BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Aktivitas Praktek Kerja Lapangan di PT.Indosat.Tbk

Aktivitas pkl dilakukan pada hari kerja (senin-jumat), yaitu dari tanggal 20 Agustuss 2013 sampai dengan 23 September 2013. Yang berlokasi di PT.Indosat Sales Area Bandung yang terletak di Gd.Wisma Bumi Putera yang berada di Jl.Asia Afrika no 141-147 Bandung, LT 2. Namun pada saat hari libur (Weekend) penulis mengikuti kegiatan event-event sponsorship yang diselenggarakan oleh Indosat sebagai bahan pengalaman penulis diwaktu pkl. Sebagai yang penulis lakukan pada saat pkl dirangkum kedalam table kegiatan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Divisi Community PT.Indosat.Tbk

No	Tanggal	Jam Masuk	Aktivitas PKL	Jenis Kegiatan	
				Rutin	Insidentil
1	Selasa, 20 Agustus 2013	08.00	1. Pengarahan 2. Menghitung Stock Merchandise 3. Rekap Database : Input New Member Community "NGABUBURIT BARENG INDOSAT" 4. Event : Cafe Persib (Registrasi)	 √	√ √ √
2	Rabu, 21 Agustus 2013	08.00	1. Rekap Database : Input New Member Community "NGABUBURIT BARENG INDOSAT"	√	
3	Kamis, 22 Agustus 2013	08.00	1. Rekap Database : Input New Member Community "HUT RI"	√	
4	Jumat, 23 Agustus 2013	08.00	1. Rekap Database : Input New Member Community "SMA N 24"	√	
5	Sabtu, 24 Agustus 2013	OFF (LIBUR)			

6	Minggu, 25 Agustus 2013	OFF (LIBUR)			
7	Senin, 26 Agustus 2013	08.00	1. Rekap Database : Input New Member Community “HUT RI”	√	
8	Selasa, 27 Agustus 2013	08.00			
9	Rabu, 28 Agustus 2013	08.00	1. Rekap Database : Input New Member Community’Car Free Day	√	
10	Kamis, 29 Agustus 2013	08.00	1. Sortir Nomor Indosat dari BOX SP	√	
11	Jumat, 30 Agustus 2013	08.00	1. Rekap Database : Input New Member Community “ALUMNI ITT TELKOM, MD PLAZA, UIN, VILLA PARFUME”	√	
12	Sabtu, 31 Agustus 2013	OFF (LIBUR)			
13	Minggu, 1 September 2013	OFF (LIBUR)			
14	Senin, 2 September 2013	08.00	1. Menyusun Nomor Indosat dari Mcs. Excel Ke Notepad untuk di Registrasi	√	
15	Selasa, 3 September 2013	OFF (SAKIT)			

16	Rabu, 4 September 2013	08.00	1. Menyusun Proposal Event-event Indosat 2. Rekap Database : Input New Member Community "Folder 1,2,3"	√	√
17	Kamis, 5 September 2013	08.00	1. Rekap Database : Input New Member Community "SUKA-SUKA" 2. Menyusun Vinyl untuk CO-Bandung 3. Menyusun Nomor Indosat dari Mcs. Excel Ke Notepad untuk di Registrasi	√ √	√
18	Jumat, 6 September 2013	08.00	1. Rekap Database : Input New Member Community "T_ICUS" 2. Event : Mobile Selling & Great Member Community – ITB dan Pusda'i	√	√
19	Sabtu, 7 September 2013	OFF (LIBUR)			
20	Minggu, 8 September 2013	07.00	1. Event : Great Member Community @CFD + Bagi" SP IM3 2. Event : Great		√ √

			Member Community @BIP "SHAXE FOR HOPE-Supporting Child Cancer" + Bagi" SP IM3		
21	Senin, 9 September 2013	OFF (SAKIT)			
22	Selasa, 10 September 2013	12.00	1. Menyusun Nomor Indosat dari Mcs. Excel Ke Notepad untuk di Registrasi 2. Rekap Database : Input New Member Community	√ √	
23	Jumat, 13 September 2013	12.00	1. Menyusun Nomor Indosat dari Mcs. Excel Ke Notepad untuk di Registrasi 2. Rekap Database : Input New Member Community	√ √	
24	Sabtu, 14 September 2013	OFF (LIBUR)			
25	Minggu, 15 September 2013	OFF (LIBUR)			
26	Senin, 16 September 2013		1. Menyusun dan merapihkan folder-folder new member community untuk di registrasi 2. Event nonton bareng film "GROWN UPS 2" @Cinema21 Ciwalk with-	√	√

