# BAB II

# PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

## 2.1 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Pada tanggal 3 Agustus 2015 sampai dengan 4 September 2015 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT Indonesia Comnets Plus (Persero) Bagian *Public Relations* yang terletak di Jl. Jend Gatot Subroto Kav 42, Wisma Mulia Lt. 50-51, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12170. Praktek kerja dilakukan setiap hari Senin sampai dengan Jumat dimulai pukul 07.30 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Selama melakukan praktek kerja di PT Indonesia Comnets Plus (ICON+) Bagian *Public Relations*, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan baik itu kegiatan rutin maupun kegiatan yang berbeda hampir setiap harinya atau insidentil.

Kegiatan rutin selama menjalani Praktek Kerja Lapangan diantaranya membuat sebuah penelitian mengenai produk serta pelayanan PT Indonesia Comnets Plus, sehingga menyebarkan angket penelitian dan menyusun laporan menjadi salah satu kegiatan rutin yang dilakukan.

Selain itu, penulis rutin dilibatkan dalam setiap kegiatan eksternal seperti pada beberapa *event* atau acara yang melibatkan *Public Relations* PT Indonesia Comnets Plus (ICON+) seperti Acara Santunan kepada Anak Yatim di Kantor PT Indonesia Comnets Plus (ICON+) Cinere, Gandul, Acara Rapat Koordinasi AP PT PLN (Persero) di Kantor PT Indonesia Comnets.

Hasil liputan kemudian dilanjutkan dengan membuat Portal Berita (*Press Release*) dari setiap kegiatan tersebut.

Adapun kegiatan insidentil yang dilakukan selama masa praktek kerja yaitu, pengenalan tata tertib PKL di PT Indonesia Comnets Plus, membantu Humas mempersiapkan *In House Training* "ICON+ Berintegritas", membantu Humas mempersiapkan Rapat Agenda Forum Endorsement Tim Portofolio RKAP di Kantor ICON+ regional Jabar (Bandung), membantu Humas mempersiapkan acara Kunjungan Studi Excursi *Campus Goes To ICON+*, latihan merevisi berbagai dokumen dan surat penting PT Indonesia Comnets Plus, membuat lampiran daftar penerima beasiswa PT Indonesia Comnets Plus.

## 2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Selama kegiatan Praktek Kerja Lapangan di PT Indonesia Comnets Plus (ICON+) bagian *Public Relations*, penulis melakukan dua jenis yaitu kegiatan yang bersifat rutin (harian, bulanan, dan tahunan) dan kegiatan insidentil yang terdapat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2.1

Daftar Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

| NO | TANGGAL | KEGIATAN | SIFAT | |
|---|---|---|---|---|
| | | | RUTIN | INSIDENTIL |
| 1. | 03/08/2015 | ✓ Pengenalan tata tertib PKL | | √ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | di PT Indonesia Comnets Plus (ICON+)<br>✓ Membuat draft daftar komunitas utama dan SK PT Indonesia Comnets Plus | | √ |
| 2. | 04/08/2015 | ✓ Merevisi draft daftar Komunitas Utama yang telah diketahui direksi ICON+ | | √ |
| 3. | 05/08/2015 | ✓ Latihan merevisi portal berita sesuai dengan standar penulisan berita Humas | √ | |
| 4. | 06/08/2015 | ✓ Membantu Humas mempersiapkan *In House Training* "ICON+ Berintegritas" di Gedung YTKI (hari pertama acara) | | √ |
| 5. | 07/08/2015 | ✓ Membantu Humas mempersiapkan *In House Training* "ICON+ Berintegritas" di Gedung YTKI (hari kedua acara) | | √ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 6. | 10/08/2015 | ✓ Pengenalan Rencana Kerja Program Kemitraan dan Partisipasi Pemberdayaan Limgkungan<br>✓ Membuat draft Visi Misi CSR | | √<br>√ |
| 7. | 11/08/2015 | ✓ Membuat narasi profil Direksi Perusahaan.<br>✓ Mencar*i florist* untuk ucapan belasungkawa rekan kantor. | | √<br>√ |
| 8. | 12/08/2015 | ✓ Menyusun katalog *florist* untuk apresiasi ke pelanggan<br>✓ Membuat *rundown* acara studi excursi<br>✓ Peliputan acara santunan kepada anak yatim di Kantor ICON+ Cinere, Gandul | √ | √<br>√ |
| 9. | 13/08/2015 | ✓ Menulis berita kegiatan santunan kepada anak yatim di Kantor ICON+ | √ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Cinere, Gandul<br>✓ Menulis rencana kegiatan RKAP AP PT PLN 2016 | | √ |
| 10. | 14/08/2015 | ✓ Membuat resume CSR<br>✓ Menulis *schedule* konfirmasi peserta Rakor Agenda Forum RKAP Bandung | | √<br>√ |
| 11. | 17/08/2015 | ✓ Membantu Humas mempersiapkan upacara 17 Agustus di Kantor ICON+ Gandul | | √ |
| 12. | 18/08/2015 | ✓ Membuat papan nama Divisi Tim Portofolio RKAP 2016 untuk rapat koordinasi AP PT PLN (Persero) | | √ |
| 13. | 19/08/2015 | ✓ Berangkat ke Bandung dan melihat lokasi Rapat Koordinasi Forum AP PT PLN (Persero) dan menata serba-serbi rapat (H-1) | | √ |
| 14. | 20/08/2015 | ✓ Membantu Humas | | √ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | mempersiapkan Rapat Agenda Forum Endorsement Tim Portofolio RKAP di Kantor ICON+ regional Jabar (Bandung) | | |
| 15. | 21/08/2015 | ✓ Check data acara Rapat Agenda Forum Koordinasi Endorsement Tim Portofolio RKAP (merekap data) | | √<br><br>√ |
| 16. | 24/08/2015 | ✓ Membuat portal berita acara Rapat Koordinasi AP PT PLN (Persero)<br>✓ Menyusun RAB pelaksanaan seminar ICON+ dan CSR tingkat nasional | √ | <br><br>√ |
| 17. | 25/08/2015 | ✓ Acara Kunjungan Studi Excursi *Campus Goes To ICON+* Mahasiswa FSM/Informatika Universitas Diponegoro di | | √ |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Kantor ICON+ Cinere, Gandul | | |
| 18. | 26/08/2015 | ✓ Membuat portal berita tentang Studi Excursi Mahasiswa FSM/Informatika *Campus Goes To ICON+* | √ | |
| 19. | 27/08/2015 | ✓ Mengantar Annual Report Perusahaan (ICON+) tahun 2014 ke Bursa Efek Indonesia | | √ |
| 20. | 28/08/2015 | ✓ Membuat Ode/Syair untuk Ibu Erida Eriyanti sang *Founding Mother* ICON+ yang akan pensiun | | √ |
| 21. | 31/08/2015 | ✓ Membuat rekapan ulang data survey ICONNews tahun 2014<br>✓ Acara perpisahan Ibu Erida Eriyanti *(Founding Mother ICON+)* | | √<br>√ |
| 22. | 01/09/2015 | ✓ Membuat portal berita tentang kegiatan | √ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | Pengibaran Bendera Merah Putih oleh ICONers pada 17 Agustus 2015 | | |
| 23. | 02/09/2015 | ✓ Merevisi survey Efektivitas ICONews dan Web Based Portal ICON+<br>✓ Menyusun RAB Seminar ICON+ Tingkat Nasional | | √<br>√ |
| 24. | 03/09/2015 | ✓ Hari pertama Kegiatan Rapat Koordinasi ICON+ di Hotel Mercure, Alam Sutera, Bumi Serpong Damai | | √ |
| 25. | 04/09/2015 | ✓ Hari kedua Kegiatan Rapat Koordinasi ICON+ di Hotel Mercure, Alam Sutera, Bumi Serpong Damai | | √ |

