

**KEGIATAN PUBLIC RELATIONS (HUMAS) PT ASKES
(PERSERO) Cabang SURAKARTA**



TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh
sebutan Ahli Madya bidang Komunikasi Terapan**

OLEH :

AJENG PUTRI PRATIDINA

D 1607048

PROGRAM DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

2010

PERSETUJUAN

Tugas Akhir Berjudul :

“ KINERJA PUBLIC RELATIONS (HUMAS) PT ASKES (PERSERO) Cabang SURAKARTA ”

Disusun Oleh :

Nama : Ajeng Putri Pratidina

NIM : D1607048

Konsentrasi : Public Relations

Disetujui untuk dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program DIII

Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Sebelas Maret

Surakarta

Menyetujui

Dosen Pembimbing,

Dra. Indah Budi Rahayu, SE,M.hum

NIP.19580317 199010 2 001

PENGESAHAN

Tugas Akhir Ini telah Diuji dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Tugas Akhir
Program D-3 Komunikasi Terapan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Hari : Senin
Tanggal : 5 Juli 2010

Panitia Ujian Tugas Akhir :

1. Dra. Indah Budi Rahayu, SE., M.Hum
NIP. 19580317 199010 2 001
2. Drs. H. Sutopo JK, MS
NIP. 19570505 198303 1 004

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Sebelas Maret
Surakarta

Dekan,

Drs.H.Supriyadi, SN. S.U.
NIP. 19530128 1981031 001

MOTTO

- *God will raise up to (suitable) ranks and degrees,
those of you who have believed
And who have graced the (mystic) knowledge*
(Q.S. Al Mujadalllah:11)
- *Do for everything, so that we can make
possible for that imposible*
(Wise word)
- *When at the first you don't suceed,
Dust yourself up and try again.
You can dust it off and try again, try again.*
(Aaliyah. "Try Again")

PERSEMBAHAN

Tugas Akhir ini kupersembahkan dengan ketulusan hati, beserta kebahagiaan kepada :

- Allah SWT, yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan Tugas Akhir dan kehidupan saya
- Mama & Papa, yang senantiasa mendampingi, mendokan, menyangi dan memberikan nasehat. Atas restu kedua orang tua saya, saya dapat menyelesaikan tugas dan kewajiban sebagai mahasiswi.
- Kakakku Dimas Putra Yanottama, makasih mas untuk dukungan dan nasehatnya
- Om Tris, Tante Tri, makasih atas nasehat dan dukunganya
- Eyang utyku dan beserta saudara-saudaraku semuanya
- My Beloved VYP , thank's for your Love and support

KATA PENGANTAR

Setelah menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “KEGIATAN PUBLIC RELATIONS (HUMAS) PT ASKES (PERSERO) Cabang SURAKARTA”, penulis telah memenuhi persyaratan guna mendapatkan gelar ahli madya. Pembuatan tugas akhir ini bertujuan untuk dapat mengetahui kegiatan dari seorang Public Relations di suatu instansi. Serta menerapkan ilmu yang telah diberikan selama perkuliahan dengan dunia kerja yang nyata. Sehingga penulis menyadari bahwa peranan seorang Public Relations sangatlah penting dalam sebuah perusahaan, sebagai front liner dari sebuah instansi ataupun perusahaan tersebut.

Dalam pembuatan Tugas Akhir ini tentu saja tidak lepas dari peran orang lain, yang begitu banyak telah membantu penulis untuk dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tak lupa penulis mengucapkan rasa Syukur Alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas rahmat serta hidayah yang telah diberikan NYA, sehingga dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “KEGIATAN PUBLIC RELATIONS (HUMAS) PT ASKES (PERSERO) Cabang SURAKARTA”.

Pembuatan Tugas Akhir ini dalam rangka sebagai pemenuhan persyaratan untuk menyelesaikan studi di tingkat Diploma III(DIII) Public Relations pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Sebelas Maret.

Dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan Tugas Akhir ini, penulis banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, karenanya pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bp. Drs.H. Supriyadi, SN.S.U selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas Maret Surakarta dan selaku pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan hingga terselesaikannya Tugas Akhir ini.
2. Bp. Drs. Eko Setyanto, Msi selaku ketua program DIII Komunikasi Terapan

3. Dra. Indah Budi Rahayu, SE., M.Hum, selaku Pembimbing Akademis.
4. Drs. H. Sutopo JK, MS selaku penguji Tugas Akhir.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program D III Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Sebelas Maret Surakarta.
6. Ibu dr.Dwi Martiningsih, M.Kes , selaku pimpinan kepala PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta yang telah berkenan memberikan ijin dan fasilitas selama penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta.
7. Bapak Djonik Sukirman ,SE , selaku Asisten Manager di PT ASKES yang telah membantu dalam penulis dalam penempatan bagian-bagian atau divisi selama penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media.
8. Budhe Atik, mba' lady, mba' Dian, mba' Dewi, mba' Nila, mba'Sari, mba' Retno, mas Anton, mas Agus, mas Rudi, atas bantuan dan dukungannya selama penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media.
9. Kedua Orang tua saya yang telah mendampingi dan memberikan nasehat kepada saya.
10. Kakak saya "Dimas Putra Yanottam"
11. "VYP" yang telah memberikan support dan doanya yang senantiasa menyertaiku.
12. Sahabat-sahabat (Heni, Tere, Nana, Dian, Didi, Rina, Nia, Ari,Deni) yang telah mendukung dan memberikan nasehat untuk tetap semangat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
13. Mba' Rike yang seperjuangan dalam melaksanakan Kuliah Kerja Media di PT ASKES.
14. Teman-teman Public Relations 2007 yang selalu rame, heboh, narsis dan semoga akan tetep kompak.
15. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu dan memberikan semangat dalam penulisan Tugas Akhir ini.

Setelah penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta, penulis mendapatkan banyak ilmu dan pengalaman yang berguna untuk penulis nantinya. Karena sangat berbeda ilmu maupun teori yang diberikan selama perkuliahan dengan pelaksanaan di dunia kerja nyata.

Penulis menyadari bahwa banyak keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis sehingga masih banyak kelemahan dan kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran guna penyempurnaan laporan Tugas Akhir ini. Akhir kata, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Surakarta, Juni 2010

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto	iv
Halaman Persembahan.....	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Tujuan Penelitian	4
C. Waktu dan Tempat pelaksanaan KKM.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
A, Definisi Public Relations.....	7
B. Fungsi dan Tugas Public Relations.....	9
C. Public Humas.....	16
D. Public Relations dalam Pelayanan & Hubungan Pelanggan	23
BAB III DEFINISI PERUSAHAAN.....	25
A. Profil Asuransi Kesehatan Indonesia.....	25
B. Sejarah Perusahaan	26
C. Visi dan Misi	29
D. Tujuan	29

E. Budaya Perusahaan	30
F. Peserta PT ASKES (Persero) Program Askes Sosial	33
G. Hak dan Kewajiban Peserta Askes	34
H. Kartu Askes & Persyaratan Kartu Askes.....	36
I. Struktur Organisasi	39
BAB IV PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA.....	40
A. Peran Penulis	40
B. Jadwal Pelaksanaan	40
C. Job Discriptions	41
D. Tugas-tugas yang telah dilakukan	44
E. Analisis Kegiatan	48
F. Kendala yang dihadapi	51
G. Cara yang dilakukan untuk mengantisipasi kesulitan	54
H. Kemajuan yang dicapai	55
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran Untuk PT ASKES	59
C. Saran untuk Program Diploma III	61
DAFTAR PUSTAKA	62

BAB I

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang

Berkembangnya zaman yang semakin modern, membuat kita dituntut harus semakin maju. Semua hal dibuat lebih praktis dan mudah. Manusia dituntut harus semakin aktif dan mengikuti perkembangan zaman yang ada. Dengan berkembangnya zaman, membuat masyarakat di Indonesia lebih banyak menginginkan semua hal yang lebih praktis. Banyak perusahaan asuransi yang menawarkan beraneka ragam jasanya kepada masyarakat. Asuransi merupakan penjaminan yang berlaku dalam masyarakat modern. Masyarakat modern seperti sekarang ini menginginkan rasa masyarakat modern. Masyarakat modern sekarang ini menginginkan rasa aman (*safety*) bagi kelangsungan kehidupannya. Sistem asuransi dapat memenuhi kebutuhan akan rasa aman itu untuk melindungi (*protect*) beberapa aspek kehidupan masyarakat, seperti perlindungan bagi biaya kesehatan , hari tua, atau pendidikan anak. Bila terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan pada diri peserta, sudah ada back up (*penopang*) yang dapat meringankan resiko. Dengan kata lain, adanya suatu perlindungan yang dapat diandalkan dengan biaya yang terjangkau. Asuransi sebetulnya adalah jaminan atau pertanggungan yang diberikan oleh kerugian seperti yang telah ditetapkan dalam surat perjanjian (*polis*) bila terjadi kebakaran, kecurian, kerusakan, atau jatuh sakit, kehilangan jiwa (kematian) atau kecelakaan lainnya, dengan yang

tertanggung membayar premi sebanyak yang ditentukan bersama kepada penanggung tiap bulan.

Republik Indonesia sangat memikirkan kesejahteraan masyarakatnya. Karena kenyamanan dari masyarakat dirasa sangat penting untuk menopang berkembangnya suatu negara. Pemerintah memberikan kenyamanan kepada masyarakatnya berupa keamanan, pendidikan dan kesehatan. Indonesia memiliki ketahanan keamanan yang cukup baik untuk memberi kenyamanan para masyarakatnya. Untuk menciptakan generasi penerus yang baik dan bisa memimpin negara, maka pendidikan di Indonesia sangat diperhatikan oleh pemerintah. Pemerintah mengalokasikan dana khusus untuk pendidikan para generasi penerus bangsa ini (BOS) Bantuan Operasional Sekolah. Tak kalah pentingnya dengan kesehatan, karena dengan adanya badan yang sehat maka dapat melakukan aktifitas yang dapat menunjang berlangsungnya kehidupan sehari – hari. Di Indonesia memiliki banyak Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Milik Negara yang dipercayakan oleh pemerintah untuk menyelenggarakan jaminan pemeliharaan kesehatan adalah PT ASKES (Persero). memberikan jaminan kesehatan bagi Pegawai Negeri Sipil, Penerima Pensiun PNS dan TNI/POLRI, Veteran, Perintis Kemerdekaan beserta keluarganya dan Badan Usaha lainnya.

PT ASKES (Persero) suatu instansi yang telah diberi kewenangan oleh pemerintah untuk menangani asuransi kesehatan memfasilitasi dan memberikan keringan kepada penerima kartu ASKES pada semestinya. PT ASKES (Persero) juga dipercaya oleh banyak pihak baik dari rumah sakit swasta, dokter keluarga,

maupun dari distributor obat. Karena dirasa sangat menguntungkan bekerjasama dengan PT ASKES (Persero).

Di Indonesia perusahaan yang bergerak di bidang jasa asuransi semakin banyak bermunculan. Baik yang bergerak di bidang jasa asuransi jiwa, asuransi kecelakaan, asuransi masa tua, asuransi pendidikan dan masih banyak lagi macam jasa asuransi di Indonesia. Perusahaan asuransi saling berlomba-lomba untuk mendapatkan klien dengan menawarkan banyak keuntungan tersendiri. Dengan biaya yang berbeda-beda dan dengan cara pembayaran biaya yang berabeka ragam. Disinilah persaingan antara perusahaan jasa dibidang asuransi di pertaruhkan. Untuk dapat memajukan perusahaan, dibutuhkan praktisi yang bersifat front liner di perusahaannya.

Dengan seiring berkembangnya zaman, membuat masyarakat semakin pandai dalam memilih sesuatu yang baik dan menguntungkan. Namun semua itu dapat dirasa mudah untuk suatu instansi atau perusahaan dalam mendapatkan klien. Seorang praktisi Public Relations melakukan pendekatan melalui cara komunikasi. Kemampuan dasar seorang Public relations adalah komunikasi yang baik. Karena dengan komunikasi yang baik dapat menjalin hubungan dengan pihak internal maupun dengan pihak eksternal.