			Community School		
27	Selasa, 18 September 2013		1. Mencari Info Seputar Indosat 2. Rekap Database : Input New Member Community	√	√
28	Kamis, 19 September 2013		1. Rekap Database : Input New Member Community 2. Mengantar surat untuk di ttd oleh staff di LT 1	√	√
29	Jumat, 20 September 2013		1. Rekap Database : Input New Member Community 2. Mencari Info Seputar Indosat	√	√
30	Senin, 23 September 2013	12.00	1. Rekap Database : Input New Member Community 2. Membantu dalam Persiapan Gathering All Staff Sales Area Bandung	√	√

Sumber : Data Penulis 2013

2.2 Deskripsi Kegitan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

2.2.1 Deskripsi Kegiatan rutin

a. Rekap Database : *Input New Member Community*

Kegiatan rutin penulis pada saat melakukan praktek kerja lapangan adalah menginput data : new member community, yaitu kegiatan menginput data nomor-nomor indosat yang telah terkumpul didalam sebuah kertas atau yang telah di susun di computer menggunakan Ms.Excel yang hanya terdiri dari satu kolom, yaitu kolom nomor.

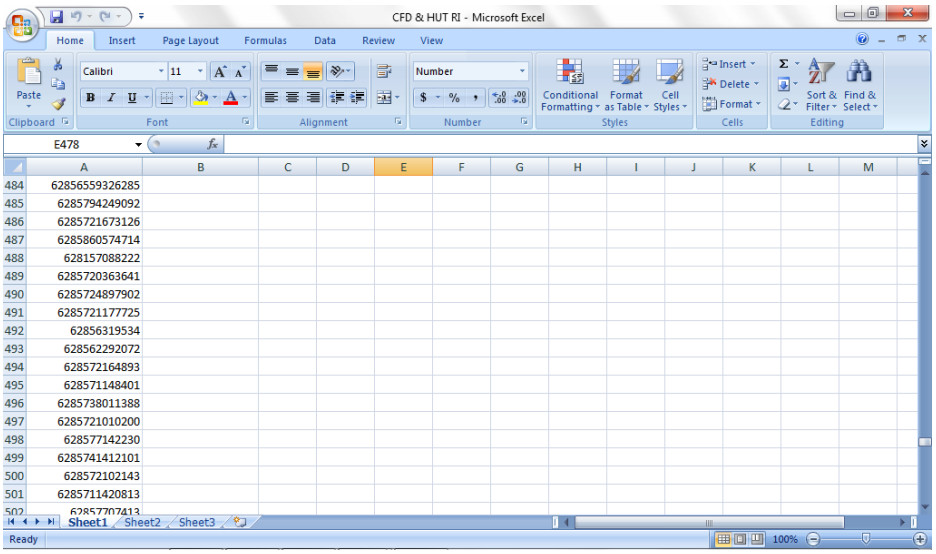
Biasanya yang memberikan tugas ini adalah para staff dari divisi community, karena pada dasarnya divisi ini yang mencari komunitas-komunitas untuk diajak menjadi member untuk diregistrasikan.

Rekap data new member community adalah kegiatan menginput data nomor-nomor indosat yang telah terkumpul didalam sebuah kertas atau yang telah di susun di computer menggunakan Ms.Excel yang hanya terdiri dari satu kolom, yaitu kolom nomor. Data nomor-nomor Indosat diinput dalam satu baris yang setiap sheet nya berisikan 500 nomor indosat. Daam penulisannya, nomor indosat yang diinput harus diawali dengan angka 62, contoh : 6285722089100. Karena hal tersebut menandakan kode area.

Setelah diinput, data tersebut disimpan kedalam file yang terkumpul dada satu folder dengan nama pember tugas, nama file tersebut disimpan sesuai dengan nama komunitas nya atau sesuai dengan nama sebuah event yang menandakan sebuah komunitas. Kegunaan dari input new member ini adalah untuk mendata nomor-nomor indosat agar reeususn dan terdata secara rapih oleh sistem.

