BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktivitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Segala bentuk aktifitas selama menjalankan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di DISKOMINFO Provinsi Jawa Barat terbagi dalam dua bagian diantaranya kegiatan yang bersifat rutin dan kegiatan yang bersifat insidentil.

Kegiatan yang bersifat rutin adalah kegiatan yang selalu dilakukan penulis selama menjalankan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di DISKOMINFO Provinsi Jawa Barat, sedangkan untuk kegiatan yang bersifat insedentil adalah kegiatan yang sifatnya kadang-kadang dan sewaktu-waktu yang dilakukan penulis selama menjalankan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di DISKOMINFO Provinsi Jawa Barat.

Untuk lebih rinci mengenai kegiatan penulis lakukan selama Praktek Kerja Lapangan dapat dilihat pada tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1	Senin, 15 Juli 2013	- Mengenal kondisi kantor DISKOMINFO - Mengetahui Visi dan Misi DISKOMINFO - Pengarahan dari ketua DivisiSKDI	Insidental

2	Selasa, 16 Juli 2013	- Mengenal Struktur Divisi Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi - Mengetahui struktur organisasi bagian di DISKOMINFO serta job Desk	Insidental
3	Rabu, 17 Juli 2013	- Mengenal Tugas Dari Divisi SKDI	Insidental
4	Kamis, 18 Juli 2013	- Pengarahan untuk membuat laporan - Membuat Laporan Rapat persiapan Pameran 2013.	Insidental
5	Jumat, 19 Juli 2013	- Membantu pendaftaran perlombaan fotografi yang diselenggarakan oleh DISKOMINFO - Kliping	Rutin
6	Senin, 22 Juli 2013	- Membantu pendaftaran perlombaan fotografi yang diselenggarakan oleh DISKOMINFO - Kliping	Rutin
7	Selasa, 23 Juli 2013	- Membantu pendaftaran perlombaan fotografi yang diselenggarakan oleh DISKOMINFO - kliping	Rutin
8	Rabu, 24 Juli 2013	- Membantu pendaftaran perlombaan fotografi yang diselenggarakan oleh DISKOMINFO	Rutin
9	Kamis, 25 Juli 2013	- Membantu pendaftaran perlombaan fotografi yang diselenggarakan oleh DISKOMINFO	Rutin

10	Jumat, 26 Juli 2013	- Mengikuti rapat persiapan pameran TIK 2013	Insidental
11	Senin, 29 Juli 2013	- Membantu pendaftaran perlombaan fotografi yang diselenggarakan oleh DISKOMINFO - Kliping	Rutin
12	Selasa, 30 Juli 2013	- Membuat Data KETERBUKAAN - INFORMASI PUBLIK - Kliping	Rutin
13	Rabu, 31 Juli 2013	- Membuat Data KELOMPOK INFORMASI MASYARAKAT (KIM)	Insidental
14	Kamis, 1 Agustus 2013	- Membuat Surat Keterangan Pameran Tik 2013	Insidental
15	Jumat, 2 Agustus 2013	- Merevisi Logo Pameran Tik Jabar 2013	Insidental
16	Senin, 19 Agustus 2013	- Membuat Data mengenai PEJABAT PENGELOLA INFORMASI DAN DOKUMENTASI PPID	Rutin
17	Selasa, 20 Agustus 2013	- Meliput kegiatan perlombaan Basket yang dilaksanakan oleh Pemprov Jabar	Insidental
18	Rabu, 21 Agustus 2013	- Meliput kegiatan perlombaan Futsal yang dilaksanakan oleh Pemprov Jabar	Insidental

19	Kamis, 22 Agustus 2013	- Meliput kegiatan perlombaan Bulu Tangkis yang dilaksanakan oleh Pemprov Jabar	Insidental
20	Jumat, 23 Agustus 2013	- Meliput kegiatan perlombaan Catur yang dilaksanakan oleh Pemprov Jabar	Insidental
21	Senin, 26 Agustus 2013	- Meliput kegiatan perlombaan Golf yang dilaksanakan oleh Pemprov Jabar	Insidental
22	Selasa, 27 Agustus 2013	- Mengikuti Rapat Terakhir persiapan Pameran	Insidental
23	Jumat,13 September 2013	- Membantu persiapan pameran di Gedung sate	Insidental
24	Sabtu, 14 September 2013	- Membantu persiapan pameran di Gedung sate	Insidental
25	Minggu, 15 September 2013	- Mengikuti pameran TIK JABAR 2013 di Gedung sate	Insidental