### 2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

Kegiatan rutin adalah kegiatan dengan prosedur yang teratur dan tidak berubah-ubah.

Pelaksanaan praktek kerja lapangan di PT Indonesia Comnets Plus (ICON+), penulis ditugaskan untuk melaksanakan beberapa kegiatan rutin:

a. Peliputan kegiatan/acara yang berlangsung diadakan oleh PT Indonesia Comnets Plus.

   Tugas peliputan berita kegiatan merupakan kegiatan yang sangat berkaitan dalam keilmuan komunikasi. Tugas peliputan berita memungkinkan seorang Humas memiliki nilai tambah dalam hal *skill*. Seorang Humas harus pandai dan cekatan dalam hal meliput kegiatan perusahaannya karena ditangan Humas lah segala acara internal dan eksternal perusahaan dijelaskan bagaimana citranya.

   1. Peliputan acara perpisahan *Founding Mother* PT Indonesia Comnets Plus yang akan pensiun.

Gambar 2.1




Peliputan acara perpisahan Ibu Erida Eriyanti sang *Founding Mother* PT Indonesia Comnets Plus pada tanggal 31 Agustus 2015 dilaksanakan di Aula PT Indonesia Comnets Plus Wisma Mulia lantai 50, Jl. Jenderal Gatot Subroto No.42, Jakarta Selatan. Perpisahan sang *Founding Mother* yang telah 15 tahun mendedikasikan dirinya berjuang akan kesuksesan PT Indonesia Comnets Plus dikarenakan umur beliau lah yang mengharuskannya beristirahat dan memegang peran sebagai seorang Ibu dan Nenek bagi keluarganya. Acara tersebut dihadiri oleh seluruh Iconers (sebutan untuk para pegawai PT Indonesia Comnets Plus).

2. Peliputan Rapat Koordinasi Kerja Anak Perusahaan PT PLN (Persero) di Kantor PT Indonesia Comnets Plus Regional Jawa Barat.

Gambar 2.2




Peliputan rapat koordinasi kerja Anak Perusahaan PT PLN (Persero) pada tanggal 20 Agustus 2015 dilaksanakan di Kantor PT Indonesia Comnets Regional Jawa Barat bertempat di Jalan WR Supratman Bandung. Dalam rangka merencanakan program kerja para anak perusahaan PT PLN (Persero) di tahun 2016 nanti, rapat koordinasi kerja tersebut dihadiri oleh para anak perusahaan PT PLN (Persero) seperti PT Indonesia Comnets Plus, PT Indonesia Power, dan lain-lain.

b. Membuat portal berita tentang kegiatan/acara yang berlangsung diadakan oleh PT Indonesia Comnets Plus.

Berita berasal dari bahsa sansekerta *"Vrit"* yang dalam bahasa Inggris disebut *"Write"* yang arti sebenarnya adalah "Ada" atau

"Terjadi". Ada juga yang menyebut dengan *"Vritta"* artinya "kejadian" atau "Yang Telah Terjadi". Menurut kamus besar, berita berarti laporan mengenai kejadian atau peristiwa yang hangat. Berita adalah laporan tercepat mengenai fakta atau ide terbaru yang benar, menarik dan atau penting bagi sebagian besar khalayak, melalui media berkala seperti surat kabar, radio, televisi, atau media on-line internet.

