# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Sejarah PT.Pos Indonesia (Persero)

Perkembangan PT Pos Indonesia (Persero) erat kaitannya dengan sejarah bangsa Indonesia yang telah melalui beberapa zaman, yaitu zaman penjajahan Belanda, zaman penjajahan Jepang serta zaman kemerdekaan Indonesia. Surat – menyurat telah dilakukan manusia sejak zaman dahulu kala, dari mulai memakai simbol – simbol dan gambar – gambar yang ditulis di daun – daunan sampai surat dengan tulisan – tulisan di atas ketas yang ada sekarang. Komunikasi tertulis dalam bentuk surat telah berkembang di Indonesia sejak zaman Kerajaan Mulawarman, Sriwijaya, Tarumanegara, Mataram, Purnawarman dan majapahit. Komunikasi tidah hanya terbatas dalam hubungan dalam negeri saja, melainkan meluas hingga ke Negara tetangga seperti Siam, Birma dan lain – lain. Walaupun komunikasi secara tertulis telah diselenggarakan dengan cukup baik, namun badan khusus yang menangani perantara untuk saling menukar berita masik nampak. Kedatangan bangsa Belanda di bumi Nusantara merupakan awal terbentuknya surat – menyurat antar Indonesia dengan Belanda. Hal ini ditandai dengan kedatangan 4 buah kapal Belanda di bawah pimpinan Cornelis de Houtman pada tahun 1596 yang membawa surat – surat untuk para raja Banten dan Batavia.

Pada tanggal 26 Agustus 1764, Gubernur Jendral G. W. Van Inhoff mendirikan kantor pos pertama di Batavia (Jakarta) yang bertugas

menyelenggarakan pengiriman surat – surat, dokumen – dokumen, wesel pos dan berbagai kegiatan di bidang lainnya. Pentingnya pos pada masa itu dapat dilihat pada pemberian anama jalan yaitu "Jalan pos Raya" untuk jalan pertama yang di bangun VOC dari Anyer sampai Panarukan oleh Gubernur Jenderal Deandels. Peranan kantor pos semakin penting dan berkembang setelah penemuan teknologi telegram oleh Morse pada tahun 1843, maka didirikan dinas telegrap yang menyelenggarakan perhubungan berita jarak jauh dengan cepat. Pada tahun 1875, Dinas Pos bergabung dengan Dinas Telegrap dan pada tahun 1878 dibentuk suatu badan yaitu Jawatan Pos dan Telegrap yang kemudian diterima menjadi anggota UPU (*University Postal Union-Uni Pos*). Pada tahun 1906 didirikanlah *Post Telegrapf end Telefoon Dienst* oleh Pemerintah Belanda dengan Staatsblad No. 395 tahun 1906 yang kemudian dikenal dengan sebutan PTT. Awal mulanya PTT merupakan badan usaha berlandaskan ICW *(Indische Comtabilitest Wet)* akan tetapi pada tanggal 1 Januari 1932 PTT memiliki landasan baru yaitu IBW (*Indische Bardijft Weft*). Perang dunia ke II meletus, peperangan terjadi dimana – mana termasuk di Asia. Pada tanggal 8 Maret 1942, Pemerintah Belanda di Indonesia menyerah tanpa syarat kepada Jepang. Ada pun nama PTT pada zaman penjajahan Jepang (9 Maret 1942 – 14 Agustus 1945) yaitu Tsushin Shokyoku. Selama masa penjajahan Jepang, jawatan PTT terpecah – pecah mengikuti struktur organisasi pemerinta militer Jepang, sehingga pada masa itu terdapat Jawatan PTT Sumatera, Jawatan PTT Jawa dan Jawatan PTT Sulawesi. Setelah Jepang menyerah dan Indonesia merdeka pada tanggal 17 Agustus 1945, maka

dengan disponsori mereka merebut kantor pos pusat *Post Telegraf Telefoon* (PTT) di Bandung oleh angkatan muda PTT (AMPTT) dari pemerintah militer Jepang.

Dalam peristiwa ini, gugur sekelompok pemuda anggota AMPTT sehingga pada tanggal tersebut menjadi tonggak awal berdirinya PTT Republik Indonesia dan diperingati setiap tahunnya sebagai bakti PTT, yang kemudian menjadi hari bakti pariwisata, pos dan telekomunikasi (PARPOSTEL). Pada tanggal 27 Desember 1949, jawatan PPT mulai memusatkan perhatiannya pada pembangunan yang meliputi bidang kepegawaian, keuangan dan perbaikan perlengkapan bangunan yang rusak dan pembangunan gedung yang baru. Pada tahun 1960 pemerintah mengadakan reorganisasi alat – alat produksi dan distribusi yang ditujukan kearah pelaksana pasal 33 UUD 1945. Untuk itu dikeluarkan PP No. 204/1961 Jo UU No. 19/Prp/1960. Berdasarkan UU tersebut semua perusahaan yang modal keseluruhannya merupakan kekayaan Negara, baik yang terjadi karena pemisahan dari kekayaan Negara maupun karena nasionalisasi, menjadi Perusahaan Negara. Dengan PP No. 204/1961 Jo UU No. 19/Prp/1960, didirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Pemilihan nama Postel dianggap lebih tepat karena mencakup seluruh lapangan usaha perusahaan, sedangkan nama PTT dirasakan kurang lengkap karena tidak menyebutkan hal – hal yang berkaitan dengan perhubungan radio.

Usia PN Postel tidak bertahan lama. Hal ini dikarenakan organisasi yang ada dirasakan tidak mampu lagi menampung usaha – usaha yang berkembang dengan pesat. Sejalan dengan itu, untuk memungkinkan cepatnya laju

pertumbuhan perusahaaan dalam memenuhi kebutuhan hajat hidup masyarakat, pemerintah memandang perlu meninjau kembali status organisasi PN Postel. Oleh karena itu, dikeluarkanlah Peraturan Pemerintah No. 29 tahun 1965 dan Peraturan Pemerintah No. 30 tahun 1965, dimana pemerintah memecah PN Postel menjadi dua perusahaan yaitu PN Pos dan Giro dan PN Telekomunikasi. Selanjutnya melalui Undang – Undang No. 9 tahun 1969, status Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ditetapkan menjadi Perjan, Perum dan Persero. Atas dasar tersebut maka status PN Pos dan Giro Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 9 tahun 1978 diubah menjadi Perusahaan Umum (Perum) Pos dan giro. Dengan adanya Peraturan Pemerintah No. 3 tahun 1983, maka pemerintah telah menetapkan tata cara pengawasan dan pembinaan Perjan, Perum dan Persero. Untuk menyesuaikan dengan ketentuan baru ini, Peraturan Pemerintah No. 9 tahun 1978 yang mengatur tentang Perusahaan Umum Pos dan Giro telah diganti dengan Peraturan Pemerintah No. 24 tahun 1984. Setelah sebelas tahun menjadi Perum, Pos dan Giro merasa telah memenuhi syarat untuk dialihkan bentuknya menjadi Perusahaan Perseroan (Persero). Untuk itu dalam rangka meningkatkan efisiensi dan efektivitas usaha penyelengaraan usaha pos dan giro, maka sejak tanggal 20 Juni 1995 melalui Peraturan pemerintah No. 5 tahun 1995, Perum Pos dan Giro secara resmi telah berubah bentuknya menjadi PT Pos Indonesia (Persero). Ada pun tugas pokok dari PT Pos Indonesia (Persero) adalah membangun, mengembangkan dan mengusahakan pelayanan pos dan giro dalam arti seluas – luasnya guna mempertinggi kelancaran hubungan – hubungan masyarakat untuk menunjang pembangunan nasional. Oleh karena itu, Peraturan Pemerintah No. 24

