BAB II

Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

2.1 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

2.1.1 Jadwal Aktivitas Praktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan praktek kerja lapangan di bagian Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat yang berlangsung di Jalan Tamansari No.55 Bandung selama 29 hari kerja, mulai tanggal 24 Juni 2013 sampai dengan 06 September 2013 (Jadwal tidak rutin dikarenakan terpotong libur Hari Raya Idul Fitri dan Kegiatan Belajar Mengajar di UNIKOM). Kegiatan praktek kerja lapangan dilaksanakan mulai pukul 08.30 WIB sampai dengan 16.00 WIB secara insidental maupun rutin.

Aktivitas praktek kerja lapangan yang penulis lakukan di bagian Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat meliputi kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan kehumasan, penulis tidak hanya melakukan satu pekerjaan saja, tetapi juga pekerjaan-pekerjaan yang lain baik kegiatan rutin maupun kegiatan insidentil. Berikut adalah rincian kerja yang dilakukan oleh penulis selama praktek kerja lapangan :

No.	Hari/Tanggal	Aktivitas	Rutin	Insidental
1	Senin/24-Juni-2013	Notulen dan Asisten Operator dalam acara perusahaan "Seminar Humas & PPID" di Hotel Mitra		✓

2	Kamis/27-Juni-2013	Menjadi Operator dalam acara "Seminar HIV/AIDS di Jawa Barat"		✓	
3	Rabu/17-Juli-2013	Membantu pembuatan database S.O.P		✓	✓
4	Kamis/18-Juli-2013	Rapat persiapan "Pameran Jawa Barat T.I.K 2013" (I)	✓		✓
5	Jumat/19-Juli-2013	Rapat persiapan "Pameran Jawa Barat T.I.K 2013" (II)	✓		✓
6	Senin/22-Juli-2013	Notulen dalam acara "ICT Award 2013"		✓	✓
7	Selasa/23-Juli-2013	Mengikuti acara Dialog "Sanitasi Dinas Kesehatan"		✓	✓
8	Rabu/24-Juli-2013	Rapat persiapan "Pameran Jawa Barat T.I.K 2013" (III)	✓		✓
9	Jumat/26-Juli-2013	Dokumentasi acara "Talkshow Cooperatif Fair"		✓	✓
10	Senin/29-Juli-2013	Notulen "FGD Rekomendasi TV dan Radio"		✓	✓
11	Rabu/31-Juli-2013	Membuat berita tentang Jawa Barat	✓		✓

12	Kamis/01-Agustus- 2013	Membuat Laporan Kegiatan Video Conference	✓		✓
13	Jumat/02-Agustus- 2013	Mencatat surat masuk untuk bahan rapat	✓		✓
14	Rabu/14-Agustus-2013	Membuat power point acara "Pameran Jawa Barat 2013		✓	✓
15	Senin/19-Agustus- 2013	Mencatat Surat Masuk mengenai produk unggulan OPD (Organisasi Perangkat Daerah)	✓		✓
16	Selasa/20-Agustus-2013	Membuat makalah mengenai Penggunaan Media Komunikasi (Megatron)	✓		✓
17	Rabu/21-Agustus- 2013	Membuat makalah mengenai Penggunaan Media Komunikasi (Megatron)	✓		✓
18	Kamis/22-Agustus-2013	Membuat makalah mengenai Penggunaan Media Komunikasi (Megatron)	✓		✓
19	Jumat/23-Agustus-2013	Membuat berita tentang Jawa Barat	✓		✓
20	Senin/26-	Membuat laporan berita yang	✓		✓

	Agustus-2013	telah diliput mengenai Jawa Barat			
21	Selasa/27-Agustus-2013	Membuat Lampiran	✓		✓
22	Rabu/28-Agustus-2013	Mencatat surat masuk untuk bahan rapat	✓		✓
23	Kamis/29-Agustus-2013	Mencatat surat keluar yang telah dirapatkan	✓		✓
24	Junat/30-Agustus-2013	Mendata absensi karyawan	✓		✓
25	Senin/02-September-2013	Membuat desain power point untuk kegiatan "Hukum dan Komunikasi Jawa Barat"		✓	✓
26	Selasa/03-September-2013	Membuat berita dan mencari berita tentang pembangunan kota Bandung	✓		✓
27	Rabu/04-September-2013	Membuat power point untuk lomba fotografy		✓	✓
28	Kamis/05-September-2013	Dokumentasi kegiatan Video *Conference*		✓	✓
29	Jumat/06-September-2013	Membuat liputan Jawa Barat	✓		✓

