BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Aktivitas Kegiatan Selama PKL

Penulis melakukan aktivitas Praktek Kerja lapangan (PKL) di PT. Pos Indonesia (Persero) bagian *Public Relations* selama kurang lebih satu bulan. Banyak sekali pengalaman pengalaman baru yang didapatkan dalam melaksanakan aktivitas Praktek Kerja Lapangan (PKL), baik itu kegiatan rutin maupun kegiatan insidental, kegiatan rutin yang penulis lakukan di PT. Pos Indonesia (Persero) bagian Div. *Public Relations* adalah mengirim dan mengecek faximili dari perusahaan-peusahaan lain yang masuk ke kantor, membuat disposisi, fotokopi berkas-berkas, dan yang paling sering penulis lakukan yaitu menginput surat masuk dan surat keluar. Sedangkan kegiatan yang bersifat insidentil yaitu meliput kegiatan buka puasa bersama nasional PT. Pos Indonesia (Persero) yang akan dijadikan *final report* nya lalu menjadi panitia buka bersama PT. Pos Indonesia dengan anak-anak yatim serta menjadi panitia dalam kegiatan halal bil halal PT.Pos Indonesia (Persero) dan kegiatan kegiatan lain yang menyangkut ilmu kehumasan yang menambah wawasan penulis.

2.1.1 Jadwal Kegiatan PKL

Selama kegiatan Praktek Kerja Lapangan di PT. Pos Indonesia (Persero) bagian *Public Relations*, Penulis melakukan dua jenis yaitu kegiatan yang bersifat rutin dan kegiatan insidentil yang terdapat pada tabel di bawah ini

Tabel 2.1

Pekerjaan yang Dilaksanakan Setiap Hari

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Sifat	
			Rutin	Insidentil
1.	Senin, 15 Juli 2013	• Perkenalan kepada seluruh karyawan di kantor Pos Div. *Public Relations*		√
2.	Selasa, 16 Juli 2013	• Menginput Surat Masuk • Menginput Surat Keluar • Membuat Lembar Disposisi	√ √ √	
3.	Rabu, 17 Juli 2013	• Membuat Lembar Disposisi • Menginput surat masuk	√ √	
4.	Kamis, 18 Juli 2013	• Menginput Surat masuk • Materi tentang News Release	√	√
5.	Jum'at, 19 Juli 2013	• Menginput surat masuk • Mengecek Faximili masuk • Analisis Proposal Masuk menggunakan SWOT • Kegiatan Tausyiah Buka Bersama Nasional	√	√ √ √

		Karyawan PT.Pos Indonesia		
6.	Senin, 22 Juli 2013	• Menginput surat masuk • Menginput surat keluar • Menginput surat edaran • Membantu div. Eksternal PR membuat *Final Report* Kegiatan Tausyiah Buka Bersama Nasional Karyawan PT.Pos Indonesia	√ √ √	√
7.	Selasa, 23 Juli 2013	• Menginput surat masuk • Analisis liputan Advertorial Metro TV tentang transformasi PT.Pos Indonesia	√	√
8.	Rabu, 24 Juli 2013	• Menginput surat masuk • Menginput surat keluar • Meminta referensi data untuk laporan PKL	√ √	√
9.	Kamis, 25 Juli 2013	• Mengecek Faximili masuk • Membuat resume tentang	√	√

		kompetensi seorang PR • Kegiatan Tausyiah dan Buka Bersama Karyawan PT.Pos Indonesia dengan Anak Yatim		√
10.	Jum'at, 26 Juli 2013	• Menginput Surat Masuk • Mengecek Faximili masuk • Analisis Kegiatan Tausyiah dan Buka Bersama Karyawan PT.Pos Indonesia dengan Anak Yatim	√ √	√
11.	Senin, 29 Juli 2013	• Mengecek Faximili masuk • Fotokopi • Membuat Laporan PKL	√ √	√
12.	Selasa, 30 Juli 2013	• Mengecek Faximili masuk • Mengarsip foto kegiatan Kegiatan PT.Pos Indonesia • Mencatat nomer agenda surat keluar	√	√ √
13.	Rabu, 31 Juli 2013	• Izin		
14.	Kamis,1 Agustus 2013	• Mengecek Faximili masuk	√	

		• Membuat Lembar Disposisi • Pengondisisan Kartu Lebaran PT. Pos Indonesia yang akan didistribusikan	√	√
15.	Jum'at, 2 Agustus 2013	• Mengecek Faximili masuk • Membuat Lembar Disposisi	√ √	
16.	Senin, 12 Agustus 2013	• Menginput surat masuk • Menginput disposisi • Membuat surat undangan Halal bi halal PT. Pos Indonesia	√ √	√
17.	Selasa, 13 Agustus 2013	• Mengamplop Surat undangan Halal bi halal PT. Pos Indonesia untuk didistribusikan • Membuat surat untuk persiapan 17 Agustus • Menginput surat masuk	 √	√ √
18.	Rabu, 14 Agustus 2013	• Kegiatan Halal bi halal, perpisahan Dirrut dan tatap muka direksi PT. Pos Indonesia.		√

19.	Kamis, 15 Agustus 2013	• Menginput Surat Masuk • Mengamplop Surat Acara Upacara (Kemerdekaan Indonesia) PT. Pos Indonesia untuk didistribusikan	√	√
20.	Jum'at 9 Agustus 2013	• Menginput surat masuk • Menginput surat keluar • Menyiapkan surat-surat undangan untuk upacara 17 agustus • Gladi Resik Upacara (Kemerdekaan Indonesia)	√ √	√ √

Sumber : Arsip Penulis 2013

2.2 Deskripsi dan Contoh Kegiatan Rutin dan Insidentil Selama PKL

Aktivitas kegiatan bagian *Public Relations* PT. Pos Indonesia (Persero) yang dilakukan oleh penulis saat melakukan Praktek Kerja Lapangan yaitu penulis melakukan pekerjaan rutin dan insidentil yang berhubungan dengan humas khususnya dilakukan secara rutin seiap hari adalah :

2.2.1 Kegiatan Rutin

Adapun kegiatan rutin yang dilaksanakan oleh penulis yang dibagi dengan rekan-rekan satu kantor yaitu menginput surat masuk dan keluar, membuat

disposisi, mengirim & mengecek faximili, serta *photocopy* berkas surat yang diperlukan.

