BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktivitas Praktek Kerja Lapangan

Selama melakukan praktek kerja lapangan penulis melakukan kegiatan atau aktivitas Prakterk Kerja Lapangan (PKL) tersebut yang bertempat di kantor di Dinas Pendapat Daerah Jawa Barat (Dispenda) yang berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No. 528 Bandung bagian kehumasan. Yang dimana, penulis melakukan dan mengikuti dua jenis pekerjaan, yaitu pekerjaan yang bersifat rutin dan yang tidak atau yang bersifat insidentil. Adapun kedua kegiatan tersebut terdaftar dalam tabel dibawah ini :

Tabel 2.1

Aktivitas Praktek Kerja Lapangan

NO	HARI, TANGGAL	KEGIATAN	KETERANGAN	
			Rutin	Insidentil
1	Senin, 15 Juli 2013	- Perkenalan dengan staf Humas Dinas pendapatan Daerah provinsi Jawa Barat - Pengarahan dan	✓	✓

		bimbingan dari pembimbing praktek - Menyusun dokumen	 ✓	✓
NO	**HARI, TANGGAL**	**KEGIATAN**	**KETERANGAN**	
			Rutin	**Insidenil**
2	Selasa, 16Juli 2013	- Apel Pagi - keliping berita - Membuat surat pemberitahuan	✓ ✓ ✓	
3	Rabu, 17Juli 2013	- Apel pagi - Membuat Press Realease - Merapihkan dokumen - Print out	✓ ✓ ✓	 ✓
4	Kamis, 18 Juli 2013	- Apel pagi - Membuat surat - Kliping berita - Menyusun - dokumen penting	✓ ✓ ✓ ✓	

5	Jumat, 19Juli 2013	- Apel pagi - Membuat Evaluasi ulang	✓	✓
6	Senin, 22 Juli 2013	- Apel pagi - Peliputan	✓ ✓	
7	Selasa, 23 Juli 2013	- Apel pagi - Kliping berita	✓ ✓	
8	Rabu, 24 Juli 2013	- Apel pagi - Kliping berita - Menyusun dokumen	✓ ✓	✓
9	Kamis, 25 Juli 2013	- Apel pagi - Kliping Berita - Membuat proposal dinas pendapatan daerah jawa barat (dispenda)	✓ ✓ ✓	
NO	**HARI TANGGAL**	**KEGIATAN**	**KETERANGAN**	
			Rutin	**Insidentil**
10	Jumat, 26 Juli 2013	- Apel pagi - Membuat Buku saku	✓	✓

		- Membuat Evaluasi ulang	✓	
11	Senin, 29 Juli 2013	- Apel pagi - Peliputan	✓ ✓	
12	Selasa, 30 Juli 2013	- Apel pagi - Membuat surat - Kliping berita	✓ ✓ ✓	
13	Rabu, 31 Juli 2013	- Apel pagi - Membuat Press Realease - Merapihkan dokumen - Print out	✓ ✓ ✓	 ✓
14	Kamis, 1 Agustus 2013	- Apel pagi - Kliping berita - Mengucapkan terima kasih sudah melakukan praktek kerja lapangan (PKL)	✓ ✓	 ✓
NO	**HARI TANGGAL**	**KEGIATAN**	**KETERANGAN**	
			Rutin	**Insidentil**
15	Jumat,	- Pengarahan dari pembimbing		✓

	2 Agustus 2013	- Salam kepada seluruh staff humas dinas pendapatan daerah provinsi jawabarat (DISPENDA)		✓

Sumber : Agenda / Catatan PKL Penulis 2013

2.2 Deskripsi Kegiatan Rutin Selama Praktek Kerja Lapangan dan Contoh Kegiatan

Selama PKL penulis melakukan dua jenis kegiatan, yaitu kegiatan yang bersifat rutin dan yang bersifat insidentil. Adapun kedua jenis kegiatan tersebut akan penulis paparkan berikut :

2.2.1 Deskripsi Kegiatan PKL Rutin

Adapun Kegiatan-kegiatan rutin yang dilakukan penulis selama melakukan Praktek Kerja Lapangan di Sub Bagian kehumasan Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat *(Dispenda)* yaitu mengkliping berita, mengagendakan kliping, membuat daftar isi dan membuat press release yang akan di paparkan di bawah ini.