tahun 1984 secara otomatis tidak berlaku lagi, karena PT Pos Indonesia (Persero) harus tunduk kepada akta pendirian yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Indonesia dengan No.C2-8128 HT 01.01 tahun 1995 pada tanggal 29 Juni 1995 dan diumumkan dalam tambahan berita RI tanggal 22 Agustus 1995 No. 47 dan akta ini telah didaftarkan kepada kantor Pengadilan Negeri Bandung hari kamis tanggal 13 Juli 1995 dengan NO.861. Seiring dengan tibanya Jepang yang mengambil alih kekuasaan Belanda di Indonesia, jawatan PTT Sumatera, jawatan PTT Jawa dan jawatan PTT Sulawesi. Jawatan PTT Republik Indonesia berdiri secara resmi pada tangggal 27 September 1945 setelah dilakukan pengambilan alihan kantor pos PTT di Bandung oleh angkatan muda PTT (AMPTT) dari pemerintah militer Jepang. Dalam peristiwa ini, gugur sekelompok pemuda anggota AMPTT sehingga pada tanggal tersebut menjadi tonggak awal berdirinya PTT Republik Indonesia dan diperingati setiap tahunnya sebagai bakti PTT, yang kemudian menjadi hari bakti pariwisata, pos dan telekomunikasi (PARPOSTEL).

### 1.1.1 Visi, Misi dan Tujuan PT.Pos Indonesia (Persero)

**a. Visi**

Menjadi pemimpin pasar di Indonesia dengan menyediakan layanan surat pos, paket dan logistik yang handal serta jasa keuangan yang terpercaya.

**b. Misi**

- Berkomitmen kepada pelanggan untuk menyediakan layanan yang selalu tepat waktu dan nilai terbaik

- Berkomitmen kepada karyawan untuk memberikan iklim kerja yang aman, nyaman dan menghargai kontribusi
- Berkomitmen kepada pemegang saham untuk memberikan hasil usaha yang menguntungkan dan terus bertumbuh
- Berkomitmen untuk berkontribusi positif kepada masyarakat
- Berkomitmen untuk berperilaku transparan dan terpercaya kepada seluruh pemangku kepentingan

**c. Tujuan PT.Pos Indonesia (Persero)**

PT POS INDONESIA mempunyai tujuan memastikan pengontrolan dapat dilakukan baik oleh pihak konsumen sendiri, pengontrolan ini memerlukan biaya investasi yang cukup besar dalam usaha memodernisasi dan tidak tergantung pada **" Human Resources "** yang terlalu besar. Namun Turnover yang akan diterima dipastikan akan lebih besar karena tujuan utama dari sistem ini untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat dan pada akhirnya untuk membuat masyarakat Indonesioa loyal menggunakan PT POS INDONESIA.

### 1.1.2 Logo dan Arti Logo PT.Pos Indonesia (Persero)

**a. Logo PT. Pos Indonesia (Persero)**

**Gambar 1.1**

**Logo PT.Pos Lama**




*Sumber : Humas PT.Pos Indonesia Kantor Pos Bandung, 2013*

Perum Pos dan Giro, logo lama perusahaan ini terdiri dari unsur padi-kapas yang bersambung dengan banner diatas dengan tulisan RI, banner dibawah dengan tulisan POS & GIRO, mengelilingi unsur segi-lima yang mengurung bola dunia dan burung. Diantara segilima dan padi kapas terdapat arsiran horisontal. Ide utama pada logo ini adalah burung, sebagai simbol atau tanda yang mewakili merpati pos, konsep pengantaran surat jaman dahulu. Bola dunia, sebagai simbol dari perputaran dunia dan kekekalan (Cooper J.C. Traditional Symbols, Thames & Hudson, London 1998, hal. 74) merepresentasikan hal hubungan antar negara, internasional,global.

**Gambar 1.2**

**Logo PT.Pos Baru**




*Sumber : Humas PT.Pos Indonesia Kantor Pos Bandung, 2013*

Kemudian setelah berevolusi akhirnya logo PT.Pos Indonesia pun berubah dimana gambar dari burung merpati sudah tidak terkurung oleh segi lima serta mempunyai garis-garis dari burung yang tegas dan yang paling mencolok dari logo yang baru ini adalah warnanya yang terang yaitu warna orange serta dipadukan oleh tulisan dengan tipografi bold PT. POS INDONESIA.

**b. Arti Logo PT. Pos Indonesia (Persero)**

Arti dari logo PT.Pos Indonesia lama yaitu dimulai dari unsur padi kapas, seperti yang telah diuraikan sebelumnya, adalah mewakili simbol keadilan sosial dari Pancasila, untuk kelompok tertentu padi melambangkan pangan dan kapas melambangkan sandang. Banner yang bertuliskan R I di atas segilima dan merupakan ujung dari unsur

padi-kapas yang melingkari segi-lima, merupakan singkatan dari Republik Indonesia.

Makna yang tertangkap secara semantik dari membaca tanda tanda ini adalah pekerjaan profesionalitas pos yang dilambangkan dengan burung dan bola dunia terkurung oleh segi-lima dan masih dikelilingi oleh padi kapas yang ujung atasnya ada banner bertuliskan RI, yang memberikan kesan bersifat Nasional. Bisnis Pos adalah bisnis yang berlingkup Internasional, menghubungkan antar negara di dunia, sehingga kesan yang timbul dari logo lama PT. Pos ini adalah profesionalitas Pos yang bersifat internasional dilambangkan dengan burung merpati dan bola dunia, masih terkurung oleh hal-hal yang bersifat Nasional, burung tidak dapat lepas dan bebas.

Pada logo PT. Pos baru, burung Merpati melambangkan pos yang siap terbang mengelilingi dunia telah bebas tak terkurung oleh segi-lima dan padi kapas, berjalan semakin cepat, divisualisasikan dengan sayap yang bergaris garis horisontal dan proporsi burung yang lebih memanjang dan mengecil di ujung, usaha untuk memvisualisasikan kecepatan serta burung merpati merupakan pengantar surat pada zaman kuda melambangkan bahwa pos adalah pengantar pesan. Ukuran burung lebih besar dibandingkan dengan bola dunia, dapat terbaca bahwa burung dapat menguasai dunia.Bola dunia juga melambangkan bahwa PT Pos Indonesia melayani hingga ke seluruh dunia. Warna

orange digunakan untuk menandakan, sesuatu yang penting,selain itu warna orange melambangkan melambangkan bahwa kantor pos melayani hingga ke pelosok negeri, bahkan dalam keadaan gelap. Sehingga warna orange dapat terlihat jelas, dan mudah di kenali.

Tulisan dengan tipografi bold : POS INDONESIA, adalah nama perusahaan dengan identitas negara, berada di bawah gambar burung dan bola dunia, disini terbaca bahwa yang utama adalah profesionalitas dibidang usaha, dengan slogan Untuk anda kami ada . untuk menambah kesan mengutamakan pelayanan.

