PROSES HUMAS PT INDONESIA *COMNETS PLUS* MELALUI KEGIATAN *CAMPUS GOES TO* ICON+ DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN DI KALANGAN MAHASISWA INFORMATIKA STT PLN JAKARTA

Citra Putri Kusumadewi

41812066

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik,

Universitas Komputer Indonesia, Jalan Dipatiukur 112-116, Bandung, 40132, Indonesia

Email : citraputriku@yahoo.com

Abstrak

Penelitian bertujuan untuk mengetahui Proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta, dengan menggunakan indikator penelitian Pengumpulan Fakta, Penetapan Masalah, Perencanaan Kegiatan, Aksi dan Komunikasi, serta Evaluasi.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif metode dekriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dan menggunakan triangulasi data sebagai teknik uji keabsahan data. Teknik analisa data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan verifikasi. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Humas PT Indonesia *Comnets Plus* dan peserta kegiatan *Campus Goes To ICON+*.

Hasil penelitian Humas PT Indonesia *Comnets Plus* mengadakan kegiatan *Campus Goes To* ICON+ menggunakan lima tahap proses Humas. Tahap pengumpulan fakta dengan visi misi dan *mini-research*. Tahap penetapan masalah dengan acuan SK Komunitas Utama Perusahaan. Tahap perencanaan kegiatan dengan *followup* kehadiran peserta kegiatan, penataan ruangan, *training skill* komunikator oleh ICONERS. Tahap aksi dan komunikasi melalui penyelenggaraan kegiatan *Campus Goes To* ICON+. Dan tahap evaluasi dengan membuka program magang di PT Indonesia *Comnets Plus*.

Disimpulkan bahwa proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dapat membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta menggunakan lima tahap proses Humas.

Saran untuk Humas PT Indonesia *Comnets Plus*, kegiatan *Campus Goes To* ICON+ yang edukatif ini diharapkan dapat dibarengi dengan program aplikatif seperti kegiatan magang di perusahaan PT Indonesia *Comnets Plus*.

Kata Kunci : Proses Humas, PT Indonesia *Comnets Plus*, *Campus Goes To* ICON+, Citra Perusahaan

Abstract

The goal of this research's to know Public Relations Process Of PT Indonesia Comnets Plus through Campus Goes To ICON+ in building the company image amongst Informatic Students of STT PLN Jakarta, using indicator research such as Fact Finding, Problem Defining, Planning, Action and Communication, and Evaluating.

This research used qualitative approach and descriptive method. The researcher collected the data by interviewing, observating, and literature review. The researcher used purposive sampling technic and used data triangulation as a test for data validity. The subjects of this research are Public Relation of PT Indonesia Comnets Plus and participants of Campus Goes To ICON+.

The results showed that Public Relations of PT Indonesia Comnets Plus organize an activity entitled Campus Goes To ICON+ used five step pf Public Relations process. Fact finding step with mini-research and the company's vision and mission. Defining the problems by Company's Primary Community SK. Program's planning by followup participants, room decor, and training skill communicator by ICONERS. Taking action and communication by Campus Goes To ICON+ event. And evaluating by open recruitment for apprenticeship experience in PT Indonesia Comnets Plus.

The summary's that Public Relations process of PT Indonesia Comnets Plus by Campus Goes To ICON+ could built the company image among Informatic Students of STT PLN Jakarta by used five steps of Public Relations process.

The advice for Public Relations of PT Indonesia Comnets Plus, Campus Goes To ICON+ which an educative activity hopefully could be accompanied with other applicative program such as apprenticeship in PT Indonesia Comnets Plus.

Keywords : Public Relations Process, PT Indonesia Comnets Plus, Campus Goes To ICON+, Company Image

1 Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Proses yang dilakukan oleh Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui kegiatan *Campus Goes To ICON+* yang merupakan salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* dalam tanggungjawab sosial di bidang pendidikan dan menjalin hubungan baik dengan khalayak, adalah *Campus Goes To ICON+*. Perusahaan yang bergerak di bidang jaringan, jasa

dan bidang telekomunikasi ini tak lepas dari citra positif di mata pelanggan dan khalayak umum. Bentuk apresiasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Indonesia *Comnets Plus* ini adalah dengan mengundang dan membuka kesempatan untuk anak bangsa dari berbagai SMK, SMA, Universitas dan Sekolah Tinggi untuk melihat secara langsung dapur telekomunikasi PT Indonesia *Comnets Plus*.