1. Mengkliping Berita

Kegiatan mengkliping berita seputar provinsi jawa barat merupakan tugas rutin penulis pada saat melaksanakan PKL, pengklipingan itu sendiri dilakukan dengan cara mengumpulkan Koran-koran lalu dari Koran tersebut dipilih berita-berita seputar

pemerintah provinsi jawa barat, setelah berita tersebut dipilih lalu di gunting dan ditempel di kertas blanko kliping yang sudah disediakan. Setelah Kliping selesai dibuat lalu berita-berita yang sudah dikliping tersebut dipisahkan antara berita khusus seputar Provinsi Jawa Barat dengan berita-berita seputar jawa barat. Berita khusus seputar Provinsi Jawa Barat lalu di fotocopy.

Fungsi dari kliping berita ialah mengemas ulang bacaan dari surat kabar atau majalah, sedangkan yang dikliping biasanya berupa artikel, berita atau foto. Setelah melakukan pengklipingan maka selanjutnya kliping tersebut di agendakan, apabila kliping sudah terkumpul selama satu bulan maka selanjutnya di buatlah daftar isi berdasarkan sumber berita.

2. Memfotocopy Kliping

Kliping pemberitaan yang di fotocopy yaitu khusus pemberitaan kota bandung, hal ini dilakukan untuk menggandakan dan memisahkan pemberitaan kliping tentang pemerintahan jawa barat. Pemberitaan yang di fotocopy disimpan atau di agendakan secara terpisah dan aslinya disatukan dengan pemberitaan lainnya.

3. Mengagendakan kliping

Setelah kliping selesai dibuat dan sudah difotocopy lalu kliping tersebut dicatat berdasarkan surat kabar secara berurutan lalu di masukan pada buku agenda kliping berita yang disusun

berdasarkan sumber, berita dan jenis berita. Hal ini dilakukan guna diketahui berapa banyak berita yang dimuat oleh suatu surat kabar atau majalah yang berhubungan dengan Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat *(Dispenda)*.

Di halaman berikutnya ini sebagai contoh bukti pekerjaan penulis pada saat melakukan Praktek Kerja Lapangan di Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat *(Dispenda)*. dari tanggal 15 Juli – 2 Agustus 2013.

Gambar 2.1

Contoh Kliping Koran

DINAS PENDAPATAN DAERAH PROVINSI JAWA BARAT

BAGIAN KEHUMASAN

KLIPING BERITA

NOMOR : Hms. 481.1 / I /2013

HARIAN/MINGUAN/ BULANAN : Humas

HAL/KOL/THN : XI / 3-7 / 2013

HARI/TGL/BLN/THN : Senin, 22-07-2013



13 Napi Koruptor Diusulkan Dapat Remisi

Tb Aat Syafaat Tidak Masuk Daftar

SERANG-Sebanyak 13 narapidana kasus korupsi di Banten diusulkan mendapat remisi khusus atau potongan masa tahanan pada Idul Fitri. Para napi itu mendapat potongan masa penahanan 15 hari sampai dua bulan.

Kadiv Pemasyarakatan Kementerian Hukum dan HAM Kanwil Banten, I Nyoman Putra Surya mengatakan, jumlah napi kasus korupsi di Banten sebanyak 51 orang. Mereka semua berada di lembaga pemasyarakatan (Lapas) atau dititipkan ke rumah tahanan (Rutan). "Kita sudah usulkan ke Dirjen Pemasyarakatan Februari lalu. Sekarang sedang diproses, kemungkinan baru turun 6 Agustus," katanya, kemarin.

Para napi yang diusulkan dapat remisi tersebut tersebar di beberapa Lapas dan Rutan, di antaranya Lapas Klas IIA Wanita Tangerang 3 orang, Lapas Kelas IIA Serang 1 orang, Rutan Kelas IIB Serang 1 orang, Rutan Kelas IIB Pandeglang 3 orang, dan Rutan Kelas IIB Rangkasbitung 1 orang.

Dikatakannya, pemberian remisi napi kasus korupsi, terorisme, dan narkotika yang hukumannya di atas lima tahun merupakan keputusan Dirjen Pas. "Napi kasus narkotika yang di bawah lima tahun baru dari Kanwil," jelasnya.

Berdasarkan ketentuan di PP Nomor 99 Tahun 2012 tentang Pemberian Remisi, lanjutnya, ada ketentuan khusus untuk napi korupsi yakni Pasal 34a ayat 1. "Syarat-syarat yang harus dilalui melengkapi persyaratan administrasi, terpidana juga sudah menjalani hukuman 6 bulan secara berturut-turut, sertifikat kelakuan baik, dan bersedia bekerja sama membongkar tindak pidana yang dilakukan seperti yang termuat dalam Pasal 34-a ayat 1," tegasnya.

Sementara itu, untuk mantan Walikota Cilegon Tb Aat Syafaat yang menjadi terpidana kasus korupsi pembangunan Dermaga Pelabuhan Kubangsari pada 2009 sebesar Rp 49,1 miliar, tidak diusulkan mendapat remisi pada Idul Fitri. Sebabnya, Aat yang ditahan di Lapas Klas IIA Serang belum memenuhi persyaratan.