### 1.1.3 Motto dan Kredo PT.Pos Indonesia (Persero)

**1. Motto PT Pos Indonesia (Persero)**

Sesuai dengan keinginan untuk memberikan pelaporan secara professional yang mana menjadi motto PT Pos Indonesia (Persero) adalah sebagai berikut :

1. Tepat waktu

2. Tepat Sasaran

3. Terpercaya

**2. Kredo PT Pos Indonesia (Persero)**

Kredo merupakan pernyataan kepercayaan (keyakinan). Dalam perusahaan, kredo memiliki peran yang sangat penting didalam memberikan keyakinan kepada seluruh karyawannya agar dapat

menjalankan keyakinan dari perusahaan agar perusahaan memiliki keyakinan tersendiri yang dianutnya sehingga memiliki citra tersendiri di publik internal maupun eksternal. Keinginan PT Pos Indonesia (Persero) selalu memperhatikan konsumen, maka dari itu PT Pos Indonesia (Persero) memiliki kredo yang mudah diingat oleh seluruh masyarakat yaitu dengan menerapkan satu semboyan "Untuk anda kami ada" selalu dikenal sebagai kredo dari PT Pos Indonesia (Persero).

**1.2 Sejarah Public Relation PT. Pos Indonesia**

Sejarah Public Relations PT.Pos Indonesia pertama kali digagas oleh seorang tokoh bernama Roekmin Adiwinata, R., Bc. A.P. Beliau dilahirkan di Subang tanggal 17 Desember 1916. Setelah memperoleh ijazah AMS bagian B yang setingkat dengan SMA/IPA, pada tanggal 3 Juni 1937, ia mula-mula bekerja pada Laboratorium kimia di Bogor, hanya selama hampir dua bulan. Setelah itu melamar pekerjaan di Jawatan PTT. Setelah melalui ujian masuk, ia di terima sebagai calon pegawai unuk pangkat Adjunct Controleur I, dan di tempatkan di Kantor Pos dan Telegrap Cirebon, mulai tanggal 2 Desember 1938. Setelah empat bulan mengikuti kegiatan pelbagai dinnas yang terdapat di kantor itu dan memperoleh wawasan seperlunya, ia masuk Kursus Adjunct Controleur 1e Klas di Bandung. Ketika itu itu pelajar Kursus di gaji sebagai tenaga bulanan.

Waktu masih mengikuti kursus itulah Adiwinata melangsungkan pernikahannya dengan R. Rohani, putri seorang pegawai PTT DI Sukabumi pada tanggal 3 Pebruari 1940. Ia mengenal R.Rohani untuk pertama kali di lapangan bulu tangkis, ketika berlibur pada kakaknya di Sukabumi. Gadis siswi MULO itu

menarik perhatiannya karena sikapnya yang sederhana dan suka bekerja. Untuk mengisi waktu luangnya, R. Rohani menjadi pemegang depo benda pos dan maerai untuk melayani masyarakat. Paling sedikit ia sudah mempunyai gambaran tentang pos itu apa. Tidak keliru ia mempersunting R.Rohani sebagai teman hidup yang suka "*self help*" dan mempunyai semangat pengorbanan yang tinggi.

Pada tanggal 1 Januari 1942, Adiwinata lulus dan diangkat menjadi pegawai sementara Adjunct Conroleur I pada Kantor Pos dan Telegrap Besar Kelas I Bandung. Tidak lama kemudian, pemerintah Hindia Belanda bertekuk lutut pada balatentara Jepang di Kalijati pada tanggal 8 Maret 1942.

Pada masa pendudukan Jepang, Adiwinata bekerja di Kantor "*Radio Bedrijf Centrale*" (RBC) yang bertempat di lantai dua Kantor Pos Bandung. RBC Bandung ini pindahan dari RBC Jakarta (DTX) sejak tahun 1940, yang menjadi BDX setelah negeri Belanda diserbu Jerman. Perhubungan radio antara Jepang dan Jerman (1942-1945) disalurkan melalui RBC Bandung ini. Pemancarnya ketika itu ada di Malabar dan Dayeuhkolot, sedangkan stasiun penerimanya ada di Rancaekek. Dalam kedudukannya sebagai Kepala RBC Bandung, Adiwinata mengetahui banyak tentang pertukaran telegram radio internasional antara tahun 1940-1945 mengenai perangg di Eropa dan di Pacific. Selama pendudukan Jepang, RBC Bandung merupakan tempat penerusan berita radio dari pihak Jepang kepada sekutunya, Jerman.Di RBC itu, Adiwinata telah ditunjuk oleh Jepang sebagai kepala dari para pegawai yang berbangsa Indonesia. Setelah Kantor Pusat PTT pada tanggal 27 September 1945 direbut oleh angkatan muda PTT, ia menerima tugas pimpinan RBC Bandung dari tangan Jepang. Sesudah itu

ia terpilih oleh para pegawai bangsa Indonesia sebagai kepala RBC. Ia turut ambil bagian dalam pengiriman telegram selundupan (xq) ke Bukittinggi, Tanjung pandan , Pontianak dan kantor lainnya, bahwa kantor pusat PTT telah diambil alih oleh Bangsa Indonesia. Dalam nota yang dikirimkannya ke Bukittinggi, diuraikannya kisah perebutan Pusat PTT dari tangan Jepang, yang di terima dengan baik di Bukittinggi. Perhubungan dengan Tanjupandan terpelihara dengan baik, sampai NICA menguasai Kantor Pos dan Telegrap Tanjungpandan dan menghentikan perhubungan. Ketika berhubungan dengan Pontianak, Adiwinata menerima berita bahwa banyak pegawai PTT telah diambil oleh Jepang. Operator Telegrap nya tinggal satu orang .

Pada awal kemerdekaan itu, Adiwinata berhasil menyusun kode Telegram atas perintah Kepala PTT, Mas Soeharto, untuk memenuhi permintaan PM Syahrir, karena Pemerintah RI ketika itu belum mepuunyai kode untuk telegram.

Sebelum Bandung menjadi lautan api pada tanggal 24 Maret 1946, ia membagikan beberapa pesawat pemancar kecil ke berbagai daerah beserta operatornya. Perhubungan radio lalu dipindah ke stasiun Malabar dan Dayeuhkolot, tempat alat-alat telegrap dipindahkan dari Bandung, sebelum kota itu di bumihanguskan. Dari ketinggian menara antena Dayeuhkolot, ia dapat menyaksikan kobaran api yang membakar kota Bandung. Karena batas 10 km dari Bandung berakhir di jembatan Citarum, sedang di seberangnya berada Dayeuhkolot, terpaksa komplek Dayeuhkolot di tinggalkan lagi, dan dipindah ke stasiu radio Malabar, sampai bulan Juni.

Ketika itu Adiwinata jatuh sakit dan dirawat di Banjaran. Setelah menerima berita bahwa suaminya menderita sakit, Ny. Adiwinata yang sebelumnya mengungsi dengan anaknya ke Sukabumi, menyusul suaminya. Setelah adiwinata sembuh dari penyakit perutnya dan kuat kembali, ia bersama istri bermaksud melanjukan pengungsiannya ke Priangan Timur, sedangkan anaknya tetap tinggal di Sukabumi pada mertuanya.

Setibanya di tasikmalaya, ia meneruskan hijrahnya ke Jawa Tengah, langsung ke Solo, tempat sebuah RBC baru berhasil didirikan dalam rangka pemencaran stasiun radio. Pimpinan PTT ketika masa itu telah memperhitungkan segala kemungkinan yang bisa terjadi pada masa yang akan datang. Kalau sebuah pemancar dihancurkan oleh pihak musuh, maka stasiun pemancar pengganti sudah siap di tempat lain, untuk menjaga supaya tidak ada kesenjangan hubungan radio.