Gambar 2.1

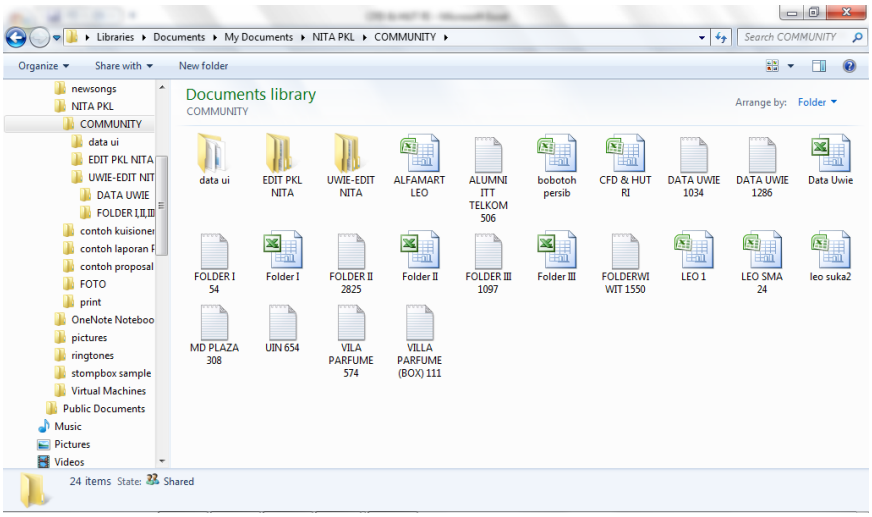
Rekap *New Member Community*



Sumber: data penulis 2013

Gambar 2.2

File : New Member Community



Sumber : data penulis 2013

b. Sortir Nomor Indosat Community dari MPS

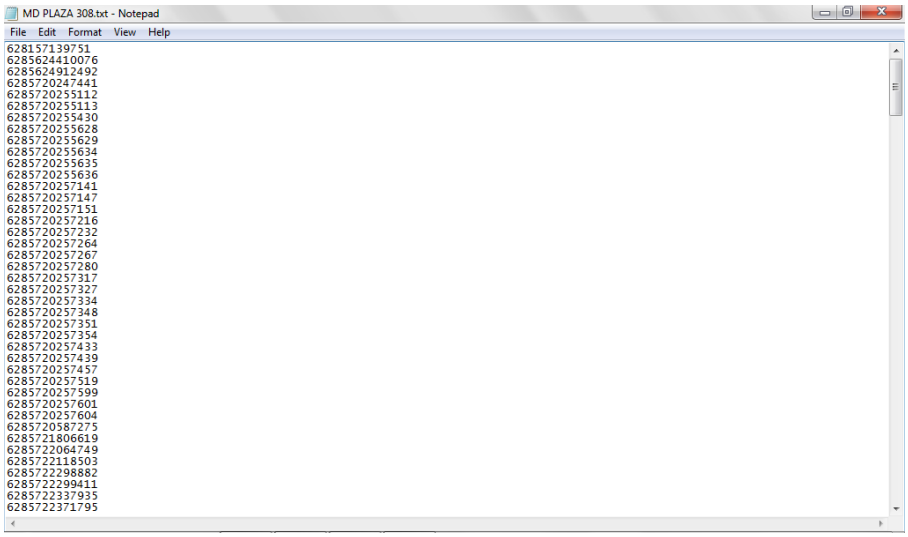
Untuk mengetahui berapa saja jumlah yang berhasil dan yang gagal, maka data diambil dari MPS lalu di copy kedalam Ms.Excel. kemudian data tersebut disaring untuk di kategorikan pada file nomor-nomor yang behasil menjadi *Indosat Community*. Sedangkan nomor-nomor yang gagal akan dismpan pada file yang baru dengan menggunakan Ms.Excel yang kemudian akan ditranspose ke notepad kembali sehingga berbentuk file text, yang akan diregistrasi ulang karena kemungkinan nomor yang gagal adalah nomor yang aktif

namun tidak memiliki pulsa yang cukup. Jika proses berhasil kurang dari 300 nomor indosat, maka team community akan mendata dan mencari kembali nomor indosat ditempat atau komunitas yang sama *(Get Member).*

c. Menyusun Nomor Indosat (Mcs. Excel Ke Notepad) untuk di Registrasi

Nomor-nomor Indosat yang telah tersusun rapi di mcs. Excel yang akan diregistrasikan sebelumnya di copy (dipindahkan) ke notepad, untuk memudhkan registrasi upload melalui jaringan internet.

Gambar 2.3
Data Nomor Indosat di Notepad



Sumber : Data Penulis 2013

2.2.2 Kegiatan Insidentil

a. Event Indosat *Community* – *Sponsorship*

Sama dengan perusahaan atau humas lainnya, divisi community pun mengadakan program *Sponsorship event*, dimana pihak Indosat menjadi sponsor suatu acara atau pelaksanaan suatu event, baik menjadi sponsor utama maupun sponsor tambahan. *Sponsorship event* ini diberikan kepada komunitas-komunitas yang sudah atau telah bergabung menjadi Indosat Community.

Latar belakang yang menjadikan diadakannya program *sponsorship event* yaitu :

1. Adanya target daily reload dari pengguna indosat dan akuisis community cabang Bandung.
2. Perlunya sosialisasi program-program yang diadakan retensi Indosat Community.
3. Meningkatkan jumlah komunitas school dan non-school yang mengalami penurunan.
4. Untuk meningkatkan *Brand Awareness* dan *Brand Image* terhadap Indosat.

Adapun tujuan dari program sponsorship event ini adalah :

1. Untuk meningkatkan jumlah komunitas.

2. Untuk mengembangkan potensi member Indosat.
3. Untuk meningkatkan *Brand Awareness* dan *Brand Image* terhadap Indosat.
4. Untuk memberikan kepuasan pelanggan.