2.2 Deskripsi Praktek kerja Lapangan (PKL)

Pada pelaksanaan praktek kerja lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO) Provinsi Jawa Barat Jl. Taman Sari No. 55 Bandung, penulis diberikan arahan kegiatan oleh pebimbing lapangan Bapak Drs. Kusnadi, M.M dari divisi bagian Divisi Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi (SKDI) Pendekatan-pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan PKL adalah SEBAGAI berikut :

1. Melakukan kegiatan yang berhubungan dengan Divisi Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi (SKDI) yaitu sebagi Penyelenggaraan pengkajian bahan kebijakan teknis sarana komunikasi dan diseminasi informasi.
2. Melakukan Obeservasi langsung ke lapangan sebagai salah satu bentuk kegiatan dalam Penyelenggaraan pengkajian bahan kebijakan teknis sarana komunikasi dan diseminasi informasi.

Penulis diharuskan menjalan tugas laporan dengan tujuan pencarianpenyusunan bahan kebijakan teknis dan fasilitasi komunikasi.

2.2.1 Dekripsi Kegiatan Rutin

Tugas Penulis dalam melakasanakan kegiatan rutin Di Diskominfoadalah membuat laporan dan Membantu pendaftaran perlombaan fotografi yang diselenggarakan oleh DISKOMINFO. Laporan yang dibuat pada waktu PKL mengenai laporan kegiatan yang dilakukan oleh SKDI dan laporan persiapan pameran TIK di Kota Bandung.

2.2.2 Deskripsi kegiatan Insidentil Selama PKL

Aktivitas Insidentil menurut W.J.S Poerwadarminta dalam buku KamusUmum Bahasa Indonesia adalah “suatukegiatan yang hanya terjadi atau dilakukan pada kesempatan-kesempatan tertentu saja, tidak secara teratur atau rutin” (2003 :999).

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.

Dalam hal ini kegiatan insidentil yang penulis lakukan yaitu mengikuti kegiatan rapat dan membuat laporan rapat persiapan pameran 2013 dan peliputan dokumentasi foto dan video. Menurut kamus umum bahasaIndonesia, arti dari kata “Dokumentasi” adalah sesuatu yang tertulis, tercetak atau terekam yang dapat diapakai sebagai bukti atau keterangan. Adapun definisi dokumentasi adalah pemberian atau pengumpulan bukti.

Ditinjau dari jenis-jenisnya dokumentasi dibagi menjadi beberapa bagian yaitu :

1. Dokumentasi Visual, dapat berupa hasil pemotretan event-event penting baik dengan kamera konvesional maupun digital.
2. Dokumentasi Audio, berupa hasil suara mengenai suatu peristiwa tau kejadian.

3. Dokumentasi Video adalah teknologi untuk menangkap, merekam, memproses, mentransmisikan dan menataulang gamabar bergerak. Biasanya menggunakan film seluloid, sinyal elektronik, atau media digital. Video juga bisa dikatakan sebagai gabungan gamabr-gambar mati yang dibaca berurutan dalam suatu waktu dengan kecepatan tertentu. Gambar-gambar yang digabung tersebut dinamakan Frame dan kecepatan pembacaan gamabar disebut dengan frame rate, dengan satuan fps (frame per second). Karena dimainkan dalam kecepatan yang tinggi maka tercipta ilusi gerak yang halus, semakin besar nilai frame rate maka akan semakin halus pergerakan yang ditampilkan, dokumentasi video dan foto dibuat dibeberapa tempat, Gedung sate, jatinangor dan tenpat lainnya di Kota Bandung. Dokumentasi video ini pun menjadi salah satu content yang disediakan di *website jabarprov.go.id.*

Berikut contoh tulisan hasil peliputan penulis selama mengikuti Praktek:

Kerja Lapangan di DISKOMINFO BANDUNG :

Hasil Liputan: 26 Juli 2013

Lokasi Liputan : Ruang Rapat DISKOMINFO

Rapat Persiapan Pameran TIK Jabar 2013

Bandung (26/7). Diskominfo Provinsi Jawa Barat mengundang 33 peserta pameran yang akan mengisi stand pameran ulang tahun Jawa Barat 2013.33 peserta diundang dari 40 both yang disediakan Diskominfo Provinsi Jawa Barat. Dalam pameran tersebut, akan ada lomba peserta pameran, tiga peserta stand akan diberikan hadiah berupa piagam penghargaan dari gubernur dan laptop.

Pameran rencananya diadakan tanggal 14 September 2013 pukul 09.00 - 17.00 WIB. Publikasi kepada masyarakat dilakukan melalui televisi lokal, leaflet, dan imbauan siswa dari SMA-SMSK di Jawa Barat, laman Pemprov Jabar, serta publikasi yang dilakukan BKPPD.