Dalam kegiatan *Campus Goes To ICON+* ini tentunya proses Humas menjadi penting bagi berlangsungnya kegiatan-kegiatan di perusahaan. Humas PT Indonesia *Comnets Plus* sendiri tiap tahunnya mengundang berbagai Universitas di Indonesia yang mana kegiatan tersebut bertujuan untuk ditujukan untuk memperlihatkan kepada khalayak terpelajar khususnya kalangan mahasiswa tentang bagaimana kinerja PT Indonesia *Comnets Plus* sebagai perusahaan penyedia perangkat telekomunikasi TIK Indonesia sebagai anak perusahaan PT PLN (Persero) Indonesia sekaligus mempersuasi mereka bagaimana suasana kerja di PT Indonesia *Comnets Plus*, sehingga diharapkan para peserta kunjungan tersebut memahami dan juga dapat membuka wawasan mereka terhadap lingkup kerja di PT Indonesia *Comnets Plus*.

Humas, dalam hal ini berkapabilitas mencanangkan proses-proses Humas untuk membangun citra di kalangan terpelajar khususnya mahasiswa. Proses Humas pun sangat menjadi menarik untuk diteliti karena dari proses itulah peneliti tahu bagaimana PT Indonesia *Comnets Plus* berproses membangun citra perusahaan khususnya di dunia pendidikan dan kalangan terpelajar yaitu mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta melalui kegiatan *Campus Goes To ICON+*.

Peneliti tertarik untuk meneliti penelitian ini didasarkan pada asumsi dimana perusahaan PT Indonesia *Comnets Plus* dalam membangun citra perusahaan melalui kegiatan *Campus Goes To ICON+* menarik. Tidak semata-mata hanya untuk mendapatkan citra yang baik di kalangan mahasiswa, namun perusahaan PT Indonesia *Comnets Plus* berusaha menambah pengetahuan dan pengalaman para mahasiswa informatika STT PLN Jakarta. Melalui kegiatan *Campus Goes To ICON+* ini, mahasiswa bisa mendapatkan pengalaman langsung mengenai lingkup kerja yang berkaitan dengan pendidikan yang sedang para mahasiswa informatika STT PLN Jakarta tempuh.

Seiring dengan Proses Humas menemukan bibit-bibit unggul di dunia Teknologi dan Informatika Indonesia, maka Humas PT Indonesia *Comnets Plus* mengadakan kegiatan *Campus Goes To ICON+* yang

sasaran utamanya adalah mahasiswa Teknologi Informatika. Proses itu akan tercapai apabila penyusunan suatu strategi terlaksana dengan benar karena akan memberikan efek jangka panjang sehingga Humas PT Indonesia *Comnets Plus* harus berfokus pada tujuan proses Humas yang dilaksanakan.

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* Melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* Dalam Membangun Citra Perusahaan Di Kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta".

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* Melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* Dalam Membangun Citra Perusahaan Di Kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta?

1.3 Tujuan

Dari pemaparan latar belakang diatas penulis menentukan tujuan dari tulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengumpulan Fakta yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika Universitas STT PLN Jakarta.

2. Untuk mengetahui Definisi Permasalahan yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

3. Untuk mengetahui Perencanaan dan Program yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

4. Untuk mengetahui Aksi dan Komunikasi yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

5. Untuk mengetahui Evaluasi yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

6. Untuk mengetahui Proses Humas yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

2 Kajian Pustaka

2.1 Tinjauan Tentang Proses Humas

Proses Humas merupakan proses dan aspek manajemen *Public Relations* yang berfungsi untuk mengatur dan menggerakkan pelaksanaan program dan kegiatan *Public Relations*. Hal ini mengacu pada empat tahapan proses *Public Relations* yang dikemukakan Cutlip, Center and Broom (CCB) (2000:341), yakni:

"Tahap pertama yaitu *defining public relations problems* (batasan masalah-masalah Public Relations). Tahap kedua yaitu *planning and programming* (perencanaan dan program). Tahap ketiga yaitu *taking action and communicating* (pengambilan tindakan dan mengkomunikasikannya). Dan tahap keempat yaitu *evaluating the program* (evaluasi program)".