Kepala Lapas Kelas IIA, Serang Farid mengatakan, dirinya tidak hafal berapa jumlah napi yang dapat remisi. Namun Farid memastikan Tb Aat Syafaat tidak mendapatkan remisi. "Tidak mungkin Aat dapat remisi, karena penahanannya dulu pernah dibantarkan," kata Farid.

Farid juga menjelaskan, terpidana Aat Syafaat belum lengkap syarat administrasi untuk dapat remisi, di antaranya harus menjalani penahanan berturut-turut selama 6 bulan. Karena Aat terpidana yang telah divonis 3 tahun 6 bulan penjara ini, baru divonis pada Maret 2013. **(bud)**

Bandung, 22 Juli 2013

Kepala Humas

Soni S Hartaperdana,SE

NIP. 196115071984031007

Sumber : Bagian Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat

2.2.2 Deskripsi Kegiatan PKL Insidentil (Tidak Rutin)

Dalam praktek kerja lapangan Di Divisi Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat *(Dispenda)* selain melakukan kegiatan yang rutin penulis juga diberi tugas yang bersifat insidentil (tidak tetap) kegiatan insidentil yang penulis lakukan yaitu :

1. **Membuat Press Release**

   Press Release menurut ***Soemirat*** dan ***Ardianto 2004*** adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relations* (PR) atau Hubungan Masyarakat (Humas) suatu organisasi atau perusahaan yang disampaikan kepada pengelola pers atau media masa (Tv, Radio, Media Cetak, Media Online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

   Selain itu, pengertian Kegiatan *Press release* adalah suatu produk informasi yang dibuat oleh kegiatan ke-PR-an untuk konsumsi media massa. Untuk memudahkan perkerjaan para awak media, *Press Release* lazimnya ditulis dalam format berita.

   Kegiatan media Relation, dimana hubungan baik antara perusahaan yang diwakili oleh bagian *Public Relations* dalam usaha melakukan kerjasama dengan media-media komunikasi massa yang ada didaerahnya, maupun diluar daerah

perusahaannya. *Press* release itu sendiri adalah "sebuah berita yang disusun oleh sebuah organisasi yang menggambarkan kegiatannya. Dalam membuat *press release* setidaknya harus memenuhi unsur 5W+1H yang dimiliki oleh *news Value* (nilai Berita), dan penyusunannya.

Gambar 2.2

Contoh Press Release

PRESS RELEASE

BAGIAN HUMAS DINAS PENDAPATAN DAERAH

PROVINSI JAWA BARAT

***LAUNCHING* PENINGKATAN PELAYANAN SAMSAT**

Hari/tanggal : Senin, 18 Juni 2012

Pukul : 09.00 WIB

Tempat : Halaman Kantor Dinas Pendapatan Daerah

Provinsi Jawa Barat

Sebagai bukti nyata bahwa jajaran pemerintah Provinsi Jawa Barat terus berupaya melakukan berbagai peningkatan kualitas layanan publiknya di diberbagai aspek, dimana salah satunya pada layanan perpajakan daerah, meliputi Sistem Pokja SAMSAT Kota Bandung, relokasi *drive thru* Kota Bandung III Soekarno Hatta, relokasi SAMSAT outlet Kota Bandung I Pajajaran, penambahan fasilitas layanan *online* pada 12 Kendaraan SAMSAT keliling, 7 layanan SAMSAT *Outlet* Bank Bjb, serta Tanda Nomor Kendaraan Bermotor (TNKB) *online* dalam upaya menjangkau dan mendekatkan pelayanan kepada masyarakat.

Bahwa layanan SAMSAT merupakan instrumen strategis yang mengawal ketercapaian layanan perpajakan di sektor kendaraan bermotor. Selain karena kontribusinya terhadap ketercapaian target pendapatan yang mendominasi sumber pendapatan asli daerah, yaitu sekitar 76%, SAMSAT juga merupakan instrumen konkrit yang akan menunjukkan kualitas birokrasi pemerintah daerah dalam melakukan layanan terbaiknya kepada masyarakat Jawa Barat.

Kepala Dispenda menginformasikan bahwa tahun 2012 ini, jajaran Dispenda telah melakukan penyempurnaan dukungan teknologi informasinya guna menopang pelayanan SAMSAT, melalui sentralisasi pusat data pendukung SAMSAT. Hal tersebut tentunya akan memperkuat *entry point* dalam proses integrasi layanan SAMSAT dengan layanan perbankan berbasis internet, yang telah menjadi kebutuhan keseharian saat ini bagi masyarakat, terutama masyarakat perkotaan yang kian tak terhindarkan dengan layanan nirkabel dunia maya.