Sumber: Penulis, Juni-September 2013

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan dan Contoh Kerja Rutin

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di bagian Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat, penulis melakukan aktivitas rutin yakni kegiatan yang dilakukan setiap hari pada saat bekerja dan dilakukan secara kontinyu atau berulang-ulang. Kerja rutin tersebut seperti:

- **Membuat makalah mengenai Penggunaan Media Komunikasi (Megatron)**

Pada dasarnya komunikasi merupakan salah satu media penghubung bagi khalayak untuk saling menukar informasi termasuk merekatkan kembali sistem sosial masyarakat dalam usahanya melakukan perubahan. Sejalan dengan meningkatnya kebutuhan akan informasi dan komunikasi maka pemerintah membentuk Kementrian Komunikasi dan Informatika yang bertugas menyelenggarakan urusan di bidang komunikasi dan informatika dalam pemerintahan untuk membantu dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Sedangkan untuk di provinsi di bentuk dinas komunikasi dan informatika, misalnya Dinas Komunikasi dan Informatika Jawa Barat yang bertugas pokok melaksanakan sebagian urusan pemerintahan daerah berdasarkan azas otonomi dan tugas perbantuan di bidang Komunikasi dan Informatika. Selain mempunyai tugas pokok Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat juga mempunyai fungsi sebagai berikut, diantaranya: perumusan kebijakan pelaksanan dan kebijakan teknis di bidang komunikasi dan informatika yang

meliputi : pengembangan komunikasi dan informatika; informasi publik; diseminasi informasi dan pemberdayaan telematik, serta fungsi – fungsi lainnya.

Maka dari itu dalam pengembangan komunikasi dan informatika serta dalam penyampaian berbagai informasi kepada publik, tentunya Diskominfo menggunakan berbagai media komunikasi, baik media cetak maupun media elektronik. Berbagai macam jenis media komunikasi yang telah digunakan Diskominfo dalam penyampaian informasi mauapun sosialisasi program pemerintah kepada publik agar sosialisasi itu efektif, maka salah satunya dengan menggunakan media komunikasi berupa megatron (Megatron adalah billboard yang sudah menggunakan tampilan elektronik dengan gambar yang bergerak maka, tapi jika gambar tersebut sumbernya video namanya videotron).

Salah satu program pemerintah yang disosialisasikan oleh Diskominfo, di antaranya Program Internet Sehat dan Aman (INSAN). Internet Sehat Aman (INSAN) adalah program nasional yang dimotori oleh Tim Sosialisasi INSAN yang ditujukan untuk mensosialisasikan penggunaan internet secara sehat & aman ke berbagai kalangan sehingga internet dapat memberi manfaat dan nilai tambah.

2.3 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan dan Contoh Kerja Insidental

Definisi dari kerja Insidental adalah kegiatan yang terjadi atau dilakukan hanya pada kesempatan atau waktu tertentu saja, tidak secara tetap atau rutin. Dan adapun kegiatan incidental yang dilakukan penulis selama melakukan

Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika diantaranya adalah sebagai berikut:

- **Membuat berita dan mencari berita tentang pembangunan kota Bandung**

Penulis terjun langsung ke lapangan untuk meliputi acara-acara yang diselenggaran oleh Pemerintah Kota Bandung maupun oleh suatu perusahaan atau organisasi lain. Dimana Pemerintah Kota Bandung terlibat dan diundang dalam acara tersebut. Pada peliputan, perlunya mengamati kegiatan apa saja yang berlangsung dan juga membuat catatan sebagai bahan untuk membuat press release.

2.4 Analisis Kegiatan Selama PKL dikaitkan dengan Tujuan Humas atau Public Relation

2.4.1 Analisa Humas

Perkembangan masyarakat dan kemajuan teknologi dalam proses berjalannya seiring seraya pengaruh mempengaruhi. Masyarakat berkembang karena pengaruh kemajuan teknologi dan teknologi maju dengan pesat disebabkan oleh masyarakat yang semakin berkembang. Jadi, pada dasarnya kerja humas Sarana Komnikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat tak lepas dari teknologi dan masyarakat, keduanya berusaha saling memperbaiki demi terjadinya sebuah pencapaian yang diharapkan, tentunya ke arah yang lebih baik.

