BAB II

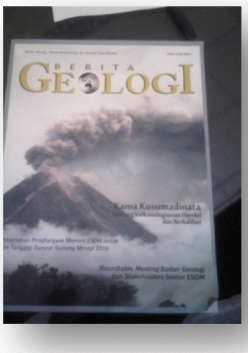
PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK DI BADAN GEOLOGI

2.1. Aktifitas Kegiatan Selama PKL

Selama Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Sekretariat Badan Geologi, penulis melakukan dua jenis kegiatan yaitu kegiatan yang bersifat rutin dan kegiatan yang bersifat insidental. Kegiatan yang dilakukan selama 20 Hari (4 minggu) atau 140 Jam Kerja. Dihari pertama masuk PKL penulis melakukan perkenalan dengan semua karyawan bagian Humas Sekretariat Badan Geologi kemudian mendapatkan pengarahan umum seputar kinerja Humas dari salah satu karyawan Humas Sekretariat Badan Geologi dan diberi majalah seputar Geologi (Berita Geologi) agar dapat mengetahui lebih dalam mengenai Geologi.

Kegiatan Rutin slama PKL diawali membaca Surat Kabar lalu mengkliping berita seputar ESDM atau Badan Geologi. Sedangkan kegiatan yang bersifat insidental, mengikuti kegiatan Humas lainnya seperti meliput acara Badan Geologi.

Gambar 2.1 Majalah Seputar Geologi (Berita Geologi)



Sumber : Arsip Penulis Selama PKL

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan PKL

No	Hari/Tanggal	Kegitan	Rutin	Insidentil
1.	Senin, 16 Juli 2012	Perkenalan dan Pengarahan Umum - Membaca Majalah Seputar Geologi (Berita Geologi) - Menghitung jumlah distribusi berita	 √	√
2.	Selasa, 17 Juli 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
3.	Rabu, 18 Juli 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
4.	Kamis, 19 Juli 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita)	√ √	

		- Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√	
5.	Jumat, 20 Juli 2012	Meliput acara Badan Geologi (Kedatangan Mentri ESDM) - Mendengarkan pidato menjelang buka puasa - Makan siang bersama seluruh karyawan Badan geologi - Memasukkan berita acara ke web Badan Geologi		√ √ √
6.	Senin, 23 Juli 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
7.	Selasa, 24 Juli 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	

8.	Rabu, 25 Juli 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
9.	Kamis 26 Juli 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
10.	Jumat 27 Juli 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
11.	Senin, 30 Juli 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan	√ √ √	

		(dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map		
12.	Selasa, 1 Agustus 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
13.	Rabu, 2 Agustus 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
14.	Kamis, 3 Agustus 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
15.	Jumat,	- Membaca Surat Kabar	√	

	4 Agustus 2012	- Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √	
16.	Senin, 6 Agustus 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
17.	Selasa, 7 Agustus 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
18.	Rabu, 8 Agustus 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu	√ √ √	

		dimasukkan kedalam map		
19.	Kamis, 9 Agustus 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	
20.	Jumat, 10 Agsutus 2012	- Membaca Surat Kabar - Mengkliping Berita (menggunting berita dan menempelkan berita) - Menyusun hasil klipingan (dari tanggal terdahulu ke tanggal terbaru) lalu dimasukkan kedalam map	√ √ √	

Sumber : Arsip penulis selama PKL

2.2. Deskripsi Kegiatan Rutin PKL

1. Kliping Berita

Kegiatan Kliping Berita adalah kegiatan yang rutin dilaksanakan oleh mahasiswa yang PKL di bagian Humas setiap harinya, dimana kegiatan ini mulai dilakukan pada pukul 08.00 pagi dengan kegiatan pertama yang dilakukan adalah melihat-lihat, membaca dan menandai berita-berita dari sejumlah surat kabar baik

lokal ataupun Nasional yang berkaitan dengan Badan Geologi ataupun berita seputar masalah ESDM lainnya.