Layanan SAMSAT di wilayah Jawa Barat ini, akan memberi kontribusi untuk membangun layanan SAMSAT *online* secara penuh di seluruh Indonesia, seperti yang sudah kita mulai dengan menyepakati layanan outlet terpadu di 3 provinsi, yaitu dengan Provinsi DKI dan Banten, yang telah beroperasi sejak awal tahun 2011 lalu.

Kebijakan Gubernur Jawa Barat yang tertuang dalam Peraturan Nomor 67 Tahun 2012 tentang Pembebasan Pokok dan Sanksi Administratif untuk BBNKB, yang didalamnya memberlakukan tarif 0% untuk BBNKB kepemilikan kedua dan seterusnya, yang akan segera berakhir pada tanggal 30 Juni 2012 ini. Kemudahan ini, akan bermanfaat untuk tertib administrasi kepemilikan kendaraan bermotor di wilayah Jawa Barat. Terlebih lagi, sejak 2 Januari 2012 yang lalu, pemerintah daerah telah memberlakukan pengenaan pajak progresif untuk kepemilikan kendaraan bermotor yang kedua dan seterusnya, sesuai ketentuan Perda Nomor 13 tahun 2011 tentang Pajak Daerah. Penerimaan pajak provinsi di sektor kendaraan bermotor dan bahan bakar, sangat signifikan memberikan andil terhadap kapasitas PAD kabupaten/kota, melalui bagi hasil perpajakan yaitu 30 % untuk PKB dan BBNKB serta 70 % untuk pajak bahan bakar kendaraan bermotor. Kiranya keberhasilan pengelolaan perpajakan ini, dapat semakin didukung melalui beberapa hal.

pertama, dengan meningkatkan partisipasi melalui aparat pemerintah kabupaten/kota hingga desa dan kelurahan, dalam melakukan sosialisasi ketaatan wajib pajak kendaraan dalam memenuhi ketentuan

perpajakan daerah, sehingga akan terus menjamin ketercapaian target pendapatan daerah. Untuk hal tersebut, Saya memberi apresiasi kepada beberapa kepala daerah yang telah berinisiatif dalam memberi dukungan kendaraan operasional SAMSAT keliling untuk menambah kemampuan jangkauan layanan pajak ke daerah-daerah yang belum tersedia sentra SAMSAT pembantunya, seperti halnya telah dilakukan oleh pemerintah daerah Cianjur dan pemerintah Karawang.

Kedua, dengan memanfaatkan alokasi bagi bagi hasil pajak daerah provinsi dari kendaraan bermotor untuk turut memperkuat kualitas infrastruktur jalan serta moda transportasinya. Sejalan dengan amanat Undang-Undang Nomor 28 tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, sekurang kurangnya 10% dari pendapatan yang diperoleh, dialokasikan untuk hal tersebut.

Ketiga, walaupun pemerintah daerah akan terus tertopang oleh penerimaan pendapatan pajak kendaraan, namun kita harus terus berupaya melakukan perbaikan penyediaan layanan moda transportasi secara massal. Oleh karena itu, Saya berharap tidak akan tumbuh paradoksal yang tidak perlu, antara peningkatan pendapatan daerah dari kendaraan bermotor, penambahan jumlah kendaraan yang terus tumbuh, namun kualitas infrastruktur jalan dan modal transformasinya semakin tidak berkemampuan baik dalam mengelola kerumitan sistem transformasi daerah.

2. Mengikuti Kegiatan Kepala Dinas Dan Jajarannya

Selama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan penulis tidak hanya melakukan kegiatan dikantor akan tetapi penulis pun di ajak mengikuti kegiatan di lapangan yang di lakukan oleh Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, kepala dinas dan wakil kepala dinas. Seperti ikut serta dalam suatu wawancara di sebuah radio swasta di kota bandung yaitu radio raka. dimana pembahasan nya itu tentang efektivitas Kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka upaya untuk memberikan pemahaman dan himbauan agar masyarakat pemilik kendaraan bermotor taat akan kewajibannya untuk membayar Pajak , SWDKLLJ dan melakukan pengesahan STNK tepat pada waktunya atau sebelum tangal jatuh tempo.

Dalam dialog interaktif tersebut berbagai pertanyaaan disampaikan oleh pendengar setia diantaranya masalah kelengkapan kendaraan seperti STNK dan SIM bagaimana cara pengurusannya, kepada Dispenda ditanyakan bagaimana seandainya seseorang memiliki mobil lebih dari satu apakah dikenakan tarif pajak progresif sedangkan pertanyaan untuk Jasa Raharja kebanyakan masalah tata cara pengurusan santunan.