Pada event-event yang disponsori oleh indosat biasanya divisi community membuka booth untuk menjual atau memperkenalkan produk-produk Indosat, yang dibantu oleh team *SPG (sales promotion girl).* Produk indosat yag biasanya dijual pada waktu-waktu event adalah *stater pack (kartu perdana)* dan voucher pulsa Indosat. Kartu perdana yang telah terjual tersebut kemudian didata oleh spg, untuk dijadikan atau didaftarkan sebagai komunitas baru sehingga dengan otomatis pelanggan yang baru saja menggunakan kartu Indosat akan menjadi member Indosat Community.

Selain itu, divisi community yang dibantu oleh team spg pada saat event ditugaskan untuk mencari pengunjung-pengunjung yang menggunakan nomor indosat untuk mendata dirinya dan kawan-kawannya agar mau menjadi member Indosa community dengan memberikan pengarahan singkat tentang apa dan bagaimana keuntungan yang bisa didapatkan setelah menjadi member. Hal ini menjadi peluang besar bagi divisi community untuk mendapatkan

banyak komunitas-komunitas baru dalam jumlah yang banyak yang diharapkan nantinya akan menjadi pengguna setia Indosat.

Selama penulis mengikuti praktek kerja lapangan, selain melaksanakan kegiatan rutinnya, penulis juga turut serta dalam acara-acara yang digelar oleh divisi community yang bekerjasama dengan divisi marcomm dalam mengadakan event-event sponsorship event untuk para komunitas Indosat. Misalnya pada saat :

1. Event *Car Free day*, yang digelar untuk program Get member dimana para pengunjung CFD akan di ajak oleh SPG Indosat untuk menjadi member Community
2. Event Nobar Persib with IM3, yaitu event yang digelar bagi komunitas Viking persib yang telah menjadi member indosat.
3. Event *Shaxe For Hope*, yaitu event Indosat yang digelar bersama komunitas Calon Dokter dari berbagai Universitas yang peduli akan kanker.
4. Dan event lainnya.

Pada saat pelaksanaan praktek kerja lapangan berlangsung, penulis diajak oleh staff community serta oleh pembimbing pkl untuk ikut serta dalam mengikuti kegiatan-kegiatan tersebut, dimaksudkan agar penulis mendapatkan wawasan dan pengetahuan yang lebih

mendalam mengenai bagaimana berjalannya suatu event yang telah di acc proposalnya oleh kedua belah pihak, antara Indosat dan Client, dan bagaimana terselenggaranya event yang dikategorikan sebagai sponsorship.

Gambar 2.4

Event Shaxe For Hope – Bandung Indah Plaza



Sumber : data penulis 2013

b. *Mobile Selling*

Mobile selling adalah salah satu dari beberapa kegiatan divisi community yaitu melakukan (Penjualan Langsung dengan cara menyebar ke tempat-tempat yang ramai) bisa dikatakan sebagai metode penjualan produk indosat (stater pack dan voucher) kepada

konsumen secara langsung dengan cara tatap muka di luar lokasi perusahaan namun tetap oleh jaringan pemasaran yang dikembangkan oleh team spg. Disamping itu kesempatan juga bisa didapatkan saat moment ini, yaitu tak ketinggalan dengan tugas utama community untuk mendata nomor yang telah terjual dan menbujuk atau mempersuasi masyarakat luas untuk ikut serta menjadi member indosat dengan menjadikan dirinya dan kawan=kawannya untuk didata sebagai member Indosat community.

Gambar 2.5

Event Mobile Selling – Pusda'i



Sumber : data penulis 2013

c. Menyusun Proposal Event

Pada saat melaksanakan praktek kerja lapangan penulis ditugaskan oleh coordinator divisi community untuk merapihkan serta menyususn semua proposal event yang telah terselenggarakan. Hal ini berfungsi untuk mempermudah dalam melihat data event-event apa saja yang telah dilaksanakan oleh Indosat, khususnya divisi Community dalam setiap tahun, bulan, dan minggunya. Agar Map proposal tersusun rapi secara terperinci.

d. Menyusun Vinyl CM

Menyusun vinyl adalah tugas dari bagian channel management, pada saat melakukan kerja praktek penulis diberi tugas oleh divisi selain community, yaitu divisi CM (channel management) untuk menyusun vinyl yang stock nya baru tiba di kantor PT. Indosat. Tbk. Penyusunan vinyl ini berfungsi agar mempermudah dalam pembagian ke daerah-daerah yang masing-masing area nya telah ditetukan. Vinyl ini adalah alat untuk membranding suatu outlet, agar masyarakat luas lebih mengenal produk Indosat.

2.3 Analisa tentang Humas

Public Relation (Humas) adalah suatu profesi yang memiliki tujuan untuk menciptakan pemahaman antara perusahaan dan publiknya, membangun citra korporat, membentuk opini publik yang *favorable* dan membentuk *goodwill* dan kerja sama. Kegiatan PR adalah mediator yang menjembatani kepentingan organisasi, lembaga atau perusahaan dengan publiknya. Berbagai aktivitas PR yang senantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra yang positif.