2.2.1.1 Menginput data Surat Masuk dan Surat Keluar

Penulis ditugaskan untuk menginput data surat masuk dan surat keluar yang berguna sebagai arsip kesekretariatan kantor Pos bagian *Public Relations*. Surat-surat yang masuk atau keluar biasanya terdiri dari surat dinas, surat pengajuan proposal, surat perintah, memorandum, dan surat keputusan. Penulis juga dalam hal ini mengarahkan dan menyalurkan surat ke unit-unit kerja dalam lingkungan kantor tersebut. *Form* yang sudah ada dalam komputer pun membuat penginputan ini menjadi lebih praktis.

Setelah surat-surat diinput, kemudian surat-surat tersebut disampaikan pada pihak yang dituju, kemudian langsung dikategorikan menurut jenis surat yang dituju, apabila surat itu berisi tentang pengajuan proposal maka penulis memberikan surat beserta proposalnya tersebut kepada karyawan bagian dukungan eksternal dan bila surat tersebut berisi tentang surat perintah atau memorandum penulis memberikannya pada karyawan bagian dukungan internal, namun sebelum diberikan kepada karyawan, surat-surat tersebut diberikan dahulu kepada pimpinan untuk menunjuk siapa yang ahli dalam hal tersebut, sesuai dengan instruksi yang diperintahkan.

2.2.1.2 Menginput Lembar Disposisi

Pekerjaan yang satu ini adalah tindak lanjut dari kegiatan menginput surat masuk ke kantor. Surat yang masuk baik berupa surat dinas, surat pengajuan proposal, surat perintah ataupun memorandum diberikan kepada pimpinan, lalu pimpinan akan menindak lanjut surat-surat tersebut yang akan didisposisikan kepada karyawan yang diberikan tugas atau tanggungjawab untuk diselesaikan sesuai instruksi pimpinan.

Penulis dalam pekerjaan ini menjadi penginput lembar disposisi yang sudah di periksa dan diberikan instruksi oleh pimpinan ke komputer dengan menggunakan indeks, kode, dan nomor urut surat, sehingga dapat digunakan untuk membaca kembali dimana letak lembar disposisi tersebut dalam agenda atau pengarsipan. Selanjutnya setelah pengarsipan lembar disposisi, penulis memberikannya kepada karyawan sesuai instruksi yang diarahkan oleh pimpinan.

2.2.1.3 Mengirim & mengecek Faximili

Fax yaitu mengirimkan dan menerima informasi melalui mesin faksimili dari pihak yang bersangkutan dengan unit *Public Relations*. Kegiatan mengecek faximili adalah kegiatan rutin penulis, hampir setiap hari pekerjan ini dilakukan. ketika ada fax yang masuk, penulis langsung memberikannya kepada karyawan yang

bersangkutan contohnya ada fax masuk yang berisi tentang anggaran keuangan atau tagihan-tagihan, penulis langsung memberikannya kepada karyawan bagian dukungan keuangan dan pengadaan.

Pekerjaan mengirim fax, selama berada disana penulis biasanya mengirim fax kepada seluruh kantor-kantor Pos cabang di Indonesia biasanya yang penulis kirim berupa pengumuman, memo, undangan, konfirmasi, naskah pidato, dan rundown suatu acara.

2.2.1.4 *Photocopy*

Untuk *Photocopy* sendiri penulis menggandakan suatu dokumen melalui mesin *Photocopy* yang disediakan oleh perusahaan. Biasanya penulis meng*copy* surat-surat tembusan yang harus di didistribusikan langsung kepada pihak-pihak terkait.

Pekerjaan ini perlu kecepatan dan kelincahan, tetapi harus teliti dan cermat, agar kertas atau salinannya tidak tertukar baik halamannya maupun tertukar dengan dokumen yang lain.

2.2.2 Kegiatan Insidentil

Kegiatan insidentil merupakan kegiatan yang tidak rutin dilksanakan oleh penulis kegiatan ini terjadi atau dilakukan hanya pada kesempatan atau acara-acara tertentu saja.

.

2.2.2.1 Menulis di Papan Pengumuman

Papan pengumuman adalah papan yang berisi informasi dimana seluruh karyawan *public relations* dapat melihat jadwal acara atau pengumuman-pengumuman yang terkait. Papan pengumuman tersebut adalah salah satu bentuk media komunikasi yang digunakan dalam kantor tersebut, meskipun hanya ada 2 papan pengumuman, tapi informasi yang ada dalam kantor tersebut dapat tersebar efektif kepada seluruh karyawan.

Pada pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL), menulis di Papan penguman adalah kegiatan insidental yang dilakukan penulis karena tidak rutin setiap hari dilakukan. Informasi yang ditulis biasanya mengenai :

1. Rapat antar divisi
2. Rapat dengan pihak pengaju kerja sama
3. Kegiatan-kegiatan terkait acara yang mengharuskan adanya tim *Public Relation*
4. Acara yang dibuat oleh tim *Public relation*

2.2.2.2 Materi tentang News Release

Salah satu bentuk publikasi yang dibuat oleh *public relation* PT. Pos Indonesia khususnya tim eksternal yaitu menulis *news release.* News Release adalah produk informasi yang dihasilkan oleh

kegiatan ke-PR-an untuk konsumsi media massa atau dengan kata lain rangkuman berita yang dibuat untuk pihak media.

Dalam hal ini tim eksternal *public relation* PT. Pos Indonesia mensosialisasikan launching "PROGAM MUDIK SENANG LEBARAN RIANG".