Selain pertanyaan masalah kecelakaan, juga ada yang menanyakan tentang tanggung jawab sosial Jasa Raharja terhadap lingkungan masyarakat. Dijelaskan bahwa selain menyantuni korban kecelakaan

Jasa Raharja juga punya tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, konsumen , masyarakat , stakeholder dengan kegiatan CSR (Cooporate Social Resposibility) yang meliputi antara lain dengan melakukan berbagai upaya Penanggulangan Kecelakaan dan Pencegahan terjadinya Kecelakaan serta Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan.

Kegiatan tersebut merupakan salah satu kegiatan yang di lakukan oleh humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat (Dispenda). Dimana dalam menjalankan kegiatan tersebut humas sangatlah berperan penting agar kegiatan tersebut berlangsung dengan baik dan mempublikasikan kepada masyarakat melalui media dan sebagainya. Dalam pelaksanaan kegiatan tersebut, bagian Humas pun dibagi menjadi tiga Sub Bagian yaitu Sub Bagian Protokol yang dimana berfungsi menyusun kegiatan acara, Sub Bagian Tata Usaha Pimpinan yang berfungsi sebagai pengatur tentang teknis operasional pelayan dan pengolahan Bagian Humas, dan Sub Bagian Publikasi dan Pemberitaan yang berfungsi untuk mendokumentasikan, mempublikasikan dan memberitakan tentang kegiatan Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, Jadi dalam serangkaian kegiatan tersebut, merupakan hasil kerjasama yang di lakukan oleh Bagian Humas agar terciptanya kegiatan yang baik dan lancar.

3. Mendokumentasikan Kegiatan Kepala Dinas, dan Jajarannya

Selain mengikuti kegiatan tersebut, penulis pun mendokumentasikan kegiatan-kegiatan mereka. Adapun kegiatan-kegiatan yang di dokumentasikan oleh penulis dan pegawai Sub Bagian Publikasi dan Pemberitaan, yakni :

Pada saat pertama melakuan Praktek Kerja Lapangan , penulis di ajak mengikuti kegiatan wawancara kepala bagian humas, mengenai efektivitas Kegiatan tersebut dilakukan dalam rangka upaya untuk memberikan pemahaman dan himbauan agar masyarakat pemilik kendaraan bermotor taat akan kewajibannya untuk membayar Pajak , SWDKLLJ dan melakukan pengesahan STNK tepat pada waktunya atau sebelum tangal jatuh tempo.

Gambar 2.3

Wawancara Kepala Dinas Beserta Jajarannya Di Radio Raka Bandung



Sumber : Bagian Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, 2013.

Selain diberi kesempatan untuk membuat press release dan mengikuti kegiatan wawancara dengan radio Raka Fm, penulis juga diberi kepercayaan untuk membuat buku saku bulanan untuk para karyawan. dimana isinya tersebut yaitu seputar aktivitas dan kegiatan pegawai dalam satu bulan. di dalamnnya terdapat angket dan data data tentang kehumasan dari Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat. Dengan adanya buku saku bulanan ini para karyawan dapat mendapat informasi tentang kegiatan yang dilakukan oleh Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat selama 1 bulan penuh.

4. Membuat Buku Saku Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa barat

Gambar 2.4

Cover Buku Saku Bulanan

Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat



Sumber : Catatan Peneliti 2013

2.3 Deskripsi Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat

2.3.1 Pengertian Hubungan Masyarakat (HUMAS) / *Public Relations*

Hubungan masyarakat atau sering disingkat Humas *(Public Relation)* adalah seni menciptakan pengertian public yang lebih baik sehingga dapat lebih memperdalam kepercayaan public terhadap suatu individu maupun organisasi. Menurut IPRA (*International Public Relation Association*) Humas adalah fungsi manajemen dari ciri yang terencana dan berkelanjutan melalui organisasi dan lembaga swasta atau public untuk memperoleh pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang terkait dengan penitian opini public diantara mereka.

Mengutip definisi Humas *Joice J. Gordon* yang diintisarikan dalam buku *Efectiff Public Relation*. Humas memiliki fungsi dan peran mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik.

Humas di pemerintahan dengan demikian dapat disimpulkan menjadi pembeli informan kepada masyarakat sekaligus penghubung antara pemerintahan dan masyarakat. Hal ini bisa difahami karena pemerintah agen dari masyarakat itu sendiri, masyarakat memberikan haknya untuk diwakilkan kepada orang-orang pemerintahan dan diselenggarakan dengan sebaik-baiknya. Maka suatu kewajaran apabila suatu pemerintahan harus tetap terhubung dengan masyarakat dan setiap aspeknya menyentuh langsung pada kehidupan masyarakat.