Melalu RBC di Solo inilah Adiwinata berhasil menghubungi radio India (Bombay), setelah tiga hari putar "sound-slip" dan memanggil pemancar India, VWX-2. Terjalinlah hubungan internasional antara Indonesia dan India, untuk melanjutkan perjuangan kemerdekaan Indonesia di PBB. Ketika itu ia ditempatkan di bagian Teknik Radio (Terad) dibawah Soedirdjo, dan menangani Perhubungan Radio di Brebes

Di kota Bengawan ini ia memperoleh tempat berteduh di Sangkrah. Seelah merasa mapan, ia bersama istrinya berangkat ke Sukabumi menjemput ank-anaknya melalui Jakara dan pulang kembali melalui Yogyakarta ke Solo.

Pada Akhir kariernya di Solo, Adiwinata ditunjuk sebagai Kepala Bagian Eksploatasi Telegrap. Sesudah terjadi pemberontakan PKI ia berangkat ke Yogyakarta. Setelah lapor Kepala PTT, Mas Soeharto, ia kembali ke Bandung.

Sebelum pengakuan kedaulatan Republik Indonesia oleh Belanda, ia mendaftarkan di Kantor Pusat PTT di Bandung dan dipekerjakan di bagian "*Verkeerstelegrafie C*" (Perhubungan telegrap)

Sejak1 Juli 1951, Adiwinata diangkat menjadi Kepala Biro Pengawas Daerah Pos dan Telegrap VI Medan. Ketika iti ia harus berangkat sendiri, tidak bersama istrinya. Istrinya kemudian menyusulnya bersama anak-anaknya dengan naik kapal, karenaistri tidak boleh dijemput. Untung Ny. Adiwinata yang selalu berusaha menolong dirinya sendiri dan tidak suka menyusahkan orang lain dapat memahami situasi waktu itu.

Medan termasuk pos yang ringan bagi Adiwinata. Kehidupan pegawai berat. Untuk menambah pendapatan, istrinya yang membuat bakat teknis, membuat "***bakoven*"** untuk membuat roti atau kueh. Ia bahkan menerima jahitan, karena mempunyai ijazah "*coupeuse*: (ahli potong pakaian wanita). Kepandaiannya diamalkan pula untuk meningkatkan kemampuan para istri pegawai PTT dengan memberi pelajaran menjahit dengan sekaligus mengajarkan tulis-menulis kepada istri-istri pengantar pos yang pada waktu tu masih banyak yang buta huruf. Ia bahkan sudah dapat mengendarai kendaraan bermotor sendiri, supaya dimana perlu ia dapat bergerak dengan cepat tanpa sopir, kalau suaminya sedang keluar kota, mengadakan inspeksi. Keika itu ia dipilih menjadi Ketua Persatuan Istri Pegawai PTT.

Cukup lama Adiwinata memimpin daerah Pos dan Telegrap VI. Dalam jangka waktu hampir 8 tahun, ia mengalami beberapa pergolakan. Pemberontakan Daud Beureuh di Aceh pada tahun 1953 dan PRRI di Medan dengan Simbolonnya.

Ketika aceh bergolak, PTT idak mengalami kesulitan. Pos berjalan terus. Pengiriman wesel pos ke Jawa berlangsung terus. Banyak anak Aceh yang belajar di Jawa. Kepala Daerah Pos dan Telekomunikasi tetap menjalankan inspeksinya di daerah Aceh sambil mengawasi pembangunan Kantor Pos yang sedang berjalan. Adiwinata cukup politis dan taktis dalam hal ini. Pelaksanaan pembangunan itu dikerjakan oleh pemborong Aceh.

Keika terjadi pergolak PRRI, Adiwinata tidak diperbolehkan menerima instruksi dan Kantor Pusat PTT Bandung. Begitu pula tidak diperbolehkan melakukan pengiriman weselpos. Setelah yang berkuasa diberi penerangan, bahwa dalam pengiriman uang weselpos, uangnya tidak dikirimkan bersama dengan surat weselposnya, tetapi, tetap di Kantor Pos pengirim, pengiriman weselpos boleh dilangsungkan terus.

Sejak 9 April 1953 ia dipindahkan sebagai Kepala Daerah Pos dan Telekomunikasi III di Surabaya, menggantikan D. Hage. Selama 7 tahun ia mengawasi daerah inspeksi Pos dan Telegrap di Jawa Timur. Pada tanggal 24 April 1986 di Tretes dilangsungkan Rapat Kerja para Kepala Daerah Telekomunikasi di seluruh Indonesia, sampai tanggal 27 April 1968. Bersamaan dengan itu diadakan Kongres III persatuan Wanita Postel yang kemudiian

membentuk organisasi wanita Periska Postel (Persatuan Istri Karyawan dan Karyawati Pos dan Telekomunikasi).

Ketika G 30 S/PKI meletus, Adiwinata menghadapi tugas yang berat sekali. sebagai anggota Team Screening, ia bisa dibunuh kalau memasuki daerah tertentu. Ketika itu bjumlah pegawai yang masuk SB Postel di Jawa Timur cukup banyak. Mereka yang masuk anggota Pengurus SB Postel di kantor Pos harus di "***screen***" oleh **"*Team screening*".** Pada suau kita Adiwinata harus melakukan **"*Screening*"** terhadap seorang anggota Pengurus SB Postel di Kantor Pos Blitar. Pegawai itu justru dilarang oleh Muspida setempat untuk meninggalkan kota, dan harus mengarahkan serah terima di kantor, Adiwinata memanggil pegawai Pos itu justru dikualifikasikan sebagai simpatisan SB Postel. Untuk menghilangkan dugaan yang tidak tepat itu, Adiwinata bersama anggota **"*Team Screening*"** Surabaya pergi ke Blitar, untuk melakukan ***screening*** terhadap pegawai itu. Namun setibanya di Blitar, ia justru dihadapkan ke "meja hijau" Muspida setempa, yang langsung melakukan interogasi terhadap dirinya. Seteah Muspida menerima keterangan dan penjelasan seperlunya bahwa **"*Team Screening*"** di Surabaya dibentuk atas Instruksi Pusat, barulah Muspida setempat menyadari, bahwa **"*Team Screening*"** yang dibentuk Kepala Daerah Pos dan Telegrap III di Surabaya bertindak lebih cepat dan tepat daripada Muspida seempat.

Pada tahun itu pula Adiwinata dipindah ke Kantor Pos Pusat PN Pos dan Giro di Bandung, dan diangkat menjadi Direktur Administrisai Pos, dalam Direksi PN Pos dan Giro yang dipimpin oleh Oesadi, SH sejak 15 nopember 1965. Sebagai Direktur Administrasi Pos ia membawahi bagian Tata Usaha dan

Administrasi Kepegawaian serta Bagian Keuangan. Karena ia merasa masih kurang menguasai bidangnya yang baru, dengan tekun ia mendalami tugas pekerjaannya sampai jauh malam, tak lain untuk menyukseskan anggaran belanja PN Pos dan Giro yang harus diajukan ke Departemen Perhubungan melalui Direktorat Jenderal Pos danTelekomunikasi. Usahanya ini tidak sia-sia, dan justru akan membantu memudahkan tugas pekerjaan pada jabatannya di Direktrat Jenderal Pos dan Telekomunikasi kemudian.

