BAB II
PELAKSANAAN PKL

2.1 Aktivitas selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. D&D Packaging

Awal pertama PKL di PT. D&D Packaging Indonesia dimulai tanggal 22 Juli 2013- 7 September 2013. Karena pada saat itu di PT.D&D Packaging Indonesia masih penuh dengan siswa PKL lain, sementara penulis di tempatkan di Bagian Human Resource Department yang masih dibawah kendali PT.D&D Packaging Indonesia. Di HR Department, penulis mengerjakan berbagai kegiatan seperti : *input* data karyawan setiap harinya, penulis juga ditugaskan *update* data karyawan yang izin tidak mengikuti pekerjaan.

Setelah itu dari tanggal 22 Juli 2013 barulah penulis PKL di PT.D&D Packaging Indonesia untuk membantu kegiatan-kegiatan kehumasan seperti : ditugaskan untuk memberikan *notification* berbagai kegiatan yang dilakukan oleh *Human Resource Department* PT.D&D Indonesia, diantaranya : seperti *notification* tentang libur bulan Ramadhan, lembur di bulan Ramadhan.

Berikut penulis tampilkan kegiatan dan aktivitas yang dilakukan selama PKL di *Human Resources Department* PT.D&D Packaging Indonesia yang berlangsung dari tanggal 22 Juli 2013 – 7 September 2013 yang bersifat rutin :

Tabel 2.1

JADWAL KEGIATAN PKL

NO	HARI TANGGAL	JAM DATANG	AKTIVITAS	JAM PULANG	KETERANGAN
1	Senin, 22 Juli 2013	08.00	Input Karyawan	17.00	
2	Selasa 23 Juli 2013	08.02	Input Data Karyawan	17.00	
3	Rabu 24 Juli 2013	08.00	Input Data Karyawan	17.00	
4	Kamis 25 Juli 2013	07.59	Update Data Karyawan Input Data Karyawan	17.00	
5	Jumat 26 Juli 2013	08.00	Update Data Karyawan Input Data Karyawan	17.00	
6	Senin 29 Juli 2013	08.00	Input Data Karyawan	17.00	
7	Selasa 30 Juli 2013	07.57	Update Data Karyawan Buat Notife	17.00	

8	Rabu 31 Juli 2013	08.00	Pengarsipan Data Karyawan	17.00	
9	Kamis 1 Agustus 2013	08.00	Input Data Karyawan	17.00	
10	Jumat 2 Agustus 2013	08.05	Update Data Karyawan Input Data Karyawan	17.00	
11	Senin 12 Agustus 2013	08.05	Input Data Karyawan	17.00	
12	Selasa 13 Agustus 2013	08.01	Input Data Karyawan	17.00	
13	Rabu 14 Agustus 2013	08.00	Input Data Karyawan	17.00	
14	Kamis 15 Agustus 2013	07.59	Input Data Karyawan, menyebarkan notife	17.00	

15	Jumat 16 Agustus 2013	07.57	Input Data Karyawan	17.00	
16	Senin 19 Agustus 2013	08.01	Input Data Karyawan	17.00	
17	Selasa 20 Agustus 2013	08.05	Input Data Karyawan	17.00	
18	Rabu 21 Agustus 2013	07.55	Input Data Karyawan	17.00	
19	Kamis 22 Agustus 2013	07.53	Input Data Karyawan	17.00	
20	Jumat 23 Agustus 2013	07.55	Input Data Karyawan	17.00	
21	Senin 26 agustus 2013	07.53	Input Data Karyawan	17.00	
22	Selasa	08.05	Input Data	17.00	

	27 Agustus 2013		Karyawan		
23	Rabu 28 Agustus 2013	08.03	Input Data Karyawan	17.00	
24	Kamis 29 Agustus 2013	07.53	Input Data Karyawan	17.00	
25	Jumat 30 Agustus 2013	08.00	Input Data Karyawan	17.00	
26	Senin 2 September 2013	07.55	Input Data Karyawan	17.00	
27	Selasa 3 September 2013	08.03	Input Data Karyawan	17.00	
28	Rabu 4 September 2013	08.05	Input Data Karyawan	17.00	
29	Kamis 5 September	08.07	Input Data Karyawan	17.00	

	2013				
30	Jumat 6 September 2013	08.02	Input Data Karyawan	17.00	

2.1.1 Deskripsi dan Contoh Kegiatan Selama PKL

Berikut adalah contoh kegiatan rutin selama PKL di PT. D&D Packaging Indonesia di bagian Human Resources Department yang bersifat rutin sekaligus dengan pendeskripsiannya :

A. Menginput Data Karyawan

Tugas ini ditugaskan kepada penulis untuk mendata absensi karyawan seluruhnya selama satu hari.