Humas menjadi palang pintu menjadi hubungan yang harmonis antara pemerintah dan masyarakat

Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan keterkaitan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti. Humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara terncana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara organisasi dan masyarakat.

Dalam melaksanakan tugasnya humas memiliki tugas, diantaranya:

a. mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi masyarakat.
b. Kegiatan memberikan nasihat untuk menindaklanjuti apa yang sebaiknya dilakukan oleh instansi/lembaga pemerintah.
c. Memberikan penerangan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga pemerintah/instansi yang bersangkutan.

Public Relations adalah Fungsi manajemen yang menilai sikap publik. Menyatakan kebijaksanaan dan prosedur dari Individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan program kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan dari publiknya. Sedangkan menurut *Betrand R Canfield*, *Public Relations* adalah

Falsafah dan fungsi-fungsi manajemen yang diekspresikan melalui kebijaksanaan dan kegiatan-kegiatan untuk melayani kepentingan publik, melakukan kegiatan komunikasi bagi publiknya untuk menciptakan pengertian dan *Goodwill* dari publiknya.

Esensi *Public Relations* menurut Rachmadi (1992:20):

1. *Public Relations* merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untukmemperoleh *Goodwill,* kepercayaan, saling pengertian, dan citra yang baik dari Publik/Masyarakat.
2. Sasaran *Public Relations* adalah menciptakan opini Publik yang *pavorable,* menguntungkan semua pihak.
3. *Public relations* merupakan unsur yang sangat penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi atau perusahaan
4. *Public Relation*s adalah usaha yang kontinu untuik menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan dengan masyarakat dengan melalui suatu proses komunikasi timbal balik. Hubungan yang harmonis ini timbul dari adanya *mutual confidence*, dan *image y*ang baik. Ini semua langkah-langkah yang ditempuh *Public Relations* untuk mencapai hubungan yang harmonis.

Dari penjelasan di atas dapat di tarik kesimpulan mengenai peranan humas 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.

2.3.2 Tujuan Humas

Tujuan utama dari kegiatan Departemen *Public Relations* dalam sebuah lembaga atau organisasi atau perusahaan adalah menciptakan Citra perusahaan *(Corporate Image).* Untuk menciptakan *Image* perusahaan ini, sudah tentu Citra yang positif, bukan Citra yang negatif. Untuk menciptakan Citra itu harus dilakukan berbagai cara semua cara yang harus dilakukan adalah cara atau kegiatan yang dilakukan oleh kegiatan komunikasi.

Sedangkan menurut para ahli tujuan *Public Relations* yaitu ;

1. Charles S. Steinberg:

   Menciptakan opini publik yang *Favorable* tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan.

2. Frank Jefkins :

   Meningkatkan Favorable image atau citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali unfavorable image atau image yang buruk terhadap organisasi tersebut.

3. Dimock Marshall Cs :

   a. secara positif ; berusaha untuk mendapatkan dan menambah penilaian dan *goodwill* suatu organisasi atau badan.

b. secara Defensif ; berusaha untuk membela diri terhadap pendapat masyarakat yang bernada negatif, bilamana diserang, dan serangan itu kurang wajar, padahal organisasi atau badan kita tidak salah. (hal ini biasa terjadi akibat kesalah pahaman). Dengan demikian tindakan ini adalah salah satu aspek penjagaan atau pertahanan.

Empat hal prinsif dari tujuan Public Relations :

1. Menciptakan Citra yang baik
2. Memelihara Citra yang baik
3. Meningkatkan Citra yang baik
4. Memperbaiki citra jika citra organisasi kita menurun atau rusak.

Berdasarkan penjelasan diatas Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat pun berkewajiban menjaga citra atau *Image* di Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, dan hal tersebut sudah dilakukan oleh Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat. Hal tersebut penulis amati selama PKL. Untuk menjaga citra Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, Humasnya selalu menjaga dan menjalin Hubungan baik dengan para *Pers* atau wartawan. Hal itu penulis lihat ketika PKL, setiap ada Wartawan yang datang Humas disana selalu menyambut para Wartawan dengan baik dan ramah, dan apabila ada berita yang kurang baik tentang Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, dengan sigap Humasnya langsung mengadakan jumpa *pers* dan melakukan kralisifikasi

agar hal tersebut tidak berlarut dan tidak menimbulkan citra yang buruk. Hal lain yang Penulis amati selama PKL yaitu dalam melayani Masyarakat atau tamu yang datang Humas ke Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat selalu melayani tamunya dengan ramah.