Public Relations adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya (*"British" Institute of Public Relations*) Hubungan antara PT ASKES (Persero) memang harus dijalin dengan baik. Dari makna tugas sebagai seorang Public

Relations dirasa penting untuk menjaga kerja sama yang baik antara perusahaannya dengan perusahaannya lainnya. Hubungan yang harmonis antara suatu instansi atau perusahaan dengan publiknya akan menimbulkan opini publik yang mendukung instansi tersebut. Oleh karena itu, diperlukan suatu divisi kerja yang mampu menjadi *mediator* untuk menjembatani antara top manajemen dengan publiknya. Disinilah eksistensi public relations difungsikan dan diwujudkan keberadaannya melalui hubungan – hubungan yang harmonis antara instansi atau perusahaan dengan publiknya. Hal tersebut tidak akan terwujud apabila tidak didukung oleh top manajemen dan karyawan (intern). Dukungan top manajemen dan karyawan akan sangat membantu kinerja humas. Selain dari pihak dalam (intern) seperti karyawan, kepala bagian, pemimpin perusahaan, dukungan dari masyarakat yang berlaku sebagai pihak luar (eksternal) khususnya masyarakat Surakarta akan sangat membantu kinerja dari seorang Public Relations (Humas) PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta.

Di PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta terdapat bagian Tata Usaha dan Humas. Walau disetiap bagian harus mampu menjaga citra nama baik perusahaan, namun peran sebagai Public Relations (Humas) sangat diperlukan di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta. PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang diberikan tanggung jawab besar oleh pemerintah dalam menangani masalah asuransi kesehatan.

Tugas seorang Humas PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta banyak sekali berhubungan dengan pihak-pihak eksternal. Berhubungan dengan peserta ASKES, dengan Rumah Sakit Kota, Rumah Sakit Negeri, apotik-apotik, maupun Rumah

Sakit Swasta yang bekerja sama dengan PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta. Seorang Humas di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta, selalu mendampingi setiap sub. Bagian seperti : Pelayanan dan Hubungan Pelanggan, Kemitraan Kemitraan Pelayanan Kesehatan, Jaminan Pelayanan Kesehatan, apabila saat melakukan sosialisasi maupun setiap acara yang menyangkut pihak eksternal dan berhubungan dengan PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta.

B.Tujuan Kuliah Kerja Media (KKM) di PT.ASKES (Persero) Surakarta.

Setelah selama lima semester mahasiswa Program D-III konsentrasi Public Relations mendapatkan teori-teori di Universitas, maka mahasiswa Program D-III konsentrasi Public Relations diwajibkan untuk menerapkan dan mengaplikasikan teori-teori yang telah didapatkan tersebut melalui pelaksanaan Kuliah Kerja Media, maka penulis memiliki tujuan yaitu :

- a. Mengetahui Kegiatan Public Relations di dunia kerja yang nyata di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta.
- b. Membandingkan antara teori yang diterima selama masa pendidikan di Universitas dengan realisasi di dunia kerja yang nyata.
- c. Melatih kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja.
- d. Melatih kedisiplinan terutama dalam hal bekerja.
- e. Sebagai persyaratan penulis untuk mendapatkan gelar Ahli Madya Di Universitas Sebelas Maret.

C. Waktu dan Tempat Kuliah Kerja Media 2010

Waktu : KKM dilaksanakan mulai tanggal 8 Februari 2010
sampai dengan tanggal 8 April 2010.

Tempat : PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta

Jl KH. Agus Salim No.2 Surakarta

Telp. (0271) 722593, Fax (0271) 732141

[Hotline Service : 0815 6579 754](tel:08156579754)

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A.DEFINISI PUBLIC RELATIONS

Public Relations terdiri dari kata *Public* dan kata *Relations* sehingga sering diterjemahkan menjadi Hubungan Masyarakat. Public Relations dapat diterjemahkan menjadi hubungan masyarakat (humas) yang mempunyai dua pengertian yaitu Humas dalam artian sebagai teknik komunikasi atau *technique of communication* dan Humas sebagai metode komunikasi atau *method of communication* (Abdurrahman, 1993: 10).

Frank Jefkins, (2004: 2), konsep Public Relations sebenarnya berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut akan muncul perubahan yang berdampak yakni perubahan yang positif.

Public Relations dapat berarti suatu usaha untuk membina hubungan yang baik dengan berbagai kelompok masyarakat dalam menjembatani perusahaan dengan publik atau masyarakatnya yang dapat mempermudah perusahaan dalam mencapai tujuannya.

Pendapat Cutlip Center dan Brown yang dikutip oleh Soleh Soemirat (2005:14), menyebutkan *Public Relations* adalah fungsi manajemen secara khusus yang mendukung terbentuknya saling pengertian dalam komunikasi, pemahaman, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dengan berbagai publiknya.

Tony Greener (1995:4), kata *Public* dalam *Public Relations* tidak hanya berarti Publik atau semacam badan atau lembaga eksternal, tetapi juga

mencakup rekanan atau klien kerja, media, jaringan perdagangan, penjaga-penjaga industri dan penyandang dana, dan juga keseluruhan kelompok berpengaruh dilingkungan *Public Relations* sebagai penonton yang dituju (*Target Audience*).

Pada kegiatan *Public Relations*, terdapat dua aspek yang mutlak harus ada (Onong Uchjana Effendi, 1993:10) yaitu :

1. Adanya komunikasi yang bersifat timbal balik (*reciporocal two traffic communication*) dari kedua belah pihak.
2. Sasaran dari *public relations* adalah publik dalam (*internal public*) dan publik luar (*external public*).

Dari pengertian tersebut tergambar jelas adanya ciri khas dari *public relations* yaitu suatu kegiatan timbal balik antara lembaga dan publik, tidak hanya kegiatan yang ada diluar lembaga tetapi juga yang ada didalam lembaga itu sendiri dan menciptakan citra yang positif kepada kedua belah pihak.

(Edward L. Berneys, 2007:9) dalam buku *Public Relations* menyatakan bahwa, *Public Relations* bertujuan memberi informasi kepada masyarakat persuasi yang dimaksudkan untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga demi kepentingan kedua belah pihak usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan antar lembaga dengan sikap perbuatan masyarakat dan sebaliknya.

Menurut (Otin Baskin, et.al, 1997:5) *Public relation* is a management function that helps achives organizational objectives, define philosophy and facilitate organizational change. *Public relatios* practitioners communicate with all relevant internal and external publics to develop positive relationship and to create concistency between organizational goals and societal expectations. *Public relations* pratitioners develop, execute and evaluate organizational programs that promote the exchange of influence and understanding among an organization's constituent parts and publics. (PR adalah fungsi manajemen yang membantu meraih tujuan organisasi, merumuskan filosofi dan memperantarai perubahan organisasi. Praktisi PR berkomunikasi dengan seluruh publik internal dan eksternal yang terkait untuk membangun hubungan positif dan untuk menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dan harapan masyarakat. Praktisi

PR mengembangkan, melaksanakan dan mengevaluasi program organisasi dengan mendorong pertukaran pengaruh dan pengertian antara bagian-bagian pokok dan publik organisasi).

Menurut Glenn dan Danny Grisworld dalam bukunya *Your Public Relations* yang dikutip oleh Oemi Abdurrachman (198:25), Public Relations merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur (tata laksana) seseorang atau organisasi atas dasar kepentingan publik dan melaksanakan rencana kegiatan untuk memperoleh pengertian dan pengakuan yang baik dari publik. Dalam definisi ini ditunjukkan betapa pentingnya kedudukan publik, kepentingan publik dan opini publik. Public Relations berusaha agar kebijakan dan prosedur suatu organisasi atau perseorangan sesuai dengan kepentingan publik.

(Frank Jafkins, 1992:2) beranggapan mengenai Public Relations. “Public Relations adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi 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”.

J.C. Seidel, Public Relations Director Of Housing, State of New York dalam (Saoemirat dan Ardianto, II00II : 1II), yang berbunyi :“Public Relations adalah proses yang terus menerus dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh goodwill dan pengertian dari para pelanggannya, para pekerjanya, dan masyarakat luas, ke dalam dengan mengadakan analisis dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, ke luar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan”.

B. Fungsi dan Tugas Public Relations

1. Fungsi Public Relations

Public Relations mempunyai peran yang berhubungan dengan public, baik public internal maupun public eksternal. Pada kegiatan *Public Relations*, terdapat dua aspek yang mutlak harus ada (Onong Uchjana Effendi, 1983:134) yaitu :

1. Adanya komunikasi yang bersifat timbal balik (*reciporocal two traffic communication*) dari kedua belah pihak.
2. Sasaran dari *public relations* adalah publik dalam (*internal public*) dan publik luar (*external public*).

Peran seorang public relations diperhitungkan untuk dapat mengkomunikasikan citra perusahaan terhadap orang-orang yang duduk dalam struktur organisasi (public internal) serta berusaha mengenali dan mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran yang negatif dalam masyarakat sebelum tindakan dan kebijaksanaan tersebut dijalankan.

Peran public relations terhadap public eksternal adalah untuk mengupayakan tumbuhnya sikap dan gambaran masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijaksanaan perusahaan, yang selanjutnya akan dapat membangun persepsi pasar terhadap produk atau jasa yang dapat memperkuat dan mempertahankan *brand image* perusahaan.(J. Handly Wright , 1969:12)

Menurut (F. Rahmadi, 1999:21), fungsi Public Relations adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga dan organisasi dengan publiknya, public internal maupun eksternal dalam menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini public) yang menguntungkan lembaga atau organisasi.

Bertrand R. Canfield yang dalam bukunya *Public Relations, Principle and Problem*, yang dikutip oleh (Onong Uchjana Effendy, 1986:44), mengemukakan fungsi Humas adalah sebagai berikut :

- a. *It should serve the public interest* (mengabdikan kepada kepentingan umum).
- b. *Maximum good communications* (memelihara komunikasi yang baik)

- c. *Stress good morals and manners* (menitikberatkan moral dan perilaku yang baik)

Public Relations sangat menentukan perwajahan instansi atau perusahaan yang sedang dinaunginya di mata masyarakat luas. Hal tersebut disebabkan karena PR-lah yang merupakan salah satu front liner penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat. PR menentukan kesan positif sebuah organisasi di mata masyarakat. Dan hubungan dengan masyarakat akan menentukan bagaimana organisasi tersebut bersosialisasi di tengah-tengah masyarakat. Dengan kata lain, PR juga berperan dalam membangun hubungan, khususnya hubungan komunikasi antara organisasi dengan masyarakat luas. Untuk itu, di dalam sebuah PR sangat penting untuk bisa mengelola manajemen komunikasi. Public Relations merupakan suatu bidang yang mempunyai fungsi penting terhadap suatu instansi maupun perusahaan. Baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang non komersial (instansi pemerintahan).

Charles H. Prout dalam karyanya berjudul *Organizations and function of the corporate public relations and departement*, yang dimuat dalam bukunya Lesy,s *Public Relations Handbook*, yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy (1998:43-44), mengatakan ada empat jenis pelayanan dasar yang harus dipraktekkan, yaitu :

- a. Nasihat (*Advice and Counsel*), nasihat perlu diberikan *Public Relations* mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan kehumasan, baik kepada manajemen perusahaan maupun manajemen bagian giro atau yang lain.
- b. Pelayanan Komunikasi (*Communications Service*), pelayanan komunikasi merupakan tugas Humas, yang dikomunikasikan adalah informasi mengenai perusahaan dan segala kegiatannya kepada berbagai publik yang berkepentingan melalui media yang tepat.

- c. Pengkajian Humas (*Public Relations Research*), jika pelayanan komunikasi merupakan pelayanan dari dalam keluar, pengkajian Humas merupakan komunikasi dari luar kedalam, dengan kata lain penelaahan terhadap opini publik yang berpengaruh terhadap perusahaan.
- d. Promosi Humas (*Public Relations Promotion*), kegiatan promosi yang dilaksanakan oleh *Public Relations* atau Humas amat menunjang upaya pencapaian tujuan, tentunya dalam peningkatan produksi yang pada akhirnya berupa keuntungan finansial.