Tidak lama ia menduduki jabatan Direktur Administrasi Pos. Sejak 1 april 1966 ia diserahi jabatan Pembantu Utama Deputy Mentri/Kepala Deparemen Postel Urusan Administrasi logistik. Jabatan itu dalam perubahan kontelasi politik, menjadi Sekeraris Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi. Tugasnya ketika itu tidak mudah dalam pemberesan administrasi keuangan Jawatan PTT tahun 1962/1963 yang pada tahun 1963 menjadi PN Postel, yang dipecah menjadi PN Pos dan Giro, dan PN Telekomunikasi. Bersama-sama dengan Soemantri, Kepala bagian Departemen Organ, ia berhasil membuat :

a. Neraca PTT tahun 1962/1963
b. Neraca akhir PTT tahun 1963
c. Neraca awal PN Postel tahun 1963
d. Neraca akhir PN Postel tahun 1963
e. Neraca awal PN dan Giro tahun 1965, lengkap dengan **"*herinventaris*"**nya yang disusun bersam dengan Ir. Marsoedi dan Akuntan Negara yang telah memberi persetujuannya dengan nilai "memadai".

Ketika jabatan Kepala Pendidikan Pos dan Telekomunikasi tidak terisi pada tahun 1967. Adiwinata ditunjuk menjadi Ketua Presidium Pendidikan Pos dan Telekomunikasi.

Menjelang akhir kariernya, Adiwinata diangkat menjadi Direktur Utama PN Pos dan Giro. Mula-mula sebagai Pejabat Direktur Utama PN Pos dan Giro sejak 11 April 1986, dan sejak 1 Juli 1986 ia diangkat secara definitif sebagai Direktur Utama PN Pos da Giro. Instruksi yang diterimanya dari Direktur Jenderal Soehardjono ialah supaya pengiriman surat pos lebih cepat da lebih aman. Disamping itu PN Pos dan Giro supaya berdikari, berdiri diatas kaki sendiri, tanpa membuat subsidi dari pemerintah.

Sudah beberapa tahun PN Pos dan Giro mengalami ***defisit.*** Sebab itu ia harus mengusahakan kebijakan neraca seimbang dan melakukan "cost accounting" yang tepat. Tantangan inilah yang harus dihadapinya sebagai Direktur Utama. Ia harus dapat meningkatkan pendapatan perusahaan, supaya pengeluaran dapat ditutup dari penerimaan. Ia harus menjalankan **"*management by obyektif*"** dengan melakukan **"*target approach*".**

Ia melihat bahwa monopli pos tidak boleh diandalkan dengan perhitungan bahwa publik akan datang sendiri ke Kantor Pos dan Giro. Kenyataan menunjukan bahwa PN Pos dan Giro menghadapi persaingan pemakai jasa pos. Berhubung dengan itu ia mulai menggiatkan **"*public relation service*"** atau dinas hubungan masyarakat dalam tahun pengangkatannya itu pula. Secara Organisatoris, urusan Humas Pos dibawah dibawah Direktur Tata Usaha dan

Kepegawaian Pos. Namun, secara taktis di tempatkan dibawah Direktur Utama PN Pos dan Giro.

Dinas Humaspos harus melakukan pendekatan ke dalam dan ke luar. Ke dalam, dinas ini menerbitkan majalah perusahaan yang mula-mula dinamakan Warta Bulanan Resmi. Ketika itu sedang di kembangkan singkatan untuk memperpendek istilah yang panjang. Warta Bulanan resmi PN Pos dan Giro itu diberi singkatan "*Warboel*". Mereka yang mengerti bahasa Belanda, sudah tentu tidak seuju dengan singkatan itu, karena "warboel" dalam bahasa Belanda berarti sesuatu yang porak poranda atau brengsek tidak karuan. Singkatan itu lalu diganti dengan "*Warres*" dan kemudian diganti lagi dengan "Merpatipos".

Dalam majalah bulanan itu dimuat tulisan yang bersifat membangun manusia Pos dan Giro dalam hubungannya dengan pelayanannya kepada masyarakat pemakai jasa Pos dan Giro. Sikap yang perlu dimiliki pegawai Pos dan Giro dalam hubungannya satu sama lain di kantor untuk penyelesaian pekerjaan dinas diketengahkan, karena sikap yang tepat menentukan keberhasilan perusahaan.

Yang perlu dicatat ialah bahwa dalam majalah itu dilancarkan sayembara menulis karangan dengan tema peningkatan dinas ini dan dinas itu. Disini Adiwinata mendorong para pegawai untuk memecahkan masalah. Ia mengajak pegawai melakukan penelitian secara muurah, karena hadiahnya hanya sampai Rp. 25.000,00 ( Dua puluh lima ribu rupiah) bagi pemenang tertinggi. Secara ini ia mendidik pegawai supaya mempunyai sikap keterlibatan dalam masalah yang dihadapi perusahaan, yang terasa menjadi miliknya dan perlu dikembangkan

kemajuannya baik kualitatif maupun kuantitatif. Begitu besar perhatiannya kepada faktor manusia ini, sampai ia menerbitkan buku saku yang di beri judul : “Tiga Pesan” untuk para pegawai, bahkan untuk siapapun yang merasa berkepentingan, sebelum ia meninggalkan perusahaan.

Ke luar, dinas Humaspos melakukan pendekatan kepada masyarakat pemakai jasa agar suka Pos dan Giro, dengan melancrakan promosi lewat siaran TVRI, RRI, Iklan, Kalender, Pameran, Khususnya mengenai filateli, menerbitkan majalah “Sahabat Pena”, menyokong Persatuan Pengumpul Perangko dan mengadakan kunjungan ke sekolah-sekolah. PN Pos dan Giro makin dikenal dan disukai masyarakat yang masih perlu diberi penerangan, sehingga jasanya makin dipakai di masyarakat yang lebih luas.

Daya upaya Direktur Utama, Adiwinata, mencapai sasaran yang dituju. Pada tahun 1968 PN Pos dan Giro tidak mengalami defisit lagi, berkat pelayanan pos kilat dan pos kilat khusus, yang makin dipakai oleh para pengirim. Dengan rasa lega Direksi PN. Pos dan giro dapat membayar lunas kenaikan gaji pegawai 50% yang tertunda sampai bulan Nopember 1968. Begitu pula hutang kepada administrasi luar negeri sebelumnya, (untuk keperluan pengangkutan pos dalam hubungan internasional), dapat di bayar lunas.

Ia merasa puas bahwa keuangan PN Pos dan Giro dapat di sehatkan kembali dengan menempuh pendekatan yang terpadu kepada semua anggota Direksi dan eselon yang ada di bawahnya masing-masing. Ia berpesan kepada generasi penerus di lingkungan PN Pos dan Giro, supaya memiliki kebanggaan atas perusahaannya. Kebanggan itu akan menimbulkan kecintaan yang akan menjaga

dan memelihara disiplin kerja, sebagai tradisi yang tinggi untuk menjaga nama baik PN Pos dan Giro.

Sebagai pejabat teras, Adiwinata pernah bertugas belajar di Australia pada tahun 1954. Dari tanggal 16 Mei 1969 sampai 7 Juni 1969, ia menghadiri Seminar Manajemen Dinas Pos di Denmark. Ia pun menghadiri penutupan Kongres UPU ke XVI selama 14 hari di Tokyo, dari tanggal 9 Nopember 1969 sampai 22 Nopember 1969. Ia pernah menjadi Pengganti sementara Direktorat Jenderal Postel, ketika Dirjen Postel ke luar negeri.