Dalam tugasnya mengumpulkan berita-berita penting perusahaan dan mengkaji berita tersebut hingga menjadi hal yang menarik, seorang Humas harus pandai membuat suatu portal berita. Kegiatan membuat portal berita adalah kegiatan Humas lanjutan dari kegiatan peliputan berita. Kegiatan membuat portal berita oleh Humas sangat erat kaitannya dengan pencitraan perusahaan baik di internal maupun di eksternal. Portal berita perusahaan yang baik tentu akan menarik minat, meningkatkan motivasi kinerja karyawan dan meningkatkan pandangan khalayak terhadap perusahaan.

1. Membuat portal berita ICONNews tentang rapat koordinasi kerja Anak Perusahaan PT PLN (Persero).

**Rapat Agenda Forum Endorsement Tim Portofolio Atas RKAP 2016 AP PT PLN (Persero)**

Dalam persiapan endorsement tim portofolio atas RKAP Tahun 2016 anak perusahaan PT PLN (Persero), Kantor ICON Plus Regional Jawa Barat yang terletak di Jl. Supratman, Bandung

berperan sebagai tuan rumah rapat koordinasi tersebut. Acara yang dilaksanakan pada 20 Agustus ini bertujuan untuk melakukan endorsement portofolio atas RKAP anak perusahaan PT PLN (Persero) 2016 sebelum adanya RUPS. (20/8)

"Rapat forum ini dijadwalkan dua hari pada 20 – 21 Agustus 2015 tetapi atas kehendak dari para peserta rapat, acara ini terlaksana marathon dari pukul 09.00 – 20.30 pada 20 Agustus dan alhamdulillah lancar." ujar Titik Riana selaku Humas ICON Plus.

Dihadiri oleh 50 peserta yang terdiri dari Direksi, Kadiv, dan Iconers, acara rapat marathon ini berlangsung lancar. Dalam forum ini dilakukan pengarahan dari Direksi dan presentasi dari masing-masing Kadiv anak perusahaan PT PLN (Persero). Rapat koordinasi forum yang diawali dengan menyanyikan lagu Indonesia Raya oleh seluruh peserta rapat ini berakhir dengan penutupan pada pukul 20.30 WIB.

Guna membangun good relations dan sense of belongings terhadap perusahaan, dalam rapat koordinasi anak perusahaan PT PLN (Persero) diadakan pula acara santai bersama berupa *breakfast*, foto bersama, *coffee break*, *lunch*, dan *dinner*.

2. Membuat portal berita ICONNews tentang kegiatan Campus Goes To ICON+.

**Kunjungan Mahasiswa UNDIP ke Dapur ICON+**

Sebagai salah satu bentuk program CSR dalam bidang pendidikan, ICON+ menyambut kedatangan Mahasiswa FSM/Informatika Universitas Diponegoro Semarang di kantor ICON+ Gandul dalam kegiatan bernama Studi Excursi *Campus Goes To ICON+* (25/8).

Dalam kegiatan ini, para narasumber yang terdiri dari beberapa Manajer dan beberapa Supervisor mempresentasikan penjelasan seputar ICON+, di antaranya tentang fungsi divisi operasi ICON+, Contact Center ICON+ dan PLN 123, lalu diselingi sesi tanya jawab yang komunikatif.

"Acaranya serius tapi santai, edukatif banget langsung paham penjelasannya. Ada praktek langsung masang kabel fiber optic juga tambah seru deh" ujar Hilmi, mahasiswa UNDIP Semarang.

Kegiatan edukatif yang berlangsung lancar tersebut dirangkai dengan site visit ke NOC, Data Center, Contact Center dan VSAT ICON+. Mahasiswa UNDIP juga diperlihatkan dan mempraktekkan *live education* penyambungan kabel Fiber Optic yang dipandu oleh Verry Mulyawan. Studi Excursi Campus Goes To ICON+ ditutup dengan foto bersama ICONers dengan mahasiswa Universitas Diponegoro yang dilakukan di lobby kantor ICON+ Cinere, Gandul.

### 2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidentil

Kegiatan insidentil adalah kegiatan yang terjadi atau dilakukan hanya pada kesempatan atau waktu-waktu tertentu saja, tidak secara tetap atau rutin. Tugas Insidental yaitu tugas yang dilaksanakan pada waktu dan kedaan tertentu, antara lain: menyiapkan agenda rapat, menyiapkan laporan, pidato atau pernyataan pimpinan, mengoreksi bahan cetakan seperti brosur, undangan, prospektus, formulir dan daftar yang dikonsep pimpinan, mewakili pimpinan dalam berbagai resepsi atau pertemuan.

Pelaksanaan praktek kerja lapangan di PT Indonesia Comnets Plus (ICON+), penulis ditugaskan untuk melaksanakan beberapa kegiatan yang sifatnya insidentil yaitu:

a. Mengkoreksi bahan cetakan perusahaan seperti brosur, undangan, prospektus, formulir dan daftar yang dikonsep pimpinan.

Terkait dengan tugas Humas yang sifatnya insidentil, kegiatan koreksi bahan cetakan perusahaan menjadi kegiatan penting yang dilakukan apabila ada acara perusahaan yang mendadak / tidak kontinuitas. Tentunya acara perusahaan internal ataupun eksternal yang penting untuk dilakukan yang memerlukan bahan cetakan perusahaan sebagai salah satu media pendukungnya.

1. Mengkoreksi/membuat narasi profil Direksi Perusahaan PT Indonesia Comnets Plus.

**PT INDONESIA COMNETS PLUS (ICON+)**
**Daftar Riwayat Hidup / Pekerjaan**

PLT DIREKTUR UTAMA PADA PT INDONESIA COMNETS PLUS
Lahir di Sukabumi pada 4 Juli 1967, seorang Ir. Hikmat Dradjat D.E.S.S. memulai karir di PT PLN pada 6 Februari 1993, beliau berhasil menaiki tangga jabatan sampai dengan jabatan terakhir di PLN sebagai Ahli Muda Informasi dan Laporan kepegawaian pada Direktorat Sumber Daya Manusia dan Organisasi PT PLN (PERSERO) Kantor Pusat.