Onong Ucjana (1986:46), Fungsi humas menurut Scott M. Cultip dan

Allen Center dan Canfield, meliputi hal-hal berikut :

- a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
- b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan public, baik public external maupun internal.
- c. Menciptakan komunikasi dua arah timbale balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada public dan menyalurkan opini public kepada organisasi.
- d. Melayani masyarakat internal, eksternal dan menasehati pimpinan demi kepentingan umum.

Seorang Humas disuatu instansi dan perusahaan harus dapat memberi identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga public menaruh kepercayaannya dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut. Pencitraan yang baik dari suatu instansi yang dijaga dan dibangun oleh humas maupun dari instansi atau perusahaan, akan menimbulkan kepercayaan dari pihak external untuk membangun relasi dengan instansi maupun perusahaan yang di naungi oleh seorang humas.

2. Tugas Public Relations

Tugas atau tanggung jawab yang harus di emban seorang public relations adalah menjaga dan tetap mempertahankan citra atau image dari suatu instansi atau perusahaan. Seorang praktisi public relations berkewajiban untuk mengelola

hubungan yang harmonis antara pihak perusahaan dengan para pengamat, investor, maupun klien-klien yang bisa memiliki pengaruh besar bagi masa depan instansi atau perusahaan. Seorang humas harus siap dalam setiap kondisi dan dapat menyampaikan aspirasi mengenai berbagai bidang termasuk hubungan komunitas, isu-isu lingkungan, bidang keuangan, urusan konsumen, isu-isu manajemen, penanganan krisis dan berbagai isu penting lainnya yang terkait dengan kegiatan PR. Maka dari itu seorang humas dituntut harus aktif. Bahkan seorang humas dapat memainkan peranan sentral pada level perusahaan. PR sangat fleksibel, mungkin melebihi iklan, PR dapat merespons berbagai peristiwa dengan sangat cepat. Dalam hubungan dengan pers kekuatan terbesar yang dapat ditawarkan PR adalah menyangkut kredibilitas. Semua hal tersebut semakin diperkuat dengan adanya pendapat dari (F. Rachmadi, 1992:23) berpendapat ada beberapa tugas-tugas dari seorang public relations yaitu:

- a. Menyampaikan pesan atau informasi dari perusahaan secara lisan, tertulis atau visual kepada publiknya sehingga masyarakat (publik) memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi perusahaan, tujuan dan kegiatannya.
- b. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum dan masyarakat.
- c. Mempelajari dan melakukan analisis publik terhadap kebijakan perusahaan atau lembaga maupun segala macam pendapat (*public acceptance and non acceptance*).
- d. Menyelenggarakan hubungan yang baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh *public favour*, *public opinion* dan perubahan sikap.

3. Tujuan Humas (Public Relations)

Menurut Dimock Marchall bersama rekan-rekannya, Edward, Gladys, Odgen Dimock dan Louis W. Koenig, melalui bukunya

yang berjudul *Public Administration*, yang dikutip oleh Yosol Iriantara (2003:53) membagi tujuan *Public Relations* atas dua bagian yaitu :

- a. Secara positif berusaha mendapatkan dan menambah penilaian serta jasa baik suatu organisasi atau perusahaan.
- b. Secara defenisi berusaha untuk membela diri terhadap pendapat masyarakat yang bernada negatif, padahal organisasi atau perusahaan itu tidak bersalah (terjadi salah paham). Dengan demikian, tindakan ini merupakan salah satu aspek penjagaan atau pertahanan.

Pada pokoknya kegiatan *Public Relations* bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, sifat dan tingkah laku publik dengan jalan menumbuhkan penerimaan dan pengertian dari publik (Yosol Iriantara,, 2003:54).

Bonar (1987:21) merumuskan tujuan PR adalah :

1. Public understanding (*pengertian publik*)
2. Public confidence (*kepercayaan publik*)
3. Public support (*dukungan publik*)
4. Public cooperation (*kerjasama publik*)

Seorang praktisi Humas (Public Relations) sering kali dituntut untuk dapat melakukan dan mengerjakan berbagai hal. Menjadi seorang komunikator apabila ada permasalahan yang terjadi dari pihak internal maupun eksternal, sebagai seorang penasehat terhadap pimpinan untuk kepentingan umum, sekaligus sebagai seorang perencana kampanye yang baik. Pada dasarnya seorang praktisi humas dalam menunjang keberhasilan mencapai tujuan utama manajemen instansi atau perusahaan yang hendak dicapai tersebut harus mempunyai keterampilan khusus (Abdurahman, Oemi, 1968:12) yaitu :

a. Problem solver

Problem solver adalah kemampuan yang harus dimiliki dari seorang praktisi Public Relation sebagai ” jalan penengah ” antara organisasi

publik internal dan publik external. Mampu memelihara, mengembang-tubuhkan, serta mempertahankan adanya komunikasi timbal balik yang diperlukan dalam menangani, maupun mengatasi masalah yang muncul dan meminimalkan munculnya masalah.

(Walter A. Shewhart, 1994:89-90) mengatakan bahwa *problem solving* merupakan siklus proses yang terdiri dari empat tahap, yaitu rencana (*plan*), melakukan (*do*), memeriksa (*chek*) dan aksi (*act*). Rencana merupakan proses untuk mendefinisikan dan mengidentifikasi solusi potensial dari masalah:

1. Plan : i. Identifikasi masalah dan koleksi data
 - ii. Analisi data :
 - ii.i Affinizing (Persamaan)
 - ii.ii Multivoting (Pemutusan / memilih)
 - iii. Evaluasi dan solusi-solusi potensial :
 - iii.i Matrik prioritas
 - iv. Pengembangan action plan untuk implementasi
2. Do : Implementasi solusi
3. Check : Hasil evaluasi
4. Act: Membuat penyesuaian-penyesuaian yang dibutuhkan.

b. Mediator

Kemampuan menguasai teknik komunikasi secara lisan maupun tertulis dalam menyampaikan pesan atau informasi dari instansi atau perusahaan yang diwakilinya kepada public internal maupun eksternal.

c. Komunikator

Komunikator adalah seseorang atau sekelompok orang yang menyampaikan pikirannya atau perasaannya kepada orang lain (Onong Uhjana, 1983:14)

Kemampuan sebagai perantara (*komunikator*) dalam menyampaikan pesan atau informasi dari instansi atau perusahaan yang diwakilinya baik secara langsung maupun melalui media cetak, tulisan, lisan (*spoke person*) ataupun elektronik.

(Yosal Iriantara, 2003:54), inti dari kegiatan *Public Relations* bertujuan untuk mempengaruhi pendapat, sikap, sifat dan tingkah laku publik dengan jalan menumbuhkan penerimaan dan pengertian dari publik Seorang praktisi Public relations atau sering disebut dengan humas mempunyai kolerasi yang tinggi dengan orang lain baik dari pihak internal seperti staf, pegawai dari perusahaan tersebut, hingga kalangan eksternal dari perusahaan tersebut seperti konsumen, para agen, perantara, ataupun instansi-instansi lainnya. Tentunya akan banyak

permasalahan yang akan dihadapi. Maka dari itu seorang public relations harus benar-benar tahu tentang segala seluk-beluk dari instansi atau perusahaan dan mampu mewakili dalam berbagai kesempatan. Peran public relations dalam hal ini, harus berhubungan secara dekat dan continue dengan semua orang dalam organisasinya. Seorang Public Relations harus dapat berkomunikasi sebaik mungkin dengan pihak internal maupun eksternal. Dan mengutamakan kepentingan umum atau khalayak umum untuk menjaga citra dari instansi atau perusahaan yang dinaunginya.

C. Publik Humas

I. Definisi Publik

Pengertian “public” secara umum adalah sekelompok individu dalam jumlah besar. Menurut (Emery Borgadus, 1978:10) “Public” adalah sejumlah orang yang bersatu dalam satu ikatan dan mempunyai pendirian yang sama terhadap suatu permasalahan social. *Pendapat* lain di kemukakan oleh (Tony Greener, 2004:3) dalam bukunya *Kiat Sukses Public Relations* , “Khalayak” (Public) adalah kelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal. Public internal meliputi karyawan, staf kantor dan kepala pimpinan, sedangkan public eksternal adalah masyarakat luas.

II. Publik Internal

Public internal merupakan public yang menjadi bagian unit usaha badan usaha perusahaan itu sendiri. Publik internal sebagai sasaran kegiatan humas terdiri atas orang-orang yang melakukan kegiatan didalam instansi atau

perusahaan dan secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajibannya. Publik internal humas (Public Relations) terdiri dari 3 bagian , yaitu :

1. Karyawan

Karyawan adalah orang-orang ada didalam instansi atau perusahaan yang tidak menduduki atau memegang jabatan structural. Karyawan biasanya dibawah komando supervisor atau kepala seksi atau kepala subseksi. Komunikasi adalah jalan hubungan antara masing-masing karyawan, dengan atasan dan juga tugas humas dipermudah dengan jalan komunikasi. Komunikasi dua arah yang dilakukan humas untuk memelihara hubungan dengan karyawan (employee relations) bertujuan untuk memupuk adanya suasana yang menyenangkan diantara para karyawan dengan pimpinan atau atasan supaya suasana kerja tidak kaku. Menurut pendapat dari seorang ahli humas dalam judulnya “(Archibald Williams, 1998:11)” dalam karyanya yang berjudul “ Employee Relations” menyatakan sebagai berikut :

Employee Relations are living and dynamic force and are builtup or torn down in the day-by-day relationships established at the bench, machine, or office desk. Hubungan dengan karyawan merupakan suatu keharusan yang hidup dinamis, yang dibangun dan diruntuhkan dalam hubungan dengan perseorangan sehari-hari, terbina dibelakang bangku kerja, mesin, dan meja tulis.

Komunikasi dengan karyawan merupakan kunci utama suksesnya program humas modern. Karena dengan komunikasi dapat menjabatani segala masalah yang terjadi dalam instansi atau perusahaan. Serta mencapai tujuan bersama demi kesuksesan instansi atau perusahaan yang dinaungi.

2. Top Manajemen

Top Manajemen adalah orang-orang yang ada didalam instansi atau perusahaan yang memegang jabatan structural. Sedangkan kata Manajemen berasal dari bahasa Perancis kuno *ménagement*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Manajemen belum memiliki definisi yang mapan dan diterima secara universal (Laurence R ,1959:468).

(Ricky W. Griffin, 1992:22) mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (*goals*) secara efektif dan efisien.

3. Pemegang Saham (Stockholder)

Stockholder adalah seseorang atau badan hukum yang secara sah memiliki satu atau lebih saham pada perusahaan. Para pemegang saham adalah pemilik dari perusahaan tersebut. Konsep pemegang saham adalah sebuah teori bahwa perusahaan hanya memiliki tanggung jawab kepada para pemegang sahamnya dan pemiliknya, dan seharusnya bekerja demi keuntungan mereka (Onong uchjana, 1972:146-148). Modal merupakan salah satu faktor terpenting bagi suatu organisasi swasta. Besar kecilnya modal menentukan besar kecilnya perusahaan dan berpengaruh pula kepada usaha-usaha untuk mengembangkannya.

(Philip Lesly, 1986:106), komunikasi dengan para pemegang saham dapat dilakukan dengan berbagai macam cara yaitu :

- a. Menyatakan selamat kepada pemegang saham yang baru
- b. Memberikan laporan
- c. Mengirimkan majalah organisasi

d. Mengadakan pertemuan

III. Public Eksternal

Publik Eksternal adalah public umum (masyarakat). Bagi suatu instansi atau perusahaan , hubungan dengan public diluar instansi atau perusahaan merupakan suatu keharusan yang mutlak. Publik eksternal yang menjadi sasaran kegiatan humas (R.R de la Cruz,1976:51):

1. Pelanggan (Customer)

Menurut Lew Hahn (1989:111) (Pengusaha Amerika Serikat)“Sukses besar yang diperoleh suatu perusahaan ialah mendapatkan pelanggan, bukan penjualannya itu sendiri. Setiap barang dapat saja dijual untuk satu kali kepada seorang pembeli, akan tetapi sebuah perusahaan dikatakan sukses, kalau bisa meningkatkan jumlah langganannya yang membeli berulang-kali”.