Seperti yang dikatakan Cutlip & Center menyebut bahwa fungsi *public relations* sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi
2. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik denghan menyebar luaskan informasi dari perusahaan kepada publik danmenyalurkan opini publik kepada perusahaan.
3. Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan perusahaan untuk keoentingan umum.
4. Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal.

Humas adalah salah satu cabang Ilmu Komunikasi yang sangat penting. Setiap orang pasti melakukan fungsi humas baik untuk kepentingan dirinya sendiri maupun orang lain atau untuk kepentingan keluarga, kelompok, organisasi dan masyarakat.

Public relations merupakan sebuah ujung tombak dari perusahaan. Pada saat ini tidak ada organisasi yang tidak membutuhkan humas, karena salah satu fungsi dari PR adalah untuk menjaga image atau citra dari perusahaan.

Adapun definisi dari Public Relations itu sendiri menurut *Tony Greener* adalah presentasi positif suatu organisasi kepada seluruh publiknya. Sedangkan menurut *The First World Forum Of Public Relations " Public relations practise* adalah seni dan ilmu pengetahuan mengenai proses menganalisis trends, memprediksi konsekuensi-konsekuensinya, memberikan konseling kepada pimpinan organisasi, dan mengimplementasikan program yang terencana yang akan melayani kepentingan organisasi dan publik." *(Kriyantono, 2008 : 5)*

Dalam definisi *Public Relation* seperti yang sudah disebutkan diatas, dapat kita ketahui bahwa *Public Relation* bukan hanya ujung tombak dari sebuah perusahaan yang salah satu fungsinya adalah untuk menjaga image atau citra dari sebuah perusahaan, tetapi humas juga dalam menjalankan kerjanya harus menganalisis mengenai masalah apa yang terjadi dalam perusahaannya. Tidak hanya sampai disitu peran seorang humas diperlukan

dalam organisasi suatu perusahaan, setelah menganalisa kasus yang terjadi dalam perusahaan tersebut, sebaiknya seorang humas mengambil tindakan yang terbaik bagi perusahaan tersebut dan memikirkan resiko (akibat) apa yang dapat timbul dari keputusan yang telah diambil. Sebagai seorang humas atau *Public Relation* yang baik, hendaknya seorang humas dapat mengetahui citra perusahaan dimata publik.Apabila citra perusahaan kurang baik dimata publik, maka seorang humas sekiranya dapat memberikan saran, dan masukan kepada pemimpin perusahaan untuk membuat strategi agar citra perusahaan tersebut menjadi baik di mata masyarakat atau publik.Karena setiap sesuatu yang bersangkutan dengan perusahaan harus mempunyai persetujuan dari pimpinan perusahaan, selain itu seorang humas juga bertugas untuk menjalankan program yang sudah terencana.

Perkembangan masyarakat yang sangat kompleks ternyata diikuti oleh pertumbuhan dan perkembangan organisasi bisnis yang semakin membesar.Kondisi ini membawa satu konsekuensi terhadap bentuk relasi yang terjadi antara masyarakat sebagai salah satu *stakholder*nya. Dapat kita ketahui bahwa fungsi *Public Relations* menurut *Cutlip dan Center* adalah untuk menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi, menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan, melayani publik dan memberikan nasehat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum, serta membina hubungan

secara harmonis antara perusahaan dan publik, baik internal maupun eksternal. *(Kriyantono, 2008 :5)*

Dari definisi diatas dapat diartikan bahwa *Public Relations* juga dapat membantu kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi, karena keberhasilan praktisi humas dalam menjalankan tugasnya bergantung kepada kepiawaiannya dalam mempersuasi pihak manajemen unutk menjalankan tanggung jawab sosial dan mempersuasi masyarakat untuk percaya kepada organisasi bahwa mereka telah menjalankan tugasnya dengan sebaik mungkin. Dan seorang humas juga dapat menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan dan publik, dimana adanya *feed back* dari masyarakat kepada perusahaan yang berupa opini publik. Yang kemudian akan disampaikan oleh seorang humas kepada pimpinan perusahaan dan peran serta seorang humas dalam memberikan saran dan masukan kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum. Dan juga agar terbentuknya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan publik, baik publik eksternal maupun publik internal.

2.3.1 Analisa Kerja Humas

Perkembangan teknologi dan kondisi masyarakat yang semakin kompleks menjadi faktor penyebab yang membawa pengaruh sangat besar terhadap PR.PR merupakan suatu konsep dasar yang menjadi arah acuan yang berhubungan dan bertanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungannya. Adanya hubungan timbal balik antara perusahaan dengan masyarakat atau publiknya dapat menciptakan interaksi positif yang pada

ujungnya akan bermanfaat bagi kedua belah pihak. Dan PR menjadi dibutuhkan disuatu instansi pemerintah atau perusahaan swasta karena relasi dan interaksi merupakan satu kebutuhan penting dalam kehidupan bisnis dan organisasi yang ada dimasyarakat. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri oleh setiap instansi pemerintah atu perusahaan swasta karena komunikasi dan interaksi yang dilakukan suatu instansi atau perusahaan akan menentukan keberhasilan serta kemajuan instansi atau perusahaan swasta tersebut.