Suatu proses dan aspek manajemen *Public Relations* baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek harus direncanakan dengan cermat dan hati-hati sehingga akan diperoleh hasil sesuai dengan yang diinginkan. Sedikitnya ada empat alasan yang paling menonjol dilakukan proses dan aspek manajemen *Public Relations*, yakni:

1. Menetapkan target-target operasi PR yang nantinya akan menjadi tolak ukur segenap hasil yang diperoleh.
2. Memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.
3. Memilih prioritas-prioritas yang paling penting untuk menentukan (a) jumlah program dan (b) waktu yang diperlukan guna melaksanakan segenap program PR yang telah diprioritaskan tersebut.
4. Menentukan kesiapan atau kelayakan pelaksanaan berbagai upaya dalam rangka mencapai tujuan sesuai dengan jumlah dan kualitas (a) personel yang ada; (b) daya dukung dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor, mesin cetak, kamera, kendaraan; serta (c) anggaran dana yang tersedia (Anggoro, 2000).

2.2 Kerangka Pemikiran

Dalam menganalisa proses humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To* ICON+. Peneliti akan menjelaskan mengenai proses Humas, menurut *Cutlip & Center* (dalam Kasali dan Abdurachman) proses *Public Relations* sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial Humas. Proses ini terdiri dari: *Fact Finding, Planning, Communication, dan Evaluation* (Abdurachman, 2001:33). Kasali mengadaptasinya menjadi Pengumpulan Fakta, Definisi Pemasalahan, Perencanaan dan Program, Aksi dan Komunikasi, serta Evaluasi. (Kasali, 1994:33).

Seorang Humas merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi berupa pesan yang disampaikan melalui berbagai media dapat secara efektif diterima, mengetahui hal ini dibutuhkannya informasi mengenai perencanaan untuk mengetahui manajemen apa

saja yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* tentang Kegiatan *Campus Goes To ICON+* karena pada dasarnya menurut definisi komunikasi, komunikasi terjadi ketika manusia memanipulasi simbol-simbol untuk menstimulasi makna kepada orang lain. (Infante, Rancer, and Womack, 1997). Seorang Humas memiliki kaitan dengan komunikasi, karena sekarang ini seorang Humas harus memiliki gaya-gaya komunikasi yang baik agar tujuan proses Humas yang direncanakan bisa tercapai.

Sebagaimana yang telah dijelaskan diatas bahwa untuk memberikan pemahaman tentang proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* yang dilakukan oleh Humas PT Indonesia *Comnets Plus* dalam membangun Citra di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta akan di bagi menjadi lima, yaitu: Pengumpulan Fakta, Definisi Pemasalahan, Perencanaan dan Program, Aksi dan Komunikasi, dan Evaluasi.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif tidak hanya mengemukakan berbagai tindakan yang tampak oleh kasat mata saja, sebagaimana dikatakan Bailey (1982), penelitian kualitatif deskriptif selain mendiskusikan berbagai kasus yang sifatnya umum tentang berbagai hal yang bersifat spesifik yang dicermati dari sudut kemengapaan dan kebagaimanaan, terhadap suatu realitas yang terjadi baik perilaku yang ditemukan lapisan sosial, juga yang tersembunyi dibalik sebuah perilaku yang ditunjukkan. (Mukhtar, 2013:11)

3 Objek Dan Metode Penelitian

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT Indonesia *Comnets Plus* Jakarta dengan dua anggota Humas PT Indonesia *Comnets Plus* sebagai informan utama dan dua peserta kegiatan *Campus Goes To* ICON+ sebagai informan pendukung.

3.2 Metode Penelitian

Desain penelitian yang peneliti gunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif deskriptif tidak hanya mengemukakan berbagai tindakan yang tampak oleh kasat mata saja, sebagaimana dikatakan Bailey (1982),

“Penelitian kualitatif deskriptif selain mendiskusikan berbagai kasus yang sifatnya umum tentang berbagai hal yang bersifat spesifik yang dicermati dari sudut kemengapaan dan kebagaimanaan, terhadap suatu realitas yang terjadi baik perilaku yang ditemukan lapisan sosial, juga yang tersembunyi dibalik sebuah perilaku yang ditunjukkan.” (Mukhtar, 2013:11)

Peneliti menggunakan metode deskriptif, karena penelitian ini bermaksud memaparkan dan menjelaskan bagaimana Proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui

kegiatan *Campus Goes To ICON+* dalam membangun citra di kalangan mahasiswa STT PLN Jakarta.