B. Update Data Karyawan

Tugas ini ditugaskan kepada penulis untuk menrekapitulasi absensi karyawan dan menhitung jumlah cuti yang telah diambil oleh para karyawan.

C. Membuat *Notification*

Notification merupakan sarana bagi perusahaan dalam menginformasikan berita-berita terbaru yang ada di kantor. Penulis ditugaskan untuk membuat *notification* dan juga menyebarkannya ke seluruh papan pengumuman yang ada di kantor. Adapun beritanya yaitu tentang Libur Bulan Ramadhan dan Uang Lembur pada Saat Liburan.

2.2 Penjelasan Humas (*Public Relation*) dan Analisa Kegiatan Selama PKL

2.2.1 Definisi Humas / *Public Relation*

Pengertian *public relations* dalam perkembangan masyarakat menyongsong era informasi merupakan bagian dari teoritis dan praktis bagi suatu lembaga. Untuk menjalankan hubungan yang harmonis antara lembaga dengan publiknya. Dalam beberapa tahun terakhir ini dengan makin berkembangnya dunia bisnis dan industri di Indonesia, maka makin kompleks pula persoalan yang akan muncul. Hal ini mendukung seorang *public relations* untuk menjadi wakil dari lembaganya demi kepentingan lembaga itu sendiri dan publiknya.

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).Selain itu dapat sebagai konsultan Humas (Public Relations) misalnya menjadi *Event Organizer, Researcher for Public Relations, Trainer for Public Relations, Crisis PR/Crisis Communications/Crisis Management, Advertising Designer, Expert of PR*, dan lain-lain.

Public relations menurut M.O. Palapah dan Atang Syamsudin, sebagaimana dikutip oleh Neni Yulianita adalah : *"Bentuk spesialisasi komunikasi yang bertujuan untuk memajukan saling pengertian dan bekerjasama antara semua publik yang berkepentingan guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama."* (Yulianita, 1999: 29)

Dari pengertian di atas, dapat penulis sampaikan bahwa pengertian dan citra yang baik adalah suatu tujuan yang harus dicapai atau diraih oleh seorang *public*

relation dari khalayak. Kegiatan *public relations* harus diarahkan pada upaya membina hubungan baik tentunya akan tercipta opini publik yang bagus atau menguntungkan dengan semua pihak.

2.2.1.1 Tujuan Humas / *Public Relation*

Tujuan Humas (*Public Relations*) adalah pembentukan citra (*image building*), pembentukan reputasi, *track record* atau rekam jejak (*reputations building*). Menurut Neni Yulianita, Pada Prinsipnya tujuan *public relations* secara *universal* adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan citra baik
2. Memelihara citra yang baik
3. Meningkatkan citra baik
4. Memperbaiki citra baik.

2.2.1.2 Fungsi Humas / *Public Relation*

Cutlip & Center and Canfield merumuskan fungsi *Public Relations* sebagai berikut:

1. Menjunjung aktifitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen lembaga atau organisasi.
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan/organisasi dengan publiknya sebagai khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasikan yang menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbangan saran kepada pimpinan manajemen demi untuk tujuan dan manfaat bersama.

5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publiknya ata terjadi sebaliknya demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak (**Ruslan,1998:3II**)

2.2.1.3 Tugas Humas */ Public Relation*

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. 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.

4. 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.

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.

2.2.2 Analisis Kegiatan Selama PKL Di *Human Resources Department* PT. D&D Packaging Indonesia

Peranan Humas saat ini menjadi bagian yang sangat penting di dalam sebuah instansi perusahaan. Baik itu sebuah instansi Pemerintahan maupun perusahaan swasta. Seorang humas dituntut untuk bisa menciptakan sebuah citra yang positif dimata khalayak terhadap perusahannya.

Seperti hal yang di ungkapkan Frank Jefkins, dalam buku "*Public Relations" : "Public Relations* adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antar sesuatu organisasi dengan semua khalayak dalam rangka mencapai tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian". (Jefkins, 1995)

M.O. Palapah dan Atang Syamsudin, sebagaimana dikutip oleh Neni Yulianita adalah : *"Bentuk spesialisasi komunikasi yang bertujuan untuk memajukan saling pengertian dan bekerjasama antara semua publik yang berkepentingan guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama."* (Yulianita, 1999: 29).