Penulis diberikan arahan tentang cara menulis news release yang benar, mulai dari pembuatan judul, nomor terbit, dan isi dari *news release* itu sendiri. Pada akhirnya penulis ditugaskan untuk membuat contoh *news release.*

2.2.2.3 Analisis Proposal Masuk menggunakan SWOT

Untuk tetap menjaga kerjasama dengan instansi lain, PT. Pos Indonesia tetap menerima pengajuan proposal dari berbagai pihak. Proposal yang masuk dikirim ke kantor *public relations* PT. Pos Indonesia lalu akan ditimbang ulang oleh divisi eksternal *public relations*.

Pada Tanggal 17 Juli 2013, divisi eksternal *public relations* memberikan 2 berkas proposal kepada penulis dan rekan-rekan untuk dianalisis, saat itu kami menganalisis proposal dari Tribun tentang "Jalan Sehat Bareng Tribun" dan satu lagi proposal dari salah satu media cetak dalam menawarkan kolom iklan pada koran tersebut. Analisis yang kami lakukan menggunakan SWOT, dilihat dari keunggulan acara/pengajuan yang ditawarkan apakah bagus atau

tidak, lalu keuntungan dan kerugian yang didapat PT. Pos Indonesia, menentukan opsi untuk menentukan jenis kerjasama yang diambil.Setelah penulis dan rekan-rekan selesai mengerjakan analisis proposal penulis dan rekan-rekan segera melaporkan hasil analisis kepada divisi eksternal *public relations* untuk di koreksi.

Gambar 2.1
Penulis ketika menganalisis proposal



Sumber : Penulis, 2013

2.2.2.4 Kegiatan Tausyiah Buka Bersama Nasional Karyawan PT.Pos Indonesia

Setelah selesai jam kerja pada hari Jum'at 19 Juli 2013, pada pukul 16.00 WIB diadakan buka puasa bersama nasional seluruh kantor pusat Pos Indonesia. Acara tersebut dilakukan serempak seindonesia mengikuti waktu wilayah masing-masing, acara yang mendapat rekor muri ini bertujuan untuk menjaga dan mempererat hubungan tali silaturahmi antar seluruh karyawan serta menambah publisitas PT.Pos Indonesia kepada publik bahwa Pos

Indonesia masih eksis berada di masyarakat dari dahulu hingga saat ini. Kegiatan Tausiah dan Buka Bersama serentak di seluruh kantor Pos Indonesia meraih rekor MURI karena mencapai total peserta sebanyak 3.363 kantor pos.Kegiatan ini merupakan salah satu wujud rasa syukur seluruh karyawan Pos Indonesia yang sudah melakukan tugas-tugas dengan baik dan menghasilkan pertumbuhan kinerja yang baik.Selain itu dilakukannya acara ini yaitu sebagai bentuk apresiasi perusahaanterhadapkaryawan yang melaksanakan tugas berat yakni pendistribusian Kartu Perlindungan Sosial (KPS) dan pembayaran bantuan langsung sementara masyarakat (PBLSM), dimana tugas ini adalah wewenang negara dan pemerintah yang dipercayakan pada PT.Pos Indonesia.

Dalam hal ini tim public relations meliput kegiatan tersebut dan membuat laporan *pasca* acara untuk diberikan pada media.

Buka puasa bersama tersebut dilangsungkan di gedung Wahana Bakti Pos Jl. Banda. Acara tersebut diisi oleh sambutan-sambutan dari beberapa pimpinan direksi lalu dilanjutkan tausyiah hingga buka puasa tiba.

2.2.2.5 Membantu Div. Eksternal PR membuat *Final Report* Kegiatan Tausyiah Buka Bersama Nasional Karyawan PT.Pos Indonesia

Final Report adalah laporan setelah acara yang dibuat oleh divisi eksternal *public relation* Pos Indonesia. *final report* ini berisi tentang

1. Berita acara (waktu pelaksanaan)
2. Daftar kehadiran media yang datang (Elektronik, Cetak, Online)
3. Analisis media *monitoring*
4. Berapa banyak media yang memuat berita
5. Tabel media *monitoring* (*news summary* serta untuk melihat respon positif, negatif atau netral)
6. Dokumentasi

Dalam *final report* ini penulis membantu divisi eksternal *public relation* dengan membuat berita acara, mensortir berita yang sudah di kliping, dan membuat tabel media monitoring, berikut adalah tabel media *monitoring* yang dikerjakan :

Tabel 2.2

Rekap Tabel pembuatan *Final Report*

Media Monitoring Report PT Pos Indonesia										
Company : PT Pos Indonesia (Persero)										
Date : Juli 2013										
News Summary of PT Pos Indonesia (Persero)										
No	**Media**	**Page**	**Date**	**Writer**	**Title**	**Summary**	**Speaker /Source**	**news content**		
								+	-	N
1	Jawa Pos		Sat 20/7/2013	KKN	PT Pos Raih Penghargaaan Muri	1. PT Pos Indonesia punya acara besar yaitu mengadakan tausiah Ramadhan	1. Direktur Utama PT.Pos	√		