Rachmadi sebagaimana dikutip oleh Soleh Soemirat dan Elvinaro menyebutkan bahwa *Public Relations* adalah ”salah satu bidang ilmu komunikasi

praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada suatu organisasi/perusahaan dalam melaksanakan fungsi manajemen". (Soemirat, Elvarino, 2003:11).

Definisi *Public Relation* menurut J.C Seidel" proses kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh Goodwill dan pengertian dari para langganannya, pegawainya, dan publik pada umumnya. Kedalam dengan mengadakan analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pertanyaan-pertanyaan". (Abdurachman, 2001:24-25).

Dengan demikian berdasarkan definisi diatas bahwa kegiatan *Public Relations* tertanam usaha untuk memperoleh pengertian, *Goodwill*, kepercayaan, penghargaan, dari publik.

Fungsi Humas menurut Cutlip & centre and Candflield dalam Ruslan pada bukunya "Manajemen *Public Relation* dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi" yaitu :

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam tujuan bersama (fungsi melekat pada manajemen organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasikan segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbang saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.

5. Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak (2006:19).

Menurut Effendy, dalam bukunya "Hubungan Masyarakat" mengemukakan bahwa fungsi *Public Relations,* yaitu :

a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.

b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik intern maupun ekstern.

c. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.

d. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum. (Effendy, 1987:34).

Menurut Danan Djaja bentuk kegiatan Public Relations terbagi menjadi 2 bagian yaitu Internal PR dan Eksternal PR.(Djaja,1985:26).

Sesuai definisi diatas bawa Internal PR merupakan salah satu kegiatan yang berhubungan dengan publik yang ada di dalam perusahaan. Tujuan adalah untuk mempererat hubungan antara pimpinan dengan karyawan dan karyawan dengan karyawan lainnya sehingga muncul semangat kerja. Hal ini dapat dilakukan dengan komunikasi yang berkesinambungan dan hasil yang dapat di capai adalah disiplin kerja yang baik, motivasi kerja tinggi, produktivitas kerja yang diharapkan oleh perusahaan sehingga terciptanya *sense of belonging* dari karyawan terhadap perusahaan.

Sedangkan Eksternal PR merupakan kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat luar atau kegiatan yang ditujukan kepada publik yang ada diluar perusahaan. Informasi yang diberikan harus jujur berdasarkan fakta dan harus benar-benar teliti sehingga kepercayaan dari publik eksternal pada perusahaanakan terpelihara dengan baik.Bentuk kegiatan Eksternal Humas adalah sebagai berikut :

1. *Press Relation*, bertujuan mengatur dan membina hubungan baik dengan pers.
2. *Government Relation*, bertujuan mengatur dan memelihara hubungan baik dengan pemerintah yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan perusahaan.
3. *Community Relation*, bertujuan mengatur dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat setempat yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
4. *Supplier Relation*, bertujuan mengatur dan memelihara hubungan baik dengan para pemasok agar segala kebutuhan perusahaan dapat diterimadengan baik.
5. *Customer Relation*, bertujuan mengatur dan memelihara hubungan baik dengan para pelanggan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Eksternal Humas merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Humas dalam perusahaan yang bertujuan untuk membina hubungan baik dengan pihak yang ada diluar perusahaan sehingga dapat menciptakan opini publik dan citra yang positif bagi perusahaan itu sendiri.

Dalam pelaksanaannya PR menggunakan komunikasi untuk memberitahu, mempengaruhi dan mengubah pengetahuan, sikap dan perilaku publik sasarannya. Hasil yang ingin dicapai dalan kegiatannya pada intinya adalah *good image* (citra baik), *goodwill* (itikad baik), *mutual understanding* (saling pengertian), *mutual*

confidence (saling mempercayai), *mutual appreciation* (saling menghargai) dan *tolerance* (toleransi). (Elvirano & Soemirat, 2003:14).

❖ **Tujuan dan Fungsi Humas**

1. Tujuan utama humas

Tujuan utama *Public Relation* sendiri adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi atau perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen atau pelanggan lebih sering melakukan *buying decicision* atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan.

