan artikel mengenai perusahaan dan seputar kegiatannya.

   Dalam kegiatan Humas, kliping adalah media humas yang penting untuk mengabadikan hal-hal mengenai perusahaan.

2. Rapat

   Rapat merupakan hal yang penting dalam menyatukan berbagai persepsi, ide, tujuan dari masing-masing karyawan atau panitia dalam melaksanakan sebuah kegiatan ataupun program kerja. Dalam rapat terdapat proses interaksi antara komunikator dan komunikan yang terjadi secara terus-menerus.

   Dalam kehumasan, terdapat proses perencanaan-pelaksanaan-evaluasi, dan rapat termasuk dalam proses perencanaan. Dimana setiap kegiatan yang akan dilakukan perlu adanya rapat untuk sosialisasi program kerja, perencaaan kegiatan, konsep acara, pembagian *job description*, target pelaksanaan acara, dll.

Pada rapat yang penulis ikuti di PT.Pikiran Rakyat Bandung, proses interaksi dari peserta rapat terjadi dinamis. Ide, gagasan, kritik dan saran muncul sehingga banyak sekali perubahan konsep acara yang semula dirancang hanya oleh tim Humas.

2.5 Analisa Pelayanan Perusahaan terhadap Mahasiswa PKL

Pada saat mengajukan surat permohonan Praktek Kerja Lapangan, penulis diterima dengan ramah oleh bagian Sumber Daya Manusia PT.Pikiran Rakyat Bandung.

Pada hari pertama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan, penulis disambut dengan baik oleh Kepala Bagian Humas dan Assisten Humas. Dalam melaksanakan kegiatan, penulis diwajibkan mengenakan pakaian rapi, seperti kemeja berdasi dan celana bahan untuk hari Senin-Rabu, pakaian batik untuk hari kamis dan tampilan casual untuk hari Jumat.

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan berlangsung setiap hari Senin-Jumat dimulai pukul 08.00-16.00 WIB. Setiap harinya, penulis diarahkan dalam melakukan kegiatan oleh Assisten Humas dengan ramah dan jelas, sehingga banyak sekali ilmu yang didapat selama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan.

Dalam pelaksanaan kegiatan, penulis diberi banyak kesempatan dalam bergabung dengan kepanitiaan acara seperti: Buka puasa bersama, pembagian takjil dan obrolan seputar puasa, pembagian sembako murah, bazaar Ramadan dan halal bi halal. Dalam melaksanakan job desc, penulis banyak diberi arahan dari assisten humas sehingga penulis tidak kebingungan dalam melaksanakan kewajiban sebagai panitia dalam acara.

Dalam melaksanakan kegiatan, penulis dapat mengimplementasikan teori-teori yang didapat pada saat kuliah. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan memberi penulis wawasan dan pengalaman dalam melakukan kegiatan kehumasan di sebuah lembaga yang sudah memiliki reputasi baik.