Berdasarkan beberapa kelebihan dari metode kualitatif deskriptif ini, maka dipandang cocok untuk meneliti Proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun citra perusahaan di kalangan mahasiswa STT PLN Jakarta. Melalui penelitian ini dimungkinkan akan dapat memperoleh informasi dan data yang bersifat apa adanya (alamiah), menentukan gambaran yang mendalam serta pemahaman yang holistik terhadap Proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun citra di kalangan mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

4. Pembahasan

4.1 Pengumpulan Fakta Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta

Pengumpulan fakta yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* sesuai dengan visi *Corporate Social Responsibility* PT Indonesia *Comnets Plus* yaitu menjadikan CSR ICON+ sebagai program pendukung perusahaan dalam menjadi penyedia solusi TIK terkemuka, serta untuk meningkatkan mutu pendidikan, kesejahteraan dan lingkungan hidup di masyarakat. Dan berdasarkan pula pada misi PT Indonesia *Comnets Plus* yaitu melaksanakan kegiatan sosial untuk membantu menjembatani semua kepentingan *stakeholder* perusahaan agar dapat berjalan sinergis dan memajukan citra perusahaan, dengan memperhatikan keharmonisan seluruh lapisan *stakeholder* dan lingkungan.

Pada pelaksanaannya, Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melakukan pengumpulan data dengan menggunakan *mini-research* di lapangan. Hasil *mini-research* yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* menemukan bahwa dewasa kini, anak bangsa sangat butuh pengetahuan tentang aplikasi telekomunikasi di dunia nyata.

4.2 Penetapan Fakta Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta

Hal-hal yang ditetapkan sebagai acuan pelaksanaan suatu kegiatan yang sasarannya adalah anak bangsa. Secara spesifik target dari kegiatan *Campus Goes To* ICON+ berkisar dengan usia 17 – 22 tahun berstatus pelajar atau mahasiswa. Kisaran target umur tersebut didapatkan berdasarkan pengumpulan fakta yang dilakukan PT Indonesia

Comnets Plus. Penetapan masalah yang ini adalah pengaplikasian salah satu visi misi perusahaan menggunakan skala prioritas SK Komunitas Utama sebagai anak perusahaan PT PLN Persero, dimana maksudnya adalah mencerdaskan anak bangsa dengan mendahulukan kepentingan *stakeholder* utama induk perusahaan.

Berdasarkan konten SK Komunitas Utama Perusahaan, PT Indonesia *Comnets Plus* selalu mendahulukan kepentingan *stakeholder* perusahaan. Berkaitan dengan kegiatan *Campus Goes To* ICON+, PT Indonesia *Comnets Plus* memiliki universitas yang menjadi *stakeholder* utama yaitu STT PLN dan STT Telkom. Kedua universitas ini termasuk ke dalam *stakeholder* utama karena universitas tersebut bentukan PT PLN Persero sebagai induk perusahaan PT Indonesia *Comnets Plus* di bidang pendidikan. Namun, universitas lain juga memiliki kesempatan untuk ikut dalam kegiatan *Campus Goes To* ICON+. Universitas-universitas lain tersebut adalah *second stakeholder* perusahaan PT Indonesia *Comnets Plus*.

4.3 Perencanaan Kegiatan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta

Humas PT Indonesia *Comnets Plus* menyusun rencana serba-serbi kegiatan *Campus Goes To ICON+*, dalam hal ini perencanaan yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* yaitu membuat *rundown* acara, penataan ruangan, *training skill* komunikator oleh Humas PT Indonesia *Comnets Plus*, serta persiapan konsumsi.

Pada rencana pembuatan *rundown*, Humas PT Indonesia *Comnets Plus* menyusun empat sesi kegiatan yaitu pertama sesi presentasi kilas PT Indonesia *Comnets Plus* oleh ICONERS, kedua sesi *site visit* ke dapur telekomunikasi PT Indonesia *Comnets Plus*, ketiga sesi tutorial praktikum pemasangan kabel *fiber optic*, dan terakhir sesi *sharing* beserta tanya jawab.