						dan buka bersama serentak di seluruh kantor Pos Indonesia	Indonesia, I ketut Mardjana 2. Wakil MURI, Sri Wijayati			
2	Indo Pos		Fri 19/7/2013	Dri	Kinerja Baik, Gelar Syukuran	1. Bagi seluruh karyawan PT.POS Indonesia, ramadhan tahun ini berbeda dengan sebelumnya di tengah ibadah puasa, mereka punya tugas mendistribusikan KPS dan BLSM.Kegiatan ini diselipkan acara Tausiyah dan Buka Bersama sebagai salah satu Wujud Rasa Syukur seluruh karyawan Pos Indonesia yang sudah melakukan tugasnya dengan baik dan menghasilkan kinerja yang terus meningkat	Direktur Utama PT.Pos Indonesia, I ketut Mardjana	√		
3	Centrone.com		Fri 19/7/2013	Fajar Sudrajat	Bukber PT Pos Pecahkan Rekor Muri	1. PT.Pos Indonesia mengadakan kegiatan Tausiah dan Buka bersama serentak di seluruh kantor pos indonesia dengan total peserta 3.363 kantor Pos dan mendapatkan piagam rekor MURI 2. Acara Ini dilakukan sebagai bentuk apresiasi perusahaan terhadap karyawan yang melaksanakan tugas berat, yakni pendistribusian kartu perlindungan sosial (KPS) dan pembayaran bantuan langsung sementara (PBLSM)	1. Direktur Utama PT.Pos Indonesia, I ketut Mardjana 2. Wakil MURI, Sri Wijayati	√		
4	Jpnn.com		Sat 20/7/2013	*	PT Pos Salurkan BLSM capai 84,58%	1. PT. POS Indonesia mencatat hingga 19 Juli 2013 , realisasi pembayaran langsung sementara masyarakat (PBLSM) tahap 1 secara nasional telah mencapai 84,58% atau terserap sebanyak 13,13 juta rumah tangga sasaran.	Direktur Utama PT POS Indonesia, I Ketut Mardjana	√		

5	Jpnn.com		Sat 20/7/2013	*	Tausyiah Serentak di 3363 Cabang, PT Pos Cetak Rekor Muri	1. PT.Pos Indonesia berhasil tercatatkan rekor di MURI karena serentak mengadakan Tausiyah di 3.363 cabang . Kegiatan ini sebagai salah satu wujud syukur seluruh karyawan pos indonesia yang sudah melakukan tugas-tugas dengan baik	1. Direktur Utama PT.Pos Indonesia, I ketut Mardjana 2. Wakil MURI, Sri Wijayati	√		
6	Jurnal Nasional		Mon 22/7/2013	Wahyu Utomo	Tausyiah Pos Indonesia Pecahkan Rekor	1. Acara buka bersama dan Tausiyah ramadhan 1434 H di 3.363 kantor PT.Pos Indonesia pada jumat malam memecahkan rekor keserentakan peserta buka bersama terbanyak	Kepala Kantor Pos Pemeriksa Bogor, Dody Haryanto	√		
7	Okezone		Fri 19/7/2013	Hendra Kusuma	Dirut PT Pos Sebut Kinerjanya Memuaskan	1. PT.Pos Indonesia ditugaskan untuk menyalurkan BLSM pada seluruh masyarakat yang tergolong tidak mampu yang dapat disebut kinerja karyawan PT.Pos Indonesia memuaskan	Direktur Utama PT POS Indonesia, I Ketut Mardjana	√		
8	Republika Online		Sun 21/7/2013	Karta Raharja U.	Buka Puasa bersama PT Pos Indonesia Pecahkan Rekor	1. Buka Puasa bersama dan tausiyah ramadhan di 3.363 kantor PT.Pos Indonesia pada 19 Juli 2013 malam, memecahkan rekor keserentakan.	Kepala Kantor Pos Pemeriksa Bogor, Dody Haryanto	√		
9	Sindonews.com		Fri 19/7/2013	Heru Febriyanto	PT Pos telah salurkan 84% BLSM	1. PT. POS Indonesia hingga hari ini (19-07-2013) telah menyalurkan pembayaran BLSM sekitar 84% di seluruh kantor pos di wilayah Indonesia	Direktur Utama PT POS Indonesia, I Ketut Mardjana	√		

Sumber: Arsip Penulis, 2013

Dengan adanya pekerjaan yang diberikan tersebut membuat penulis menjadi tahu tentang *final report* dan tidak bingung lagi untuk mebuat *resume news summary* disetiap berita yang ditulis untuk kedepannya

2.2.2.6 Analisis liputan Advertorial Metro TV tentang Kegiatan Tausyiah & Buka Bersama Nasional Karyawan PT.Pos Indonesia

Karena kegiatan Tausyiah & Buka Bersama Nasional Karyawan PT.Pos Indonesia kemarin telah mendapat rekor muri, alhasil stasiun televisi (Metro TV) disalah satu program acara beritanya *(Wide Shot)* memberikan liputan advertorial tentang kegiatan tersebut dan menjelaskan *new* transformasi pos, bahwa pos semakin dekat dan mudah dengan masyarakat, lebih fleksibel serta masih eksis hingga saat ini.

Divisi dukungan pers dan internal menyiapkan peralatan-peralatan untuk meliputnya melalui televisi sebagai arsip video perusahaan. Penulis dalam hal tersebut membantu karyawan divisi dukungan pers untuk membantu persiapan untuk meliput. Setelah liputan selesai, penulis melakukan analisis tentang berita advertorial tersebut berupa laporan kertas sebagai pendamping dari video yang diliput tadi, dan diserahkan kembali kepada divisi dukungan pers.

2.2.2.7 Kegiatan Tausyiah dan Buka Bersama Karyawan PT.Pos Indonesia dengan Anak Yatim

Pada tanggal 25 Juli 2013 tim *public relations* mengadakan kembali buka puasa bersama karyawan pos namun kali ini ditmbah dengan adanya anak-anak yatim dari berbagai panti asuhan. Acara

tersebut juga termasuk dalam kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) dari PT. Pos Indonesia.

Acara tersebut dilangsungkan di tempat yang sama seperti buka puasa sebelumnya yaitu Gedung Wahana Bakti Pos pada pukul 15.30. seperti biasa acara tersebut dimulai oleh sambutan para direksi dan dilanjutkan dengan tausyiah hingga menjelang maghrib. Setelah buka puasa, anak-anak yatim tersebut menunjukan hasil-hasil keterampilannya yaitu berupa pakaian yang dibuat dari bungkus kopi plastik yang disambung satu sama lain hingga berbentuk rompi, rok serta aksesoris berbahan sama menarik lainnya.