2.3.3 Kegiatan Humas

Berkaitan dengan siklus hidup organisasi serta *Public relations* sebagai fungsi manajemen dan unit kerja organisasi, maka tahap perkembangan organisasi yang berbeda melahirkan bentuk kegiatan *Public Relations* yang berbeda pula. Gregory (dalam yosal Iriantara, 2004b:16) menggambarkan hal tersebut sebagai berikut :

Humas atau Public Relations adalah bagian dari Ilmu Komunikasi, khususnya Komunikasi Massa (Mass Communication), kegiatan Public Relations dalam kegiatan komunikasi massa yaitu yang meliputi kegiatan jurnalistik, public Relations, Penerangan, Propaganda, Agitasi, Periklanan, Retorika, Publicity, Pameran dan Komunikasi Internasional.

Karena kegiatan public Relations itu adalah menghadapi publik, dengan kata lain untuk menciptakan agar perusahaan tersebut itu positif dimata publik, maka harus dilakukan beberapa teknik. Harus digunakan beberapa media, apakah itu media komunikasi persona, kelompok maupun media komunikasi massa.

Media komunikasi yang digunakan, dapat digunakan juga dalam kegiatan Public Relations atau Humas. Menurut Santoso, media Komunikasi yang digunakan atau dapat digunakan dalam kegiatan Public Relations antara lain :

Dalam melakukan kegiatannya Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat untuk menghadapi Publik juga menggunakan kedua media tersebut (gambar 2.3.2. Media Komunikasi). Pada media umum yang sering digunakan yaitu melalui Surat dan Telepon seluler sedangkan pada media massa semuanya digunakan terutama yang sering sekali yaitu melalui Pers.

Kegiatan lainnya yang dilakukan yaitu:

1. Membuat *press release*
2. Mengliping
3. Meliput acara
4. Dan sebagainya

2.3.4 Fungsi Humas

Berikut ini merupakan fungsi Humas menurut beberapa ahli yaitu :

a. Betrand R. Canfield

- *Its should serve the public's interest* (mengabdi kepada kepentingan publik)

- *Maintain good communication* (memelihara komunikasi yang baik)
- *And stress good morals and manners* (menitik beratkan moral dan tingkah laku yang baik).

b. Cutlip and Center

- *To ascertain and evaluate public opinion as it relates to his organization* (menjamin dan menilai opini publik yang ada dari organisasi)
- *To counsel executives on ways of dealing with public opinion as it exist* (untuk opini publik yang ada)
- *To use communication to influence public opinion* (untuk menggunakan komunikasi dalam rangka mempengaruhi opini publik).

Selain yang dipaparkan oleh para ahli diatas *Public Relations* juga mempunyai fungsi yaitu ;

- Menyampaikan kebijaksanaan manajemen kepada publik
- Menyampaikan opini publik kepada manajemen

2.4 Analisa kegiatan dalam PKL

Kesuksesan suatu Perusahaan, Organisasi maupun Instansi Pemerintahan tidak terlepas dari campur tangan Seorang Public Relations atau Humas, karena Humas merupakan ujung tombak maju mundur atau keberhasilan suatu Perusahaan, Organisasi maupun Instansi Pemerintahan.

Public Relations menurut M.O. Palapah dan Atang Syamsudin adalah "Bentuk Spesialisasi Komunikasi yang bertujuan untuk memajukan saling mengerti dan bekerjasama antar semua publik yang berkepentingan guna mencapai keuntungan dan kepuasan bersama" (Palapah dan Syamsudin 1983 :18).

Begitu pula dengan Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat yang membina hubungan baik dengan publik internal maupun dengan publik eksternal. Dengan publik eksternal Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat mampu membina hubungan dengan Kepala Bagian Dinas dan Staf-staf yang ada di Instansi Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat dan dengan publik eksternal seperti dengan para Wartawan atau Perss serta dengan Masyarakat Provinsi Jawa Barat Pada umumnya dan semua itu sesuai dengan pengertian *Public Relations* yang di ungkapkan oleh Palapah dan Syamsudin diatas.

Adapun kegiatan Internal yang dilakukan oleh Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat antara lain :

1. Mengikuti apel pagi yang wajib di ikuti setiap pagi hari,
2. Meliput setiap kegiatan yang diadakan di Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat. Seperti :
   - Kunjungan ke radio RAKA FM .
3. Mengadakan dan mengikuti rapat yang diadakan oleh Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat. Seperti :

- Kegiatan rapat rutin Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat yang dilaksanakan secara berkala oleh bapak kepala dinas Dispenda beserta sekertaris dispenda prihal pelaksanaan kegiatan di Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat “.