Beberapa macam pengertian pelanggan atau konsumen menurut Pusat Pelatihan Pioner Indonesia, dalam bukunya Panduan Pelayanan Konsumen (2005:8) ialah :

- a. Pelanggan adalah orang yang memberikan keinginannya kepada kita dan tugas kitalah mengenai kehendaknya dengan jalan menguntungkan kedua belah pihak.
- b. Pelanggan adalah orang yang turut menilai citra perusahaan kita, apakah baik atau buruk dari pelayanan yang mereka terima.
- c. Pelanggan adalah penyampai berita terbaik apabila mereka puas dengan apa yang kita berikan.

Secara umum pelanggan adalah masyarakat pada umumnya yang potensial untuk melakukan membutuhkan produk dan jasa atau berpotensi untuk melakukan pembelian (Oka A. Yoeti, 2005:11).

Seorang praktisi humas diharapkan untuk selalu siap dalam menghadapi segala tantangan, selain waspada namun juga dituntut harus terampil. Humas harus selalu mengetahui perkembangan yang terjadi saat ini, baik itu melalui mass media maupun internet. Komunikasi dengan pelanggan dapat dilakukan melalui iklan yang diterbitkan di media cetak dan elektronik. Komunikasi dengan pelanggan juga dapat dilakukan melalui saluran bebas pulsa, kita dapat mengetahui keluhan, kritik maupun saran dari pelanggan (pelanggan baru pada umumnya dan pelanggan setia pada khususnya).

Disini pelanggan memang seorang raja yang harus dilayani sebaik mungkin. Kepuasan pelanggan sangat diutamakan, karena kepuasan bukanlah suatu hal yang mudah. Seperti yang dikemukakan oleh Richard Oliver dalam bukunya *Satisfactions* yang dikutip oleh James G. Barnes (2000:64) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya. Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat mempertahankan citra dari perusahaan yang baik. Karena pelanggan mempunyai andil yang besar untuk tetap berdiri suatu instansi atau perusahaan.

2. Khalayak sekitar (Community)

Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti "kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak" (Philip Lesly, 1062:308). Pendapat yang lain dikemukakan

oleh Onong Uchjana (1972:150), yang dimaksud khalayak sekitar atau community ialah orang-orang yang bertempat tinggal di sekitar kompleks organisasi (perusahaan, jawatan dll).

3. Instansi Pemerintah(Government)

Instansi pemerintah adalah sebutan kolektif meliputi satuan kerja atau satuan organisasi kementerian/departemen, Lembaga Pemerintah Non Departemen, kesekretariatan lembaga tinggi negara, dan instansi pemerintah lainnya, baik pusat maupun daerah, termasuk Badan Usaha Milik Negara, Badan Hukum Milik Negara, dan Badan Usaha Milik Daerah(Onong Uchjana, 1972:150-151).

Praktisi Humas nantinya harus berhubungan dengan instansi-instansi pemerintah seperti Kotamadya, Kecamatan, Kantor telepon, Kantor Pajak, Bank-Bank Pemerintah, PLN dan lain sebagainya. Peran pemerintah dalam hal ini dibutuhkan untuk menciptakan lapangan pekerjaan, menyediakan modal, melindungi karyawan, melindungi sumber alam, mengatur hukum, serta mengatur dan merangsang minat investasi modal asing (Onong Uchjana Effendy:1972:150-151).

4. Pers(Press)

Pengertian pers dalam arti luas adalah semua mass media, serta hubungan yang dipelihara dengan baik secara terus menerus dengan orang-orang mass media (Onong Uchjana, 1972:151). Mass media banyak sekali bantuannya kepada organisasi keorganisasian untuk mencapai public yang tersebar luas. Bagi seorang praktisi humas suatu instansi atau perusahaan, mass media merupakan

“penyambung tangan “ untuk menjangkau public yang tersebar begitu banyak dalam wilayah yang demikian luas.

Menurut dari Arthur Roalman dalam bukunya “Profitable Public Relations (2004:142)“ pada bagian akhir mencantumkan bab khusus yang berjudul “Profitable Public Relations and Press Relations” mengatakan sebagai berikut :

1. The press person involved must be convinced that the corporate personalities with whom he is working are not trying to “ use” him.
2. Dealings with a working press man should be handless if you fully intended to continue dealing with him for many years.
3. Press people are fundamentally concerned with accuracy.
4. The schedule of the story must be respected. Time is always a factor in editorial material.
5. Good writing is essential. There is much to be said for uncomplicated thought simply said.
6. Try for imagination and freshness. There is much to be said for providing a new approach to a subject.

IV. Opini Publik

Dalam bukunya “*Opini Public*”, Djoenaesih S.Sunarjo(1997:18), Opini public tercipta dari hasil pencitraan suatu instansi atau perusahaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan atau sasaran atau target, perlu diupayakan hubungan yang harmonis antar humas dengan lingkungannya (“...to establish harmony between the subject and its environment”).

Dalam buku Public Relations (Tony Greener,1995:114), pendekatan prinsip terhadap kajian opini publik dapat dibagi menjadi 4 kategori:

1. Pengukuran kuantitatif terhadap distribusi opini.
2. Penelitian terhadap hubungan internal antara opini individu yang membentuk opini publik pada suatu permasalahan
3. Deskripsi tentang atau analisis terhadap peran publik dari opini public.
4. Kajian baik terhadap media komunikasi yang memunculkan gagasan yang menjadi dasar opini maupun terhadap penggunaan media oleh pelaku propaganda dan manipulasi.

Menurut Dra. Djoenaesih S.Sunarjo, SU dalam bukunya *Opini Public*, terbitan Liberty Yogyakarta (1997:18), bahwa ada beberapa cirri-ciri dari opini yaitu :

- a. Selalu diketahui dari pertanyaan-pertanyaannya
- b. Merupakan sintesa atau kesatuan dari banyak pendapat
- c. Mempunyai pendukung dalam jumlah yang cukup besar.

Menurut Marian D. Irish dan James W. Portho (2002:1110) dalam bukunya *“The Politics of American Democracy”* mendefinisikan opini cukup singkat yaitu : Publik relations adalah pengekspresian sikap mengenai persoalan masyarakat.

Seorang pakar mempunyai pendapat tersendiri tentang opini public. Menurut rousseau, Vollaire, Milson, Mill bahwa Opini public (1985:56) adalah identik dengan pengertian kebebasan, keterbukaan dalam mengungkapkan ide-ide dan pendapat.

D. *Public Relations* dalam Pelayanan dan Hubungan Pelanggan di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta.

Di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta peran seorang Public Relations memang tidak berdiri sendiri melainkan berada di sub.bagian Tata Usaha dan Humas. Fungsi dari seorang Humas yang ada di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta sebagai front liner dari perusahaan, yang berhadapan langsung dengan public eksternal. Harus tetap tenang, menjaga kesopanan, berkomunikasi yang baik agar para pelanggan maupun klien juga merasa dihormati dan dapat diberi

informasi selengkap mungkin sesuai yang dibutuhkan oleh pelanggan maupun klien.

Walaupun di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta tidak mempunyai bagian sebagai *Customer servis* namun itu bukan suatu masalah yang berarti, karena dapat di back up oleh Humas. Sudah menjadi tugas seorang humas harus paham mengenai seluk beluk dari perusahaan dan harus dapat memahami kebutuhan yang diperlukan oleh pelanggan dan bagaimana cara mengantisipasi kebutuhan serta memberikan kepercayaan dan pelayanan yang memuaskan pelanggan, yang disini pelanggan memiliki peranan penting dalam kemajuan dan kredibilitas PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta.

Kepercayaan dari pelanggan dan kredibilitas yang selalu dijaga dengan baik akan menimbulkan kepercayaan yang lebih terhadap PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta yang di beri kewenangan oleh pemerintah dalam jasa asuransi kesehatan karena PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta merupakan Badan Usaha Milik Negara.

BAB III

DEFINISI PERUSAHAAN

(Di ambil dari Company Profil PT ASKES 2008)

A. Profil Asuransi Kesehatan Indonesia

Sistem asuransi merupakan sistem penjaminan yang umum berlaku dalam masyarakat modern. Masyarakat modern seperti sekarang ini menginginkan rasa aman (*Safety*) bagi kehidupannya. Sistem asuransi dapat memenuhi kebutuhan akan rasa aman itu dengan melindungi (*protect*) beberapa aspek kehidupan masyarakat, seperti perlindungan bagi biaya kesehatan, hari tua, atau pendidikan anak. Bila terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan terjadi pada diri peserta, sudah ada back up (*penopang*) yang dapat meringankan resiko. Dengan kata lain, adanya suatu perlindungan yang dapat diandalkan dengan biaya yang terjangkau. Asuransi sebetulnya adalah jaminan atau pertanggungan yang diberikan oleh penanggung (*biasanya kantor asuransi*) kepada yang tertanggung untuk resiko kerugian seperti yang ditetapkan dalam surat perjanjian (*polis*) bila terjadi kebakaran, kecurian, kerusakan atau jatuh sakit, kehilangan jiwa (*kematian*) atau kecelakaan lainnya, dengan yang tertanggung membayar premi sebanyak yang ditentukan bersama kepada penanggung tiap bulan.

B. Sejarah Perusahaan

PT. Askes (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara yang ditugaskan khusus oleh pemerintah untuk menyelenggarakan jaminan pemeliharaan kesehatan bagi Pegawai Negeri Sipil, Penerima Pensiun PNS dan TNI/POLRI, Veteran, Perintis Kemerdekaan beserta keluarganya dan Badan Usaha lainnya. Sejarah singkat penyelenggaraan program Asuransi Kesehatan sebagai berikut :

- **Tahun 1968**

Pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan yang secara jelas mengatur pemeliharaan kesehatan bagi Pegawai Negeri dan Penerima Pensiun (PNS dan ABRI) beserta anggota keluarganya berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 230 Tahun 1968. Menteri Kesehatan membentuk Badan Khusus di lingkungan Departemen Kesehatan RI yaitu Badan Penyelenggara Dana Pemeliharaan Kesehatan (BPDPK), dimana oleh Menteri Kesehatan RI pada waktu itu (Prof. Dr. G.A. Siwabessy) dinyatakan sebagai embrio Asuransi Kesehatan Nasional.

- **Tahun 1984**

Untuk lebih meningkatkan program jaminan pemeliharaan kesehatan bagi peserta dan agar dapat dikelola secara profesional, Pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 1984 tentang Pemeliharaan Kesehatan bagi Pegawai Negeri Sipil, Penerima Pensiun (PNS, ABRI dan Pejabat Negara) beserta anggota keluarganya.

Dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 1984, status badan penyelenggara diubah menjadi Perusahaan Umum Husada Bhakti.

- **Tahun 1991**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 69 Tahun 1991, kepesertaan program jaminan pemeliharaan kesehatan yang dikelola Perum Husada Bhakti ditambah dengan Veteran dan Perintis Kemerdekaan beserta anggota keluarganya. Disamping itu, perusahaan diijinkan memperluas jangkauan kepesertaannya ke badan usaha dan badan lainnya sebagai peserta sukarela.

- **Tahun 1992**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 1992 status Perum diubah menjadi Perusahaan Perseroan (PT Persero) dengan pertimbangan fleksibilitas pengelolaan keuangan, kontribusi kepada Pemerintah dapat dinegosiasi untuk kepentingan pelayanan kepada peserta dan manajemen lebih mandiri.

- **Tahun 2005**

Berdasarkan Keputusan Menteri Kesehatan RI Nomor 1241/Menkes/XI/2004 PT Askes (Persero) ditunjuk sebagai penyelenggara Program Jaminan Kesehatan Bagi Masyarakat Miskin (PJKMM). PT.Askes (Persero) mendapat penugasan untuk mengelola kepesertaan serta pelayanan kesehatan dasar dan rujukan.

- **Tahun 2008**

Pemerintah mengubah nama Program Jaminan Kesehatan Bagi Masyarakat Miskin (PJKMM) menjadi Program Jaminan Kesehatan Masyarakat (Jamkesmas). PT Askes (Persero) berdasarkan Surat Menteri Kesehatan RI Nomor 112/Menkes/II/2008 mendapat penugasan untuk melaksanakan Manajemen Kepesertaan Program Jamkesmas yang meliputi tatalaksana kepesertaan, tatalaksana pelayanan dan tatalaksana organisasi dan manajemen.