2.2.2.8 Mengarsip foto kegiatan Kegiatan PT.Pos Indonesia

Dalam pekerjaan ini penulis memasukan foto-foto Direktur utama PT. Pos Indonesia yakni I Ketut Madjana, dikarenakan akan lengsernya Bapak Direktur utama Pos ini maka foto-foto ditempel rapih di buku album serta dipasang menyusun menurut kegiatan yang berlangsung dalam foto tersebut.

2.2.2.9 Mencatat Nomor Agenda Surat Keluar

Pada tanggal 30 Juli 2013 penulis diberikan tugas untuk mencatat nomor-nomor surat keluar yang dikirimkan baik dilingkungan publik internal ataupun publik eksternal ke dalam buku agenda khusus surat keluar tidak hanya nomor nya saja tetapi perihal

dalam surat kelua serta tanggal dikirimnya pun harus dicatat dalam buku agenda surat keluar, hal ini berguna untuk mengetahui surat-surat apa saja yang sudah di keluarkan oleh bagian *public relations*.

2.2.2.10 Pengondisian Kartu Lebaran PT. Pos Indonesia yang akan didistribusikan

Karena hari raya Lebaran Idul Fitri akan datang, maka penulis ditugaskan untuk melipat bagian dalam kartu, ketika dibuka tampilannya menjadi lebih menarik, karena ada lipatan membentuk masjid dalam kartu tersebut, setelah proses pelipatan selesai, kartu lebaran siap untuk diberikan kepada pimpinan dan karyawan Pos Indonesia.

Kartu lebaran itu diberikan guna memberikan ucapan memohon maaf agar kerukunan antar pimpinan dan karyawan tetap berhubungan baik dan saling memaafkan sehingga menciptakan hubungan kerja yang baik akan memberikan hasil kerja yang baik pula.

2.2.2.11 Membuat surat undangan halal bi halal dan tatap muka direksi PT. Pos Indonesia

Setelah melewati bulan suci Ramadhan, tim *public relations* kembali mengadakan acara yaitu Tatap muka dan Halal Bi Halal,

maka dari itu mereka melakukan beberapa persiapan sebelum menjelang hari H.

Dalam hal ini penulis diberikan pekerjaan untuk membuat surat undangan untuk para tamu undangan, yang terdiri dari para VP, Manajer, Direksi dan pensiunan karyawan pos dengan melihat beberapa contoh alhasil penulis mampu menyelesaikan pekerjaan tersebut.

2.2.2.12 Mengamplop Surat Acara Halal Bi Halal dan Tatap Muka PT. Pos Indonesia untuk didistribusikan

Dalam persiapan acara Halal Bi Halal dan Tatap Muka PT. Pos Indonesia, penulis juga ditugaskan untuk mengamplop surat undangan. Pekerjaan ini adalah pekerjaan yang membutuhkan kerapihan dan ketelitian, karena berhubungan dengan surat-surat yang akan didistribusikan.

Setelah beres di amplop dan ditulis penerimanya, penulis memberikannya pada karyawan pengantar pos yang sudah di panggil dari kantor pusat pendistibusian surat.

2.2.2.13 Membuat dan Mempersiapkan Surat Undangan untuk persiapan Upacara 17 Agustus

Selain membuat undangan untuk acara halal bi halal penulis pun membuat surat undangan untuk persiapan upacara 17 Agustus

yang akan dilaksanakan di Kantor Pos Pusat belakang gedung sate karena memang setelah libur idul fitri bagian public relations sangat sibuk karena mempunyai dua kegiatan penting yang dilaksanakan dengan waktu yang berdekatan. Penulis membuat surat undangan yang ditujukan untuk para pendukung upacara yaitu pimpinan, veteran, paskibraka, marching band serta pensiunan karyawan PT. Pos Indonesia.

Dalam pembuatan surat undangan ini ada hal yang menarik karena ada kesalahan dari pembimbing dalam pengiriman undangan yang seharusnya sekolah tinggi poltekpos tidak perlu diundang tetapi surat undangannya sudah terlanjur dikirim, maka dari itu penulis ditugaskan untuk mengkonfirmasi ralat kesalahan undangan tersebut kepada penerima undangan, dari pengalaman ini maka penulis mendapatkan pelajaran bahwa sebagai PR kita harus lebih teliti dalam bakerja serta berani meminta maaf apabila terjadi kesalahan.

2.2.2.14 Kegiatan Halal bi halal dan Tatap Muka direksi PT. Pos Indonesia.

Akhirnya pada hari Rabu 14 Agustus 2013 pukul 08.00 WIB acara Halal Bi Halal dilaksanakan, bertempat di Gedung Wahana Bakti Pos ruang *Edelweis*. Acara tersebut dihadiri oleh Direktur Utama Pos Indonesia serta jajaran direksidan seluruh karyawan kantor pusat Bandung.

Selain Halal bi Halal acara ini merupakan acara perpisahan untuk Direktur utama PT.Pos Indonesia Bapak I Ketut Mardjana karena masa bakti beliau telah berakhir dan kemudian diganti oleh Bapak Budi Setiawan.

Pada pelaksanaanya penulis ditugaskan menjadi operator *slideshow* dalam acara tersebut. Acara dimulai dengan sambutan Direktur Utama yaitu Bapak I Ketut Mardjana lalu menyusul sambutan-sambutan dari Direktur utama baru dan disusul oleh pimpinan direksi lain, setelah sambutan selesai disambung dengan tausyiah dari Ustadz Agus yang membuat suasana menjadi lebih hangat. Walaupun ditengah acara penulis mendapat teguran dari seorang *vice president* komunikasi korporat karena *slide* yang ditampilkan tidak jelas dan pecah resolusi gambarnya.

Gambar 2.2
Penulis ketika menjadi operator



Sumber : Penulis, 2013

Setelah Tausyiah selesai, lalu kepada semua karyawan pos dipersilahkan untuk bersalam-salaman dan langsung menikmati hidangan prasmanan makan siang yang sudah disiapkan di luar ruangan seusai makan siang acara dilanjutkan dengan acara tatap muka, acara ini dikhususkan untuk Direktur Utama dan mantan Direkur Utama beserta direksi acara ini dilakukan di sebuah ruangan rapat acara ini bertujuan untuk berbagi pengalaman kepada direktur utama yang baru bagaimana membawa PT.Pos Indonesia menjadi lebih baik.