Kemudian berita-berita dari sejumlah surat kabar yang telah ditandai tersebut digunting dan ditempelkan pada selembar kertas satu persatu dengan menggunakan kertas berukuran A4 khusus yang sudah disediakan oleh bagian Humas, dalam kertas tersebut tersedia kolom untuk memberi informasi atau keterangan artikel atau berita tersebut bersumber dari koran mana kemudian tanggal, bulan dan tahun terbit, serta berada pada halaman berapa dan jenis klasifikasi apa artikel tersebut juga ditulis.

Setelah guntingan berita tersebut telah di tempel, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh mahasiswa PKL adalah dijadikan satu lalu dimasukkan kedalam binder khusus klipingan. Susunannya dimulai dari tanggal, bulan dan tahun terbaru (paling awal) disusul dengan tanggal, bulan dan tahun yang terdahulu. Setiap bulannya kumpulan klipingan itu di bahas oleh Kepala bagian-kepala bagian Badan Geologi yang nantinya setiap akhir tahun akan dibahas bersama Mentri ESDM Berikut ini merupakan daftar media cetak yang di kliping yaitu:

1. KOMPAS
2. Pikiran Rakyat
3. Tribun Jabar

2.3 Deskripsi Kegiatan Insidental

1. Meliput Acara Badan Geologi

Dalam kurung waktu yang tidak pasti Badan Geologi mengadakan acara. Acara Badan Geologi yang penulis ikuti dan penulis liput saat PKL adalah

kedatangan Mentri ESDM yaitu Bapak Jero Wacik ke Kantor Badan Geologi pada hari jumat tanggal 20 Juli 2012 dalam rangka menyambut bulan puasa. Seluruh karyawan Badan Geologi mengikuti acara tersebut. Acaranya berupa pengarahan untuk seluruh karyawan Badan Geologi agar lebih baik lagi kedepannya, pidato mengenai bulan puasa, informasi libur saat bulan puasa dan idul fitri 1433 dan makan siang bersama.

Berita acara kedatangan Bapak Jero Wacik ke Badan Geologi diliput lalu berita dimasukkan kedalam website Badan Geologi lalu dokumentasinya disimpan untuk suatu saat diperlukan kembali.

2.4 Analisis Aktifitas Selama PKL

2.4.1 Pengertian *Public Relations*

Menurut Frank Jeffkins, definisi *Public Relations* adalah Segala bentuk komunikasi berencana ke luar dan ke dalam antar sebuah organisasi dengan masyarakat dengan tujuan memperoleh sasaran teretentu yang berhubungan dengan saling pengertian. (Jeffkins, 1992:2)

Pengertian Public Relations bisa dijelaskan dengan beberapa definisi yang satu sama lain berbeda, namun esensi sama. *The British Institute of public relations* memberikan definisi PR adalah upaya yang sungguh-sungguh, terencana dan berkesinambungan untuk menciptakan dan membina saling pengertian antara organisasi dengan publiknya". (Rachmadi,1992:18)

Public Relations merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non-komersial. Public Relations senantiasa dihadapkan pada tantangan dan

harus mempu menghadapi fakta yang sebenarnya. Public Relations terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antar organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Kebutuhan aka Humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan organisasi secara positif.

Dalam berbagai situasi dan kondisi yang penuh tantangan, Public Relations akan mengehadapi tugas yang cukup berat, mereka harus mampu bertanggung jawab dalam menghadapi, membendung, menanggulangi, dan mengatasi hingga berupaya keras bagaimana cara meulihkan citra dan membentuk iklim yang kondusif dalam organisasi atau perusahaan.

Semua hal di atas dapat dilaksanakan oleh Public Relations dengan menunjukan hal-hal yang positif tentang apa yang telah dilaksanakan dan direncanakan. Memberikan keterangan-keterangan kepada publik dengan jujur diikutsertakan dalam usaha-usaha badan itu, dan juga harus mampu merancang kegiatan internal maupun eksternal perusahaan. Selain itu juga sikap yang simpatik, yang ramah dan kata-kata yang sopan yang mewakili citra positif perusahaan.