Untuk menarik perhatian peserta kegiatan *Campus Goes To* ICON+, Humas PT Indonesia *Comnets Plus* juga memiliki rencana melalui penataan ruangan auditorium. Penataan ruangan auditorium kantor dilakukan dua hari sebelum kegiatan Campus Goes To ICON+ berlangsung. Penataan ruangan auditorium yang dilakukan seperti pemasangan *x-banner* yang berisi ucapan selamat datang kepada peserta di kegiatan *Campus Goes To* ICON+, serta dekorasi ruang auditorium dengan pemasangan aksesori untuk membuat suasana di ruangan menjadi lebih meriah.

4.4 Aksi Dan Komunikasi Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta

Pada tahap keempat, aksi dan komunikasi yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* dalam membangun citra perusahaan serta tujuan mengaplikasikan salah satu visi misi perusahaan mencerdaskan anak bangsa ini yaitu kegiatan *Campus Goes To* ICON+. Dalam kegiatan ini ada beberapa sesi yaitu sesi presentasi materi informasi perusahaan dan dunia telekomunikasi oleh ICONERS, sesi tutorial dan praktikum pemasangan *fiber optic*, lalu ada pula kunjungan ke dapur telekomunikasi PT Indonesia *Comnets Plus*.

Eksekusi tahap aksi dan komunikasi yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* dalam kegiatan *Campus Goes To* ICON+ ini yaitu pemadatan materi pembahasan, komunikator yang komunikatif dan efisiensi waktu di setiap sesi dalam kegiatan ini. Kegiatan *Campus Goes To* ICON+ di mulai dari penyambutan peserta kegiatan *Campus Goes To* ICON+ di *hall* PT Indonesia *Comnets Plus*, penyambutan peserta kegiatan pada pukul 08.45 pagi oleh staf ICONERS. Dilanjutkan dengan kegiatan selanjutnya dimana staf ICONERS mempresentasikan seputar PT Indonesia *Comnets Plus* dan dunia telekomunikasi secara global, tujuan dari presentasi ini adalah untuk memberikan gambaran tentang perusahaan dan dunia telekomunikasi secara global sebelum para peserta mengikuti acara site visit kantor PT Indonesia *Comnets Plus*. Dalam *site visit* ini peserta kegiatan *Campus Goes To* ICON+ akan mendapatkan gambaran dan penjelasan dari staf ICONERS tentang bagian-bagian perusahaan lalu fungsi dari alat-alat yang ada di perusahaan tersebut. Dan rangkaian kegiatan selanjutnya adalah para peserta kegiatan mendapat kesempatan untuk melakukan praktikum pemasangan *fiber optic* dipandu oleh teknisi ICONERS. Rangkaian kegiatan terakhir adalah *sharing* yang dipimpin langsung oleh Humas PT Indonesia *Comnets Plus*. Pada saat sharing tersebut, Humas PT Indonesia *Comnets Plus* akan menguji seberapa besar pengetahuan yang telah didapatkan oleh peserta kegiatan *Campus Goes To* ICON+. Dalam acara *sharing* ini juga, peserta berkesempatan untuk mendapatkan hadiah apabila berhasil menjawab pertanyaan yang diajukan oleh Humas PT Indonesia *Comnets Plus*.

4.5 Evaluasi Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dalam membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta

Pada rapat internal anggota Humas PT Indonesia *Comnets Plus* membahas hal-hal yang perlu dibenahi dari kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dan tindak lanjut yang diambil terhadap hasil dari kegiatan *Campus Goes To* ICON+. Rapat internal anggota

Humas PT Indonesia *Comnets Plus* mendiskusikan *positive feedback* oleh peserta kegiatan *Campus Goes To* ICON+. *Positive feedback* yang didapat yaitu antusiasme dan keinginan para peserta *Campus Goes To* ICON+ untuk mengetahui lebih jauh tentang PT Indonesia *Comnets Plus* dan bergabung menjadi ICONERS suatu saat nanti. Humas PT Indonesia *Comnets Plus* bersama ICONERS juga membahas tindak lanjut dari *positive feedback* tentang keinginan para peserta kegiatan *Campus Goes To* ICON+ untuk bergabung dengan PT Indonesia *Comnets Plus* dengan membuka kesempatan magang untuk mahasiswa dan sederajat di PT Indonesia *Comnets Plus*. Rapat internal Humas PT Indonesia *Comnets Plus* dengan ICONERS ini dilakukan setengah jam setelah kegiatan C*ampus Goes To* ICON+ usai yaitu pada pukul 14.30 dan berdurasi sekitar satu jam.