### 1.3 Sejarah Public Relation PT.Pos Indonesia (Persero) wilayah Bandung

PT. Pos Indonesia adalah perusahaan jasa yang terbesar di Indonesia. Sangat beragam varian jasa yang dikeluarkan oleh PT.Pos Indonesia. Berawal dari latarbelakang tersebut dan dengan banyaknya jasa yang PT.Pos tawarkan kepada masyarakat sehingga disini harus ada penanganan secara khusus, karena pada kenyataanya pelayanan jasa yang kami berikan tidak selamanya berjalan lancar dikarenakan banyak faktor yang dapat menghambat kelancaran dalam pelayanan jasa kami, baik secara teknis maupun nonteknis. Yang dimana dari wakru ke waktu masalah tersebut semakin kompleks.

Oleh karena itu pada Tahun 1997 dibentuklah divisi khusus untuk menangani masalah tersebut yaitu divisi solusi care. Kemudian seiring perkembangan zaman dan semakin besarnya minat masyarakat terhadap pelayanan PT.Pos Indonesia ini maka divisi solusi care berganti nama dengan costumer service. Selang beberapa waktu divisi costumer service ini berganti

nama menjadi costumer care yang sampai sekarang bertahan. Adapun tugas dari costumer care ini , diantaranya :

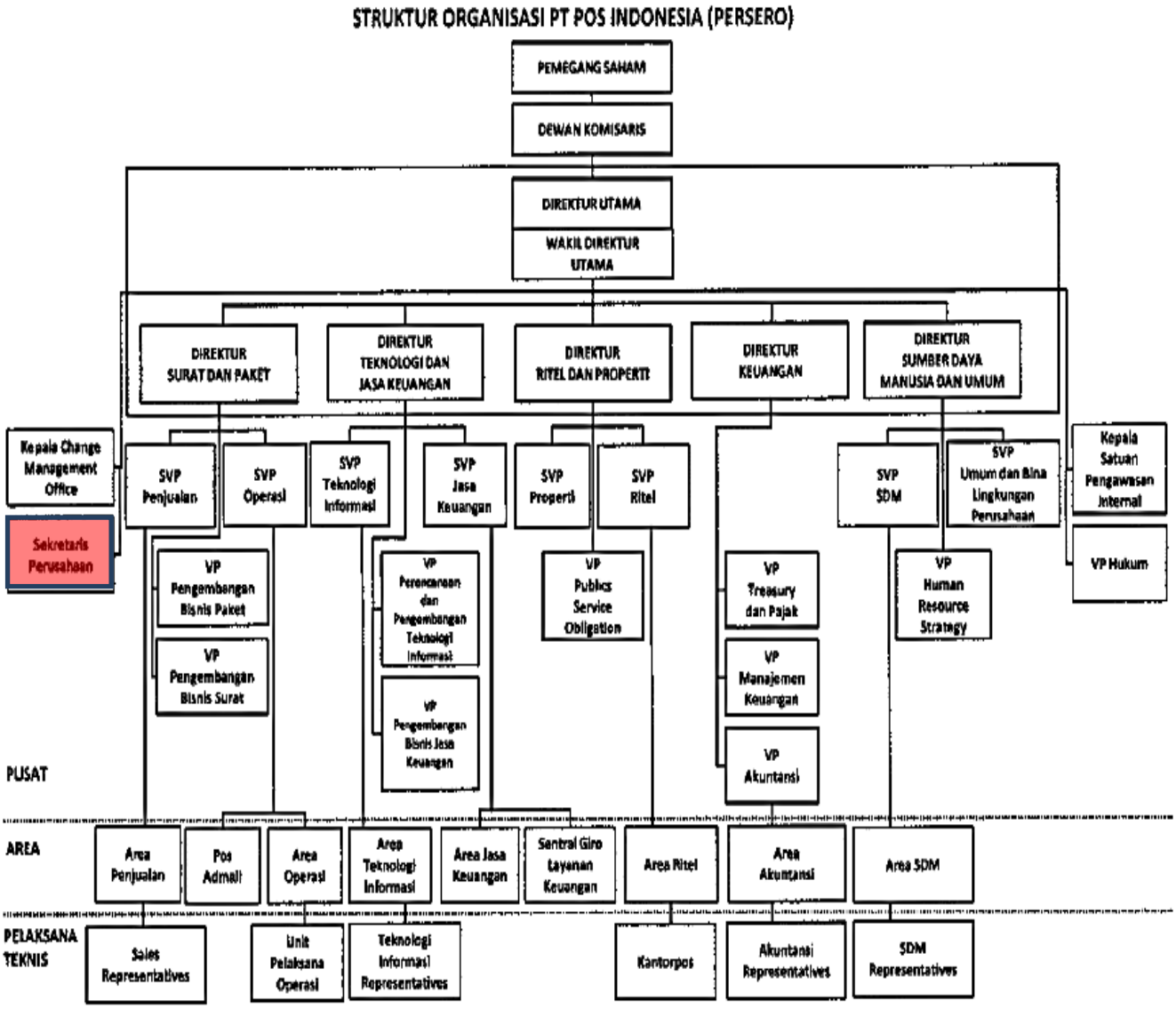
a. Tugas Pokok :

1. Menjaga brand image perusahaan.
2. Menerima keluhan pelanggan atas jasa PT.Pos Indonesia
3. Menginformasikan produk jasa PT.Pos Indonesia.
4. Mempublikasikan produk dan jasa PT.Pos Indonesia
5. Memberikan pembinaan kepada para pengguna layanan PT.Pos Indonesia.
6. Menjembatani kebutuhan informasi untuk kedua belah pihak baik internal maupun eksternal.
7. Menginformasikan kebijaksanaan perusahaan baik secara internal maupun eksternal.