Setelah menjajaki PT PLN (Persero), beliau mendalami karirnya di anak perusahaan PT PLN (Persero) yaitu PT Indonesia Comnets Plus (ICON+) pada 1 Agustus 2001. Di PT Indonesia Comnets Plus (ICON+) karir beliau pun cemerlang, beliau telah melalui beberapa tingkatan jabatan dan terakhir berhasil mencapai jabatan sebagai PLT Direktur Utama.
Lulusan Program S2 Non-Teknik / S2 bidang Manajemen Universite De Montreal Canada ini mencetak prestasi kerja di PT Indonesia Comnets Plus (ICON+) yang terhitung sangat potensial dan luar biasa selama 15 tahun karirnya.

2. Membuat lampiran data anak yayasan Bina Insan Mandiri Foundation penerima beasiswa dari PT Indonesia Comnets Plus.

**BINA INSAN MANDIRI FOUNDATION**

**Yayasan Pendidikan, Sosial Dakwah dan Pemberdayaan Ekonomi Umat**

**SK MENKUMHAM NO : C-1555.HT.01.02.TH.2007**

**Lampiran**

**DAFTAR LULUSAN YAYASAN BINA INSAN MANDIRI TEREKOMENDASI**

| NO | NAMA LENGKAP | JURUSAN | UNIVERSITAS |
|---|---|---|---|
| 1 | DULFIKAR AKBAR CORDOVA | ILMU EKONOMI ISLAM | UNIVERSITAS INDONESIA |
| 2 | ALFIS SYAHRIN | PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH | UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA |
| 3 | AGUS NIYANTO | SOSIOLOGI PEMBANGUNAN | UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA |
| 4 | ANISSA AMELIA | PENDIDIKAN LUAR SEKOLAH | UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 5 | PRAYUDO | KOMPUTERISASI AKUNTANSI | POLITEKNIK LP3I |
| 6 | RANGGA INAMA | ADMINISTRASI BISNIS SYARIAH | STIAMI |

3. Latihan merevisi draft SK Komunitas Utama PT Indonesia Comnets Plus.

**KEPUTUSAN DIREKSI**

**PT INDONESIA COMNETS PLUS**

**Nomor : .....**

**TENTANG**

**MEKANISME IDENTIFIKASI KOMUNITAS UTAMA PERUSAHAAN**

**PT INDONESIA COMNETS PLUS**

**DIREKSI PT INDONESIA COMNETS PLUS**

Menimbang:

a. bahwa dalam rangka membina dan membangun hubungan baik dengan Komunitas Perusahaan, maka perlu dilakukan identifikasi Komunitas Utama Perusahaan, sebagai prioritas utama dalam membangun hubungan baik melalui Program Corporate Social Resposibility;

b. bahwa Corporate Social Responsibility adalah komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas

melalui praktik bisnis yang baik dan mengkontribusikan sebagian sumber daya perusahaan;

c. bahwa perusahaan perlu secara aktif mendukung dan memperkuat komunitas utama melalui kegiatan bersama dan atau berkontribusi terhadap kegiatan Komunitas Utama;

d. bahwa indikator keberhasilan dukungan komunitas utama tersebut perlu dibuat, dan menjadi bagian dari strategi dan operasi sehari-hari;

e. bahwa dukungan terhadap komunitas utama mempunyai keterkaitan dengan kompetensi inti perusahaan, keberlangsungan bisnis perusahaan, sehingga perlu dibuat mekanismenya;

f. bahwa kepedulian dan hubungan baik dengan Komunitas Utama adalah salah satu bentuk cermin budaya Perusahaan, yang sejalan dengan visi dan misi perusahaan.

g. bahwa berdasarkan pertimbangan pada butir a sampai dengan f di atas, maka perlu ditetapkan dengan suatu Keputusan Direksi.

Mengingat:
1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas;
2. Anggaran Dasar PT Indonesia Comnets Plus
3. Keputusan Direksi PT Indonesia Comnets Plus Nomor 072/SK/001/PUSAT//ICON+/2010 Tentang Panduan

Penyelenggaraan Program Corporate Social Responsibility (CSR) Di Lingkungan PT Indonesia Comnets Plus

4. Hasil Assestment Malcolm Baldrige .....
5. Notulen Rapat Direksi .....
6. Keputusan Direksi Nomor:

MEMUTUSKAN

Menetapkan: MEKANISME IDENTIFIKASI KOMUNITAS UTAMA PERUSAHAAN

PASAL 1
MAKSUD DAN TUJUAN

(1) Maksud ditetapkannya Keputusan ini adalah untuk membangun hubungan baik dengan Komunitas Utama Perusahaan, melalui program Corporate Social Responsibility ;
(2) Tujuan ditetapkan Keputusan ini adalah sebagai pedoman bagi seluruh karyawan dan struktur organisasi PT Indonesia Comnets Plus sebagai alat untuk memudahkan pelaksanaan membangun hubungan baik dengan komunitas utama perusahaan.

PASAL 2
DEFINISI

(1) Komunitas adalah stakeholder dan shareholder sebagaimana tercantum dalam Lampiran I Keputusan ini;
(2) Komunitas Utama adalah lembaga atau organisasi yang menaungi beberapa perusahaan / komunitas industri yang bergerak di bidang bisnis yang sama yang berkaitan dengan

kompetensi inti dan atau bisnis proses PT Indonesia Comnets Plus.