2.2.2.15 Gladi Resik Upacara Kemerdekaan Indonesia

Dalam menghormati perjuangan dan pengorbanan pahlawan kita untuk memerdekakan negara Indonesia maka tim public relations PT.Pos Indonesia akan melangsungkan kegiatan Upacara kemerdekaan.

Satu hari sebelum pelaksanaan upacara kemerdekaan, tim *public relations* melakukan gladi resik upacara di Kantor Pos Jalan Cisitu guna mengecek hal-hal untuk hari esok. Gladi resik tersebut dihadiri langsung oleh Manajer dan seluruh karyawan *public relation*. Gladi resik tersebut berlangsung hanya satu jam saja karena semua persiapan dan perlengkapan untuk besok sudah siap.

2.3 Deskripsi *Public Relations*

2.3.1 Definisi *Public Relations*

Humas (*Public Relations*) adalah ilmu dalam rumpun Ilmu Sosial, dan menjadi bagian dari induknya Ilmu Komunikasi. Selain itu, Humas (*Public Relations*) menjadi profesi di bidang Komunikasi, yakni profesi *Public Relations Officer* (PRO/pejabat Humas).

Definisi Public Relations menurut Defleur & Dennis yang dikutip Yosal Iriantara dalam bukunya yaitu manajemen srtrategi public relations yaitu :

"Upaya terencana guna mempengaruhi opini publik melalui karakter yang baik dan kinerja yang bertanggung jawab, yang didasarkan pada komunikasi dua arah yang memuaskan kedua belah pihak (Yosal Iriantara ,2004 :43).

Definisi Public Relations menurut Frank Jefkins dalam bukunya Public Relations yaitu :

"Public Relations adalah semua bentuk komunkasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian" (Jefkins, 2004 : 10).

2.3.2 Ruang Lingkup *Public Relations*

Ruang lingkup Public Relations menurut Rosady Ruslan, S.H.,M.M. dalam bukunya yang berjudul *"Manajemen Public Relations & Media Komunikasi, Konsepsi & Aplikasi*", yaitu :

1. Membina hubungan ke dalam (public internal)

   Yang dimaksud publik internal adalah publik yang menjadi bagian dari unit atau badan atau perusahaan atau organisasi itu sendiri.

2. Membina hubungan ke luar (public eksternal)

   Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. (2008:23)

2.3.3 Tujuan *Public Relations*

Public Relations merupakan fungsi manajemen dan dalam struktur organisasi *public relations* merupakan salah satu bagian atau divisi dari organisasi. Karena itu, tujuan *public relations* sebagai bagian struktural organisasi tentu saja tidak bisa lepas dari tujuan organisasinya sendiri. prinsip tersebut menyatakan tujuan *public relations* jelas dan mutlak memberi sumbangan pada objektif organisasi secara keseluruhan. Tujuan kegiatan *public relations*nya sendiri oleh Oxley (1987:35) dinyatakan "mengupayakan dan memelihara saling pengertian antara organisasi dengan publiknya".

Lima pokok tugas Public Relations sehari-hari sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi secara lisan, tertulis, melalui gambar(visual) kepada publik, supaya publik mempunyai pengertian yang benar tentang organisasi atau perusahaan, tujuan serta kegiatan yang dilakukan.

Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan publik internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah, mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.

2. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum atau masyarakat. Di samping itu, menjalankan dan bertanggung jawab terhadap kehidupan kita bersama dengan lingkungan. Karena mereka ikut menentukan kehidupan organisasi apabila kita tidak saling menggangu, perlu diajak berunding, demi kebaikan semua pihak tak ada yang dirugikan. Sebagai contoh, lingkungan tidak diganggu.
3. Tanggung jawab sosial. PR merupakan instrumen untuk bertanggung jawab terhadap semua kelompok yang berhak terhadap tanggung jawab tersebut. Terutama kelompok publik sendiri, publik internal, dan pers. Penting diusahakan bahwa seluruh organisasi bersikap terbuka dan jujur terhadap semua kelompok atau publik yang ada hubungannya dan memerlukan informasi
4. Memperbaiki citra organisasi. Bagi PR, menyadari citra yang baik tidak hanya terletak pada bentuk gedung, presentasi, publikasi dan seterusnya, tetapi terletak pada:
    a. Bagaimana organisasi bisa mencerminkan organisasi yang dipercayai, memiliki kekuatan, mengadakan

perkembangan secara berkesinambungan yang selalu terbuka untuk dikontrol, dievaluasi;

b. Dapat dikatakan bahwa citra tersebut merupakan gambaran komponen yang kompleks.

5. Komunikasi PR mempunyai bentuk komunikasi yang khusus, komunikasi timbal balik, maka, pengetahuan komunikasi menjadi modalnya. Dalam fungsinya, komunikasi itu sentral. Perlu juga untuk dimiliki adalah pengetahuan manajemen dan kepemimpinan, struktur organisasi.

2.3.4 Fungsi dan Peranan *Public Relations*

Fungsi dan peranan *Public Relations* pada intinya adalah sebagai penghubung perusahaan yang diwakilinya dengan publik, sebisa mungkin terus membina hubungan yang harmonis dan saling menguntungkan, serta menciptakan citra positif bagi perusahaan.

Fungsi *Public Relations* menurut Prof. Dr. Onong Uchana Effendy, M. A. dalam bukunya "Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis", fungsi humas yaitu:

1. Menunjang aktivitas utama manajeman dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal.

3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
5. Operasionalisasi dan organisasi *Public Relations* adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya. (2008 : 9 – 11)

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan mengenai peran utama Public Relations pada intinya yaitu :

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.