Dari penjelasan di atas, penulis bisa memahami seorang humas harus mempunyai strategi-strategi komunikasi yang baik untuk memperoleh citra positif dan menghasilkan sebuah kepuasan bersama.

Begitu halnya Kantor PT. D&D Packaging Indonesia, tempat penulis melakukan kerja lapangan. PT. D&D Packaging Indonesia memang tidak mempunyai Divisi Kehumasan, namun peran tugas dan fungsinya digantikan oleh bagian Human Resources Department itu sendiri yang bertugas untuk memimpin, mengatur, merumuskan, membina, mengawasi, mengendalikan, mengkoordinasikan, dan mempertanggungjawababkan pelaksanaan kebijakan teknis pelaksanaan urusan kantor berdasarkan di bidang komunikasi dan psikologi sesuai dengan kewenanggannya.

Human Resources Department PT. D&D Packaging Indonesia juga mensosialisasikan berbagai informasi dan kebijakan-kebijakan Pimpinan

Perusahaan kepada karyawan, dengan cara ini tentunya akan tercipta sebuah citra yang baik terhadap Perusahaan. Dalam menyampaikan semua informasinya, Human Resources Department PT D&D Packaging Indonesia menggunakan media elektronik dan cetak yaitu :

- Majalah Dinding Perusahaan
- *Human Resources System (HRS)*

Melalui media-media tersebut, tentu Human Resources Department PT. D&D Packaging Indonesia akan menerima umpan balik dari karyawannya mengenai setiap informasi yang disampaikannya.

Dalam sebuah instansi perusahaan, tentu di dalamnya tercipta sebuah komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi adalah proses pertukaran pesan dalam suatu jaringan yang tersusun secara sistematis, memiliki jenjang hierarkis, yang saling bergantung satu sama lainnya untuk mengawasi lingkungan yang selalu berubah.

Seperti yang penulis ketahui bahwa di dalam sebuah komunikasi organisasi terdapat arus komunikasi organisasi yaitu :

- Vertikal
  - *Upward*

    Adalah komunikasi yang dilakukan oleh bawahan kepada atasannya.

Fungsi arus komunikasi dari bawah ke atas ini adalah:

a) Penyampaian informasi tentang pekerjaan pekerjaan ataupun tugas yang sudah dilaksanakan
b) Penyampaian informasi tentang persoalan-persoalan pekerjaan ataupun tugas yang tidak dapat diselesaikan oleh bawahan
c) Penyampaian saran-saran perbaikan dari bawahan
d) Penyampaian keluhan dari bawahan tentang dirinya sendiri maupun pekerjaannya.

- *Downward*

  Adalah komunikasi yang dilakukan oleh atasan kepada bawahannya.

  Fungsi arus komunikasi dari atas ke bawah ini adalah:

  a. Pemberian atau penyimpanan instruksi kerja (*job instruction*)
  b. Penjelasan dari pimpinan tentang mengapa suatu tugas perlu untuk dilaksanakan (*job retionnale*)
  c. Penyampaian informasi mengenai peraturan-peraturan yang berlaku (*procedures and practices*)
  d. Pemberian motivasi kepada karyawan untuk bekerja lebih baik.

➢ Horizontal

Adalah komunikasi yang dilakukan antara satu teman atau satu kerja yang setara jabatannya.

Fungsi arus komunikasi horisontal ini adalah:

a) Memperbaiki koordinasi tugas
b) Upaya pemecahan masalah
c) Saling berbagi informasi
d) Upaya pemecahan konflik
e) Membina hubungan melalui kegiatan bersama

- Diagonal

  Adalah komunikasi yang dilakukan antar divisi yang jabatannya tidak sejajar. Fungsinya seperti memberi saran satu sama lainnya.

Dalam aplikasinya saat PKL berlangsung, penulis banyak menemukan arus komunikasi organisasi yang terjadi di *Human Resources Department* PT. D&D Packaging Indonesia. Seperti contoh :

Downward : pemberian tugas-tugas yang dilakukan seorang atasan untuk bawahannya untuk melakukan wawancara kerja dan memasang pengumuman.