PASAL 3
MEKANISME PEMBINAAN HUBUNGAN BAIK DENGAN KOMUNITAS

(1) Dalam rangka meningkatkan citra perusahaan serta memperlancar proses bisnis perusahaan, maka perlu dibina hubungan baik dengan Komunitas Perusahaan;
(2) Pada dasarnya PT Indonesia Comnet Plus harus membina dan membangun hubungan baik dengan seluruh komunitasnya, namun sehubungan banyaknya komunitas Perusahaan, maka perlu pengaturan terhadap komunitas yang menjadi prioritas utama dalam pembinaan hubungan baik;
(3) Selanjutnya komunitas yang menjadi prioritas untuk dilakukan pembinaan hubungan baik disebut "Komunitas Utama Perusahaan".

PASAL 4
MEKANISME IDENTIFIKASI KOMUNITAS UTAMA PERUSAHAAN

(1) Dalam diskusi dan rapat penentuan Komunitas Perusahaan menjadi Komunitas Utama Perusahaan, telah ditentukan Komunitas Utama Perusahaan yang diatur dalam lampiran II Keputusan ini ;
(2) Selanjutnya Komunitas Utama Perusahaan sesuai lampiran II keputusan ini, akan menjadi prioritas utama dalam pelaksanaan pembinaan hubungan baik dengan komunitas perusahaan ;

(3) Sehubungan dengan kepentingan perusahaan, maka sangat memungkinkan dan sangat diperlukan untuk membina hubungan baik dengan Komunitas Perusahaan lainnya, di luar Komunitas Utama Perusahaan ;
(4) Dalam pengaturan penentuan dilakukan atau tidaknya pembinaan hubungan baik dengan Komunitas Perusahaan lainnya, maka telah dibuat mekanisme yang di atur dalam lampiran III Keputusan ini ;

PASAL 5
PENUTUP

(1) Hal-hal yang belum diatur dalam Keputusan ini, yang terkait dengan pelaksanaan Pembinaan Hubungan baik dengan Komunitas Perusahaan PT Indonesia Comnets Plus, baik itu bentuk, besaran, dan nilai pembinaan hubungan baik, akan diatur kemudian/tersendiri;

(2) Keputusan Direksi ini mulai berlaku sejak ditandatangani dan ketentuan-ketentuan lain yang bertentangan dengan Keputusan Direksi ini dinyatakan dicabut dan tidak berlaku.

Ditetapkan : di Jakarta
Pada tanggal : 31 Agustus 2015

DIREKTUR UTAMA,

HIKMAT DRADJAT

4. Latihan merevisi Rencana Kerja Program Kemitraan dan Partisipasi Pemberdayaan Lingkungan PT Indonesia Comnets Plus.

RENCANA KERJA PROGRAM KEMITRAAN DAN PARTISIPASI PEMBERDAYAAN LINGKUNGAN

Rencana kerja Program Corporate Social Responsibility (CSR) dan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) Tahun 2015 dapat dirinci sebagai berikut:

A. KEBIJAKAN CSR DAN PKBL

CSR dan PKBL PLN adalah program sosial perusahaan PT PLN Persero kepada pemangku kepentingan agar proses operasional perusahaan dapat berjalan maju dan sukses secara berdampingan sejalan dengan kesuksesan perusahaan.

CSR dan PKBL dipandang mampu memberkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. CSR dan PKBL dapat membantu perusahaan memperbaiki keuangan, performance dan akses pada pemodalan, meningkatkan citra perusahaan dan penjualan, memelihara kualitas kerja, kekuatan, memperbaiki pembuatan putusan pada isu-isu kritis menangani resiko secara efisien dan mengurangi biaya jangka panjang, mengurangi kemiskinan, pengangguran, mencegah konflik, kelestarian lingkungan dan pembuatan berkelanjutan.

CSR dan PKBL didefinisikan sebagai keterpaduan operasional bisnis perusahaan dan nilai-nilai dari semua pemangku kepentingan yang terdiri dari pelanggan, pemasok barang dan jasa, investor, karyaan serta masyarakat lingkungan yang ada di sekitar lokasi kegiatan perusahaan.

Manfaat CSR dan PKBL adalah

1. Mengurangi biaya resiko proses beroperasinya perusahaan (risk management)

2. Menurunkan tekanan dari pihak luar

3. Meningkatkan kepuasan karyawan

4. Memperbaiku citra, mutu dan produktivitas perusahaan

5. Meningkatkan loyalitas pelanggan

6. Mempermudah akses dana/ atau modal

Visi, Misi, dan Strategi

Visi: Menjadikan CSR dan PKBL PT PLN (Persero) terdepan dalam meningkatkan kebutuhan Kelistrikan dengan tetap memperhatikan keharmonisan seluruh lapisan stakeholder dan lingkungan.

Misi: Melaksanakan kegiatan sosial untuk membantu menjembatani semua kepentingan stakeholder perusahaan agar dapat berjalan sinergis menjalankan dan memajukan citra perusahaan.

Sasaran penerima manfaat progam CSR dan PKBL:

Semua pemangku kepentingan perusahaan seperti pemegang saham, pemerintahan, mitra kerja, karyaan, pelamggan, komunitas sekitar lingkungan perusahaan pada khususnya serta masyarakat luas pada umumnya.

Prisnsip Pengelolaan CSR dan PKBL

a. Transparan: harus jelas kepada siapa dan mengapa dana diberikan

b. Akuntabilitas: harus jelas pertanggungjawaban, dapat diverifikasi/diaudit

c. Fairness: harus dilaksanakan secara jujur

d. Fleksibel: dalam penyalurannya harus jelas kriterianya

e. Aas manfaat: memberikan manfaat terbesar bagi tujuan PLN

Sumber Dana:

Sumber dana CSR an PKBL berasal dari anggaran operasional perusahaan. Sehingga seluruh prosedur dan pertanggungjaaban sama dengan proses peruhaan yang lain sesuai dengan ketenuan yang berlaku.

B. PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA (PKL)

Program Kemitraan BUMN dengan Usaha Mikro dan atau Kecil, yang selanjutnya disebut Program Kemitraan (PK) adalah program untuk meningkatkan kemampuan usaha mikro dan atau kecil agar menjadi tangguh dan mandiri melalui pemanfaatan dari bagian lain BUMN.

Program Bina Lingkungan yang selanjutnya disebut Program BL adalah program pemberdayaan kondisi sosial mesyarakat oleh BUMN melalui pemanfaatan dana dari bagian lain BUMN.

Visi, Misi, dan Strategi

Visi: Menjadikan PKBL PT PLN (Persero) terdepan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat

Misi: Melaksanakan kemitraan dengan usaha kecil hingga menjadi tangguh dan mandiri serta membantu pemberdayaan kondisi sosial masyarakat melalui dana bagian laba perusaahan dalam rangka

pengurangan pengangguran, kemiskinan, meningkatkan pembangunan perekonomian nasional.

Sasaran PKBL:

1. Sukses penyaluran dan pengembalian dana

2. Sukses usaha kecil menjadi tangguh dan mandiri

3. Sukses peningkatan kondisi sosial masyarakat sekitar wilayah usaha perusahaan.

Sumber dana PKBL berasal dari:

1. Dana Program Kemitraan bersumber dari:

• Anggaran perusahaan yang diperhitungkan sebagai biaya, maksimal 2% dari laba bersih tahun sebelumnya, dan bagi BUMN yang tidak memperoleh laba, besarannya ditetapkan tanpa memperhatikan prosentase tertentu dari laba bersih;

• Saldo dana Program Kemitraan yang berasal dari penyisihan sebagian laba BUMN yang teralokasi sampai dengan akhir tahun 2012;

• Jasa administrasi pinjaman/ marjin/ bagi hasil, bunga deposito dan atau jasa giro dari dana Program Kemitraan setelah dikurangi beban operasional;

• Pelimpahan dana Program Kemitraan dari BUMN lain, jika ada.

2. Dana Program BL bersumber dari:

• Anggaran perusahaan yang diperhitungkan sebagai biaya, maksimal 2% dari laba bersih tahun sebelumnya, dan bagi BUMN

yang tidak memperoleh laba, besarannya ditetapkan tanpa memperhatikan prosentase tertentu dari laba bersih;

• Saldo dana Program Kemitraan yang berasal dari penyisihan sebagian laba BUMN yang teralokasi sampai dengan akhir tahun 2012;

• Hasil bunga deposito dan atau jasa giro dari dana Program BL yang masih tersisa dari dana program BL tahun sebelumnya, apabila ada.

• Dana Program Kemitraan dan Program BL yang berasal dari anggaran yang diperhitungkan sebagai biaya sebagaimana dimaksud, disetorkan ke rekening dana PKBL selambat-lambatnya 45 hari setelah ditetapkan oleh RUPS.

C. RUANG LINGKUP JENIS PROGRAM CSR

1. Bantuan korban bencana alam akan dipergunakan jika ada bencana dan sosialisasi/ pelatihan tanggap darurat bencana sebagai upaya mitigasi di daerah-daerah potensi bencana;

2. Bantuan Pendidikan/ atau pelatihan/ atau sosialisasi;

• Bantuan pendidikan formal dan informal

• Bantuan pendidikan dan pelatihan akan lebih diprioritaskan untuk kegiatan pemberdayaan sosial, ekonomi masyarakat

• Bantuan sosialisasi dan kesepahaman

• Bantuan penelitian untuk peningkatan kualitas pendidikan

• Bantuan pelestarian budaya nasional

3. Bantuan peningkatan kesehatan

4. Bantuan pengembangan prasarana dan / atau sarana umum;

5. Bantuan sarana ibadah dan kegiatan keagamaan

6. Bantuan pelestarian alam;

• Upaya penyelamatan lingkungan (penanaman pohon, biopori, konservasi alam, dll)

• Pelestarian flora dan fauna langka

7. Sosialisasi kemayarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan

D. RUANG LINGKUP PKBL

1. Program Kemitraan:

a. Bantuan modal Usaha Kecil dan Mikro;

b. Bantuan pembinaan berupa pelatihan/ capacity building, peralatan usaha dan promosi hasil produksi berupa keikutsertaan pameran baik skala provinsi, nasional maupun internasonal.

2. Program Bina Lingkungan:

a. Bantuan korban bencana alam;

b. Bantuan pendidikan / atau pelatihan / atau sosialisasi;

c. Bantuan peningkatan kesehatan;

d. Bantuan pengembangan prasarana dan / atau saran umum;

e. Bantuan sarana ibadah dan kegiatan keagamaan;

f. Bantuan pelestarian alam;

g. Sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan.

E. RENCANA KERJA PROGAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN PROGRAM KEMITRAAN DAN BINA LINGKUNGAN (PKBL) 2015

Sumber Dana CSR PT PLN (Persero):

Anggaran CSR masih dalam kajian dan pembahasan, rencana anggaran CSR yang akan dilaksanakan untuk mendukung kegiatan proyek di Unit Induk Pembangunan PLN yang memerlukan dana Hibah/ bantuan untuk kelancaran kegiatan proyek di lapangan.