Kegiatan *Campus Goes To* ICON+ dirasa sangat edukatif oleh peserta kegiatan. Humas PT Indonesia *Comnets Plus* akan melakukan evaluasi dari pendekatan emosional *face to face* ke peserta serta komunikasi organisasi dengan pihak internal perusahaan. Setelah melakukan evaluasi, Humas PT Indonesia *Comnets Plus* menindaklanjuti dengan membuka kesempatan kerja nyata magang di perusahaan PT Indonesia *Comnets Plus* untuk membangun serta meningkatkan citra perusahaan di kalangan mahasiswa yang merupakan target pencerdasan anak bangsa sesuai yang dicita-citakan perusahaan.

5. Kesimpulan Dan Rekomendasi

Proses Humas PT Indonesia Comnets Plus Melalui Kegiatan Campus Goes To ICON+ Dalam Membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa STT PLN Jakarta di mulai dari tahapan pengumpulan fakta, penetapan permasalahan dan perencanaan kegiatan, terciptalah aksi dan komunikasi melalui kegiatan *Campus Goes To ICON+* yang di dalamnya berisi edukasi tentang dunia telekomunikasi dan kilasan seputar perusahaan PT Indonesia *Comnets Plus*. Lalu, setelah menemukan hasil dari pelaksanaan *Campus Goes To* ICON+ itu Humas PT Indonesia *Comnets Plus* mendapati evaluasi untuk membuka kesempatan magang untuk mahasiswa yang ingin mengetahui bagaimana dunia kerja teknologi informasi dan telekomunikasi tersebut.

Proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui kegiatan *Campus Goes To* ICON+ ini diharapkan mampu untuk membangun dan meningkatkan citra perusahaan dengan memperhatikan lima tahapan proses Humas yaitu pengumpulan fakta, penetapan permasalahan, perencanaan kegiatan, aksi dan komunikasi, evaluasi. Diharapkan pula pelaksanaan kegiatan *Campus Goes To* ICON+ sesuai dengan tujuan Humas PT Indonesia

Comnets Plus dalam membangun citra perusahaan serta berkontribusi mencerdaskan anak bangsa.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro. 2013. *Handbook of Public Relations (Pengantar Komprehensif)*. Banung: Simbiosa Rekatama Media.

Abdurachman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Effendy, Onong Uchjana. 1997. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Jiwanto, Gunawan. 1987. *Komunikasi Dalam Organisasi*. Yogyakarta: Andi Offset.

Kasali, Rhenald. 2008. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Kreatama.

Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

M. Rogers, Everet. *Communication in Organization*. Jakarta: Gramedia, 2005.

Moore, H. Frazier. 2004. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Mukhtar, 2013. *Metode Praktis Penelitian Deskriftif Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada Press Group.

Moleong J. Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Pareek, Udai. 1991. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Pustaka Binaman Presindo.

Roslan, Rusady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sugiyono, 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.

Widjaya, H.A.W. 2008. *Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

B. Penelusuran *Online*

Fitri Sry Pratiwi 41809087, Proses *Public Relations* PT. Bio Farma

(Persero) Melalui Program Info Imunisasi.

Lusy Meilani 41809086, Proses *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung Melalui Kegiatan OB Van Dalam Menjaga Eksistensi Perusahaannya.

Desvita Amelia Senduk 41807095, Proses Humas Kejaksaan Tinggi Jawa Barat Dalam Mengelola TV Info Untuk Memberikan Informasi Kegiatan Lembaga Kepada Pengunjungnya.

Dea Aditya Ramadhan 41808092, Proses Humas Pemerintah Kota Bandung Melalui Penyediaan Fasilitas Publik Di Kota Bandung.

Putri Sekat Ayu Budhi Hutami 210110080292, Proses *Public Relations* Dalam Kegiatan Pembanguan Taman Gesit Sebagai Program CSR PT *Nutrifood*.