Pada *Public Relations* melekat Dua aspek yang hakiki yang mutlak harus ada. Kedua aspek tersebut adalah :

1. Sasaran Public Relations adalah publik intern (*Internal Public*) dan publik ekstren (*External Public*) Public internal adalah orang-orang yang bergiat di dalam organisasi, antara lain para karyawan. Public eksternal adalah orang-orang di luar organisasi yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi, misalnya para pejabat kantor Pajak, Kantor Telepon, dll.
2. Kegiatan *Public Relations* adalah komuniaksi dua arah timbal balik (*Reciprocal Two Way Traffic Communication*) Hal tersebut berarti bahwa dalam rangka penyampaian informasi, baik yang ditujukan kepada publik intern maupun ekstern, harus terjadi arus balik (Feedback). Ini berarti bahwa kepala Hubungan Masyarakat (Kahumas) harus mengetahui efek atau akibat penyampaian informasinya itu, apakah ditanggapi publik secara positif atau secara negatif.

2.3.5 Strategi *Public Relations*

Strategi Public Relations atau yang lebih dikenal dengan bauran Public Relations, yaitu sebagai berikut :

1. Publications

Setiap fungsi dan tujuan Public Relations adalah menyelangarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas diketahui oleh publik. Dalam hal ini, tugas Public Relations adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan

pihak pers atau wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

2. Event

Merancang sebuah event yang bertujuan untuk memperkenalkan produk dan layanan perusahaan , mendekatkan diri ke publik dan lebih jauh lagi dapat mempengaruhi opini publik. Berikut beberapa jenis event.

a. Calendar event

Calendar event meliputi kegiatan rutin selalu diselenggarakan pada waktu tertentu.

b. Special events

Event atau acara ajang yang sifatnya khusus dan dilaksanakan pada momen tertentu diluar acara rutin dari program kerja *Public Relations*.

c. Moment event

Event atau acara yang bersifat momentum atau lebih khusus lagi.

3. News (menciptakan berita)

Berupaya menciptakan berita melalui press release, newsletter, bulletin dan lain – lain. Untuk itulah seorang *Public Relations* harus mempunyai kemampuan menulis untuk menciptakan publisitas.

4. *Community involvement* (kepedulian pada komunitas)

Keterlibatan tugas sehari – hari tugas Publis Relatios adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat tertentu guna menjaga

hubungan baik (*community relations ang humanity relations*) dengan pihak organisasi atau lembaga yang diwakilinya.

5. *Inform or image* (memberitakan atau meraih citra)

   Ada dua fungsi utama *Public Relations*, yaitu memberikan informasi kepada publik atau menarik perhatian, sehingga diharapkan dapat memperoleh tanggapan berupa citra positif.

6. Lobbying and negotiation

   Keterampilan untuk melobi melalui pendekatan pribadi dan kemampuan bernegosiasi sangat diperlukan bagi seorang *Public Relations*. Tujuan lobi adalah untuk mencapai kesepakatan (deal) aytau memperoleh dukungan dari individu dan lembaga yang berpengaruh terhadap kelangsungan bisnis perusahaan.

7. Social responsibility (tanggung jawab sosial). (Ruslan : 2002)

   Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas Public Relations menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dimata publik. Saat ini banyak perusahaan menjadikan kegiatan sosial sebagai aktivitas yang harus dilakukan.

2.4 Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Public Relations sangat dibutuhkan untuk menciptakan reputasi yang baik bagi perusahaan dan membuat masyarakat berpikir lebih baik tentang

organisasi yang diwakili. Maka dari sudut pandang komunikasi *Public Relations* memiliki tujuan untuk menciptakan pengenalan, pemahaman, minat dan dukungan bagi perusahaan, baik itu dari public internal maupun eksternal dan seharusnya Setiap perusahaan pada hakikatnya harus sudah menpunyai divisi *Public Relations.*

Kegiatan *Public Relations* sangat kental kaitannya dengan identitas, citra dan reputasi perusahaan, maka dari itu public relations PT.Pos Indonesia selalu melakukan kegiatan baik dalam lingkup internal maupun eksternal agar hal-hal yang disebutkan tadi mampu menjadi hasil konkrit yang baik.

Public Relations PT. Pos Indonesia mempunyai tugas pokok untuk melaksanakan Hubungan Masyarakat dengan publik internal maupun publik eksternal yaitu dengan mengadakan berbagai kegiatan di lingkungan perusahaan (internal) dan dengan menjalin hubungan dengan konsumen, pelanggan dan mitra kerja (eksternal).

Selama melakukan praktek kerja lapangan penulis dapat menganalisis bagaimana kegiatan-kegiatan yang dilakukan Public Relations PT.Pos Indonesia, baik itu kegiatan internal maupun eksternal.

Pembentukan identitas, citra dan reputasi PT.Pos Indonesia telihat dari kegiatan-kegiatan eksternal yang di lakukan public relations PT.Pos Indonesia. Beberapa kegiatan eksternal public relations PT.Pos Indonesia dalam menjalin hubungan komunikasi yang baik dengan pihak publik eksternal yaitu dengan melakukan publikasi seperti menulis *news release* secara rutin sehingga media massa dapat mengetahui tentang kegiatan / acara

yang akan dilakukan PT.Pos Indonesia, serta public relations juga melakukan kegiatan sosial atau CSR (*Coorporate Social Responsibility*) seperti saat progam mudik senang lebaran riang serta buka puasa bersama dengan anak yatim panti asuhan.Selain itu public relations PT.Pos Indonesia pun mempunyai website sendiri, website ini berfungsi untuk memberi tahu apa saja kegiatan yang akan dilakukan dan telah dilakukan oleh PT.Pos Indonesia Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan bertujuan untuk tetap menjaga identitas, citra dan reputasi perusahaan tetap positif karena masyarakat secara rutin mampu melihat realitas dari kegiatan yang terselenggara, sehingga citra yang didapatkan oleh PT.Pos Indonesia sesuai dengan harapan ideal. Hubungan dengan publik diluar perusahaan atau publik eksternal merupakan keharusan yang mutlak. Karena perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain.