Organisasi atau perusahaan pasti selalu berhubungan dengan khalayaknya.Namun praktisi humas pada saat ini sudah harus memfokuskan pekerjaannya pada khalayak tertentu saja.Khalayak humas, yaitu kelompok atau orang-orang yang berhubungan atau berkomunikasi dengan perusahaan, baik khalayak internal maupun eksternal. Dan adapun ruang lingkup pekerjaan humas mencakup enam bidang pekerjaan yaitu :

1. Publisitas.
2. Pemasaran.
3. Public Affair.
4. Manajemen Isu.
5. Lobi.
6. Hubungan Investor.

Seluruh bidang pekerjaan humas tersebut telah menghasikan spesialisasi kehumasan yang bersifat khusus.*(Morissan, 2008 : 31-32).* PR mempunyai peran yang sangat penting bagi suatu perusahaan atau suatu institusi.Ke-urgen-an PR dalam suatu organisasi, perusahaan atau instansi ini sangat mempengaruhi tugas PR itu sendiri. Secara garis besar, tujuan PR itu menyangkut 3 hal yaitu :

1. Reputasi dan citra. Tugas PR tidak dapat lepas dari reputasi dan citra, dengan asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan semakin tingginya akses publik terhadap ‘output’ dari perusahaan tersebut.
2. Jembatan komunikasi. PR menjadi komunikator dan mediator organisasi dengan lingkungannya.
3. ‘*Mutual benefit relationship’*, yaitu PR harus menjamin kepada publik bahwa perusahaan berada didalam operasinya memiliki niat baik dalam berbisnis yang diwujudkan dalam tanggung jawab sosial dan diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan diantara perusahaan dan publiknya. *(Darmastuti, 2007 : 16)*

2.5 Analisa Kegiatan PKL di Divisi Community PT.Indosat.Tbk

Dalam kenyataannya kini banyak lahirnya komunitas-komunitas baru dalam kehidupan manusia. Pengertian komunitas sendiri adalah sebuah kelompok social dari beberapa manusia dari berbagai lingkungan, yang pada umumnya memiliki ketertarikan dan mendiami habitat yang sama. Dalam hai ini Indosat yang telah melambungkan namanya dengan memiliki beberapa cabang perusahaan yang didalamnya terdapat beberapa divisi yang menjadikan Indosat sebagai perusahaan yang maju dan dikenal masyarakat luas, salah satu cabang yang dipilih untuk pkl adalah cabang Sales Area Bandung yang memiliki divisi community yang ditugaskan oleh perusahaan untuk selalu mencari komunitas-komunitas baru didalam perusahaan lain maupun didalam sebuah organisasi untuk melakukan maintenance atau melakukan pemeliharaan terhadap komunitas yang telah dibentuk oleh divisi community tersebut agar menjadi pelanggan setia indosat, komunitas tersebut dinamakan "Indosat Community". Tentunya Indosat banyak memberi keuntungan bagi pelanggannya yang telah bergabung kedalam "Indosat Community" tersebut. Dengan adanya Indosat Community, pelanggan yang tergabung dalam komunitas tersebut mendapatkan benefit dari Indosat. Seperti adanya event-event yang di khususkan untuk komunitas tersebut, gratis telepon sesama komunitas selama 1 tahun, dan tarif pulsa yang lebih murah dibandingkan non-komunitas. Hal ini menunjukan bahwa Indosat senantiasa

memberikan rasa senang kepada pelanggan agar terciptanya kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Kegiatan-kegiatan dan beberapa Program yang dilakukan oleh divisi community PT.Indosat.Tbk adalah sebagian dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi untuk satu tujuan, yaitu untuk mendapatkan suatu *Brand Image* dan *Corporate Image*.

Anwar (2007: 137) mendefinisikan corporate image adalah :

> ” citra perusahaan dikonseptualisasikan sebagai suatu cara dimana anggota organisasi mempercayai pandangan dari stakeholder eksternal mengenai organisasi mereka atau suatu cara dimana para manajer organisasi menginginkan pihak luar memandang perusahaan”.