Dengan bahasa paling sederhana dan singkat, tujuan utama *Public Relation* dapat diringkas, sesuai tujuan utama yang diatas sebagai berikut:

- Mengevaluasi sikap dan opini publik
- Formulasi dan implementasi prosedur dan *policy* organisasi atas komunikasi organisasi atau perusahaan dengan publik
- Mengkoordinasikan program-program komunikasi
- Mengembangkan hubungan dan "*good-will*" lewat proses komunikasi dua arah
- Mengembangkan hubungan positif antar organisasi dan publik

Maksud dan tujuan yang terpenting dari PR adalah mencapai saling pengertian sebagai obyektif utama. Pujian citra yang baik dan opini yang mendukung bukan kita yang menentukan tetapi feed back yang kita harapkan.Tujuan utama penciptaan pengertian adalah mengubah hal negatif yang diproyeksikan masyarakat menjadi hal yang positif. Biasanya dari hal-hal yang negatif terpancar: *hostility, prejudice, apathy,*

ignorance. Sedangkan melalui pengertian kita berusaha merubahnya menjadi*: sympathy, acceptance, interest dan knowledge*.

2. Tujuan humas dalam komunikasi dua arah

Tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan dalam proses komunikasi dua arah tergolong dua golongan besar yaitu:

A. Komunikasi Internal (personil/anggota institusi)

- Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.
- Menciptakan kesadaran personil mengenai peran institusi dalam masyarakat
- Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya

B. Komunikasi Eksternal (Masyarakat atau Publik)

- Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi.
- Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya dan pendidikan khususnya.
- Motivasi untuk menyampaikan umpan balik.

3. Tujuan sebuah humas perusahaan

Ruang lingkup tujuan humas itu sendiri ternyata demikian luas. Namun dari semua tujuan humas tersebut kita bisa mengambil beberapa yang bisa dijadikan prioritas. Dari sekian banyak hal yang bisa dijadikannya prioritas kegiatan humas sebuah perusahaan, berapa diantaranya yang pokok adalah sebagai berikut:

- Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan- kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan. Sebagai contoh, suatu perusahaan yang semula hanya menangani transportasi truk tapi kemudian mulai menjual mesin pemanas ruangan. Guna menyesuaikan diri atas adanya kegiatan yang baru tersebut, maka perusahaan harus mengubah citranya supaya kegiatan dan produk-produk barunya itu mendapat sambutan positif dari khalayaknya.
- Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai
- Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
- Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar baru.
- Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan masyarakat bursa saham atas rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atau saham tambahan.
- Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah tejadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham dikalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.
- Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
- Untuk meyakinkan khalayak bahwasanya perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.

- Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi resiko pengambilalihan (*take-over*) oleh pihak-pihak lain.
- Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru
- Untuk menyebarluaskan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pemimpin perusahaan organisasi kehidupan sosial sehari-hari.
- Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara.
- Untuk memastikan bahwasanya para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemarintah yang merugikan.
- Untuk menyebarluaskan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahan, agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Mengingat jenis dan karakter organisasi itu bermacam-macam, maka tentu saja tujuan bidang humas mereka berbeda-beda atau bervarisi dan tidak terdaftar hanya pada diatas saja. Satu hal yang harus disadari, setiap tujuan dari berbagai organisasi, baik itu komersial maupun non-komersial, sama-sama memerlukan suatu program tindakan yang terencana. Setiap tujuan organisasi dalam pengertian luas akan jauh lebih mudah dijangkau apabila usaha pencapaiannya juga disertai dengan kegiatan-kegiatan humas, baik itu

yang dilakukan oleh unit departemen humas internal maupun oleh lembaga konsultasi humas eksternal.

❖ **Fungsi-fungsi humas**

Dibawah ini terdapat beberapa fungsi-fungsi humas

1. Fungsi utama humas

Fungsi-fungsi utama yang dilakukan oleh seorang humas dalam organisasinya meliputi berbagai bidang dan segi, dibawah ini terdapat beberapa fungsi humas yang paling utama, yaitu:

- Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga atau organisasi engan publiknya, baik publik *intern* maupun *extern* dalam rangka menanamkan pengertian.
- Menilai dan menentukan pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya.
- Memberi saran kepada pemimpin tentang cara-cara mengendalikan pendapat umum sebagaimana mestinya.
- Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yangmenguntungkan organisasi/lembaga.
- Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum.