2.3 Deskripsi Tentang Bidang Sarana Komunikasi Dan Diseminasi Informasi

Bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pengkajian bahan kebijakan teknis dan fasilitasi sarana komunikasi dan diseminasi informasi.Dalam menyelenggarakan tugas pokok sebagaimana dimaksud ayat (1), Bidang Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi mempunyai fungsi :

1. Penyelenggaraan pengkajian bahan kebijakan teknis sarana komunikasi dan diseminasi informasi.

2. Penyelenggaraan pengkajian bahan fasilitasi sarana komunikasi dan diseminasi informasi.
3. Penyelenggaraan fasilitasi bidang sarana komunikasi dan diseminasi informasi.

Membawahkan :

a. Seksi Komunikasi Sosial.

Tugas pokok dan Fungsi:

Seksi Komunikasi Sosial mempunyai tugas pokok melaksanakan penyusun bahan kebijakan teknis dan fasilitasi komunikasi sosial.Dalam menyelenggarakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada Ayat (1), Seksi Komunikasi Sosial mempunyai fungsi:

a) Pelaksanaan penyusunan bahan kebijakan teknis dan fasilitasi komunikasi sosial.
b) Pelaksanaan penyusunan dan pengolahan data kegiatan komunikasi sosial.

b. Seksi Komunikasi Pemerintah Dan Pemerintah Dareah

Tugas pokok dan Fungsi:

Seksi Komunikasi Pemerintah dan Pemerintah Daerah mempunyai tugas pokok melaksanakan penyusunan bahan kebijakan teknis dan fasilitasi komunikasi pemerintah dan pemerintah daerah.Dalam menyelenggarakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada Ayat (1), Seksi Komunikasi Pemerintah dan Pemerintah Daerah mempunyai fungsi:

a) Pelaksanaan penyusunan bahan kebijakan teknis dan fasilitasi komunikasi pemerintah dan pemerintah daerah.
b) Pelaksanaan penyusunan dan pengolahan data kegiatan komunikasi pemerintah dan pemerintah daerah.

c. Seksi Penyiaran Dan Kemitraan Media.

Tugas pokok dan Fungsi:

Seksi Penyiaran dan Kemitraan Media mempunyai tugas pokok melaksanakan penyusunan bahan kebijakan teknis serta fasilitasi penyiaran dan kemitraan media.Dalam menyelenggarakan tugas pokok sebagaimana dimaksud pada Ayat (1), Seksi Penyiaran dan Kemitraan Media mempunyai fungsi:

a) Pelaksanaan penyusunan bahan kebijakan teknis dan fasilitasi penyiaran dan kemitraan media.
b) Pelaksanaan dan pengolahan data kegiatan penyiaran dan kemitraan media.

2.4 Deskripsi *Public Relations*

2.4.1 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)

2.4.2 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*(Community Relations).*
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).

2.4.3 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 *(MutualUnderstanding)* 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 adalah gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra merupakan persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya,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* danKerjasama.

   Good will dankerjasamadapatterwujudkarenainisiatif yang dilakukanberulang-ulangoleh*Public Relations*perusahaanuntukmenanamkansalingpengertiandankepercayaan kepadapubliknya.

2.4.4 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)

2.5 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).

Adapun tugas utama Humas di DISKOMINFO adalah menjaga citra dan reputasi perusahaan, mengingat DISKOMINFO dikenal luas oleh publik Jawa Barat. Selain itu, Humas DISKOMINFO merupakan jembatan dari karyawan kepada atasan juga kepada publik.

Selama penulis melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan diDISKOMINFO, kegiatan kehumasan berjalan dengan baik dan sangatlah menarik. Walaupun sifat kerja Humasmemiliki *deadline* dan dituntut untuk professional penulis tidak merasakan ada beban sama sekali. Para staff yang selalu ramah dengan tidak membedakan penulis hanya sebagai mahasiswa *Job Trainning.* Pemimpin redaksi, redaktur pelaksana harian, redaksi, hingga Humas sangat membimbing, selalu memberi masukan, memotifasi, dan yang lebih penting tidak ada pembedaan dalam pembagian tugas.

Sebagai contoh saat penulis diharuskan meliput Gubernur Jawa Barat menyatakan hari jadi Jawa Barat yang ke 66 , penulis diminta untuk meliput, mengabadikan lewat gambar, serta membuat video.