## 1.4 Struktur Organisasi PT. Pos Indonesia (Persero)

**Gambar 1.3**

**Struktur Organisasi PT.Pos Indonesia (Persero)**

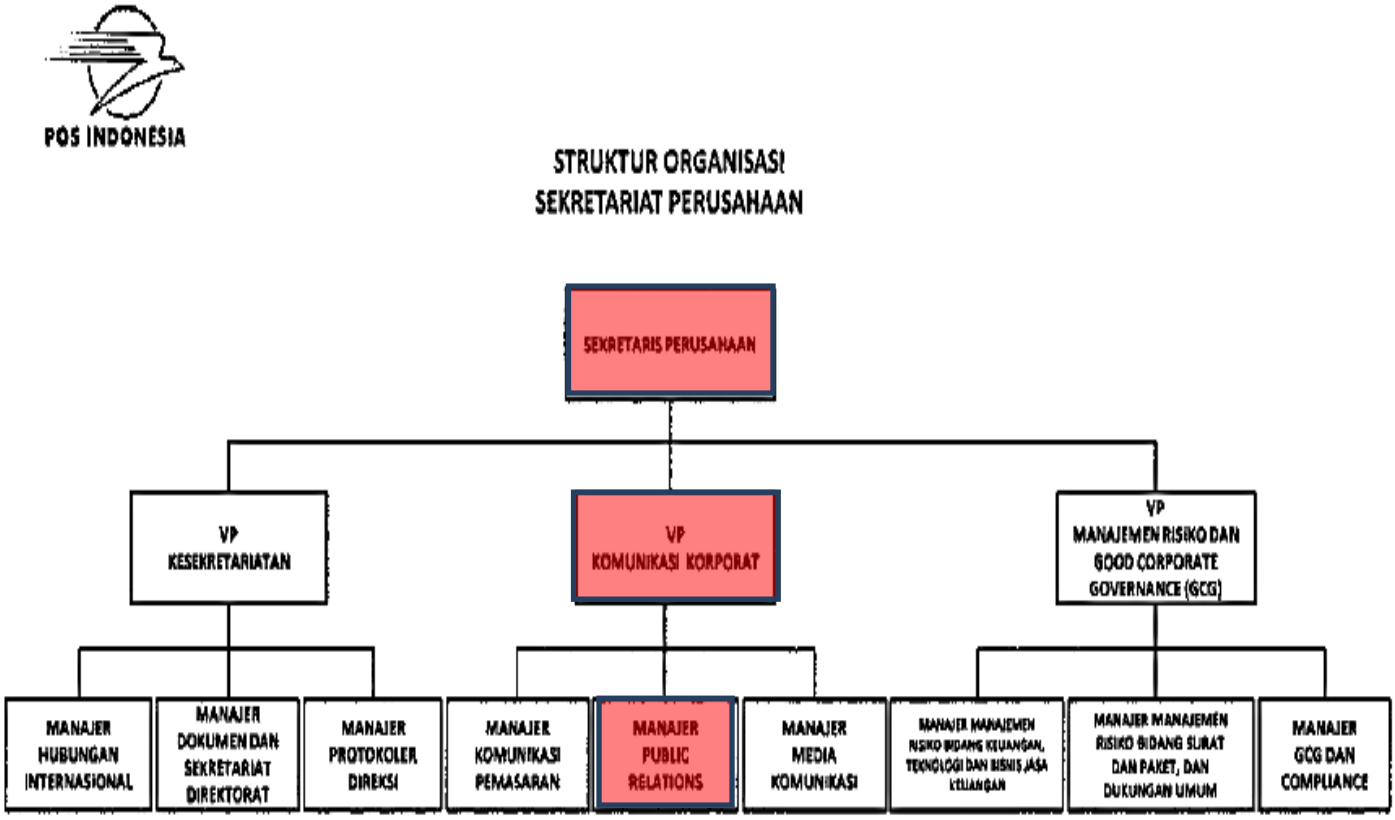



*Sumber : Humas PT.Pos Indonesia Kantor Pos Bandung, 2013*

## 1.5 Sruktur Organisasi Sekretariat Perusahaan PT.Pos Indonesia (Persero)

**Gambar 1.4**

**Struktur Organisasi Sekretariat Perusahaan PT.Pos Indonesia (Persero)**

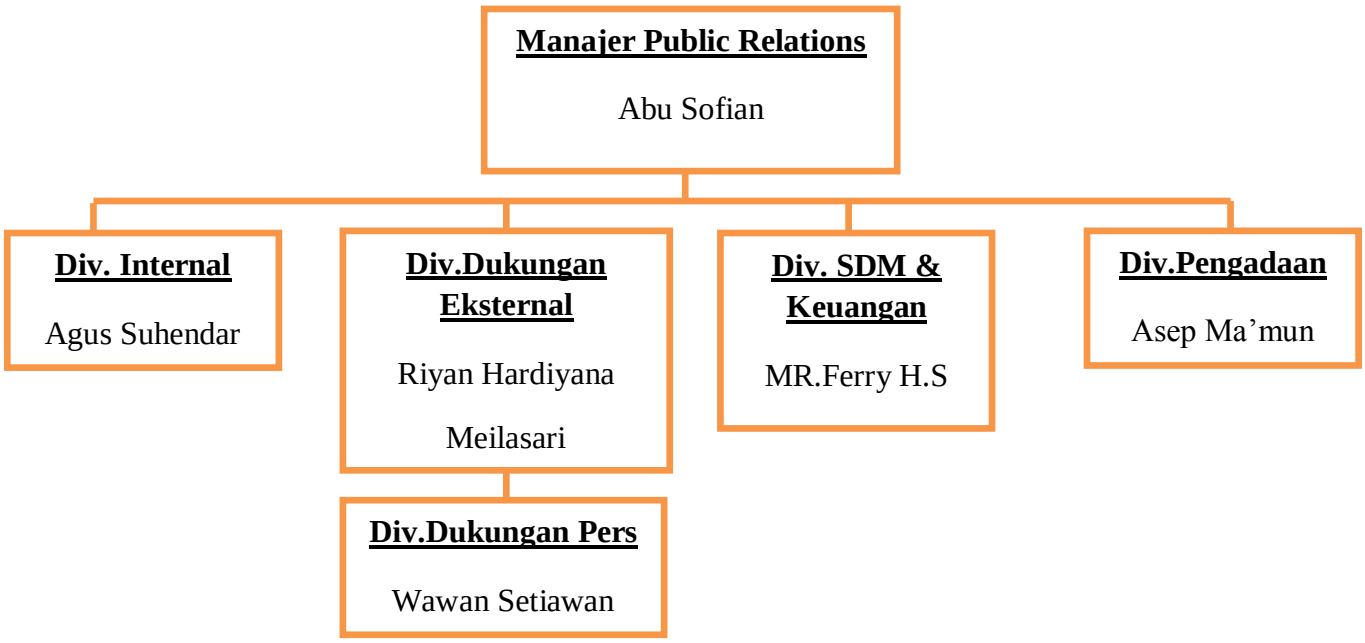



*Sumber : Humas PT.Pos Indonesia Kantor Pos Bandung, 2013*

## 1.6 Struktur Organisasi Humas PT. Pos Indonesia (Persero)

**Gambar 1.5**

**Struktur Organisasi Humas PT. Pos Indonesia (Persero)**




*Sumber : Arsip Penulis, Bandung, 2013*

## 1.7 Job Description

Berikut ini adalah *Job Description* dari struktur organisasi *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero):

1. **Manajer Public Relations**
    a. Merencanakan, mengorganisir, danmelaksanakan program dan kegiatan internal publik relations meliputi berbagai kegiatan interaktif sebagai media untuk komunikasi di lingkungan internal perusahaan.

b. Mengorganisir dan melaksanakan kegiatan penting di perusahaan dan membuat panduan umum untuk penyelenggaraan kegiatan yang dilakukan oleh unit lain serta mengelola kegiatan dokumentasinya.
c. Mengembangkan metode komunikasi internal yang efektif sehingga terciptanya image yang positif dan mampu memotivasi kalangan internal terhadap kebijakan manajemen maupun berbagai permasalahan perusahaan.
d. Mengembangkan panduan komunikasi internal yang dilakukan oleh unit lain sehingga kegiatan unit Public Relations dilakukan secara efektif dan efisien.
e. Menyusun kegiatan fungsi Public Relations berdasarkan data kalender kegiatan bagian.
f. Merencanakan, mengendalikan, dan mengembangkan identitas perusahaan serta nilai-nilai budaya perusahaan.
g. Menyusun Rencana Kerja dan Anggaran yang berkaitan dengan aktivitas Divisi Komunikasi Korporat.
h. Mengelola sumber daya bagian secara efektif dan efisien.