Sumber Dana Program Kemitraan dan Bina Lingkungan – PKBL:

Target Kinerja Program Kemitraan dan Bina Lingkungan adalah 80% binaan dapat mengembangkan kemampuan dan kemandirian, program sebagai berikut:

1. Program Kemitraan:

Penyaluran program kemitraan menggunakan dana bergulir PK, sehingga biaya tambahan dana PK tahun 2015 sebesar Rp. 0,- (nol)

2. Program Bina Lingkungan:

Jumlah bantuan Program Bina Lingkungan direncanakan sebesar Rp.70.030.000.000,00 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1: Program PKBL

| No | Program | Anggaran (Rp.) | Prosentase Anggaran |
|---|---|---|---|
| 1. | Bantuan Bencana Alam | 11.500.000.000 | 16% |
| 2. | Bantuan Pendidikan dan Pelatihan | 14.000.000.000 | 20% |
| 3. | Bantuan Peningkatan Kesehatan | 6.000.000.000 | 9% |
| 4. | Bantuan Sarana dan Prasarana Umum | 15.030.000.000 | 21% |
| 5. | Bantuan Sarana Ibadah | 3.800.000.000 | 5% |
| 6. | Pelestarian Alam | 6.600.000.000 | 9% |
| 7. | Sosial Kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan | 9.900.000.000 | 14% |
| 8. | Biaya Operasional | 3.200.000.000 | 5% |
| JUMLAH | | 70.030.000.000 | 100% |

Strategi pencapaian program kerja CSR dan PKBL merencanakan program unggulan, yaitu:

1. Mengevaluasi permintaan kebutuhan anggaran program CSR dan PKBL di seluruh Unit PLN yang mencakup jenis program:

a. Bantuan korban bencana alam;

b. Bantuan pendidikan / atau pelatihan / atau sosialisasi;

c. Bantuan peningkatan kesehatan

d. Bantuan pengembangan prasarana dan / atau sarana umum;

e. Bantuan sarana ibadah dan kegiatan keagamaan;

f. Bantuan pelestarian alam;

g. Sosial kemasyarakatan dalam rangka pengentasan kemiskinan.

2. Merencanakan Program Nasional serantak seluruh Indonesia

3. Memberikan kewenangan unit untuk melaksanakan program sesuai dengan persetujuan anggaran

4. Membuka media komunikasi dan koordinasi supaya terdapat persamaan pemahaman antara kebijakan dengan pelaksana lapangan / unit

5. Laporan triwulan secara periodik disampaikan ke Sekretaris Perusahaan dengan media surat, email, SILM

6. Melaksanakan kompetisi antara unit "Program CSR Terbaik" untuk memotivasi dalam pembuatan program unggulan yang berkualitas.

b. Mewakili pimpinan dalam berbagai resepsi atau pertemuan.

Mewakili pimpinan perusahaan dalam menghadiri pertemuan penting sudah menjadi tugas insidental seorang Humas perusahaan. Humas perusahaan dengan tugasnya menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal sudah seharusnya menjadi kegiatan penting dalam halnya membentuk citra perusahaan dari bagaimana seorang Humas perusahaan pandai berinteraksi dan berkomunikasi dengan para pejabat perusahaan internal dan eksternal.

1. Mengantar *Annual Report* PT Indonesia Comnets Plus ke Kantor Bursa Efek Indonesia (BEI).

Undangan Bursa Efek Indonesia Jakarta untuk mendiskusikan data statistika PT Indonesia Comnets Plus

2. Mendampingi Humas PT Indonesia Comnets Plus menghadiri Rapat Koordinasi Kerja Anak Perusahaan PT PLN yang bertempat di PT Indonesia Comnets Plus Regional Jawa Barat, kota Bandung.

Gambar 2.3




Rapat Koordinasi Kerja Anak Perusahaan PT PLN (Persero) berlangsung di PT Indonesia Comnets Plus Regional Jawa Barat, Jalan W.R. Supratman, Bandung pada tanggal 20 - 21 Agustus 2015.

3. Mendampingi Humas PT Indonesia Comnets Plus mewakili pimpinan menghadiri Acara Santunan Kepada Anak Yatim yang Bertempat di Kantor PT Indonesia Comnets Plus Cinere, Gandul.

Gambar 2.4



Pada tanggal 12 Agustus 2015, acara Santunan Kepada Anak Yatim berlangsung di Kantor PT Indonesia Comnets Plus bagian teknisi di Cinere, Gandul. Acara tersebut diselenggarakan di masjid PT Indonesia Comnets Plus pukul 15.00–17.00. Acara Santunan Kepada Anak Yatim dihadiri oleh Humas PT Indonesia Comnets Plus, Iconers, dan 50 anak yatim yang tinggal di sekitar area Kantor PT Indonesia Comnets Plus bagian teknisi di Cinere, Gandul.

## 2.3 Deskripsi Bagian/Divisi Kehumasan PT Indonesia Comnets Plus

### 2.3.1. Definisi *Public Relations*

Humas (*Public Relations*) adalah ilmu dalam rumpun Ilmu Sosial, dan menjadi bagian dari induknya Ilmu Komunikasi. Selain itu, Humas

(*Public Relations*) menjadi profesi di bidang Komunikasi, yakni profesi *Public Relations Officer* (PRO/pejabat Humas).

Definisi *Public Relations* menurut Defleur & Dennis yang dikutip Yosal Iriantara dalam bukunya yaitu manajemen strategi *Public Relations* yaitu :

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

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

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

### 2.3.2 Ruang Lingkup *Public Relations*

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

1. Membina hubungan ke dalam (*Public* Internal)

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

2. Membina hubungan ke luar (*Public* Eksternal)

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

### 2.3.3 Tujuan *Public Relations*

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

Lima pokok tugas *Public Relations* sehari-hari sebagai berikut:

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

   Itu semua disesuaikan dengan kebutuhan, keinginan dan harapan publik internal atau eksternal dan memperhatikan, mengolah,

mengintegrasikan pengaruh lingkungan yang masuk demi perbaikan dan perkembangan organisasi.