Dengan adanya divisi community maka masyarakat luas yang pada awalnya tidak mengenal akan produk Indosat, kini bisa saja menjadi pelanggan setia Indosat. Misalnya dengan adanya program Indosat Community yang pada dasarnya memperngaruhi seseorang untuk mau bergabung dan mau mengajak teman lainnya untuk ikut turut serta, itu merupakan suatu bentuk komunikasi persuasive yang dilakukan oleh divisi community. Dan dengan keuntungan yang akan didapatkan oleh para member Indosat Community selama satu tahun lamanya. Hal ini merupakan sebagian dari strategi perusahaan, untuk tetap mempertahankan eksistensinya sebagai perusahaan yang baik. Ini bisa menjadi bagian dari kehumasan suatu

perusahaan, karena kegiatan humas tidak jauh pula untuk memperthankan bahkan meningkatkan citra perusahaan.

Humas atau Public Relation menurut *(british) Institute Of Public Relation* (IPR) Frank Jefkins dalam bukunya "Public Relation" atau humas adalah sebagai berikut :

> "PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (goodwill) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya". (2003 : 9)

Humas pada PT.Indosat.Tbk ini terbagi menjadi 3 bagian, yaitu pertama adalah divisi CM *(Channel Management)* yang biasanya bertugas untuk membranding para outlet-outlet, dan memanage divisi lain agar berjalan sesuai kebutuhan.

Kedua adalah divisi Marcomm *(Marketing Communication)* divisi ini lebih kepada bagaimana cara mempromosikan atau memperkenalkan produk kepada khalayah dengan segala bentuk komunikasi agar khalayak tertarik kepada produk Indosat, lalu mengadakan event untuk membuka booth di acara-acara yang disponsori Indosat.

Dan yang ketiga ini adalah divisi dimana penulis melakukan praktek kerja lapangan, yaitu divisi Community, yang tugasnya adalah merekrut komunitas-komunitas yang ada dan menciptakan komunitas-komunitas baru,

agar pelanggan yang lama dan yang baru akan merasa beruntung dengan menjadi member dari program community ini. Selain bergaul didunia komunitas, divisi ini juga menjadi bagian dari program sponsorship dimana hal ini merupakan suatu kegiatan yang biasanya dilakukan oleh humas suatu perusahaan agar brand nya dikenal oleh khalayak luas.

Divisi Community sebagai bagian dari lingkup humas harus mampu membina hubungan atau menjalin relasi yang baik dengan pihak manapun karena hal ini dapat mempengaruhi citra perusahaan.

Menurut penulis, Humas di PT. Indosat. Tbk sudah berjalan dengan semestinya, karena apa yang dikerjakan atau yang direncanakan semua mengacu pada tujuan dari profesi Humas itu sendiri. Seperti membina hubungan yang baik, dan menjalankan fungsi-fungsi kegiatan yang dilakukan oleh layaknya divisi humas. Humas disini berperan sebagai jembatan divisi community mengkomunikasikan nya kepada pihak-pihak bersangkutan.

1. Menjaga Hubungan dengan Publik Internal

Menurut teori Hubungan Manusiawi (Barnard dan Elton Mayo) beranggapan bahwa “organisasi dapat diurus dengan baik dan dapat mencapai sasaran yang ditetapkan apabila didalam organisasi itu terdapat hubungan antar-pribadi yang serasi.”

Lalu Elton Mayo mengatakan, “Apabila didalam organisasi ada kepuasan psikologis pada diri para anggota, ada moral, disiplin dan motivasi yang tinggi, maka organisasi akan dapat diurus dengan mudah dan dapat berjalan baik menuju sasaran yang ditetapkan. Teori organisasi *Human Relation* mengakui pentingnya hubungan antar pribadi yang harmonis, yakni hubungan yang didasarkan atas kerukunan, kekeluargaan, hormat-menghormati dan saling menghargai.”

Oleh karena itu, untuk menjaga hubungan antar sesama karyawan agar selalu terbina dengan baik, Humas harus pintar merancang strategi untuk membuat lingkungan organisasi yang kondusif dengan harmonis nya hubungan antar sesama karyawan. Dimana untuk menjaga keharmonisan itu, PT.Indosat.Tbk harus aktif berkomunikasi dan menerima keluhan, saran ataupun pendapat dari sesama anggota perusahaan, agar kemudian Humas dapat menemukan *need and wants* dari pimpinan, karyawan, dan seluruh publik internalnya.

Humas bertindak sebagai penyelenggara kegiatan-kegiatan internal, yang mana ini merupakan strategi humas PT.Indosat.Tbk dalam menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dan membina hubungan antar karyawan yang baik. Seperti contohnya kegiatan yang dipersiapkan pada saat penulis melakuka pkl, pihak terkait mempersiapkan untuk acara gathering all staff di PT.Indosat.Tbk *Sales Area Bandung*. Dengan demikian PT.Indosat.tbk dapat mempertahankan penyelenggaraan sebagai *Good Governance Coporate*.

Karena jika lingkungan kerja kondusif, akan berimbas pada produktivitas karyawannya dalam pekerjaan.