Horizontal : obrolan yang dilakukan oleh pegawai PT D&D Packaging Indonesia, baik itu saling memberikan sebuah informasi atau membahas pekerjaan.

Diagonal : Sering penulis melihat karyawan dari divisi lain berkunjung ke divisi tempat penulis PKL, baik itu

untuk sekedar berbincang ataupun membahasan pekerjaan.

Penulis terkadang dilibatkan dalam berbagai tugas-tugas di dalam kantor maupun dilapangan ,seperti di kantor: Input dan Update Data Karyawan melalui *Human Resources Management System*, dan dilapangan: Mememberikan *Notification* untuk seluruh karyawan.

Selain itu penulis juga melihat terciptanya sebuah hubungan yang terbina dengan baik di PT D&D Packaging Indonesia, baik itu hubungan *internal* anatar Kepala pimpinan dengan para staffnya maupun hubungan *eksternal* dengan para pemegang saham ataupun dengan masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai kegiatan seperti :

Hubungan *Internal*

- Setiap minggu pimpinan melakukan inspeksi kerja
- Rapat yang dilakukan satu kali dalam seminggu (pengarahan dari Kepala kepada bawahanya)

Hubungan *eksternal*

- Mengkoordinir pelaksanaan pertemuan dengan para pemegang saham
- Melayani keperluan informasi masyarakat

Sebulan penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan di *Human Resources Department* PT D&D Packaging Indonesia, seringnya

intensitas pertemuan dengan para karyawan disana secara tidak langsung memunculkan komunikasi antar pribadi di dalamnya.

Dimana komunikasi antar pribadi sendiri adalah suatu proses komunikasi antara pribadi ataupun antar perorangan dan bersifat pribadi baik yang terjadi secara langsung (tanpa medium) maupun tidak langsung (melalui medium). Kegiatan-kegiatan seperti percakapan tatap muka (*face to face communication),* percakapan melalui telepon, surat menyurat pribadi, merupakan contoh-contoh komunikasi antar pribadi.

Seperti contoh, penulis dan pembimbing PKL sering melakukan percakapan tatap muka secara langsung mengenai tugas-tugas yang diberikan saat itu. Baik itu ketika sedang melakukan peliputan, penulis sering diberikan tugas secara langsung maupun melalui media sms.

Gain-loss theory juga bisa diterapkan pada saat penulis melakukan PKL. Teori ini bisa diartikan bahwa kita lebih cendrung menyukai orang lain yang menguntukan kita daripada yang merugikan kita. Tanpa disadari oleh penulis saat itu, teori ini ada saat melaksanakan PKL. Tentunya penulis akan lebih dekat kepada pembimbing PKL dan karyawan pada divisi tempat penulis melakukan PKLnya daripada karyawan di divisi yang berbeda karena secara tidak langsung hubungan baik itu akan menguntungkan penulis baik itu saat mengerjakan tugas yang

diperintahkan ataupun saat mencari data sebagai sumber mengerjakan laporan PKL nantinya.

Demikian berbagai analisa yang bisa penulis simpulkan dari PKL yang telah dilaksanakan di Diskominfo Pemerintahan Kota Bandung ditinjau dari bidang keilmuan kehumasan yang telah penulis pelajari selama ini.

Meskipun Praktek kerja Lapangan di Human Resources PT. D&D Packaging Indonesia dilakukan hanya dalam waktu 1 bulan , penulis mendapatkan banyak sekali tambahan ilmu dan pengalaman yang diberikan oleh pebimbing dan seluruh staff dari *Human Resources Department* PT. D&D Packaging Indonesia, mulai dari pengarahan yang baik sampai kepada praktek dilapanganya, mahasiswa dapat lebih mudah memahami kegiatan-kegiatan di Human Resources Department PT D&D Packaging Indonesia. Adapun fasilitas yang diberikan kepada mahasiswa cukup memadai dan mempermudah proses plaksanaan Praktek Kerja Lapangan, misalnya komputer sebagai media mengimput dan memasukan data.

Selama mengikuti kegiatan Praktek Kerja Lapangan mahasiswa dituntut untuk mengetahui bahwa peran humas berperan penting dalam menjembatani antara berbagai pihak, baik pihak internal maupun eksternal, selain itu mahasiwa mendapatkan respon yang baik dari Pebimbing Praktek Kerja Lapangan, sehingga pada pelaksanaanya penulis dapat melaksanakan tugasnya dengan baik.