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

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

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

### 2.3.4 Fungsi dan Peranan *Public Relations*

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

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

1. Menunjang aktivitas utama manajeman dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik internal dan publik eksternal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.

4. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.
5. Operasionalisasi dan organisasi *Public Relations* adalah bagaimana membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya, untuk mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang ditimbulkan dari pihak organisasi maupun dari pihak publiknya. (2008: 9-11)

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

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
4. Membentuk *corporate image*, artinya peranan *Public Relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya.

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

1. Sasaran *Public Relations* adalah publik intern (*Internal Public*) dan publik ekstren (*External Public*). *Public* internal adalah orang-orang yang bergiat di dalam organisasi, antara lain para karyawan. *Public* eksternal adalah orang-orang di luar organisasi yang ada

kaitannya dengan kegiatan organisasi, misalnya para pejabat kantor Pajak, Kantor Telepon, dll.

2. Kegiatan *Public Relations* adalah komuniaksi dua arah timbal balik (*Reciprocal Two Way Traffic Communication*) Hal tersebut berarti bahwa dalam rangka penyampaian informasi, baik yang ditujukan kepada publik internal maupun eksternal, harus terjadi arus balik (*Feedback*). Ini berarti bahwa Kepala Hubungan Masyarakat (Kahumas) harus mengetahui efek atau akibat penyampaian informasinya itu, apakah ditanggapi publik secara positif atau secara negatif.

### 2.3.5 Strategi *Public Relations*

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

1. *Publications*

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

2. *Event*

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

   a. *Calendar Event*

      *Calendar event* meliputi kegiatan rutin selalu diselenggarakan pada waktu tertentu.

   b. *Special Event*

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

   c. *Moment Event*

      *Event* atau acara yang bersifat momentum atau lebih khusus lagi.

3. *News* (menciptakan berita)

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

4. *Community involvement* (kepedulian pada komunitas)

   Keterlibatan tugas sehari-hari tugas *Public Relations* adalah mengadakan kontak sosial dengan kelompok masyarakat

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

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

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

6. *Lobbying and negotiation*

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

7. *Social responsibility* (tanggung jawab sosial).

   Memiliki tanggung jawab sosial dalam aktivitas *Public Relations* menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap masyarakat. Hal ini akan meningkatkan citra perusahaan dimata publik. Saat ini banyak perusahaan menjadikan kegiatan sosial sebagai aktivitas yang harus dilakukan. (Ruslan : 2002)

## 2.4 Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT Indonesia Comnets Plus, penulis mendapatkan banyak ilmu serta pengalaman baru mengenai kegiatan yang berkaitan dengan kehumasan dan fungsi-fungsi humas. Penulis dibimbing untuk mengetahui dunia kehumasan secara nyata di lapangan yang sebelumnya penulis hanya mempelajari teoritikal bidang kehumasan yang diajarkan di perkuliahan.

Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang penulis jalani berlangsung selama 25 hari telah memberikan jawaban terghadap teori-teori yang penulis dapatkan selama kuliah. Pada saat praktek Kerja Lapangan, penulis ditempatkan di bagian Humas Perusahaan. Fungsi-fungsi Humas juga sangat terasa berjalan lancar dengan kegiatan internal dan eksternal perusahaan.

Sesuai dengan kebijakan PT Indonesia Comnets Plus, penulis yang melaksanakan PKL menjadi tanggung jawab pembimbing dari pihak Humas PT Indonesia Comnets Plus yaitu Ibu Titik Riana. Pembimbing di pihak PT Indonesia Comnets Plus berhak menempatkan penulis di berbagai pekerjaan.

Selama satu bulan menjalani PKL di PT Indonesia Comnets Plus, penulis diberi kesempatan mendapatkan bimbingan kerja di bagian Humas PT Indonesia Comnets Plus terutama dalam pembuatan portal berita yang berhubungan dengan kegiatan PT Indonesia Comnets Plus. Penulis juga diberi kesempatan untuk  mengetahui lebih dalam tentang data-data di PT Indonesia Comnets Plus seperti data karyawan, struktur perusahaan, tugas pokok humas dan sebagainya. Selain kegiatan yang dilakukan di lingkungan

internal PT Indonesia Comnets Plus, penulis juga diberi kesempatan melakukan kegiatan eksternal yang dilakukan diluar untuk kebutuhan dokumentasi PT Indonesia Comnets Plus.

## 2.5 Analisis Pelayanan Perusahaan Kepada Mahasiswa PKL

Praktek Kerja Lapangan (PKL) adalah suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar bagi mahasiswa untuk berpartisipasi dengan tugas-tugas nyata di lapangan kerja (perusahaan). Pelayanan perusahaan terhadap mahasiswa PKL pun sangat mempengaruhi kinerja mahasiswa yang sedang dalam masa praktek kerja lapangan.

Begitupun pelayanan yang diberikan kepada penulis merupakan pelajaran yang diberikan kepada mahasiswa. Hal-hal yang mereka berikan kepada mahasiswa PKL adalah keakraban lingkungan, kehangatan dalam bercengkrama, kesungguhan dalam berdedikasi terhadap perusahaan.

Selama penulis mengikuti kegiatan Prakek Kerja Lapangan di PT Indonesia Comnets Plus banyak yang didapatkan mulai dari pengenalan lingkungan yang terdiri dari berbagai macam orang yang harus dikenali penulis, dapat mengetahui banyak mengenai dokumentasi kegiatan, penulis banyak diberikan ilmu bagaimana cara membuat portal berita yang baik, keakraban, senyum, tawa dan kekeluargaan yang mereka jalin dengan terbuka merupakan salah satu penghubung kedekatan diantara mahasiswa PKL

dengan mahasiswa PKL lainnya serta dengan karyawan PT Indonesia Comnets Plus.