2. Menjaga Hubungan dengan Publik Eksternal

Jika dengan publik eksternal nya, diantaranya menjaga hubungan dengan orang-orang yang berkecimpung di media massa (misal wartawan) dan pemerintah, serta perusahaan lain yang hendak akan bekerjasama. Untuk rekan pers. Selain itu, PT.Indosat.Tbk juga sering mengadakan sponsorship event dengan bekerjasama dengan perusahaan, organisasi dan komunitas lain.

Selain menjaga hubungan baik dengan public internal dan eksternal, PT.Indosat.Tbk juga melakukan beberapa kegiatan kehumasan seperti mengadakan promosi, publisitas ke komunitas-komunitas, branding, sponsorship event, dan lain sebagainya salah satu contohnya dari kegiatan rutin yang dilakukan oleh divisi community yaitu :

1. ***Get new member community***, dengan melakukan program kegiatan ini secara tidak langsung PT.Indosat.Tbk telah melakukan aktivitas publisitas karena kegiatan ini menyebarkan informasi tentang perusahaan dan produk langsung kepada orang-orang atau komunitas-komunitas yang ada. Karena jika dilihat dari ruang lingkup humas yaitu organisasi atau perusahaan pasti selalu berhubungan dengan khalayaknya.Namun praktisi humas pada saat ini sudah harus memfokuskan pekerjaannya pada khalayak tertentu saja.Khalayak humas, yaitu kelompok atau orang-orang

yang berhubungan atau berkomunikasi dengan perusahaan, baik khalayak internal maupun eksternal. Dan ruang lingkup pekerjaan humas itu mencakup enam bidang pekerjaan dan salah satunya adalah Publisitas.

Dan salah satu contoh kegiatan insidentil nya adalah :

1. ***Sponsorhip event,*** dengan melakukan program kegiatan ini PT.Indosat.Tbk melakukan kegiatan humas dengan promosi melalui event yang basic nya adalah sponsor sebuah acara. Dalam hal ini rentunya sebagai bagian dari tujuan humas yaitu menjaga reputasi dan citra. Karena tugas PR tidak dapat lepas dari reputasi dan citra, dengan asumsi bahwa citra yang positif akan berkaitan dengan semakin tingginya akses publik terhadap 'output' dari perusahaan tersebut.

   Dengan kegiatan sponsorship PT.Indosat.Tbk dapat menjadikan '*Mutual benefit relationship'*, yaitu menjamin kepada publik bahwa perusahaan berada didalam operasinya memiliki niat baik dalam berbisnis yang diwujudkan dalam tanggung jawab sosial dan diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan diantara perusahaan dan publiknya. *(Darmastuti, 2007 : 16)*

2.6 Analisa Pelayanan PT. Indosat. Tbk terhadap mahasiswa PKL

Praktek Kerja Lapangan di PT. Indosat. Tbk yang dilakukan kurang lebih selama 1 bulan memberikan pengalaman yang besar dan ilmu tambahan yang diberikan oleh *divisi community* PT. Indosat. Tbk kepada mahasiswa PKL, mulai dari bimbingan dalam pelaksanaan praktek kerja lapangan, pengarahan kegiatan, prosedur, hingga tata cara dalam setiap kegiatan, hal tersebut menjadikan mahasiswa PKL dapat lebih mudah untuk memahami kegiatan-kegiatan yang dilakukan di *divisi community.*

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan ini bukan merupakan suatu kegiatan yang dianggap sebagai tambahan tenaga oleh perusahaan. Tetapi sebagai pemberian pelatihan yang diharapkan mampu meningkatkan keterampilan, pengetahuan, serta pembentukan tingkah laku mahasiswa PKL, maka diharapkan hal tersebut akan memberikan peranan terhadap peningkatan kinerja untuk mahasiswa yang melakukan PKL sehingga dapat bekerja dengan baik dan profesional.

Selama Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan di PT.Indosat.Tbk yang dirasakan adalah sambutan seluruh staff PT.Indosat.Tbk *Sales Area* Bandung terutama divisi community nya yang hangat, ramah dan penuh dengan kekeluargaan, kekompakan dan keceriaan. Maka karena itu penulis pun tidak merasa kaku dan canggung untuk berinteraksi serta bekerjasama dengan rekan-rekan kerja disana.

Para staff di PT.Indosat.Tbk pun sangat pandai untuk mengajak orang baru seperti penulis untuk menjadi lebih dekat dan merasa menjadi bagian dari mereka, karena menurut mereka ini cara lain untuk membuat rasa kekeluargaan dalam dunia kerja terlaksana dan memberikan pembelajaran pada mahasiswa PKL, yaitu melatih mahasiswa PKL supaya dapat bekerja dengan baik, termotivasi secara kuat serta dapat merasakan bagaimana situasi-situasi pekerjaan yang nyata didalam dunia kerja. Oleh karenanya dalam melanjalankan kegiatan praktek kerja lapangan mahasiswa PKL tidak banyak menemui kesulitan.