Karena itu, Public Relations dapat di anggap sebagai alat atau medium untuk menciptakan hubungan dengan siapa saja yang dapat membawa keuntungan bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

2.4.2 Ciri-ciri *Public Relations*

Adapun ciri-ciri *Public Relations* menurut Onong Uchjana Effendy, yaitu :

a) *Public Relations* adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah yang secara timbal balik.
b) *Public Relations* merupakan penunjang tercapainya suatu tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi, sedangkan public yang menjadi sasaran kegiatan.
c) *Public Relations* adalah publik eksternal dan publik internal.
d) Operasionalisasi Public Relations adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi. Baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik. (Effendy, 1993:31)

2.4.3 Fungsi *Public Relations*

Fungsi utama Public Relations adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga atau organisasi dengan publiknya, eksternal maupun internal, dalam rangka menanamkan pengertian, kepercayaan, memperbaiki dan mempertahankan citra positif yang menguntungkan bagi organisasi atau perusahaan.

Fungsi pokok seorang Public Relations, menurut F Rachmadi, yaitu :

a) Sebagai alat untuk mengerti, memahami sikap publik dan mengetahui apa yang harus dan tidak boleh dilakukan oleh perusahaan untuk merubah sikap mereka.

b) Sebagai suatu program aksi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. (Rachmadi, 1992:21)

Sedangkan menurut Onong Uchjana Effendy, fungsi *Public Relations* adalah sebagai berikut:

a) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.

b) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik intern dan publik ekstern.

c) Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyatukan opini publik kepada organisasi, melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum. (Effendy, 1992:23)

2.4.4 Strategi *Public Relations*

Public Relations merupakan suatu fungsi manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan. *Public Relations* dalam tujuan strategis, yaitu untuk mebaca rintangan yang muncul dari luar serta dapat mengatasinya agar sasaran perusahaan dapat tercapai.

Public Relations memberikan sumbangan yang sangat besar bagi perusahaan dengan mengembangkan hubungan-hubungan harmonis dengan sasaran publiknya. Pearce da Robinson yang di kutip oleh Rhenald Kasali, mengembangkan langkah-langkah strategi *Public Relations* sebagai berikut :

a) Menentukan misi perusahaan. Termasuk pernyataan yang umum mengeai maksud pendirian, filosofi dan sasaran perusahaan.

b) Mengembangkan profil perusahaan yang mencerminkan kondisi internal perusahaan dan kemampuan perusahaan yang dimilikinya.

c) Penilaian terhadap lingkungan eksternal perusahaan, baik dari segi semangat kompentitif maupun secara umum.

d) Analisa terhadap peluang yang tersedia pada lingkungan.

e) Identifikasi atas pilihan yang dikehendaki yang tidak dapat dilengkapi untuk memenuhi tuntutan misi perusahaan.

f) Pemilihan strategi atas objektif jangka panjang dan garis besar strategi yang dibutuhkan untuk mencapai objektif tersebut.

g) Mengembangkan objektif tahunan dan rencana jangka pendek yag selaras dengan objektif jangka panjang dan garis besar objektif.

h) Implementasi atas hal-hal di atas dengan menggunakan sumber yang tercantum pada anggaran dan mengawinkan rencan tersebut dengan sumber daya manusia, struktur, teknologi dan sistem balas jasa yang memungkinkan.

i) Review dan evaluasi atas hal-hal yang telah dicapai dalam setiap periode jangka pendek sebagai masukan bagi pengambilan keputusan dimasa yang akan datang. (Kasali, 2000:43)

2.4.5 Manfaat *Public Relations*

Menurut Frank Jeffkins manfaat dari *Public Relations*, adalah :

a) Menciptakan dan memelihara citra yang baik dan tepat atas organisasinya di dalam kaitannya dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

b) Membantu pendapatan umum mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan citra, kegiatan organisasi maupun kepentingan organisasi dan menyampaikan suatu informasi secara langsung kepada manajemen perusahaan.

c) Memberikan nasehat dan masukan kepada manajemen perusahaan mengenai berbagai masalah komunikasi yang sedang terjadi, sekaligus menenai cara penanganannya.

d) Menyediakan berbagai jasa informasi kepada publik, mengenai kebijakan perusahaan, produk, jasa personil selengkap mungkin dan mencapai pengertian publik. (Jeffkins, 1995:28)

2.5 Analisis Aktifitas Kerja Humas

Humas atau *Public Relations* menurut *British Institute of Public Relations* (IPR) Frank Jeffkins dalam bukunya *"Public Relation"* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka memelihara dan menciptakan niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya (2003:9)

Dari definisi di atas, maksudnya adalah "upaya yang terencana dan berkesinambungan", ini berarti humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu ragkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.