Sebagai tindak lanjut atas diberlakukannya Undang-undang Nomor 40/2004 tentang SJSN PT Askes (Persero) pada 6 Oktober 2008 PT Askes (Persero) mendirikan anak perusahaan yang akan mengelola Kepesertaan Askes Komersial. Berdasarkan Akta Notaris Nomor 2 Tahun 2008 berdiri anak perusahaan PT Askes (Persero) dengan nama PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia yang dikenal juga dengan sebutan PT AJII.

- **Tahun 2009**

Pada tanggal 20 Maret 2009 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan Nomor Kep-38/KM.10/2009 PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia selaku anak perusahaan dari PT Askes (Persero) telah memperoleh ijin operasionalnya. Dengan dikeluarkannya ijin operasional ini maka PT Asuransi Jiwa Inhealth Indonesia dapat mulai menyelenggarakan asuransi kesehatan bagi masyarakat.

C. VISI DAN MISI

a. Visi

- Spesialis dan pusat unggulan asuransi kesehatan Indonesia

b. Misi

- Turut membantu pemerintah di bidang kesehatan.
- Menyelenggarakan asuransi sosial dengan prinsip-prinsip asuransi sosial berdasarkan manage care system untuk kemanfaatan maksimum bagi peserta.
- Menyediakan sistem informasi dan manajemen yang handal untuk mendukung proses bisnis ekselen.
- Mengoptimalkan hasil pengelolaan dana untuk pengembangan program dan kepentingan peserta.

D. TUJUAN

Turut melaksanakan dan menunjang kebijakan dan program pemerintah di bidang ekonomi dan pembangunan nasional pada umumnya, khususnya di bidang asuransi sosial melalui penyelenggaraan asuransi/jaminan kesehatan bagi pegawai negeri sipil, penerima pensiun, veteran, perintis kemerdekaan beserta keluarganya, dan masyarakat lainnya, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya Perseroan untuk menghasilkan jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat, guna meningkatkan nilai manfaat bagi peserta dan nilai Perseroan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

Untuk mencapai maksud diatas, Perseroan dapat melaksanakan kegiatan usaha sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan asuransi kesehatan yang bersifat menyeluruh (komprehensif) bagi pegawai negeri sipil, penerima pensiun, veteran dan perintis kemerdekaan beserta keluarganya.
2. Menyelenggarakan asuransi kesehatan bagi pegawai dan penerima pensiun Badan Usaha lainnya.
3. Menyelenggarakan jaminan kesehatan bagi masyarakat yang telah membayar iuran atau iurannya dibayar oleh pemerintah sesuai dengan prinsip penyelenggaraan sistem JAMKESMAS.
4. Melakukan kegiatan investasi dengan memperhatikan ketentuan peraturan perundan-undangan.

E. BUDAYA PERUSAHAAN

Dalam proses membangun keyakinan dan nilai-nilai (*beliefs and values*) yang harus dipegang teguh oleh seluruh jajaran perusahaan mulai dari tingkat pelaksana sampai ke tingkat manajemen telah disepakati hal-hal yang menjadi ciri-ciri bagi budaya perusahaan, sesuai dengan visi dan misi perusahaan, yaitu :

- a. *Integrity*
- b. *service Excellence*
- c. *Team Work*
- d. *Continuous learning*

a. ***Integrity***

Integrity berarti bahwa setiap insan perusahaan harus memiliki kepribadian yang kuat untuk melaksanakan setiap tugas yang diberikan Perusahaan dengan loyalitas dan dedikasi yang tinggi, jujur dan penuh tanggung jawab kepada Tuhan Yang Maha Esa, *stakeholders* maupun kepada diri sendiri. Tanggung jawab kepada peserta, pemegang saham, provider, Komisaris, dan Dewan Direksi dan masyarakat luas serta dirinya sendiri.

b. ***Service Excellence***

Prinsip *Customer Focused Company* atau pelayanan prima harus diberikan kepada seluruh *customer*, baik eksternal, maupun internal. Pelayanan yang terbaik bagi peserta dan mitra kerja agar tercapai indeks kepuasan yang optimal untuk menciptakan pelanggan yang loyal.

Prinsip pelayanan prima yang universal harus menjadi ciri dan karakteristik setiap karyawan anatara lain:

- Sikap proaktif di dalam memberikan pelayanan kepada semua pelanggan.
- Memberikan respon dan tanggapan pada kesempatan pertama terhadap setiap kritik, masukan, atau keluhan yang disampaikan kepada pelanggan.
- Bersikap ramah serta santun dalam menghadapi setiap pelanggan.
- Menghargai dan menghormati setiap orang secara wajar.

c. *Team Work*

Salah satu syarat untuk dapat melaksanakan kerja sama dengan baik adalah sikap yang siap menerima pendapat yang berbeda dengan pendapat sendiri. Setiap perbedaan harus dianggap sebagai suatu nilai tambah yang akan memperkaya dan meningkatkan dinamika pekerjaan serta menyempurnakan hasil suatu pekerjaan. *Team Work* yang sudah terbentuk perlu dipertahankan dan harus ditingkatkan.

d. *Continuous Learning*

Menciptakan iklim kerja yang menunjang semangat pembelajaran secara terus menerus baik secara perorangan maupun melalui program pelatihan dan pendidikan secara terencana, sehingga selalu inovatif mengatasi akibat-akibat perubahan lingkungan usaha dalam usaha peningkatan dan pengembangan guna mengoptimalkan kinerja perusahaan.

E.1. Karyawan

- Secara aktif meningkatkan pengetahuan dalam bidang asuransi kesehatan pada umumnya dan dalam bidang tugasnya masing-masing secara khusus.
- Meningkatkan budaya *self study* (belajar mandiri) melalui peningkatan budaya membaca literatur, jurnal, karya ilmiah dan lain-lain, baik dalam bidang asuransi, bidang kesehatan, manajemen maupun bidang lain yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun pengembangan perusahaan.
- Menciptakan budaya diskusi ilmiah dan empiris dalam lingkungan kerja untuk membahas hal-hal yang aktual atau terkini.

- Secara aktif mencari kesempatan untuk mengikuti pendidikan, baik dengan dukungan dan fasilitas perusahaan maupun dengan fasilitas sendiri.

E.2. Perusahaan

- Memberikan dukungan kepada karyawan yang mau meningkatkan pengetahuan dalam mendukung pelaksanaan tugas perusahaan.
- Menciptakan lingkungan yang kondusif bagi karyawan yang secara aktif dan mandiri meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam rangka mendukung pelaksanaan tugas yang diberikan perusahaan.
- Memberikan apresiasi kepada karyawan yang secara aktif dan mandiri meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam rangka mendukung pelaksanaan tugas yang diberikan perusahaan.

Budaya Perusahaan PT Askes (Persero) haruslah tercermin pada sikap dan perilaku dari setiap individu di PT Askes di dalam pelaksanaan tugas perusahaan. Mereka yang menerapkan keempat elemen budaya Perusahaan maka akan menjadi "insan Askes" yang sejati.

F. Peserta PT. Askes (Persero) Program Askes Sosial

Program Asuransi Kesehatan Sosial merupakan penugasan Pemerintah kepada PT.Askes (Persero) melalui Peraturan Pemerintah No. 69 tahun 1991 dengan peserta Pegawai Negeri Sipil, Pejabat Negara, Penerima Pensiun PNS, Penerima Pensiun TNI/Polri, Penerima Pensiun Pejabat Negara, Veteran dan Perintis Kemerdekaan yang membayar iuran untuk jaminan Pemeliharaan kesehatan, serta Pegawai Negeri Tidak Tetap (Dokter/Dokter Gigi/Bidan – PTT,

melalui SK Menkes nomor 1540/MENKES/SK/XII/2002, tentang Penempatan Tenaga Medis Melalui Masa Bakti Dan Cara Lain). Anggota Keluarga adalah : Isteri atau suami dan anak yang sah dan atau anak angkat dan peserta yang mendapat tunjangan keluarga sebagaimana diatur dalam peraturan perundangan yang berlaku dengan ketentuan belum mencapai usia 21 tahun, belum menikah, belum berpenghasilan dan masih menjadi tanggungan peserta atau sampai usia 25 tahun bagi yang masih mengikuti pendidikan formal. Jumlah anak yang ditanggung adalah dua anak (Keppres No.16 tahun 1994).

G. Hak dan Kewajiban Peserta Askes Sosial

G.1. Hak Peserta Askes Sosial

- Memiliki Kartu Askes, untuk dapat dilayani pada fasilitas kesehatan yang ditunjuk sesuai dengan ketentuan yang berlaku
- Memperoleh penjelasan tentang hak, kewajiban serta tata cara pelayanan kesehatan
- Menyampaikan keluhan baik secara lisan (telepon atau datang langsung) atau tertulis, ke Kantor PT Askes (Persero) setempat.

G.2. Kewajiban Peserta Askes Sosial

- Membayar iuran
- Memberikan data identitas diri untuk penerbitan Kartu Askes.
- Mentaati semua ketentuan dan prosedur pelayanan kesehatan yang berlaku.

- Menjaga Kartu Askes agar tidak rusak, hilang atau dimanfaatkan oleh pihak yang tidak berhak.

H. Kartu Askes dan persyaratan Kartu Askes

H.1. Kartu Askes

- Identitas peserta dan anggota keluarganya.
- Masing-masing peserta dan anggota keluarga memiliki satu Kartu Askes.
- Bukti sah untuk memperoleh pelayanan kesehatan di PPK (Pemberi Pelayanan Kesehatan) yang ditunjuk.
- Berlaku Nasional.

H.2 Cara Memperoleh Kartu Askes

Mengisi Daftar isian Peserta dengan melampirkan :

- Fotocopy SK terakhir/Petikan Gelar Kehormatan Veteran/SK Perintis Kemerdekaan, Surat Nikah, Akte Kelahiran Anak atau Keterangan Lahir
- Surat Keterangan dari Sekolah/Perguruan Tinggi (bagi anak berusia lebih dan 21 tahun dan dibawah 25 tahun)
- Daftar Gaji (bagi PNS aktif), Surat Tanda Bukti Penerima Pensiun (STBPP) bagi Pensiunan dan melampirkan Surat Pernyataan Melaksanakan Tugas Perorangan
- (SPMT) bagi Pegawai Tidak Tetap (PTT)
- Pasfoto masing-masing dua lembar ukuran 2x3

H.1.6. Pemberi Pelayanan Kesehatan (PPK) PT. ASKES (Persero)

Peserta mendapatkan pelayanan kesehatan pada Pemberi Pelayanan Kesehatan (PPK) yang bekerjasama dengan PT. Askes (Persero), yang terdiri :

1. Puskesmas, Dokter Keluarga, Klinik dan Balai Pengobatan Umum
2. Rumah Sakit Pemerintah
3. Rumah Sakit TNI/POLRI/Swasta
4. Rumah Sakit Swasta tertentu
5. Unit Pelayanan Transfusi Darah (UPTD)/PMI
6. Apotik
7. Optikal
8. Balai Pengobatan Khusus (BP Paru, BP Mata dan sebagainya)

H.1.7. Jenis Pelayanan Kesehatan yang Dijamin oleh PT. ASKES (Persero)

Bagi Peserta Askes Sosial

1. Pelayanan Kesehatan Tingkat Pertama di Puskesmas atau Dokter Keluarga, yang meliputi layanan Rawat Jalan Tingkat Pertama dan Rawat Inap Tingkat Pertama.
2. Pelayanan Kesehatan Tingkat Lanjutan di Rumah Sakit, yang meliputi layanan :
 - a. Rawat Jalan Tingkat Lanjutan
 - b. Rawat Inap Tingkat Lanjutan
 - c. Rawat Inap Ruang Khusus (ICU,ICCU)
 - d. Pelayanan Gawat Darurat (Emergency)
 - e. Persalinan