Kesan terbuka, menuntut siapapun yang berada di DISKOMINFO untuk selalu belajar menjadi yang terbaik, dan menghargai setiap apa yang sudah dikerjakan adalah gambaran umum tentang redaksi atau pemberitaan DISKOMNFO dari segi SDM-nya. Kekeluargaan adalah keseharian para pegawai dan para staff umum, terlebih lagi seorang direktur utama sangat ramah dan memunculkan suasana akrab kepada penulis. Tidak ada sama sekali pembedaan antara mahasiswa *Job Trainning* dengan Humas professional.

Selama melakukan Praktek Kerja Lapangan di DISKOMINFO, penulis melakukan kegiatan rutin dan isidental 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 dan evaluasi.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 DISKOMINFO, 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.

2.5.1 Analisis Pelayanan Perusahaan Kepada Mahasiswa PKL

Praktek Kerja Lapangan adalah suatu kegiatan dimana mahasiswa yang melakukan PKL, menjalani masa praktek kerja yang sesungguhnya di dalam industri, yaitu dimana disini mahasiswa PKL melakukan PKL Di DISKOMNFO Bandung. Tujuan dari Praktek Kerja Lapangan ini adalah untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa sehingga menjadi Sumber Daya Manusia yang benar-benar siap ketika memasuki dunia kerja nyata serta siap untuk bersaing. Oleh karena itu, dengan adanya program Praktek Kerja Lapangan yang terdapat pada kurikulum Ilmu komunikasi ini diharapkan mahasiswa yang menjalani Praktek Kerja Lapangan benar-benar mendapatkan keterampilan (*Skill*) pengetahuan (*Knowledge*) serta pembentukan tingkah laku (*Attitude*) yang baik.

Selama melakukan PKL di DISKOMNFO Bandung memberikan pembelajaran pada mahasiswa PKL, yaitu melatih mahasiswa PKL supaya bisa bekerja dengan baik, tujuannya supaya mahasiswa PKL termotivasi secara kuat karena supaya mahasiswa PKL dapat merasakan bagaimna situasi-situasi pekerjaan yang nyata didalam dunia kerja.

Masa Praktek Kerja Lapangan adalah suatu momen dimana mahasiswa PKL diberi suatu pelatihan yang nantinya dapat berguna baik itu bagi mahasiswa sendiri maupun industri yang nantinya dimana mahasiswa itu akan bekerja. Bukan merupakan suatu momen yang dianggap sebagai tambahan tenaga oleh industri.

Dengan adanya pemberian pelatihan yang baik tentunya ini akan memberikan suatu umpan balik yang positif bagi industri dimana mahasiswa tersebut menjalankan Praktek Kerja Lapangan. Dengan adanya Praktek Kerja Lapangan yang diharapkan mampu meningkatkan *Skill*, *Knowledge*serta pembentukan *Attitude* Mahasiswa PKL, maka diharapkan hal tersebut akan memberikan peranan terhadap peningkatan kinerja Untuk mahasiswa yang melakukan PKL sehingga dapat bekerja dengan baik dan profesional.

Selama melakukan Praktek Kerja Lapangan di DISKOMNFO memberikan pelayanan yang baik terhadap Mahasiswa yang melakukan PKL, Para Staff baik itu Pimpinan Perusahaan, dan para Humasnya sendiri selalu menjalin hubungan kerja sama antara karyawan Di Surat kabar Bandung *Ekspres*, dan selalu bersosialisasi dengan mahasiswa PKL, selalu memberikan masukan dan mengajarkan mahasiswa selama melakukan PKL. Mahasiswa PKL diberikan pelatihan oleh pembimbing dan mulai pemberian Job atau tugas untuk mahasiswa PKL.

Pada saat mengajukan surat permohonan Praktek Kerja Lapangan, penulis diterima dengan ramah oleh staff-staff DISKOMINFO Bandung.

Pada hari pertama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan, penulis disambut dengan baik oleh semua staff-staff yang hadir di DISKOMINFO pada hari itu. Dalam melaksanakan kegiatan, penulis diwajibkan mengenakan pakaian rapi, seperti kemeja 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 staff-staff dengan ramah dan jelas, sehingga banyak sekali ilmu yang didapat selama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan, mulai dari ilmu yang tidak mahasiswa PKL dapatkan di perkuliahan, baik dari segi pelatihan seorang humas, tekhnik penulisan berita dan tata cara mewawancari nara sumber. Mahasiswa PKL harus benar-benar siap didalam menjalankan tugasnya yaitu sebagai wartawan yang siap meliput berita. Selain itu Mahasiswa PKL mendapatkan pelajaran baru dimana mahasiswa PKL mempelajari hal-hal baru seperti teknologi baru yang dipakai dalam perusahaan, keterampilan-keterampilan lain yang menambah *skill*, informasi-informasi terbaru, dll.

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