Beberapa kegiatan internal public relations PT.Pos Indonesia yaitu adanya papan pengumuman di dalam kantor, papan pengumuman ini berguna untuk memberikan informasi pada para pegawai mengenai kebijakan perusahaan, acara yang dilakukan, rapat rutin pegawai dan berbagai kegiatan-kegiatan lainnya yang berkaitan dengan kepentingan perusahaan. Kegiatan internal lain yaitu diadakannya acara buka bersama baik secara nasional ataupun hanya per divisi saja, halal bi halal pimpinan dan karyawan PT.Pos Indonesia serta tatap muka direksi yang merupakan acara rutin yang dilakukan oleh public relations PT.Pos Indonesia. . Internal *Public Relations* melakukan upaya-upaya untuk dapat memecahkan permasalahan dalam

lingkungan intern perusahaan, seperti bagaimana memelihara hubungan baik antara pimpinan dengan bawahan, mempertinggi produktivitas sumber daya manusia (SDM) dalam perusahaan, menggerakkan para pegawai agar memberikan pelayanan maksimal kepada publik, mengadakan komunikasi teratur dan tepat guna dalam perusahaan dan memberikan achievment pada karyawan agar lebih termotivasi lagi untuk giat dalam bekerja.

Bagian Public Relations PT.Pos Indonesia ini belum *state of being* atau melembaga karena PR perusahaan ini masih dibawah VP Komunikasi korporat dan dikepalai oleh Sekretaris Perusahaan.Walaupun penulis melakukan kegiatan praktek kerja lapangan dengan public relations yang belum *state of being* namun kegiatan public relations PT.Pos Indonesia tetap ada dan berjalan dengan baik.

Dalam aktifitas kerja yang berada di PT. Pos Indonesia kegiatan yang diberikan oleh pembimbing praktek kerja lapangan di PT. Pos Indonesia sudah sangat berinterpretasi langsung dengan aplikasi ilmu komunikasi selebihnya untuk kehumasan.Kegiatan praktek langsung sebagai *public relations* yang profesional yaitu seperti :

1. Menganalisa proposal masuk menggunakan SWOT
2. Membuat *News Release*
3. menjalin komunikasi dan menyebar informasi kepada publik eksternal mealui mengirim fax kepada seluruh kantor pusat di Indonesia.
4. Membantu PR eksternal untuk membuat *final report*

5. Menjadi bagian dari acara menjalin hubungan baik dengan adanya kegiatan buka puasa bersama dan Halal Bi Halal
6. Menyaksikan dan meliput kegiatan CSR yaitu buka puasa bersama dengan anak yatim.
7. Mengkonfirmasi ulang berita yang sudah terlanjur disebarkan kepada pihak eksternal.

Selama melakukan praktek kerja lapangan penulis dapat lebih memahami kehumasan secara langsung di dunia kerja serta penulis mendapatkan ilmu yang sangat bermanfaat di saat menghadapi dunia kerja. Selain itu, penulis mendapatkan pengalaman yang sangat berharga di PT.Pos Indonesia serta mendapat pengalaman dikritik oleh atasan saat kegiatan berlangsung. Penulis juga menemukan keramahan dari para karyawannya sehingga penulis menjadi nyaman dalam melakukan pekerjaan.

2.5 Analisis Pelayanan Perusahaan terhadap Mahasiswa PKL

Definisi pelayanan menurut Kotler (1994) adalah:

> "Berbagai tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada yang lain yang pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan hak milik terhadap sesuatu. Produksinya dapat berkenaan dengan sebuah produk fisik atau tidak."

Dari uraian di atas maka hal penting mengenai pelayanan yaitu :

Pertama, pelayanan bersifat tanpa wujud artinya upaya dari aktifitas pelayanan dapat dirasakan oleh pelanggan yang menerima pelayanan (puas/ tidak puas), kedua, pelayanan dapat berbentuk pemberian kemudahan, kelancaran, kenyamanan, serta keamanan dalam diri pelanggan. Maka dari itu

pelayanan pelanggan (customers service) amat di butuhkan untuk menjaga kredibilitas suatu perusahaan dan menjaga citra perusahaan semakin meningkat.

Pelayanan yang diberikan PT. Pos Indonesia bagian *Public Relations* kepada penulis sangatlah baik. selama melaksanakan praktek kerja lapangan di PT. Pos Indonesia, penulis merasakan suasana yang menyenangkan, dan karyawan-karyawannya yang ramah. Setiap bagian dalam perusahaan mempunyai tugasnya masing-masing, namun walaupun tugas yang dilakukan masing-masing bagian berbeda, penulis selalu di bantu apabila penulis kesulitan dalam melakukan kegiatan,para karyawan saling bekerja sama guna mencapai tujuan perusahaan.

Karyawan *Public Relations* pun memberikan rasa kepercayaan pada penulis untuk melakukan tugas mereka, walaupun masih banyak kekurangan dalam pelaksanaanya mereka selalu memotivasi untuk terus mencoba. Penulis pun diberikan kesempatan untuk mengikuti berbagai kegiatan - kegiatan insidental, mereka juga tidak luput memberi perhatian dan motivasi seperti pada saat penulis menjadi operator ternyata slide yang dimunculkan tidak jelas gambarnya, mereka selalu mengingatkan kita untuk tetap tenang tidak usah panik. Perlakuan *Public Relations* PT. Pos Indonesia kepada penulis menunjukan mereka adalah public relations profesional karena bisa menjalin hubungan yang baik dengan publik.

Hasil dari kerja praktek ini adalah memberikan suatu pelajaran, pengalaman dan pemahaman yang berarti bagi penulis bagaimana menjadi seorang *public relations* yang profesional dan bagaimana sistematika kerja manajerial serta pelayanan perusahaan yang diberikan kepada publik baik internal maupun eksternal.