Sedangkan tujuan utamanya adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian, maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa di mengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan. Dengan

adanya kata "saling", maka itu berarti organisasi harus memahami setiap kelompok atau individu-individu yang terlibat dengan khalyak atau publik.

Fungsi Humas menurut Cutip & Center dan Canfield, Ruslan Rosady dalam bukunya *"Manajemen PR dan Media Komunikasi"*, Fungsi humas yaitu :

a. Menunjang aktifitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen organisasi).
b. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
c. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opii, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
d. Melayani keinginana publik dan memeberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.
e. Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi terciptanya citra positif bagi kedua belah pihak. (Cutip & Center dan Canfield, 2006 : 19)

Pada dasarnya tugas *Public Relations* adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan public sehingga mencapai suasana akrab, saling mengerti dan muncul suasana yang menyenangkan dalam interaksi perusahaan dengan publik. Persesuaian yang menciptakan hubungan harmonis di mana satu sama lain saling memberi dan menerima hal-hal yang bisa menguntungkan kedua belah pihak. Berdasarkan adanya dua jenis publik bagi suatu badan atau perusahaan (publik *intern* dan *ekstern*) maka tujuan *Public*

Relations pun diarahkan melalui dua macam tugas, yaitu di dalam dengan sebutan kegiatan PR (*Internal Public Relations)* dan diluar, kegiatan eksternal (*external Public Relations)*.

Dengan kata lain, *Public Relations* mengemban tugas atas tujuannya tadi, yaitu berkomunikasi ke dalam dengan *public intern* dan ke luar dengan *public ekstern*.

A. Internal Public Relations

Internal merupakan salah satu kegiatan yang berhubungan dengan publik yang ada di dalam perusahaan. Tujuannya adalah untuk mempererat hubungan antara pimpinan dengan karyawan itu sendiri, sehingga muncul semangat kerja. Hal ini dapat di lakukan dengan komunikasi yang berkesinambungan hasil yang di capai adalah disiplin kerja yang baik, motivasi kerja tinggi, produktivitas kerja seperti apa yang di harapkan oleh perusahaan, sehingga terciptanya *sense of belonging* dari karyawan terhadap perusahaan.

B. Eksternal Public Relations

Eksternal PR merupakan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat luar atau kegiatan yang di tujukan kepada public yang berada di luar perusahaan itu. Informasi yang di berikan harus jujur berdasarkan fakta dan harus benar-benar teliti sehingga kepercayaan dari public eksternal kepada perusahaan akan terpelihara dengan baik. Bagi suatu perusahaan, hubungan dengan publik di luar perusahaannya merupakan suatu keharusan yang mutlak. Sesuai dengan sifatnya, dalam masyarakat modern tidak akan ada kemungkinan bagi seorang insan atau suatu badan bisa hidup menyendiri. Masing-masing akan saling membutuhkan satu sama lain.

Bentuk kegiatan Eksternal PR di antaranya adalah sebagai berikut :

a. *Press Relation,* bertujuan mengatur dan membina hubungan baik dengan pers.
b. *Government Relations,* bertujuan mengatur dan memelihara hubungan baik dengan pemerintah yang berhubunggan dengan kegiatan-kegiatan perusahaan.
c. *Community Relations,* bertujuan mengatur dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat setempat, yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.

2.6 Analisis Pelayanan Badan Geologi kepada Mahasiswa PKL

Selama melaksanakan PKL (Praktek Kerja Lapangan) di Badan Geologi, penulis merasakan suasana yang cukup menyenangkan, dan karyawan-karyawannya yang ramah. Penulis diberikan kesempatan untuk mengikuti kegiatan yang biasanya dilakukan oleh Humas, seperti meliput acara kedatangan Menteri ESDM. Selain itu juga penulis diberikan kesempatan untuk membantu mengkliping lalu menganalisa yang berguna sebagai *feedback* bagi perusahaan atau umpan balik dari masyarakat kepada perusahaan.