4. Membuat *Press Release* dari setiap kegiatan yang dilakukan Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, baik yang bersifat Eksternal maupun Internal.
5. Memberikan laporan berkala kepada kepala dinas Dispenda tentang semua kegiatan yang diadakan Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat.

Kegiatan eksternal yang dilakukan oleh Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat :

1. Mengadakan *Konfrensi perss* dengan para Wartawan
2. Mengadakan sosialisasi pada Masyarakat Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, seperti :

Mengadakan Kegiatan yang dilakukan dalam rangka upaya untuk memberikan pemahaman dan himbauan agar masyarakat pemilik kendaraan bermotor taat akan kewajibannya membayar Pajak , SWDKLLJ dan melakukan pengesahan STNK tepat pada waktunya atau sebelum tangal jatuh tempo.

Dari kedua kegiatan Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat yaitu kegiatan internal dan eksternal, menurut penulis sudah ideal dalam

melaksanakan tugas ataupun kegiatannya. Karena menurut penulis setiap kegiatan yang dilakukan oleh Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat sudahlah baik karena adanya komunikasi dan Hubungan yang baik antara Publik internal dan publik Eksternal sehingga menghasilkan kegiatan Internal dan eksternal. sesuai dengan yang di kemukakan oleh Beardsley. Pentingnya komunikasi antara organisasi dengan publiknya itu dikemukakan dengan baik oleh mantan ketua *Public Relatons Society of America (PRSA)* tahun 1995. John Beardsley (2004). Menurut dia, dalam masyarakat komunikatif, mereka yang gagal atau tidak bisa berkomunikasi akan segera dilupakan. Ungkapan tersebut dengan sendirinya menunjukan betapa pentingnya komunikasi yang dilakukan organisasi.

Menurut penulis kegiatan-kegiatan Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat sudah ideal juga karena Humasnya yang mampu berkomunikasi dengan baik dengan publik-publiknya serta sudah sesuai dengan peranan seorang Humas. Karena Humas itu menghubungkan organisasi dengan publiknya.

Alasan lainnya mengapa Penulis bisa menyebutkan sudah idealnya pekerjaan atau kegiatan Humas Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat karena sesuai dengan tugas- tugas *Public Relations* yang diungkapkan oleh Oxley (1987:12-13) mencangkup :

1. Memberi saran kepada manajemen tentang semua perkembangan internal dan eksternal yang mungkin mempengaruhi hubungan organisasi dengan Publik-Publiknya;

2. Meneliti dan menafsirkan untuk kepentingan organisasi, sikap publik-publik utama pada saat ini atau antisipasi sikap Publik-Publik utama terhadap organisasi;
3. Bekerja sebagai penghubung (liaison) antara manajemen dan Publik-Publiknya; dan
4. Member laporan berkala kepada manajemen tentang semua Kegiatan yang mempengaruhi hubungan publik dengan organisasi.

a. Analisa Pelayanan Humas pada Mahasiswa PKL

Selama melakukan PKL penulis merasakan suasanan yang nyaman, menyenangkan. Hal itu dapat penulis rasakan karena perlakuan para karyawan atau Staf-Staf Humas yang ramah tamah. Selama PKL penulis diperlakukan sama dengan para Staff, itu Penulis Rasakan karena ketika kunjungan ke radio raka penulis mendapatkan pengalaman dan wawasan tentang wajib pajak kendaraan. Penulis juga diberi kesempatan untuk mengikuti kegiatan yang diadakan Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Jawa Barat, seperti kegiatan peliputan dan wawancara karena pada saat Penulis PKL bertepatan dengan kunjungan ke radio RAKA FM Bandung.

Selain itu juga penulis diberi kesempatan untuk meliput kegiatan-kegiatan lainnya seperti samsat keliling, Dalam peliputan tersebut penulis di beri tugas mencatat jalannya kegiatan pelayanan

Samsat Keliling tersebut, dari pertama dimulai sampai dengan selesai tepatnya dari pukul 09.00-12.30 WIB. Penulis juga diberi kepercayaan untuk mengolah data hasil peliputan tersebut yang kemudian dibuat *Press releasenya*. Bila penulis mengalami kesulitan, hambatan ataupun hasil yang kurang sempurna pihak Humas mengoreksi dari hasil yang telah penulis lakukan. Seperti dalam pembuatan *press release* penulis diberi arahan bagaimana cara membuat *press release* nya seperti dalam pemilihan kata-kata dan sebagainya. Hal tersebut menjadi pembelajaran dan acuan bagi penulis agar dapat lebih baik lagi dimasa yang akan datang, khususnya dalam bidang Humas terutama pada kerja nyatanya.