2. Fungsi humas menurut IPRA

Penelitian yang diadakan oleh *International Public Relations Association* (IPRA) pada tahun 1981 menyimpulkan bahwa pada umumnya fungsi PR atau humas masa kini meliputi 15 pokok yaitu:

- Memberi konseling yang didasari pemahaman masalah perilaku manusia.
- Membuat analisis "*trend*" masa depan dan ramalan akan akibat-akibatnya bagi institusi.
- Melakukan riset pendapat, sikap dan harapan masyarakat terhadap institusi serta memberi saran tindakan-tindakan yang diperlukan institusi untuk mengatasinya.
- Menciptakan dan membina komunikasi dua-arah berlandaskan kebenaran dan informasi yang utuh
- Mencegah konflik dan salah pengertian
- Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial.
- Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial.
- Meningkatkan itikat baik institusi terhadap anggota, pemasok dan konsumen
- Memperbaiki hubungan industrial
- Melakukan penyerasian kepentingan institusi terhadap kepentingan umum
- Menarik calon tenaga yang baik agar menjadi anggota serta mengurangi keinginan anggota untuk keluar dari institusi.· Memasyarakatkan produk atau layanan
- Mengusahakan perolehan laba yang maksimal
- Menciptakan jadi diri institusi
- Memupuk minat mengenai masalah-masalah nasional maupun ternasional
- Meningkatkan pengertian mengenai demokrasi

3. Fungsi Humas menurut Canfield

Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations, Principles and Problems* mengemukakan tiga fungsi humas , yaitu:

- Mengabdi kepada kepentingan umum (*it should serve the public's interest*)
- Memelihara komunikasi yang baik (*Maintain good communication*)
- Menitik beratkan ,oral dan tingkah laku yang baik(*And stress good morals and manners*)

4. Fungsi humas menurut Edward L. Bernaus

Mengenai fungi humas Edward L. Bernaus seorang pelopor humas di Amerika Serikat dalam bukunya *Public Relations* (1952) terdapat tiga fungsi humas, yaitu:

- Memberikan informasi kepada masyarakat
- Mengajak masyarakat untuk mengubah sikap dan perilaku mereka
- Melakukan usaha-usaha untuk menyatukan sikap dan tindakan suatu lembaga atau organisasinya dengan publiknya atau sebaliknya.

5. Fungsi Humas sebagai fungsi Manajemen

Fungsi Intern (ke luar)

- PR harus mampu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran/citra masyarakat yang positif terhadap segala tindakan atau kebijaksanaan organisasi/lembaga. Oleh karena itu, setiap anggota organisasi harus mampu memberikan image positif yang mewakili organisasinya.
- Penghubung antara menejemen dan publiknya

Fungsi Ekstern (ke dalam)

- PR harus mampu mengenali atau mengidentifikasikan hal-hal yang dapat menimbulkan sikap/gambaran yang negatif dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan/kebijakan dijalankan
- Memberi nasehat pada menejemen mengenai semua perkembangan luar atau dalam, yang menyangkut pengeruh hubungan perusahaan dengan publiknya.
- Membuat penelitian dan penafsiran bagi kepentingan menejemen mengenai sikap-sikap yang ada sekarang atau diperkirakan sebelumnya pada public utama atas urusan perusahaan
- Bertindak untuk kepentingan menejemen dalam merencanakan dan meleksanakan fungsi-fungsi umum

6. Fungsi humas menurut Philip Kesly

Fungsi humas menurut Philip Kesly seorang petugas humas terkemuka dalam tulisannya "*Managing the human Climate*", bahwa setiap bidang atau kegiatan humas mempunyai kaitan dengan bidang lainnya dan petugas humas itu harus mengetahui bidang atau kegiatan mana yang sesuai dengan program organisasinya.

Berdasarkan bidang-bidang yang dicakup kegiatan humas diatas Philip Kesly menyimpulkan ungsi humas, sebagai berikut:

- Humas adalah fungsi menejemen yang dibentuk untuk mencapai tujuan organisasi
- Membantu pelaksanaan program organisasi
- Memberi nasehat, petunjuk dan konsultasi dalam pelaksanakan kegiatan organisasi
- Melaksanakan hal-hal yang berhubungan dengan keuangan dan kepegawaian

- Menumbuhkan kesadaran akan perlunya komunikasi dalam menejemen
- Memberikan informasi secara terbuka dan akurat, untuk menghilangkan keraguan terhadap sesuatu hal
- Menyampaikan informasi secara jujur tanpa menambah atau mengurangi hakekat yang sesunggunya
- Berusaha untuk menarik perhatian publik Terhadap organisasi maupun terhadap keluarnya.