**2. Divisi Internal**

a. Merencanakan, mengorganisir, dan melaksanakan program dan kegiatan internal publik relations di perusahaan.

b. Mengorganisir kegiatan event-event penting di perusahaan dan membuat panduan umum untuk penyelenggaraan serta mengelola kegiatan dokumentasi.
c. Mengembangkan metode komunikasi internal yang efektif sehingga terciptanya image yang positif dan mampu memotivasi kalangan internal terhadap kebijakan manajemen maupun berbagai permasalahan perusahaan.
d. Melakukan monitoring dan evaluasi dampak kebijakan manajemen kepada image pegawai terhadap perusahaan serta memberikan rekomendasi agar kebijakan manajemen mampu secara efektif meningkatkan dukungan dari lingkungan internal perusahaan.
e. Menyusun kegiatan korporat berdasarkan data kalender kegiatan bagian.
f. Mengorganisir dan mengkoordinasikan dengan bagian terkait untuk penerbitan dan sirkulasi kalender, agenda perusahaan, dan kartu ucapan perusahaan tepat waktu.

**3. Divisi Dukungan Keuangan dan Pengadaan**

a. Membuat Nota Pusat Permintaan HPS Pengadaan Pembuatan Barang-barang Souvenir ke Petugas Pelaksana Pembuat HPS di Divisi Komunikasi Korporat.

b. Membuat Kerangka Acuan Kerja (KAK) dan Surat Permintaan Penawaran Harga Pengadaan Pembuatan Barang-barang Souvenir.
c. Melaksanakan Seleksi dan Evaluasi Penawaran Harga, Membuat Surat Undangan Negosiasi dan Berita Acara Rapat Klarifikasi dan Negosiasi dalam Pembuatan Souvenir.
d. Membuat Surat Perintah Kerja (SPK) dan Surat Perjanjian/Kontrak.
e. Membuat Surat Penunjukan Penetapan Perusahaan Pelaksana Pekerjaan.
f. Membuat Surat Pemberitahuan Pengenaan Denda Keterlambatan Penyerahan Souvenir Yang Dipesan kepada Pihak Rekanan/Vendor.
g. Menyusun dan Mengarsipkan Naskah-naskah Pekerjaan.
h. Membantu Proses Pekerjaan Petugas Pembuat SPB Bagian Purel.
i. Melakukan Tugas-tugas Lain Yang Diperintahkan oleh FP SDM & Kug dan Manajer.

**4. Divisi Dukungan Pers**

Fungsi dari divisi Dukungan Pers yaitu mendukung aktivitas Public Relations dalam mempublikasikan perusahaan kepada pihak eksternal (stakeholder eksternal) melalui sarana media masa yang efektif

dalam upaya membangun citra positif PT Pos Indonesia (Persero). Tugas-tugas dari divisi ini diantaranya:

1. Menjalin keselarasan hubungan dengan wartawan untuk mempertahankan citra positif perusahaan.
2. Melakukan akses dengan wartawan & media dalam hal pemuatan maupun koreksi berita di media massa dalam kondisi mendesak maupun normal.
3. Koordinator liputan, redaktur bulettin internal INFO pos.

   Menyelesaikan tugas yang diserahkan oleh atasan.

**5. Divisi Dukungan Eksternal**

Mendukung aktivitas Public Relations dalam mempublikasikan perusahaan kepada pihak eksternal melalui sarana media dalam upaya membangun citra positif PT Pos Indonesia (Persero).

1. Mendukung aktivitas *Public Relations* dibidang penyiapan materi advertorial & iklan.
2. Menyusun draft News Release untuk kebutuhan berita setiap event korporat.
3. Mendukung penyiapan materi iklan/display korporat maupun produk, melalui koordinasi dengan lintas fungsi terkait.
4. Mengerjakan surat menyurat atas proposal yang disetujui, melakukan pemantauan laporan kegiatan, menghimpun bukti sponsor, kuitansi, selanjutnya melaporkan ke bagian keuangan

Public Relations untuk dipertanggungkan sebagai biaya perusahaan.

5. Menghadiri rapat dalam lingkup kerja komunikasi eksternal.
6. Melakukan pendampingan dalam lingkup kerja komunikasi eksternal (konferensi pers, wawancara Direksi & nara sumber lain).
7. Membantu menjawab pengaduan masyarakat pada media massa.
8. Membantu melakukan analisis media massa secara periodik (bulanan).
9. Melaksanakan tugas lain dari atasan langsung dan Manajer Public Relations.

## 1.8 Sarana dan Prasarana

Adapun sarana dan prasarana yang terdapat di Kantor Public Relations PT. Pos Indonesia (Persero) ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**

**Daftar Sarana Kantor Public Relations PT. Pos Indonesia (Persero)**

| NO. | SARANA | JUMLAH |
|---|---|---|
| 1 | **Ruang Tamu** | **1** |
| 2 | **Ruang Manajer Public Relatios** | **1** |
| 3 | **Ruang Divisi  Internal** | **1** |
| 4 | **Ruang Divisi Eksternal** | **1** |
| 5 | **Ruang Divisi Keuangan dan SDM** | **1** |

| | | |
|---|---|---|
| 6 | Ruang Tengah (Santai) | 1 |
| 7 | Ruang Editor | 1 |
| 8 | Ruang Rapat | 1 |
| 9 | Ruang Karyawan | 5 |
| 10 | Kamar Mandi/WC | 3 |
| 11 | Mushola | 1 |
| 12 | Dapur | 1 |
| 13 | Kamar Petugas Keamanan | 1 |
| 14 | Gudang | 2 |

*Sumber : Arsip Humas PT.Pos Indonesia, Bandung, 2013*

**Tabel 1.2**

**Daftar Prasarana Kantor Public Relations PT. Pos Indonesia (Persero)**

| NO | PRASARANA | JUMLAH |
|---|---|---|
| 1 | Komputer | 10 |
| 2 | Televisi | 2 |
| 4 | AC | 5 |
| 5 | Saluran Indovision | 1 |
| 6 | Printer | 10 |
| 7 | Telepon Umum | 2 |
| 8 | Telepon Saluran Internal | 6 |
| 9 | Saluran PPM (Khusus Internal) | 1 |
| 10 | Saluran Internal speedy | 1 |
| 11 | Mesin Fax | 3 |
| 12 | Mesin Penjilid | 1 |
| 13 | Mesin Photocopy | 1 |

| | | |
|---|---|---|
| **14** | **Kamera DSLR** | **5** |
| **17** | **Handicam Profesional** | **2** |
| **18** | **Tripod** | **5** |
| **19** | **X-Banner** | **5** |
| **20** | **Papan Pengumuman** | **5** |
| **21** | **Lemari File** | **10** |
| **22** | **Meja dan kursi kerja karyawan** | **15** |
| **23** | **Lemari Pendingin** | **1** |
| **24** | **Kompor Gas** | **1** |

*Sumber : Arsip Humas PT.Pos Indonesia, Bandung, 2013*

## 1.9 Lokasi dan Waktu PKL

### 1.9.1 Lokasi PKL

Praktek Kerja Lapangan ini dilaksanakan di Bagian Public Relations PT. Pos Indonesia (Persero) Pusat Bandung yang bertempat di JalanAnggrek No. 59 Bandung. Kantor Public Relations PT. Pos ini berjarak cukup jauh dari kantor Pos Pusat yang berada di Jalan Asia Afrika No. 49 Bandung.

### 1.9.2 Waktu PKL

Waktu pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan yang dilakukan kurang lebih selama 1 bulan yang terhitung sejak tanggal 15 Juli 2013 sampai dengan 16 Agustus 2013 di Bagian Public Relations PT. Pos Indonesia. Adapun waktu kerja yang dilakukan yaitu dari pukul 09.00 – 16.00 WIB (ketika bulan Ramadhan) dan pukul 08.00-16.00 WIB terhitung dari hari Senin sampai dengan hari Jumat (hari Sabtu libur).