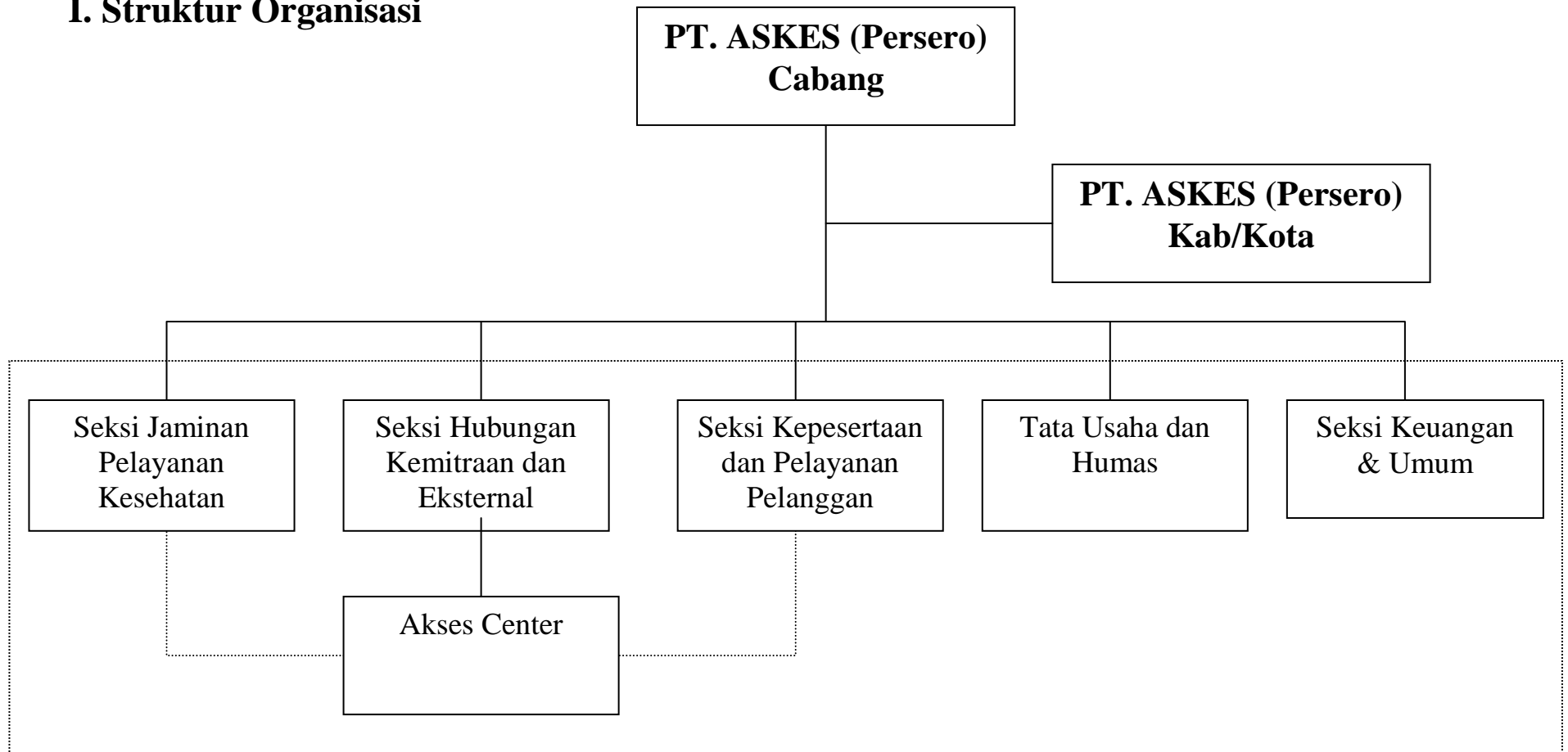
- f. Pelayanan Transfusi Darah
 - g. Pelayanan obat sesuai Daftar dan Plafon Harga Obat (DPHO).
 - h. Tindakan medis operatif dan tindakan medis non operatif
 - i. Pelayanan cuci darah
 - j. Cangkok (transplantasi) Ginjal dan ESWL (tembak batu ginjal)
 - k. Penunjang Diagnostik, seperti Laboratorium, Radiodiagnostik, Elektromedik, termasuk USG, CT Scan dan MRI.
3. Alat Kesehatan, yang meliputi :
- a. IOL, Pen dan Screw dan Implant lainnya
 - b. Kacamata (hanya peserta, tidak untuk anggota keluarga)
 - c. Gigi Tiruan (hanya peserta, tidak untuk anggota keluarga)
 - d. Alat Bantu Dengar (hanya peserta, tidak untuk anggota keluarga)
 - e. Kaki/ tangan tiruan (hanya peserta, tidak untuk anggota keluarga)

H.1.8. Pelayanan yang Tidak Dijamin Oleh PT. ASKES (Persero)

- a. Pelayanan yang tidak mengikuti prosedur atau ketentuan yang berlaku
- b. Penyakit akibat upaya bunuh diri atau dengan sengaja menyakiti diri
- c. Operasi plastik kosmetik, termasuk obat-obatan
- d. Check Up atau General Check-Up
- e. Imunisasi diluar imunisasi dasar Seluruh rangkaian usaha ingin punya anak (infertilitas) Penyakit akibat ketergantungan obat atau alkohol
- f. Sirkumsisi tanpa indikasi medis
- g. Obat-obatan diluar DPHO termasuk Obat gosok, vitamin, kosmetik, makanan bayi

- h. Pelayanan kursi roda, tongkat penyangga, korset dan lain-lain
- i. Pengobatan di luar negeri
- j. Pelayanan ambulance, pengurusan jenazah dan pembuatan visum et repertum termasuk biaya foto copy, administrasi, telepon, dan transportasi
- k. Pemeriksaan kehamilan, gangguan kehamilan, tindakan persalinan, masa nifas anak ketiga dan seterusnya
- l. Usaha meratakan gigi, dan membersihkan karang gigi

I. Struktur Organisasi



Struktur Organisasi PT. ASKES (Persero) – Cabang
(Company Profil Perusahaan, 2010)

BAB IV

PELAKSANAAN KULIAH KERJA MEDIA

A. Peran Penulis Selama Kuliah Kerja Media

PT. ASKES (Persero) cabang Surakarta adalah instansi yang dipilih penulis untuk melaksanakan Kuliah Kerja Media. PT. ASKES (Persero) cabang Surakarta yang beralamat di JL.KH. Agus Salim No: 2 Surakarta. Kuliah Kerja Media dilakukan oleh penulis selama dua bulan mulai dari 8 Februari 2010 sampai dengan 8 April 2010. Dengan jam kerja mulai dari pukul 08.00 wib sampai dengan 16.30 wib. Penulis mempunyai tanggung jawab besar selama melaksanakan Kuliah Kerja Media ini yaitu menjaga nama baik dari Universitas Sebelas Maret serta diwajibkan untuk menaati tata tertib yang ada di PT. ASKES (Persero) cabang Surakarta. Pelayanan yang dilakukan oleh PT. ASKES (Persero) cabang Surakarta adalah lima hari kerja dalam seminggu. Senin hingga jumat, namun untuk hari jumat pelayanan dilaksanakan mulai pukul 08.00 wib hingga pukul 17.00 wib.

B. Jadwal Pelaksanaan

Penulis melaksanakan magang selama 42 hari (kurang lebih 9 minggu) oleh Bapak Djonik Sukirman selaku Asisten Manager, penulis ditugaskan di 4 bagian (di roling), yaitu:

1. Tiga minggu pertama (8 Februari – 25 Februari), penulis ditempatkan dibagian Kepesertaan dan Pelayanan Pelanggan.
2. Minggu ke 4 dan 5 (1Maret 2010 – 12 Maret 2010), penulis ditempatkan dibagian Kemitraan Pelayanan Kesehatan.
3. Minggu ke 6 dan 7 (15 Maret 2010- 26 Maret 2010), penulis ditempatkan di bagian Jaminan Pelayanan Kesehatan
4. Minggu ke 8 dan 9 (29 Maret 2010 – 8 April 2010), penulis ditempatkan di bagian Tata Usaha dan Humas.

C. Job Description

1. Seksi Kepesertaan dan Hubungan Pelanggan

- a. Menyiapkan bahan penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Kantor Cabang sesuai dengan tanggung jawab seksi Kepesertaan dan Pelayanan Pelanggan.
- b. Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peserta Askes yang berkaitan dengan Kepesertaan dan Pelayanan Pelanggan.
- c. Mengelola administrasi kepesertaan yang mencakup pendaftaran, verifikasi, pencatatan dan pemuktahiran data.
- d. Melaksanakan pendistribusian kartu peserta.
- e. Melaksanakan pembinaan dan penyuluhan kepada peserta.
- f. Menerima dan menyelesaikan keluhan peserta.
- g. Melakukan koordinasi dengan seksi Jaminan Pelayanan Kesehatan dalam menjalankan fungsi Askes Center.

- h. Berkoordinasi dengan Kantor Pusat atau Regional dalam memberikan masukan sebagai bahan penyusunan kebijakan dan pedoman Kepersertaan dan Pelayanan Pelanggan.

2. Seksi Kemitraan Pelayanan Kesehatan

- a. Menyiapkan bahan penyusunan Rencan Kerja dan Anggaran Tahunan Kantor Cabang sesuai dengan tanggung jawab Seksi Hubungan Kemitraan dan Eskternal.
- b. Mengidentifikasi calon PPK (Penyedia Pelayanan Kesehatan) potensial.
- c. Melaksanakan seleksi dari calon PPK potensial.
- d. Menyusun draft perjanjian kerjasama dan melaksanakan perjanjian kerjasama dengan PPK sesuai ketentuan yang berlaku.
- e. Melaksanakan sosialisasi ke PPK mengenai ketentuan pelayanan kesehatana bagi peserta Askes.
- f. Menjalin dan membina hubungan kemitraan dengan PPK.
- g. Melaksanakan pengawasan dan evaluasi pelayanan kesehatan yang diberikan oleh PPK kepada peserta Askes.
- h. Berkoordinasi dengan Kantor Pusat atau Regional dalam memberikan masukan sebagai bahan penyusunan kebijakan dan pedoman kemitraan apabila diperlukan.

- i. Melaksanakan evaluasi dan pelaporan mengenai aktivitas Kantor Cabang sesuai dengan tanggung jawab Seksi Hubungan Kemitraan dan Eksternal.
- j. Bertindak sebagai pembentuk citra bagi perusahaan dan memitigasi segala macam resiko yang dapat mengurangi citra perusahaan di masyarakat.
- k. Memperluas hubungan dengan dengan pihak eksternal sesuai dengan rencana kerja yang telah disusun.
- l. Melaksanakan kegiatan pemasaran sesuai dengan program yang disusun.
- m. Melaksanakan program CSR sesuai dengan rencana yang telah disusun termasuk program Pembinaan Kemitraan dan Bina Lingkungan.

3. Seksi Jaminan Pelayanan Kesehatan

- a. Menyiapkan bahan penyusun Rencan Kerja dan Anggaran Tahunan Kantor Cabang sesuai dengan tanggung jawab Seksi Jaminan Pelayanan Kesehatan.
- b. Merumuskan dan menyusun perencanaan kegiatan jaminan pelayanan kesehatan berdasarkan masukan dari Kantor Regional.
- c. Melaksanakan kegiatan penyediaan Jaminan Pelayanan Kesehatan bagi peserta Askes.
- d. Menerima pengajuan klaim kolektif dan perorangan.
- e. Melaksanakan verifikasi klaim kolektif dan perorangan.

- f. Menyetujui klaim yang sudah diverifikasi dan memenuhi syarat pembayaran dan diajukan kepada seksi keuangan Seksi Jaminan Pelayanan Kesehatan.
- g. Melaksanakan negosiasi tarif dan bentuk pelayanan dengan calon PPK.

4. Seksi Tata Usaha dan Humas

- a. Membuat file-file mengenai surat-surat yang diterima maupun terkirim.
- b. Menerima klaim klektif dan perorangan.
- c. Melaksanakan kegiatan Hubungan Eksternal, socio marketing dan Corporations Social Responcibility (CSR) sesuai dengan kebijakan, pedoman dan perencanaan yang telah ditetapkan.
- d. Memperluas hubungan dengan dengan pihak eksternal sesuai dengan rencana kerja yang telah disusun.

D. Tugas-tugas yang dilakukan

Di hari pertama sebelum penulis memulai Kuliah Kerja Media di PT.ASKES, penulis melakukan perkenalan diri terhadap para staf-staf tenaga kerja. Agar dapat lebih mudah berkomunikasi dengan para staf-staf tenaga kerja, kepala bagian maupun kepala pimpinan selama melaksanakan Kuliah Kerja Media. Sesuai dengan konsentrasi penulis yakni Public Relations yang cenderung berhubungan dengan masyakat luas oleh Bapak Djonik Sukirman diberikan banyak pengalaman selama Kuliah Kerja Media di PT ASKES (Persero) Cabang

Surakarta. Berdasarkan ketentuan yang telah ditentukan oleh pembimbing, maka penulis melakukan berbagai macam tugas antara lain :

3 minggu pertama (tanggal 8 Februari-22 Februari), penulis ditempatkan dibagian Kebersertaan dan Hubungan Pelanggan. Selama penulis ditempatkan di bagian Pelayanan dan Hubungan Pelanggan, penulis membantu petugas-petugas di bagian tersebut dalam pengurusan dan pencetakan kartu ASKES berbarcode, dikarenakan per periode bulan April sudah mulai pendistribusian kartu Askes berbarcode dan sudah dapat digunakan diseluruh Indonesia. Memberikan informasi kepada peserta ASKES mengenai kartu ASKES berbarcode dan menjelaskan ketentuan-ketentuan yang harus dipenuhi saat pemeriksaan atau menggunakan kartu ASKES (apabila akan menggunakan kartu ASKES guna pemeriksaan diharuskan membawa surat rujukan dari puskesmas atau dokter keluarga yang sudah ditunjuk dan untuk karyawan lebih di sarankan untuk memilih dokter keluarga yang telah bekerja sama dengan PT ASKES (Persero) dikarenakan dapat meminta surat rujukan disore hari tanpa harus meninggalkan kantor, namun apabila dalam keadaan urgent tidak menggunakan surat rujukan). Melakukan pengelompokan dan pemberian nama dokter keluarga dikarenakan adanya kebijakan kartu ASKES berbarcode yang hanya terdapat tulisan (Nama pemegang kartu, nomer barcode kartu dan tanggal lahir). Penulis melakukan pengentrian tanda terima kartu ASKES berbarcode yang telah di distribusikan, guna sebagai monitoring agar kartu tidak disalah gunakan dan dapat mengetahui hasil dari pendistribusian kartu ASKES berbarcode. Kesalahan nama ataupun tanggal lahir yang tercantum di kartu ASKES berbarcode dapat diragukan ke

apsahan dari karu tersebut, sehingga penulis mendapatkan tugas untuk memonitoring kartu ASKES berbarcode yang tidak sesuai dengan nama atau kesalahan penulisan tanggal lahir. Setiap adanya kebijakan baru dari suatu instansi ataupun perusahaan pasti di butuhkan adanya sosialisasi dan hal tersebut sering dilakukan oleh kepala sub bagian di PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta, dan penulis berkesempatan ikut dalam sosialisasi mengenai kartu ASKES berbarcode di rumah sakit- rumah sakit (BP4, Rumah Sakit Kota, Rs.Dr MOEWARDI).

Di minggu ke 4 dan 5 (tanggal 1 Maret-12 Maret 2010) penulis ditempatkan (rolling) di bagian Kemitraan Pelayanan Kesehatan. Dibagian Kemitraan Pelayanan Kesehatan ini yang mengurus dibidang perjanjian kerjasama dengan pihak luar. Disaat penulis melakukan Kuliah Kerja Media di PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta, sedang ada penambahan kerjasama dari dokter-dokter kesehatan yang ingin berkerjasama dengan PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta. Penulis membantu karyawan di bagian Kemitraan Pelyanan Kesehatan saat mewawancarai calon dokter-dokter keluarga. Setelah disetujui oleh kepala pimpinan penulis mendapatkan tugas untuk memonitoring PKS (Perjanjian Kerja Sama) dokter keluarga, guna untuk dapat mengontrol dan mempermudah pembayaran jasa kapitasi dokter keluarga. Penulis juga mendapatkan tugas untuk memeriksa kembali surat pejanjian kerjasama yang akan ditanda tangani oleh kepala pimpinan PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta. PT ASKES (Persero) dalam memudahkan peserta ASKES di buatlah adanya ASKES Center, penulis membantu persiapan peresmian ASKES Center di RS DR. MOEWARDI. Selain adanya peresmian ASKES Center, Anggota Dewan

Perwakilan Rakyat ikut serta meninjau ASKES Center yang ada di RS DR.MOEWARDI JEBRES. Membantu persiapan peresmian kartu ASKES untuk para pelajar di Wonogiri. Penulis juga mendapatkan tugas untuk melipat barita-berita yang ada di surat kabar yang bersangkutan dengan PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta.

Minggu ke 6 dan 7 (tanggal 15 Maret- 26 Maret),penulis ditempatkan (rolling) di bagian Jaminan Pelayanan Kesehatan (JPK). Di bagian Jaminan Pelayanan Kesehatan, penulis mendapat tugas untuk memverifikasi klaim kaca mata dari ILI (Surakarta, Sragen, Karanganyar), dari Pranoto (Surakarta dan Karanganyar). Penulis juga mendapatkan tugas untuk meregister klaim perorangan. Sebagai public relations penulis ikut membantu persiapan kunjungan DPR ke RS DR. MOEWARDI. Penulis ikut serta dalam memberi penyuluhan DPHO di RS. KOTA, menyarankan agar para dokter-dokter lebih memilih daftar obat generic supaya lebih meringankan para pasien.

Minggu ke 8 dan 9 (tanggal 29 Maret-8 April), penulis ditempatkan (rolling) di bagian Tata Usaha dan Humas. Penulis mendapatkan tugas untuk mengagenda surat-surat yang masuk maupun surat yang keluar. Untuk surat masuk, penulis mendapatkan tugas untuk memberikan kartu desposisi. Setelah penulis memberikan kartu desposisi dan setelah kepala pimpinan membaca dan mengoreksi surat-surat yang masuk beserta memberikan memo kepada sub.bagian penulis mendapatkan tugas untuk mengcopy surat-surat masuk tersebut dan mengarsipnya. Sedangkan untuk surat-surat keluar diberikan no surat dan dicatat di buku tersendiri. Dikarenakan meja bagian Tata Usaha dan Humas berdekatan

dengan telepon dan mesin fax, maka penulis mendapat tugas sebagai operator telepon. Yang mendapatkan tugas sebagai penerima telepon yang dari peserta beserta menjawab pertanyaan-pertanyaan maupun menyambungkan telepon dari instansi lain dan menyambungkan sesuai dengan permintaan penelepon ke masing-masing sub.bagian. Dikarenakan menggunakan telepon di PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta tidak seperti penggunaan telepon yang ada dirumah karena membutuhkan pasword tertentu sehingga penulis bertugas untuk menyambungkan telepon keluar sesuai tujuan yang diminta oleh karyawan. Membuat surat mengenai konfirmasi nomor rekening kepada PPK, untuk membayarkan tagihan biaya pelayanan kesehatan. Membuat surat pengantar mengenai biaya beban atau jumlah BBM dan penggunaan energy kantor.

E. Analisis Kegiatan yang dilakukan selama Kuliah Kerja Media (KKM).

Dari tugas-tugas yang telah dilakukan oleh penulis selama melakukan Kuliah Kerja Media (KKM) ada beberapa tugas-tugas yang telah dilakukan di PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta yang berkaitan dengan konsentrasi penulis yaitu Public Relations adalah:

1. Membantu petugas-petugas di bagian Pelayanan dan Hubungan Pelanggan dalam melayani peserta ASKES baik dalam pembuatan kartu ASKES berbarcode, maupun informasi yang dibutuhkan oleh peserta. Tugas ini termasuk dalam tugas Public relations, dikarenakan berhubungan langsung dengan pelanggan yang bertindak sebagai public eksternal.

Sebagaimana seperti yang telah dicantumkan oleh penulis dalam tinjauan pustakan bahwa Public Relations dapat diterjemahkan menjadi hubungan masyarakat (humas) yang mempunyai dua pengertian yaitu Humas dalam artian sebagai teknik komunikasi atau *technique of communication* dan Humas sebagai metode komunikasi atau *method of communication*.

2. Sosialisasi mengenai diberlakukannya kartu ASKES berbarcode ke (BP4, Rumah Sakit Kota, Rs. Dr. MOEWARDI). Hal ini merupakan tugas dari seorang Public Relations guna untuk selalu mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan PT ASKES, dan anggap yang ada di pihak PPK mengenai program dan produk yang di berlakukan. Sebagaimana yang telah dicantumkan dalam tinjauan pustaka yang menyatakan *Public Relations* adalah kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, penentuan, pelayanan-pelayanan dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang-orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan goodwill dari mereka. Kedua, pelaksanaan, kebijaksanaan, pelayanan dan sikap adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya.
3. Ikut terjun dalam persiapan ASKES Center di Rumah Sakit DR. MOEWARDI JEBRES. Merupakan tugas dari seorang Public Relations karena dirasa kegiatan persiapan untuk peresmian ASKES Center ini meliputi kerjasama dengan banyak pihak tentunya dari pihak Rumah Sakit DR. MOEWARDI. ASKES Center didirikan di rumah sakit

DR.MOEWARDI yang bertujuan untuk melayani keluhan dan menjawab pertanyaan dari peserta ASKES.

4. Membuat Press Release mengenai Peresmian ASKES Center dan kunjungan anggota Dewan Perwakilan Rakyat ke Rumah Sakit DR. MOEWARDI. Membuat Press Release merupakan tugas dari seorang Public Relation yang bertujuan memberikan sarana komunikasi yang ditujukan kepada semua media dengan tujuan untuk mengumumkan sesuatu yang mempunyai nilai untuk di beritakan kepada public eksternal.
5. Mengliping berita-berita yang ada di media cetak yang berkaitan dengan PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta. Yang bertujuan sebagai arsip dari kantor agar dapat memonitoring hasil dari setiap kegiatan maupun perkembangan image PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta di masyarakat luas. (F. Rachmadi, 1992:23) berpendapat ada beberapa tugas-tugas dari seorang public relations yaitu:
 - a. Menyampaikan pesan atau informasi dari perusahaan secara lisan, tertulis atau visual kepada publiknya sehingga masyarakat (publik) memperoleh pengertian yang benar dan tepat mengenai kondisi perusahaan, tujuan dan kegiatannya.
 - b. Memonitor, merekam dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum dan masyarakat.
 - c. Mempelajari dan melakukan analisi publik terhadap kebijakan perusahaan atau lembaga maupun segala macam pendapat (*public acceptance and non accpetance*).

- d. Menyelenggarakan hubungan yang baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh *public favour*, *public opinion* dan perubahan sikap.
6. Memberikan sosialisasi mengenai DPHO terhadap dokter-dokter di Rumah Sakit Kota. Agar lebih mengutamakan penggunaan obat-obat yang masuk dalam daftar DPHO, guna meringankan beban dari pasien. **(Edward L. Berneys, 2007:9)** dalam buku Public Relations menyatakan bahwa, Public Relations bertujuan memberi informasi kepada masyarakat persuasi yang dimaksudkan untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga demi kepentingan kedua belah pihak usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan antar lembaga dengan sikap perbuatan masyarakat dan sebaliknya

F. Kendala yang dihadapi

Selama melaksanakan Kuliah Kerja Media di PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta, penulis mengalami beberapa kendala dalam menjalankan tugas-tugas yang diberikan oleh pembimbing selama di PT ASKES. Kendala yang dihadapi penulis antara lain :

1. Kendala yang dihadapi penulis dibagian Pelayanan dan Hubungan Pelanggan yaitu :
 - a. Belum dapat menghafal semua nama dokter keluarga
 - b. Belum dapat menghafal persyaratan dalam pembuatan kartu ASKES.

- c. Belum dapat menghafal persyaratan dalam pembuatan kartu ASKES.
 - d. Dibagian Kepesertaan dan hubungan pelanggan ini, mahasiswa belum dapat melakukan tugas sepenuhnya seperti yang diharapkan.
 - e. Belum dapat memahami permasalahan mengenai kartu secara detail dari pihak-pihak yang bekerja sama. Karena begitu banyak permasalahan yang terjadi dengan digunakan kartu ASKES berbarcode.
2. Kendala yang dihadapi penulis saat ditempatkan di bagian Kemitraan Pelayanan Kesehatan yaitu :
- a. Menghafal jumlah Dokter keluarga yang bekerjasama dengan askes.
 - b. Kesulitan menghafal instansi yang bekerjasama dengan ASKES.
 - c. Rumitnya persiapan JKMU, karena melibatkan banyak pihak.
3. Kendala yang dihadapi penulis saat ditempatkan di bagian Jaminan Pelayanan Kesehatan (JPK) yaitu :
- a. Kesulitan menghafal kode jenis penyakit.
 - b. Kesulitan membaca tulisan dari resep atau surat rujukan.
 - c. Kesulitan membaca identitas dari pasien atau peserta.
 - d. Kesulitan membaca tulisan dari resep atau surat rujukan.
 - e. Banyaknya daftar DPHO

4. Kendala yang dihadapi oleh penulis saat ditempatkan di bagian Operator telepon dan Hubungan Eksternal yaitu :

Kesulitan memberikan kartu disposisi di setiap surat-surat masuk

G. Cara yang dilakukan untuk mengatasi kesulitan

Untuk mengatasi kesulitan yang dihadapi, penulis melakukan beberapa hal yang dapat membantu penulis untuk mengatasi kesulitan tersebut yaitu :

1. Saat ditempatkan di bagian Pelayanan dan Hubungan Pelanggan, penulis melakukan beberapa hal untuk mengatasi kendala yang dihadapi antara lain :
 - a. Berusaha menghafal semua nama- nama dokter keluarga.
 - b. Berusaha menghafalkan persyaratan yang harus dipenuhi peserta dalam pembuatan kartu ASKES.
 - c. Tetap membantu petugas dibagian pelayanan,karena di bagian ini diharuskan pegawai tetap n mengetahui seluk beluk perusahaan secara lengkap.
 - d. Berusaha untuk lebih memahami setiap permasalahan yang timbul saat dilakukan sosialisai.
2. Saat ditempatkan di bagian Kemitraan Pelayanan Kesehatan, penulis melakukan beberapa hal untuk mengatasi kendala yang dihadapi antara lain :
 - a. Membaca- baca daftar dokter keluarga

- b. Membaca-baca daftar instansi yang bekerjasama dengan ASKES.
 - c. Membantu sebisa mungkin, dan memperhatikan petugas bagian kemitraan saat bekerja sambil memahaminya.
3. Saat ditempatkan di bagian Jaminan Pelayanan Kesehatan, penulis melakukan beberapa hal untuk mengatasi kendala yang dihadapi antara lain :
 - a. Dengan memverifikasi dengan sendirinya akan hafal sedikit demi sedikit.
 - b. Meminta bantuan petugas Jaminan Pelayanan Kesehatan untuk membaca resep.
 - c. Meminta bantuan petugas Jaminan Kesehatan Pelayan atau mencari dengan no askesnya.
 - d. Meminta bantuan petugas Jaminan Pelayanan Kesehatan untuk membaca resep.
 - e. Membaca-baca buku DPHO
4. Saat ditempatkan di bagian Kemitraan Pelayanan Kesehatan, penulis melakukan beberapa hal untuk mengatasi kendala yang dihadapi antara lain :
 - a. Bertanya kepada petugas atau pegawai yang paham tentang kesulitan yang dihadapi.

H. Kemanjauan yang telah di capai

Selama penulis melaksanakan KULiah Kerja Media (KKM) di PT ASKES (Persero) Cabang Surakarta, penulis mengalami beberapa hambatan. Akan tetapi, penulis berusaha mengatasi kesulitan tersebut. Kemajuan yang telah dicapai oleh penulis, antara lain :

1. Salama di tempatkan di bagian Pelayanan dan Hubungan Pelanggan kemajuan yang telah dicapai oleh penulis antara lain :

- a. Mengetahui persyaratan dalam pembuatan kartu askes.
- b. Mengetahui tentang pendistribusian kartu ASKES berbarcode.
- c. Mengetahui tentang daftar dokter keluarga yang bekerja sama dengan ASKES.
- d. Mengetahui persyaratan dalam cara memperoleh kartu ASKES.
- e. Lebih mengetahui permasalahan yang sering dikeluhkan oleh peserta ASKES.
- f. Mengetahui tentang daftar dokter keluarga yang bekerja sama dengan ASKES.
- g. Memahami dalam mengenntryng tanda kembali kartu ASKES berbarcode.
- h. Memahami permasalahan yang ada disetiap tempat pelayanan masyarakat (Rumah Sakit) dalam penggunaan kartu ASKES berbarcode.

2. Salama di tempatkan di bagian Kemitraan Pelayanan Kesehatan yang telah dicapai oleh penulis antara lain :

- a. Dapat memonitoring PKBL
 - b. Dapat memonitoring PKS.
 - c. Dapat memahami permasalahan perjanjian kerja sama.
 - d. Mengetahui Dokter keluarga yang bekerjasama dengan PT ASKES (Persero) Surakarta.
3. Salama di tempatkan di bagian Jaminan Pelyanan Kesehatan kemajuan yang telah dicapai oleh penulis antara lain :
- a. Mengerti cara memverifikasi klaim
 - b. Mengerti perhitungan atau perincian manual klaim perorangan.
 - c. Dapat merigister Klaim perorangan.
 - d. Mengerti cara memverifikasi klaim kacamata
 - e. Mengerti perhitungan atau perincian manual klaim perorangan.
 - f. Dapat merigister Klaim perorangan.
4. Salama di tempatkan di bagian Jaminan Pelyanan Kesehatan kemajuan yang telah dicapai oleh penulis antara lain :
- Dapat memberikan kartu desposisi disetiap surat masuk.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Selama penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta kurang lebih selama 2 bulan, tujuan dari pelaksanaan Kuliah Kerja Media telah dicapai oleh penulis antara lain :

1. Penulis menjadi paham mengenai kegiatan Public Relations di dunia kerja yang nyata di PT ASKES (Persero) Cb. Surakarta. Kegiatan yang berhubungan dengan Public Relations selama penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) antara lain :
 - a. Memberikan informasi tentang prosedur dalam pembuatan kartu ASKES yang ada di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta kepada calon peserta ASKES, agar para peserta ASKES sepenuhnya mengetahui apa saja persyaratan yang harus dipenuhi dalam pembuatan kartu ASKES. Serta memberikan informasi-informasi yang mengenai hak dan kewajiban para peserta ASKES.
 - b. Menerima setiap pengaduan dari peserta melalui telepon, lalu menyelesaikan pengaduan tersebut hingga tuntas.

- c. Ikut serta dalam setiap adanya sosialisasi yang bersangkutan dengan kartu ASKES atau permasalahan lainnya yang menyangkut PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta.
 - d. Menerima berkas-berkas ASKES dari rumah sakit, apotik, atau instansi lain yang bekerja sama. Dan menerima keluhan atau kendala yang di hadapi oleh PPK serta berusaha memberikan penjelasan kepada PPK.
2. Teori yang diterima selama pendidikan di Universitas dengan realisasi di dunia kerja nyata memang berbeda. Tidak semudah yang dibayangkan penulis selama menerima pendidikan di Universitas, karena berhadapan langsung dengan public eksternal dibutuhkan kesabaran menyangkut pribadi setiap orang berbeda-beda.
3. Penulis dapat beradaptasi dan mengikuti atmosfer yang ada di PT ASKES (Persero) Cab.Surakarta yang dituntut kesabaran dalam menghadapi keluhan peserta ASKES.
4. Penulis menjadi paham dan lebih disiplin karena setiap instansi memiliki peraturan yang harus di taati oleh semua karyawan termasuk si penulis.

5. Penulis telah melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) dan telah memenuhi persyaratan untuk mendapatkan gelar Ahli Madya.

Kegiatan Public Relations di PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta diartikan penulis belum dapat bekerja maksimal dikarenakan setiap divisi lebih cenderung melaksanakan tugas yang berhubungan dengan public eksternal tanpa melibatkan peran seorang Humas. Sehingga seorang Humas di PT ASKES belum dapat melaksanakan tugas-tugas semestinya.

B. Saran untuk PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta

Berdasarkan pengalaman penulis selama melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM), penulis mempunyai beberapa saran atau masukan yang dapat membangun dan meningkatkan citra perusahaan PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta. Penulis berharap saran atau masukan yang dikemukakan oleh penulis dapat menjadi wacana positif bagi PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta. Adapun saran atau masukan dari penulis antara lain sebagai berikut :

1. PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta lebih memaksimalkan adanya Askes Center dalam melayani segala pertanyaan dan keluhan peserta di Rumah Sakit. Kepuasan pelanggan akan membentuk citra yang baik untuk perusahaan.
2. Lebih mensosialisasikan mengenai produk-produk maupun kebijakan-kebijakan yang diterapkan oleh PT ASKES(Persero) Cab. Surakarta kepada PPK. Agar tidak terjadi kesalahan dalam melakukan segala prosedur maupun persyaratan yang telah ditentukan.

3. Agar lebih memaksimalkan peranan praktisi humas dalam melakukan tugas-tugasnya yang cenderung berhubungan dengan public eksternal. Peranan seorang Humas dapat meningkatkan dan menjaga citra nama baik dari perusahaan.
4. Dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat hendaknya PT ASKES (Persero) Cab. Surakarta lebih meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan seperti keramahan, ketanggapan serta ketelitian petugas, sehingga masyarakat mendapat kepuasan tersendiri.
5. Untuk meningkatkan kedisiplinan dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang dimiliki setiap bagian, maka perlu diadakannya sebuah perturan kerja yang lebih ketat dengan sangsi-sangsi untuk karyawan yang tidak bertanggung jawab terhadap pekerjaannya dan juga memberikan *award* atau penghargaan tersendiri bagi setiap karyawan yang tekun, rajin dan bertanggungjawab atas pekerjaannya. Sehingga motivasi karyawan dalam bekerja akan semakin meningkat.
6. Untuk meningkatkan kualitas karyawan, maka disiplin kerja dapat ditingkatkan, terutama jam masuk kerja dan ijin keluar pada jam kerja. Dan memberikan sanksi yang tegas apabila terjadi pelanggaran.

**C. Saran untuk program Diploma III Komunikasi Terapan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sebelas
Maret**

Demi mewujudkan kualitas pendidikan yang lebih baik dari tahun ke tahun, maka penulis memberi saran yang mungkin dapat memajukan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya program Diploma III Komunikasi Terapan. Saran itu ialah :

1. Dalam memberikan kurikulum hendaknya materi praktek lebih diperbanyak guna memberikan keterampilan pada mahasiswa.
2. Hendaknya dosen dari praktisi lebih diperbanyak guna memberikan pengalaman-pengalaman yang sangat berguna bagi mahasiswa.
3. Hendaknya dalam pembelajaran di semester-semester awal, mahasiswa lebih banyak diajak untuk berkunjung ke lembaga-lembaga yang terdapat praktisi *public relations* langsung sehingga mahasiswa mendapatkan gambaran tentang dunia *public relations* yang sebenarnya dan juga dapat menjadi motivasi belajar yang lebih bagi mahasiswa.

Demikian laporan Kuliah Kerja Media ini dibuat sesuai apa yang telah didapat selama melaksanakan Kuliah Kerja Media dan sesuai dengan kemampuan penulis yang ada. Penulis berharap dapat memberikan masukan, kritik dan untuk hasil yang lebih baik kedepannya. Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, Onong Uchjana. 1983. *Human Relations dan Public Relations dalam Management*. Bandung : Alumni.
- Effendy, Onong Uchjana. 1986. *Hubungan Masyarakat, Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : Remadja Karya CV.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. Bandung : CV mandar Maju.
- Greener, Tony. 2004. *Kiat Sukses Public Relations*. Jakarta : PT. B umi Aksara.
- Jefkis, Frank. 1992. *Public Relations Edisi Keempat*. Jakarta : Erlangga
- Moore, H. Frazier. 2004. *Humas, Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Rachmadi, F. 1992. *Public Relations dalam Teori dan Praktek, Aplikasi dalam badan usaha Swasta dan Lembaga Pemerintah*. Jakarta : Gramedia.
- Rumanti, Sr. Maria Assumpta OSF. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktek*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan, Kajian Program Impelementasi*. Bandung : Nuansa.