Tujuan-tujuan suatu lembaga kehumasan tidak terbatas hanya pada yang diterakan diatas, kadangkala suatu organisasi baik pemerintahan maupun swasta telah memiliki suatu tujuan yang telah ditentukan dan disepakati oleh semua orang yang ada dalam suatu organisasi. Setiap tujuan humas selalu menginginkan tanggapan yang positif dari publik sehingga tanggapan yang dihasilkan oleh publik bisa disesuaikan oleh suatu organisasi umumnya dan bagi aktifis humas. Semua tujuan humas selalu dilandaskan pada kode etik yang disepakati bersama.

Dari penjelasan diatas, terlihat jelas bahwa peranan Public Relations atau Humas sangat penting baik dalam perusahaan maupun instansi pemerintahan.

2.4.2 Analisa Aktivitas Kerja Humas

Public Relations mempunyai tugas menjadi ”corong” atau publikasi kepada masyarakat agar citra organisasi tetap baik dan menjadi ”mediator” yang menjembatani kepentingan organisasi/perusahaan dengan publiknya yang terkait dengan kegiatan PR itu sendiri. Berbagai aktivitas PR senantiasa menciptakan,

menjaga dan meningkatkan citra yang positif. Pengertian *Public Relations* adalah usaha untuk mengembangkan citra atau image terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, perusahaan dan produk ataupun layanan terhadap masyarakat. Membangun citra organisasi sangat penting karena berdampak pada kelangsungan organisasi atau perusahaan tersebut.

Dalam dunia bisnis, *Public Relations* lebih dari sekedar kata-kata, simbol-simbol dan meningkatkan pemasaran tetapi menjadi suatu dambaan sumber konseling (pemberi nasehat) bagi manajemen. Minimal ada dua fungsi utama PR yang utama dalam perusahaan. Pertama, PR bertujuan mendapatkan dan menambahkan penilaian serta jasa bagi perusahaan. Kedua, secara defensif berusaha menjadi sarana pembelaan diri terhadap pendapat negatif tatkala menerima penyerangan yang tidak wajar dari pihak luar (Sementara perusahaan tersebut tidak melakukan kesalahan).

Dengan demikian, Humas merupakan keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

2.4.3 Analisis Aktivitas Kerja Humas Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat

Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Barat, di bawahi oleh Bidang Informasi dan Komunikasi yang mempunyai tugas pokok merumuskan petunjuk teknis operasional penyelenggaraan Bidang Informasi dan Komunikasi.

Humas memiliki peranan yang sangat penting dalam instansi pemerintahan, memberikan informasi kepada

masyarakat melalui Publikasi dan pelayanan informasi dan dokumentasi hal-hal yang berkaitan dengan aktivitas dalam Pemerintahan Provinsi Jawa Barat.

2.4.4 Analisa Pelayanan Humas Sarana Komnikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat Kepada Mahasiswa PKL

Menurut Stanton yang dikutip oleh Alma, pelayanan adalah suatu yang diidentifikasikan secara terpisah, tidak berwujud dan ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan, sehingga dapat diambil pengertian bahwa pelayanan merupakan suatu manfaat yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain dan biasanya tidak berwujud.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, system pelayanan adalah suatu kesatuan usaha yang dinamis yang terdiri dari berbagai bagian yang berkaitan secara teratur, di ikuti dengan unjuk kerja yang ditawarkan oleh satu pihak terhadap pihak lain dengan memberikan manfaat, guna mencapai suatu tujuan.

Selama melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di bagian Sarana Komunikasi dan Diseminasi Informasi Diskominfo Jawa Barat, Penulis merasakan sambutan yang ramah dari Kepala Dinas dan Para Pegawai yang membuat penulis merasa nyaman dan penulis diberikan pengarahan-pengarahan yang sangat bermanfaat bagi penulis. Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya penulis

mendapatkan ilmu sesuai dengan kejurusan yang di dalami yaitu Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas.