

LAPORAN  
KULIAH KERJA LAPANGAN

AKTIVITAS HUMAS DIANDI OFFSET YOGYAKARTA



Oleh:

Yulianti Marpaung

120904790

*Public Relations*

Dosen Pembimbing: Ike Devi Sulistyaningtyas, M.Si

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2016

## HALAMAN PERSETUJUAN

### AKTIVITAS *PUBLIC RELATIONS* CV. ANDI OFFSET YOGYAKARTA

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini ditujukan untuk melengkapi syarat kelulusan

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Oleh:

Nama : Yuliati Marpaung

NPM : 120904790

Konsentrasi Studi : *Public Relations*

Disetujui

Yogyakarta, 24 November 2016

Dosen Pembimbing

Ike Devi Sulistyaningtyas, M.Si



## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini telah disetujui dan disahkan oleh Dosen Penguji dari Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 24 November 2016

Tempat : Fisip Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disetujui

Yogyakarta, 24 November 2016

Penguji I

  
Ike Devi Sulistyningtyas, M.Si

Penguji II

  
Meylani Yo, Ph.D.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini adalah hasil karya saya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk  
Telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Yulianti Marpaung

NPM : 120904790

Tanggal : 24 November 2016

Tanda Tangan :



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan kesehatan dan anugrahNya, sehingga berkat anugrahNya penulis dapat menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Lapangan yang berjudul *Aktivitas Public Relations* Di CV. Andi Offset Yogyakarta. Kuliah Kerja Lapangan ini merupakan sebuah mata kuliah yang wajib untuk ditempuh penulis di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini di susun sebagai pelengkap kerja praktik yang telah dilaksanakan penulis selama kurang lebih sebulan di CV. Andi Offset Yogyakarta.

Dengan selesainya laporan KKL ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan masukan-masukan dan motivasi kepada penulis.

Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Keluarga tercinta yaitu Papa, Mama, dan Adik-adik yang selalu mengingatkan dan menyemangati penulis untuk menyelesaikan laporan KKL ini, serta terimakasih untuk nasihat dan doanya.
2. Dosen pembimbing saya, Ibu Ike Sulistyningtyas, M.Si yang sudah membimbing penulis dan memberi masukan sehingga laporan KKL penulis bisa terselesaikan dengan baik.
3. Segenap karyawan CV. Andi Offset Yogyakarta khususnya ,mas Danang, mbak Kitty, kak Eva, kak Stevy, kak Ari yang sudah membimbing penulis

selama KKL, dan tetap berhubungan baik sampai sekarang, suka mengajak penulis nongkrong bersama.

4. Teman-teman Rohani penulis yaitu Kak Monica, Emi, Afrina dan Yohana yang selalu memberi semangat dan doa buat penulis.
5. Teman-teman penulis yaitu Marshel terima kasih sudah membantu penulis dalam segala kekurangan penulis dalam hal informasi mengenai KKL dan khususnya Citra terima kasih sudah berjuang bersama, serta Steven yang selalu semangati penulis saat malas, semangat!
6. Buat semua teman-teman, saudara dan saudari yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih buat semangat dan doa terbaiknya.

Yogyakarta, 24 November 2016

Penulis

Yuliati Marpaung

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR BAGAN DAN GAMBAR .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan KKL.....	5
1.4 Manfaat KKL.....	5
1.5 Kerangka Teori .....	5
1.5.1 Definisi <i>Public Relations</i> .....	5
1.5.2 Publik.....	7
1.5.3 Aktivitas <i>Public Relations</i> .....	7
a. Hubungan Karyawan.....	8

b. Hubungan Investor.....	13
c. Hubungan Pemerintah.....	16
d. Hubungan Media.....	17
e. Hubungan Pelanggan.....	18
f. Hubungan Komunitas.....	23
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	25
2.1 Sejarah Perusahaan.....	25
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	26
2.3 Logo Perusahaan.....	27
2.4 Lokasi Perusahaan.....	28
2.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	29
2.5.1 Job Description.....	30
2.6 Fasilitas.....	36
BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN.....	38
3.1 Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL.....	38
3.1.1 Konsep PR menurut CV. Andi Offset Yogyakarta.....	38
3.1.2 Konsep Hubungan Karyawan menurut CV. Andi Offset Yogyakarta.....	39

3.1.3 Konsep Hubungan Pelanggan menurut CV. Andi Offset Yogyakarta .....	42
3.1.4 Konsep Hubungan Komunitas menurut CV. Andi Offset Yogyakarta .....	45
3.2 Aktivitas Hubungan Karyawan, Hubungan Pelanggan dan Hubungan Komunitas .....	46
3.2.1 Aktivitas Hubungan Karyawan di CV. Andi Offset Yogyakarta .....	46
3.2.2 Aktivitas Hubungan Pelanggan di CV. Andi Offset Yogyakarta .....	57
3.2.3 Aktivitas Hubungan Komunitas di CV. Andi Offset Yogyakarta .....	62
3.3 Deskripsi Partisipasi Mahasiswa .....	64
3.4 Analisis Hasil Pelaksanaan KKL .....	67
3.4.1 Analisis Aktivitas <i>Public Relations</i> .....	67
3.4.2 Analisis aktivitas Hubungan Karyawan .....	68
3.4.3 Analisis Aktivitas Hubungan Pelanggan .....	71
3.4.4 Analisis Aktivitas Hubungan Komunitas .....	73

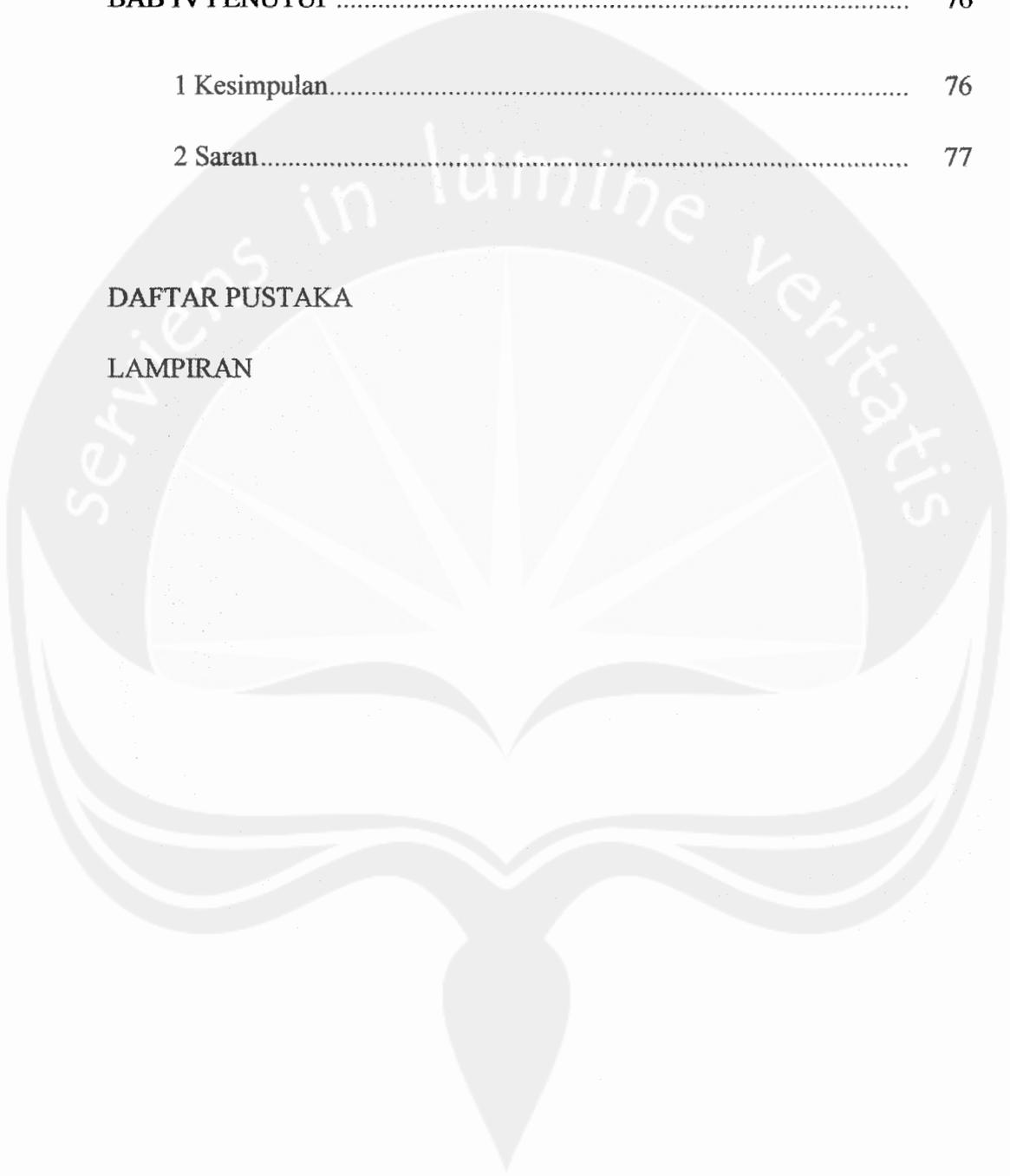
**BAB IV PENUTUP** ..... 76

1 Kesimpulan..... 76

2 Saran..... 77

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR BAGAN DAN GAMBAR

Gambar 2.1	: Logo CV. Andi Offset Yogyakarta.....	22
Bagan 2.1	: Struktur Organisasi CV. Andi Offset Yogyakarta.....	23
Gambar 3.1	: Piagam Karyawan teladan tahun 2015.....	41
Gambar 3.2	: Piknik Perusahaan.....	42
Gambar 3.3	: Piknik Keluarga dan karyawan Perusahaan.....	42
Gambar 3.4	: Karyawan bermain futsal dan badminton.....	43
Gambar 3.5	: Karyawan bermain tenis meja.....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran1 : Bukti penjualan buku
- Lampiran2 : Akun *Facebook* yang penulis buat dan operasikan selama KKL
- Lampiran3 : Buku yang di edit untuk dicetak ulang
- Lampiran4 : Gudang tempat pengepakan buku, bahana dan renungan yang dipesan
- Lampiran5 : Gudang buku tempat penyimpanan buku, setiap pesanan akan dilaporkan ke bagian gudang agar dipersiapkan
- Lampiran6 : Renungan edisi Maret dan Bahana edisi Februari yang penulis promosikan selama KKL
- Lampiran 7 : Foto penulis bersama karyawan Bahana saat perpisahaan di hari terakhir KKL.
- Lampiran 8 : Toko buku CV. Andi Offset yang bernama Andi Star berada di depan CV. Andi Offset Yogyakarta di Jl. Beo No. 38-40 Demangan.
- Lampiran 9 : Email Penulis saat melakukan proses laporan pembeli buku ke pihak admin.
- Lampiran 10 : Form penilaian penulis dari perusahaan

Lampiran 11 : *Activity daily* penulis selama KKL di CV. Andi Offset  
Yogyakarta.



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1. Latar Belakang**

Organisasi merupakan sebuah sistem yang menghubungkan pihak atas dan bawah dalam mencapai tujuannya. Dalam sebuah organisasi harus terdapat berbagai jenis jabatan untuk mempertanggungjawabkan keberlangsungan perannya masing-masing seperti pemimpin, staf dan karyawan. Sebuah organisasi mempunyai strategi yang harus dipikirkan dan dilakukan untuk menjaga keberlangsungan hidup organisasinya dengan pihak internal dan eksternal. (dalam buku Rosadi ruslan, 1998: XVII-XVIII).

Agar terjalin hubungan yang baik antara organisasi dengan pihak internal maupun eksternal harus dibutuhkan komunikasi yang sangat baik. Menurut Van Riel (dalam, Keith, 2012: 180), komunikasi perusahaan merupakan sebuah instrumen manajemen yang dengan seefektif dan seefisien mungkin mengharmonisasikan semua bentuk komunikasi internal dan eksternal yang digunakan secara sengaja, sehingga menciptakan basis menyenangkan bagi hubungan dengan kelompok-kelompok di mana organisasi tersebut bergantung.

Pihak internal yang dimaksud adalah pihak yang berada di dalam organisasi seperti karyawan, sedangkan pihak eksternal adalah pihak yang berada di luar organisasi seperti masyarakat. Dengan adanya komunikasi

yang baik akan terlihat dari munculnya hubungan timbal balik dan saling menguntungkan antara dua pihak. *Public Relations* merupakan salah satu pihak yang sangat berperan penting dalam membangun *image* organisasi dan menjalin hubungan dengan masyarakat melalui aktivitas-aktivitas yang dilakukan baik di organisasi pemerintah maupun non pemerintah. ( Dalam Ruslan, 1998: 21).

Secara garis besar *public relations* mempunyai peran ganda yaitu fungsi keluar berupaya memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan organisasi/lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, sedangkan fungsi ke dalam dengan wajib menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan organisasinya atau tujuan bersama. ( Dalam Ruslan, 1998: 21).

Penyampaian pesan yang baik diharapkan dapat menjalin hubungan yang baik pula dan saling menguntungkan antara pihak internal maupun eksternal dari sebuah organisasi. Bukan hanya hubungan yang baik saja, namun dapat membangun *image* yang baik dari luar terhadap sebuah organisasi dan membangun kepercayaan dari pihak eksternal. *Image* yang baik dan kepercayaan yang kuat dari pihak eksternal merupakan aset yang sangat penting bagi perkembangan sebuah organisasi baik organisasi profit maupun non profit.

Seiring banyaknya organisasi profit maupun non profit yang semakin berkembang di Indonesia ikut mempengaruhi perkembangan perekonomian di

Indonesia. Perkembangan perekonomian Indonesia sekarang ini sangat pesat begitu juga dengan persaingan bisnis yang semakin kompetitif. Semakin banyaknya bisnis yang serupa membuat sebuah organisasi harus mampu bertahan dan bersaing secara sehat.

Salah satunya adalah Penerbit dan Percetakan buku yang semakin banyak berdiri di Indonesia membuat persaingan semakin ketat. Oleh karena itulah dibutuhkan komunikasi yang baik untuk membangun image dan kepercayaan dari masyarakat agar keberlangsungan hidup organisasi tetap terjaga.

CV. Andi Offset atau yang sering di kenal dengan penerbit Andi, merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang penerbitan dan percetakan buku, baik itu order cetak buku atau order cetakan lainnya yang beralamatkan di Jl. Beo No. 38-40 Demangan Baru, Yogyakarta. Perusahaan ini didirikan sebagai perusahaan perorangan pada tanggal 4 januari 1980 oleh J.H. Gondowijoyo. Pada awalnya seluruh aktivitas masih terbatas dalam bidang percetakan. Perusahaan mengalami perkembangan yang pesat dan pada akhir 1980-an.

Perusahaan ini lebih berperan dalam penerbitan buku-buku umum seperti buku-buku komputer, ekonomi, manajemen, matematika dan ilmu pengetahuan alam, teknik, kepariwisataan dan sejenisnya. Sedangkan PBMR ANDI lebih berperan kepada buku-buku dan majalah Rohani (BAHANA, Renungan Malam, Efata). Kedua bidang penerbit ini didukung sepenuhnya

oleh satu percetakan yang kuat, yaitu percetakan ANDI Offset. Semua unit tersebut dikelola sebagai satu kesatuan di bawah percetakan dan penerbitan CV. ANDI OFFSET.

Untuk mempertahankan keberlangsungan organisasi dalam persaingan dengan organisasi lainnya yang serupa, CV. ANDI OFFSET harus mampu menjaga komunikasi yang baik dengan pihak internal yang merupakan pilar penting dalam mempertanggungjawabkan keberlangsungan organisasi dan pihak eksternal sebagai pihak yang membantu organisasi bertahan, dengan cara membeli produk CV. ANDI OFFSET dan berlangganan dengan baik. Semua hal ini bisa dilihat dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh pihak CV. ANDI OFFSET yang biasanya digerakan oleh *Public Relations* yang ada di CV. ANDI OFFSET.

Penulis tertarik untuk melihat aktivitas PR di CV. Andi Offset Yogyakarta karena masih banyak yang menganggap bahwa CV. Andi Offset Yogyakarta tidak mempunyai PR dan juga informasi mengenai PR dan aktivitasnya di CV. Andi Offset masih sangat jarang didengar, begitu juga penulis ingin melihat bagaimana aktivitas *Public Relations* yang dilakukan di CV. ANDI OFFSET dalam menjaga persaingan. Dengan mencari tahu aktivitas *Public Relations* di CV. Andi Offset ini, penulis berharap dapat memaparkan aktivitas PR yang ada di CV. Andi Offset.

## **2. Rumusan Masalah**

Bagaimana aktivitas *public relations* CV. Andi Offset Yogyakarta?

### 3. Tujuan

Mengetahui aktivitas *public relations* CV. Andi Offset Yogyakarta.

### 4. Manfaat

#### 1) Manfaat Akademis

Manfaat akademis dari pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan mengenai kasus bagaimana mengamati kegiatan *Public Relations* di perusahaan percetakan.

#### 2) Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan ini diharapkan dapat memberi masukan dalam mengembangkan aktivitas *public relations* di CV. Andi Offset Penerbit dan Percetakan Buku Yogyakarta.

### 5. Kerang kateori

#### a. Definisi *Public Relations*

*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, 2009:5).

Menurut Harlow (1976:36) mendefinisikan *Public Relations* sebagai:

Fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun dan memelihara jalur komunikasi, memunculkan

pemahaman, kerja sama antara organisasi dan publiknya; melibatkan manajemen permasalahan dan isu; membantu manajemen untuk terus menginformasikan dan tanggap terhadap opini publik; mendefinisikan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan umum; membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, melayani sebagai sistem peringatan dini untuk membantu mencegah kecenderungan negatif; dan menggunakan penelitian yang sehat dan etika komunikasi sebagai alat utamanya (dalam Keith, 2012: 7).

Menurut Warnabey & Moss (2002:7) mendefinisikan *Public*

*Relations* sebagai:

Seni dan ilmu sosial yang menganalisis *tren*, memprediksikan konsekuensi dari *tren* tersebut, memberikan masukan bagi para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan tindakan dari program yang direncanakan, yang akan melayani organisasi dan kepentingan publik (dalam Keith, 2012: 7).

Menurut Grunig dan Hunt (1984: 8) mendefinisikan *Public*

*Relations* sebagai:

Manajemen komunikasi antara organisasi dengan publiknya (dalam Keith, 2012: 7).

Dalam hal ini, publik dianggap penting bagi organisasi karena keberadaan atau eksistensi organisasi tidak terlepas dari publiknya. Tiap-tiap organisasi sendiri memiliki fokus publik yang berbeda-beda, tergantung publik mana yang dianggapnya penting. Oleh karena itu, fungsi *Public Relations* yang dimiliki oleh suatu organisasi menunjukkan publik siapa yang menjadi prioritasnya. Jenis organisasi juga mempengaruhi bentuk-bentuk aktivitas yang akan dilakukan seorang *public relations*.

## b. Publik

Grunig and Hunt (dalam, Keith, 2012: 29) mendefinisikan empat tipe publik, yaitu:

- 1) *Non Public*: organisasi tidak memiliki kepentingan terhadap kelompok dan sebaliknya, kelompok tidak memiliki kepentingan terhadap organisasi.
- 2) *Laten Public*: kelompok menghadapi ancaman bersama dari organisasi, namun mereka tidak menemukan permasalahannya.
- 3) *Aware Public*: kelompok yang memahami adanya permasalahan bersama.
- 4) *Active Public*: kelompok yang menyadari adanya suatu masalah, kemudian berkoordinasi untuk menghadapinya dan menetapkan tindakan apa yang harus dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut.

## c. Aktivitas *Public Relations*

Aktivitas *Public Relations* adalah aktivitas yang pertama kali harus di restui oleh pimpinan puncak manajemen (Wasesa, 2005:99). Sedangkan aktivitas *Public Relations* menurut Rosady (1998:147) adalah cara menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi/perusahaan yang diwakilinya dengan publiknya atau *stakeholder* sehingga tercipta citra yang positif (*good image*), kemauan yang baik (*good will*), saling menghargai (*mutual*

*understanding*), dan toleransi (*tolerance*) antara kedua belah pihak yang terkait. Aktivitas *Public Relations* secara garis besar dibagi menjadi dua bagian yaitu aktivitas internal dan aktivitas eksternal.

#### 1. Aktivitas Internal

Aktivitas internal merupakan aktivitas *Public Relations* yang ditujukan untuk unit atau bagian yang berada di dalam organisasi itu sendiri guna menjalin hubungan yang harmonis demi kelancaran tujuan organisasi, aktivitas internal biasanya mencakup hubungan karyawan dan hubungan investor.

##### a) Hubungan karyawan (*Employee Relations*)

Karyawan merupakan salah satu aspek yang penting bagi perusahaan. Apapun kegiatan yang dilakukan dari perusahaan juga melibatkan karyawan setiap individunya dalam bekerja sesuai perannya. (Asri dan Budi, 1986:9).

Hubungan karyawan yaitu mengatur dan memelihara hubungan dengan karyawan dengan cara menciptakan komunikasi internal yang efektif, dengan tujuan agar tercipta kesetiaan dan komitmen karyawan terhadap organisasi sehingga kelangsungan hidup organisasi terjaga. Hubungan karyawan berkomunikasi pada penciptaan hubungan karyawan yang harmonis serta

membentuk, menarik dan mempertahankan karyawan yang baik.

Komunikasi karyawan yang efektif juga dapat menstimulus input dan kreativitas para pekerja, mendorong sikap positif dan moral karyawan, meningkatkan kualitas produk dan layanan konsumen, serta meningkatkan produktivitas (Lattimore, 2010:406). Karyawan merupakan pilar sebuah organisasi dalam membangun dan mengembangkan sebuah organisasi, hal ini membuat karyawan sangat berperan penting bagi sebuah organisasi.

Hubungan karyawan penting dibina melalui komunikasi yang efektif antar karyawan serta antar karyawan dengan manajemen. Ketika perusahaan melakukan komunikasi karyawan yang efektif, hasilnya perusahaan akan memperoleh karyawan yang semakin puas dan produktif, optimalnya pencapaian tujuan organisasi, serta akan terjadi peningkatan dalam berhubungan dengan konsumen, komunitas dan investor (Lattimore, 2012: 201)

Aktivitas hubungan karyawan yang baik adalah yang memperlakukan tiap karyawan dengan sikap yang tidak membedakan satu sama lain. Maka dari itu beberapa

aktivitas dan program yang dapat dilakukan untuk membina hubungan karyawan antara lain (Ruslan, 1998:253-257):

1. Program pendidikan dan pelatihan

Merupakan upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas *skill* karyawan dan kuantitas pemberian jasa pelayanan.

2. Program pencapaian jasa pelayanan

Dikenal dengan istilah *Achievement Motivation Training* (ATM), diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi kerja karyawan dengan harapan pencapaian produktivitas kerja yang tinggi.

3. Program penghargaan

Penghargaan bagi karyawan yang berprestasi maupun bagi masyarakat yang sudah lama mengabdikan di perusahaan sebagai bentuk apresiasi perusahaan bagi kinerja karyawan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memunculkan dan meningkatkan semangat kerja, produktivitas, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

4. Program acara khusus

Program ini dirancang di luar kegiatan kerja sehari-hari misalnya, piknik, ulang tahun perusahaan, dan

lain sebagainya. Acara khusus ini bertujuan untuk menumbuhkan rasa kekeluargaan satu sama lain dan juga keakraban dengan pemimpin.

5. Program media komunikasi internal

Merupakan salah satu bentuk komunikasi yang penting untuk dilakukan oleh *Public Relations* terutama dalam upaya memberikan informasi menyeluruh kepada seluruh karyawan mengenai perkembangan terbaru perusahaan.

Media komunikasi internal dapat dilakukan melalui:

a. *Company Newspaper*

Media ini berfungsi untuk mengetahui masalah yang terjadi atau kegiatan yang sedang berlangsung di perusahaan.

b. *Notice Boards*

Tujuannya agar karyawan mengetahui informasi terbaru perusahaan, media ini dianggap efektif karena selalu *update*.

c. *Memos*

Umumnya digunakan oleh seluruh karyawan sebagai reminder ataupun menyampaikan informasi yang bersifat individu di lingkup perusahaan.

#### d. *Intranets*

*Intranet* merupakan salah satu bentuk jaringan komputer perusahaan yang dapat membungkus semua komputer dalam perusahaan. Media ini sangat berpengaruh untuk digunakan dalam melakukan penyebaran informasi secara cepat (Johnston & Zamawi, 2000: 293).

Dari beberapa program di atas, ada juga beberapa kegiatan atau aktivitas yang bisa dilakukan oleh seorang *Public Relations* dari program di atas dalam membangun hubungan baik dengan karyawan, antara lain:

##### 1) Rapat dengan karyawan

Hal ini menjadi hal yang umum dilakukan di perusahaan, manajemen berkesempatan menyampaikan informasi secara langsung kepada karyawan yang berhubungan dengan internal perusahaan. Hal ini bisa dilakukan dengan kelompok kecil karyawan dan dilakukan setiap bulan.

##### 2) Kunjungan pelaksanaan ke berbagai bagian

Kunjungan yang dilakukan oleh para manajemen senior atau manajemen utama ke beberapa kelompok kecil karyawan secara informal dan komunikasi dua arah.

### 3) Komunikasi lisan antarpersonal

Metode ini sudah menjadi salah satu cara yang efektif digunakan, dimana terdapat percakapan antara karyawan dengan manajemen perusahaan secara informal yang secara tidak langsung mempengaruhi mereka dan pekerjaannya. Dalam hal ini memungkinkan munculnya pertanyaan, penolakan, dan penjelasan.

### 4) Sistem pidato secara berkelompok

Cara ini digunakan untuk menyebarkan informasi secara cepat kepada seluruh karyawan di setiap unit perusahaan dengan pidato langsung dari manajemen melalui pengeras suara. Cara ini bersifat otoritatif dan impresif atau bisa dengan cara interaktif. (Moore dalam, Ardianto, 2011).

### b) Hubungan investor

Hubungan investor adalah bagian dari *Public Relations* dalam perusahaan korporat yang membangun dan menjaga hubungan yang bermanfaat dan saling menguntungkan dengan *Stakeholder* dan pihaklain di dalam komunitas keuangan dalam rangka memaksimalkan nilai pasar (Cutlip, Center, Broom, 2009:25).

Sedangkan Investor adalah pemegang saham atau orang yang melakukan investasi seperti pengertian investor dari Azis, Investasi adalah suatu dana atau sumber daya lain yang dikumpulkan saat ini yang akan mempengaruhi dimasa mendatang untuk mendapatkan suatu keuntungan yang lebih banyak (Azis, 2015:234).

Dalam bukunya yang berjudul Pengantar *Public Relations* Morissan mengatakan bahwa, tugas hubungan investor sangat sering berkaitan dengan masalah-masalah keuangan sehingga bidang ini sering pula disebut dengan *Financial relations* (2006:27).

Sedangkan menurut Cutlip dan rekan (dalam, Morissan, 2006:27) tugas hubungan investor adalah meningkatkan nilai saham perusahaan dan mengurangi biaya modal (*cost of capital*) dengan cara meningkatkan kepercayaan pemegang saham dan dengan membuat saham perusahaan menjadi menarik bagi para investor individu dan investor institusi serta para analisis keuangan.

Aktivitas hubungan investor yang harus dilakukan sebuah perusahaan/organisasi adalah dengan memberikan informasi mengenai status finansial dan prospek mendatang perusahaan kepada para investor secara terus-menerus. Hal ini biasanya disampaikan dalam bentuk

media cetak seperti; laporan tahunan, laporan triwulan, bulletin informatif, laporan berkala, buku mini cetakan ulang pidato, iklan keuangan, dan penerbitan (Moore, 1987: 21 dan 23).

Dalam menjalankan hubungan investor, *Public Relations* harus mampu mengamati tren pasar, menyediakan informasi kepada pihak finansial agar tercipta kepercayaan dan keterbukaan mengenai informasi perusahaan, memberi saran manajemen, dan merespon permintaan informasi keuangan dari investor.

## 2. Aktivitas eksternal

Aktivitas eksternal merupakan aktivitas yang terjalin dengan pihak-pihak yang berada di luar perusahaan namun tetap memiliki kaitan untuk mencapai tujuan perusahaan dan keuntungan bersama.

Dalam aktivitas eksternal ini *Public Relations* diharapkan mampu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap perusahaan/organisasi yang diwakilinya. Bagi sebuah perusahaan, hubungan dengan publik luar merupakan suatu keharusan yang sangat perlu untuk dijaga dan dipelihara. Aktivitas eksternal mencakup beberapa:

a) Hubungan Pemerintah

Menurut Marbun dan Moh. Mahfud MD (2006:8)

Pemerintah dalam arti luas (regering) adalah pelaksanaan tugas seluruh badan-badan, lembaga-lembaga dan petugas-petugas yang disertai wewenang mencapai tujuan negara. Sedangkan, pemerintah dalam arti sempit (bestuur) mencakup organisasi fungsi-fungsi yang menjalankan tugas pemerintahan. Khasali menyatakan bahwa hubungan pemerintah adalah salah satu bagian khusus dari PR yang berfungsi membangun dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan dengan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah.

Peran *Public Relations* sangat diperlukan dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dimanis, agar program yang telah direncanakan pemerintah dapat terwujud, selanjutnya pembangunan nasional dapat terealisasi. Aktivitas *Public Relations* dalam hubungan pemerintah biasanya dilakukan dengan cara *lobbying*.

Hampir setiap jalannya bisnis dipengaruhi oleh pemerintah, yang menetapkan dan memaksakan peraturan untuk mengatur bisnis dan menentukan iklim dimana bisnis harus berfungsi. Dalam membina hubungan pemerintah dan melindungi kepentingan bisnis dan

melayani umum, perwakilan bisnis/perusahaan harus turut mengambil bagian dalam penyusunan peraturan tersebut dan mengambil bagian dalam penentuan iklim topik. Mereka harus mempunyai suara pada saat undang-undang itu dibuat dan berperan dalam menentukan kebijaksanaan fiskal dan perpajakan pemerintah, secara langsung maupun dengan kerja sama, melalui program hubungan pemerintah yang konstruktif (Moore, 1987: 129).

b) Hubungan Media

Frank Jefkin dalam ( Nurudin, 2008:12) mendefinisikan *media relations* adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi-organisasi yang bersangkutan.

Menurut Lesly dalam (Iriantara, 2005: 29) menjelaskan *media relations* berhubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespon kepentingan media terhadap organisasi.

Media menjadi publik eksternal yang dapat dikatakan memiliki pengaruh yang kuat terhadap masyarakat melalui siaran ataupun berita yang dimuat di media. Oleh karena itu, perusahaan harus membina dan

menjalin hubungan yang baik dengan media agar kedua belah pihak sama-sama diuntungkan.

Salah satu aktivitas hubungan media yang biasa dilakukan oleh humas adalah *publisitas*, yaitu kegiatan menempatkan seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa. Informasi yang disampaikan humas kepada media massa misalnya dalam bentuk siaran pers (*Press release*), mengundang wartawan jumpa pers (*pers conference*), atau mengundang wartawan pada acara tertentu yang diadakan suatu organisasi (Morissan, 2006:15).

Media dan organisasi harusnya mempunyai hubungan kekeluargaan bukan hanya hubungan bisnis saja agar media mau meliput setiap pemberitaan organisasi/perusahaan tanpa diminta.

#### c) Hubungan Pelanggan

Pengertian pelanggan menurut Jill adalah,

seseorang yang menjadi terbiasa untuk membeli dari produk anda. Kebiasaan terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu (Jill, 2003: 31).

Pengertian pelanggan menurut Barnes dapat dilihat dari pandangan tradisional dan modern. Menurut pandangan tradisional, pelanggan suatu perusahaan adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk

tersebut, sedangkan pihak yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum tahap proses sebelum menghasilkan produk disebut pemasok.

Hubungan pelanggan merupakan kegiatan yang bertujuan menjalin hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen, kepuasan dan loyalitas dijaga melalui komunikasi langsung ataupun melalui media (Hardiman, 2006: 30).

Hubungan pelanggan berarti menjaga dan memelihara hubungan dengan pelanggan agar tercipta kepercayaan dan komitmen saling membutuhkan antara pelanggan dan perusahaan. Semakin besar kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan melalui barang dan jasanya maka semakin positif pula citra perusahaan di mata pelanggan atau publik lainnya.

Aktivitas hubungan pelanggan yang biasa dilakukan organisasi/perusahaan adalah memberi hadiah kepada pelanggan, melakukan riset pelanggan secara terus menerus untuk mengetahui kebutuhan pelanggan, dan memberikan penghargaan kepada pelanggan yang loyal (Barnes, 2001: 171-175).

Orang yang tumbuh menjadi pelanggan loyal melewati beberapa tahap proses yang dilalui dalam jangka

waktu tertentu, dengan rasa kasih sayang dan dengan perhatian yang diberikan. Setiap tahap mempunyai kebutuhan khusus, dengan mengenali setiap tahap dan memenuhi kebutuhan khusus tahap tersebut perusahaan mempunyai peluang yang lebih besar untuk mengubah pembeli menjadi pelanggan loyal. Ada tujuh tahap menumbuhkan pembeli menjadi pelanggan yang loyal (Jill, 2003: 35)., yaitu:

- 1) *Suspect*, tersangka atau (*Suspect*) adalah orang yang mungkin membeli produk atau jasa Anda. Kita menyebutnya tersangka karena ada rasa percaya dan “menyangka”, mereka akan membeli, tetapi kita belum yakin.
- 2) *Prospek*, orang yang membutuhkan produk dan jasa Anda dan memiliki kemampuan membeli. Meskipun prospek belum membeli dari Anda, namun mungkin sudah mendengar tentang Anda, membaca tentang Anda, atau ada orang yang merekomendasikan Anda kepadanya.
- 3) *Prospek* yang dikualifikasi. prospek yang telah cukup anda pelajari untuk mengetahui bahwa mereka tidak membutuhkan mereka dan tidak mempunyai kemampuan untuk membeli.

- 4) *Pelanggan pertama kali*. Orang yang telah membeli dari Anda satu kali. Orang tersebut bisa jadi merupakan pelanggan Anda dan sekaligus menjadi pelanggan pesaing Anda.
- 5) *Pelanggan berulang*. Orang-orang yang telah membeli dari Anda dua kali atau lebih. Mereka mungkin telah membeli produk yang sama dua kali atau membeli dua produk atau jasa yang berbeda pada dua kesempatan atau lebih.
- 6) *Klien*. Orang yang membeli apapun yang Anda jual dan dapat ia gunakan. Orang ini membeli secara teratur dan Anda memiliki hubungan yang kuat dan berlanjut, yang menjadikannya kebal terhadap tarikan pesaing.
- 7) *Penganjur (Advocate)*. Seperti klien, pendukung membeli apapun yang Anda jual dan dapat ia gunakan serta membelinya secara teratur. Ia juga mendorong orang lain untuk membeli dari Anda dan melakukan pemasaran bagi Anda kepada orang lain (Jill, 2003: 35).

Membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dapat dilakukan dengan beberapa tahapan (Barnes, 2001: 169-176) :

1. Mengenali pelanggan.

Mengenali pelanggan bukan hanya tahu dimana mereka tinggal dan apa yang di beli, namun lebih memahami apa yang pelanggan suka dan tidak suka.

Hal ini guna untuk membentuk hubungan sejati serta adanya komitmen dan memiliki tujuan yang sama.

2. Gunakan perspektif mereka.

Untuk memahami kebutuhan pelanggan, kita harus memandang situasi dari perspektif mereka agar kita mengetahui apa yang diinginkan pelanggan. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan riset pelanggan secara terus menerus.

3. Menunjukkan nilai pelanggan.

Salah satu kritik pelanggan yang sering didengar adalah mereka dianggap tidak penting. Untuk mengatasi masalah tersebut penting bagi perusahaan untuk menjaga nilai pelanggan seperti memberi hadiah guna menunjukkan perhatian perusahaan kepada pelanggan, dan lewat pemberian hadiah diharapkan dapat menyampaikan pesan kepada pelanggan bahwa mereka sangat penting bagi perusahaan.

#### 4. Pentingnya pelayanan luar biasa.

Memberikan pelayanan luar biasa adalah salah satu cara perusahaan untuk membuat pelanggan peduli.

##### d) Hubungan Komunitas

Salah satu fungsi *Public Relations* eksternal yaitu menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar. *Tujuan* hubungan komunitas adalah meningkatkan dukungan partisipasi masyarakat melalui kegiatan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan komunitas (Hardiman, 2006: 21).

Komunitas adalah sekelompok orang yang hidup di tempat yang sama, berpemerintahan sama, dan mempunyai komunitas kebudayaan dan sejarah yang umumnya turun menurun (Moore, 1987:73).

Dalam menjalankan hubungan komunitas sebuah perusahaan harus aktif dan berkesinambungan dalam memelihara dan membina lingkungan demi keuntungan kedua belah pihak, perusahaan maupun komunitas. Tidak dapat dipungkiri bahwa sebuah perusahaan harus selalu mampu menjaga dan memelihara hubungan dengan masyarakat sekitar yang terdiri dan beberapa publik yang berbeda jenis.

Aktivitas hubungan komunitas yang biasa dilakukan oleh perusahaan adalah menyediakan teknologi pencegah pencemaran lingkungan yang memadai, program perbaikan kehidupan komunitas lokal misalnya dengan membangun infrastruktur yang dibutuhkan masyarakat setempat (Morissan, 2006:22).

Hubungan komunitas bila dipandang berdasarkan dua pendekatan (Iriantara, 2004: 80). Pertama, program hubungan komunitas hanyalah bagian dari aksi dan komunikasi dalam proses *Public Relations*.

Berdasarkan pengumpulan fakta dan perumusan masalah ditemukan bahwa permasalahan yang mendesak adalah menangani komunitas. Sehingga di dalam perencanaan dibuat hubungan komunitas yang dijalankan dengan aksi dan komunikasi. Kedua, memposisikan komunitas sebagai mitra.

Konsep komunitas di sini bukan hanya sekedar kumpulan orang yang berdiam di sekitar wilayah operasi perusahaan, melainkan kumpulan orang yang dapat mempengaruhi operasional perusahaan. Organisasi turut ikut andil dan bersama-sama memecahkan permasalahan yang dihadapi komunitas.

## **BAB II**

### **DESKRIPSI OBYEK KKL**

#### **2.1 SEJARAH**

CV. Andi Offset adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penerbitan dan penyedia jasa percetakan, baik percetakan buku maupun order cetakan lainnya seperti kertas, kalender dan sejenisnya. Andi Offset di dirikan sebagai perusahaan perorangan pada tanggal 4 Januari 1980 oleh Johannes Herman Gondowijoyo yang beralamat di Jl. Beo No. 38-40 Demangan Baru, Yogyakarta 55281, dan mendapat izin resmi dari Bupati Sleman pada saat itu. Andi Offset Pada awalnya seluruh aktivitas masih terbatas dalam bidang percetakan dan kemudian perusahaan mengalami perkembangan yang pesat pada akhir 1980-an. Perusahaan berekspansi pada bisnis penerbitan, yang diberi nama Penerbit ANDI, dan sekarang ini sudah memiliki kantor cabang dan area pemasaran mulai dari Aceh sampai Papua.

Andi Offset mendapat dukungan dan mengalami perkembangan yang cukup pesat, sehingga selain mulai mencetak dan menerbitkan buku-buku umum seperti buku pelajaran SD, SMP, SMA, Komputer, Novel, Komik dan sejenisnya, Andi Offset juga mulai mencetak dan menerbitkan buku-buku rohani, renungan, dan majalah BAHANA. Keinginan mencetak dan menerbitkan buku-buku rohani ini didasari karena keinginan dari pemilik Andi Offset HJ. Gondowijoyo untuk melayani Tuhan dari usaha yang dimiliki.

Pengelola Penerbit ANDI dibagi menjadi 2 bagian dengan peran yang berbeda. PBU bagian yang lebih berperan dalam penerbitan buku-buku umum seperti buku-buku komputer, ekonomi, manajemen, matematika dan ilmu pengetahuan alam, teknik, kepariwisataan, novel, komik dan sejenisnya. Sedangkan PBMR lebih berperan dalam penerbitan buku-buku rohani. Kedua bidang penerbitan ini didukung sepenuhnya oleh satu percetakan yang kuat, yaitu percetakan Andi Offset. Ketiga unit bisnis tersebut dikelola sebagai satu kesatuan di bawah Percetakan dan Penerbitan CV. Andi Offset.

## **2.2 VISI dan MISI**

### **2.2.1 Visi Perusahaan**

Percetakan dan penerbitan CV. Andi Offset bertujuan untuk semakin mempermuliakan Tuhan serta mencerdaskan masyarakat dengan menjadi perusahaan yang terdepan di bidang percetakan dan penerbitan.

### **2.2.2 Misi Perusahaan**

#### **a) Internal:**

1. Memberikan kesempatan kepada karyawan untuk belajar dan mengembangkan diri.
2. Memberi dorongan kepada seluruh karyawan untuk berkreasi dan berinovasi dalam perusahaan.
3. Memberi perhatian, rasa hormat dan sikap peduli kepada karyawan di perusahaan sehingga mereka diharapkan dapat melayani pelanggan dengan baik.

**b) Eksternal:**

1. Menghasilkan produk yang bermutu tinggi dan harga terjangkau.
2. Memuaskan pelanggan lewat produk dan pelayanan yang diberikan.

### 2.3 LOGO

CV. Andi Offset Yogyakarta memiliki beberapa logo berbeda yang digunakan pada setiap divisi, seperti Penerbit Andi dan Buku umum menggunakan logo yang berwarna biru, Buku Rohani menggunakan logo yang berwarna kuning dan Bahana menggunakan logo yang berwarna merah.



Gambar 2.1

Logo CV. Andi Offset

## 2.4 LOKASI

CV. Andi Offset berlokasi di Jl. Beo no. 38-40 Demangan Baru, Yogyakarta,  
Indonesia 55281

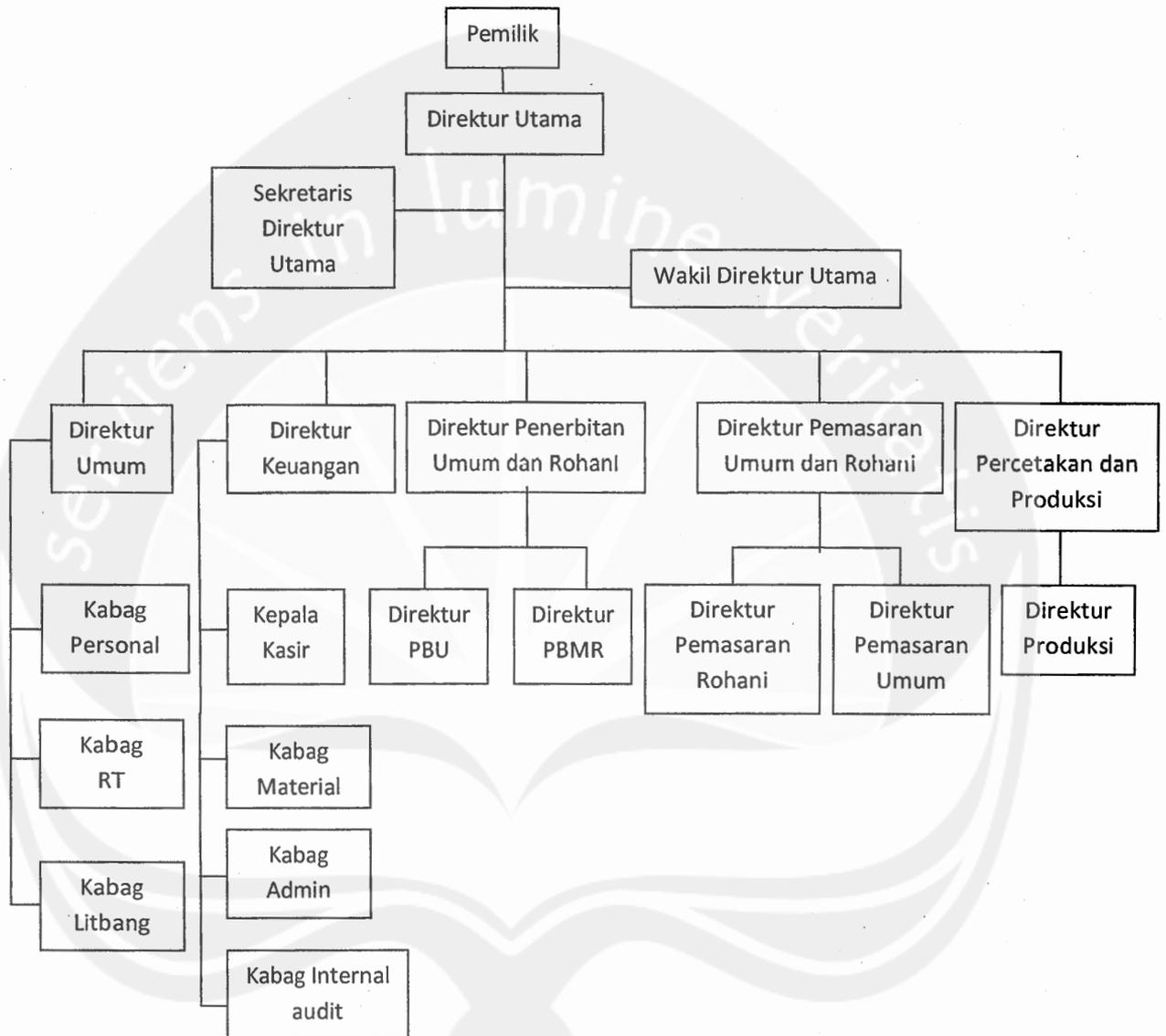
Telp :+62-274-561881

Fax :+62-274-588282

Website :[www.andipublisher.com](http://www.andipublisher.com) dan [www.bukurohaniandi.com](http://www.bukurohaniandi.com)



## 2.5 STRUKTUR ORGANISASI



Bagan 2.1

Struktur Organisasi CV. Andi Offset

### **2.5.1 JOB DESCRIPTION:**

#### **1. Pemilik Perusahaan**

Berikut beberapa tugas Pemilik Perusahaan dalam perusahaan:

- a) Sebagai penyedia modal.
- b) Meminta dan memahami laporan mengenai perkembangan perusahaan dan kebijakan-kebijakan yang diterapkan perusahaan.

#### **2. Direktur Utama**

Berikut beberapa tugas bagian Direktur Utama:

- a) Tugas pokok Direktur Utama yaitu memberikan laporan-laporan hasil perkembangan perusahaan dan kebijakan-kebijakan perusahaan yang akan dilaksanakan baik pada saat ini maupun yang akan datang kepada pemilik perusahaan.
- b) Menjalankan tugas dibantu oleh Direktur-Direktur lainnya.
- c) Membuat perancangan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian dan pengawasan dibantu oleh para pemimpin masing-masing departmen.
- d) Sebagai perwakilan perusahaan untuk berhubungan dengan lingkungan di luar perusahaan.

Direktur umum mempunyai 3 divisi:

##### **1. Kabag Personal**

Kabag personal yang juga dikenal sebagai HRD, bertugas mencari karyawan baru, menjaga hubungan antar karyawan atau antar

karyawan dengan pemimpin, sebagai perwakilan untuk berhubungan dengan pelanggan dan lingkungan luar perusahaan.

2. Kabag RT

Kabag RT (Rumah Tangga) bertugas mempersiapkan keperluan kantor, seperti mempersiapkan makan siang karyawan dan menjaga kebersihan kantor.

3. Kabag Litbang

Kabag Litbang (penelitian dan pengembangan) bertugas:

- a) menjalankan penelitian mengenai bagaimana penjualan buku Andi Offset,
- b) melihat *trend* di pasar agar produk baru perusahaan selalu mengikuti *trend* terbaru
- c) dan meneliti persaingan penjualan buku.

3. Sekretaris Direktur Utama

Tugas Sekretaris Direktur Utama adalah membantu memperlancar pelaksanaan tugas-tugas Direktur Utama dan menyediakan sarana-sarana guna membantu pekerjaan Direktur Utama.

4. Wakil Direktur Utama

Berikut beberapa tugas Wakil Direktur Utama:

- a) Membantu pekerjaan Direktur Utama.
- b) Berhak mengganti kedudukan Direktur Utama apabila berhalangan dan bertanggung jawab terhadap keputusan yang diambilnya.

## 5. Direktur Keuangan

Berikut beberapa tugas Direktur Keuangan:

- a) Bertanggung jawab mengatur agar perusahaan tetap *liquid* dalam hal keuangan.
- b) Mengatur dan mengawasi keluar masuknya uang perusahaan dan merekomendasi penggunaan secara profesional.
- c) Memeriksa keadaan dan melakukan pembayaran atau penagihan sekiranya memungkinkan.
- d) Meneliti dan membereskan permasalahan keuangan perusahaan.

Direktur Keuangan memiliki 4 divisi, yaitu:

### 1. Kepala Kasir

Berikut tugas divisi Kepala Kasir:

- a) Bertugas untuk menerima pembayaran yang akan disetor oleh *sales* dari hasil penjualan secara kredit maupun *konsinyasi*.
- b) Bertugas untuk mencatat *piutangcustomer* yang ada di pusat maupun cabang.
- c) Bertugas untuk melaporkan keuangan hasil penjualan tiap harinya kepada bagian keuangan.
- d) Bekerjasama dengan *sales* dalam penagihan *piutang* tersebut.

### 2. Kabag Material

Berikut beberapa tugas Kabag Material:

- a) Bertugas untuk menyediakan perlengkapan yang dibutuhkan oleh perusahaan.

- b) Bekerjasama dengan bagian personalia dalam memenuhi perlengkapan perusahaan.

### 3. Kabag Admin

Berikut beberapa tugas divisi Kabag Admin:

- a) Membuat faktor penjualan setiap melakukan transaksi penjualan kepada pelanggan.
- b) *Mentracking* data faktor dengan menggunakan website [www.trackingandi.net](http://www.trackingandi.net) yang bertujuan agar admin cabang yang ada di seluruh Indonesia mengetahui bahwa buku yang di pesan oleh pelanggan cabang telah diproses oleh admin pusat.
- c) Bekerjasama dengan pemasaran pusat maupun pemasaran cabang dalam pembuatan faktur jualan.

### 4. Kabag Internal Audit

Berikut beberapa tugas divisi Kabag Internal Audit:

- a) *Meng-audit* proses kinerja perusahaan secara internal, yaitu *Meng-audit* kinerja departmen keuangan, pemasaran, penerbitan dan produksi.
- b) Bekerjasama dengan manajer tiap-tiap departmen dalam *Meng-audit* kinerja perusahaan.

### 6. Direktur Percetakan dan Produksi

Berikut beberapa tugas Direktur Percetakan dan Produksi:

- a) Bertanggung jawab pada kelancaran *efektivitas* dan *efisiensi* proses produksi.

- b) Mengatur karyawan bagian produksi agar dapat menjalankan tugas dan fungsinya di bagian produksi.
- c) Membuat perancangan dan laporan kerja di bagian produksi baik bulanan maupun tahunan.
- d) Bertanggung jawab atas penggunaan bahan baku kertas, tinta dan plat secara *efektif* dan *efisiensi*.
- e) Bertanggung jawab untuk menjamin keberadaan peralatan dalam keadaan baik, bersih dan siap pakai.
- f) Wajib mengusahakan perbaikan-perbaikan baru yang dibutuhkan untuk memperlancar proses produksi.
- g) Direktur utama dan Direktur pemasaran bertanggung jawab untuk peningkatan mutu produksi dari waktu ke waktu.

#### 7. Direktur Pemasaran Umum dan Rohani

Berikut tugas Direktur pemasaran umum dan rohani:

- a) Direktur pemasaran bertanggung jawab atas penjualan produk-produk perusahaan, baik berupa barang (buku terbitan) maupun jasa (percetakan).
- b) Harus menyusun konsep promosi dan distribusi, baik jangka panjang maupun jangka pendek.
- c) Harus memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan dan mendengarkan keluhan dan harapan pelanggan.

- d) Bekerjasama dengan direktur keuangan untuk menentukan harga, diskon dan cara pembayaran yang efektif dengan situasi pasar yang ada.

#### 8. Direktur Penerbitan Umum dan Rohani

Berikut tugas Direktur Penerbitan Umum dan Rohani:

- a) Bertanggung jawab untuk menentukan penerbitan buku-buku umum sebelum diserahkan ke bagian produksi.
- b) Bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

#### 9. Direktur Umum

Berikut tugas direktur umum:

- a) Bertanggung jawab untuk mengawasi karyawan agar bekerja sesuai dengan kewajiban.
- b) Meneliti keadaan dan potensi masing-masing karyawan agar bisa di tempatkan pada posisi yang tepat atau dipromosikan untuk memegang jabatan.
- c) Bertanggung jawab untuk keamanan perusahaan.
- d) Menjaga hubungan dengan komunitas sekitar
- e) Memantau divisi-divisi yang berhubungan langsung dengan pelanggan
- f) Membantu bagian lain dalam menjalankan komunikasi dengan pihak luar seperti hubungan pemerintah setiap bulan April.

## 2.6 FASILITAS

Sebagai perusahaan profit, karyawan sangatlah berperan penting untuk menjadi pilar perkembangan perusahaan tersebut, CV. Andi Offset sebagai perusahaan profit juga berusaha selalu memberikan perhatian kepada karyawannya untuk menjamin kenyamanan dan keamanan karyawan, karena faktor keamanan dan kenyamanan karyawan seperti kesehatan dan rasa dihargai sangat berpengaruh terhadap pekerjaan karyawan dan perkembangan perusahaan.

Beberapa fasilitas yang disediakan perusahaan untuk menjamin keamanan dan kenyamanan karyawan seperti asuransi kesehatan BPJS, memberikan jamsostek berupa dana tabungan karyawan yang dipotong dari gaji karyawan tiap bulannya dan sumbangan perusahaan. Jamsostek biasanya diambil setelah 5 tahun bekerja atau disesuaikan dengan peraturan pemerintah atau saat pensiun, memberikan penghargaan berupa uang dan buku kepada setiap anak karyawan yang mendapat prestasi di sekolahnya, memberikan hak cuti selama 12 hari dalam setahun, memberikan hak cuti melahirkan selama 3 bulan, memberi bantuan dana kepada karyawan yang menikah sebesar Rp 500.000 dan memberi hak cuti nikah selama 3 hari.

CV. Andi Offset juga menyediakan makan siang kepada karyawan setiap jam istirahat, sehingga tidak merepotkan karyawan untuk mencari makan. Namun tidak menutup kemungkinan bagi karyawan yang ingin makan di luar kantor. Selain itu juga CV. Andi offset menyediakan *Handphone* bagi karyawan yang membutuhkan dalam proses kerja dan menanggung pulsa yang digunakan

karyawan untuk proses kerja dengan memberikan permohonan ke pihak keuangan untuk diproses.



## BAB III

### HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL

#### 3.1 Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL

##### 3.1.1 Konsep *Public Relations* menurut CV. Andi Offset Yogyakarta

Tugas dan aktivitas *Public Relations* di CV. Andi Offset Yogyakarta dijalankan oleh HRD, HRD yang menduduki Struktur Organisasi yaitu Kabag Personal atau dikenal dengan personalia bertanggung jawab pada beberapa bagian perusahaan seperti karyawan, pelanggan dan komunitas sekitar. Biasanya HRD di CV. Andi Offset Yogyakarta bertanggung jawab *merekrut* karyawan baru yang mendaftar, memberikan materi *training* kepada calon karyawan baru, dan mengawasi proses *training* karyawan baru selama 3 bulan.

Penjabaran dan penjelasan berikut ini adalah hasil dari wawancara penulis dengan HRD CV. Andi Offset Yogyakarta. Menurut CV. Andi Offset Yogyakarta, *Public Relations* adalah pihak yang mengatur hubungan antara pihak dalam perusahaan seperti karyawan dengan pihak luar seperti pelanggan, pemerintah dan komunitas yang ada di sekitar perusahaan. Sebagai perusahaan profit besar, hubungan antara pihak dalam perusahaan dan luar perusahaan sangat penting untuk diperhatikan, yang

sekarang ini dijalankan oleh pihak HRD yang menduduki struktur organisasi personalia di CV. Andi Offset Yogyakarta.

Selain itu juga HRD bertanggung jawab menjaga kelancaran kinerja karyawan seluruhnya dan menangani masalah yang timbul dari karyawan, misalnya mengurus karyawan yang akan pensiun, mengurus karyawan yang akan cuti dan masalah karyawan lainnya seperti yang baru-baru ini terjadi yaitu adanya kasus beberapa karyawan yang mengambil buku tanpa izin dari gudang, HRD langsung melakukan PHK (Pemberhentian Hak Kerja) kepada karyawan yang bersangkutan (Sumber wawancara dengan HRD CV. Andi Offset Yogyakarta, 2016).

Berhubung CV. Andi Offset Yogyakarta merupakan perusahaan yang berdiri dan dikelola oleh perorangan maka perusahaan tidak mempunyai hubungan dengan Investor.

### **3.1.2 Konsep Hubungan Karyawan menurut CV. Andi Offset**

#### **Yogyakarta**

Penjabaran dan penjelasan berikut ini adalah hasil dari wawancara penulis dengan HRD CV. Andi Offset Yogyakarta. Karyawan menurut CV. Andi Offset Yogyakarta merupakan pihak penting penggerak perusahaan, pihak yang berhubungan langsung dengan produk dan jasa yang diproduksi oleh perusahaan, sehingga peran karyawan sangat mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan ke depannya, setiap karyawan mempunyai perannya masing-masing dan patut dihargai

sehingga tidak ada yang membedakan antar karyawan. Perusahaan tidak dapat hidup dan berkembang tanpa karyawan yang baik.

Sebagai perusahaan profit besar di Indonesia yang bergerak di bidang penerbit dan percetakan buku, CV. Andi Offset Yogyakarta mempunyai banyak pesaing di Indonesia. Untuk bisa menghadapi persaingan besar, perusahaan harus bisa memberikan produk dan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan agar perusahaan terus mendapat perhatian dari pelanggan. Untuk bisa memberikan produk dan pelayanan yang baik, perusahaan harus mempunyai karyawan yang baik pula. Untuk mempunyai karyawan yang baik, CV. Andi Offset menganggap karyawan seperti keluarga dan menjaga kesejahteraan karyawan agar meningkatkan kepercayaan diri karyawan untuk memberikan kinerja yang baik bagi perusahaan.

CV. Andi Offset Yogyakarta mempunyai 378 orang karyawan dengan perannya masing-masing seperti yang sudah dipaparkan di bab 2, Karyawan yang terbagi dalam beberapa bagian divisi:

- |                                      |             |
|--------------------------------------|-------------|
| a) Bagian umum                       | : 30 orang  |
| b) Bagian pemasaran                  | : 96 orang  |
| c) Bagian PBR (Penerbit Buku Rohani) | : 45 orang  |
| d) Bagian PBU (Penerbit Buku Umum)   | : 45 orang  |
| e) Bagian keuangan                   | : 25 orang  |
| f) Bagian produksi                   | : 130 orang |

- g) Bagian utama : 1 orang
- h) Sekretaris : 1 orang
- i) Dapur : 5 orang

Mempunyai jumlah karyawan yang terhitung cukup banyak, perusahaan harus mempunyai mental yang kuat untuk mampu mengayomi karyawan dan menjalin hubungan baik dengan karyawan, agar tidak ada kecemburuan yang timbul dari karyawan. Seperti yang dilakukan CV. Andi Offset Yogyakarta, dengan memberikan target produksi dan penjualan yang sama pada semua karyawan. Perusahaan juga harus mampu mengatasi masalah yang timbul di karyawan, agar perusahaan juga tahu apa yang menjadi kemauan dari karyawan, hal ini dilakukan agar menghindari karyawan dari masalah kerja dan menghindari rasa takut karyawan untuk terbuka kepada pemimpin. Maka dari itu CV. Andi Offset membentuk *konsel (Sharing)* setiap hari jumat pukul 07.30 sampai 08.15 WIB sebagai wadah untuk karyawan mengungkapkan jika ada masalah di tempat kerja, atau masalah dengan sesama karyawan dan pemimpin. Sejauh ini karyawan CV. Andi Offset tidak pernah mengalami masalah besar sehingga harus mogok kerja, hanya saja masalah yang sering timbul yaitu masalah target penjualan yang sangat besar sehingga menekan waktu dan kemampuan karyawan sehingga mengakibatkan karyawan harus lembur.

CV. Andi Offset Yogyakarta memandang perlu adanya beberapa langkah untuk menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dan

karyawan agar tetap saling menguntungkan dan menjadi sebuah keluarga. Kosep pentingnya karyawan inilah yang menjadi salah satu fokus dan tanggung jawab yang dijalankan oleh HRD di CV. Andi Offset Yogyakarta guna mampu menjalin hubungan yang baik antar karyawan maupun antar karyawan dengan pemimpin. Meskipun perusahaan sudah memberikan beberapa fasilitas perusahaan kepada karyawan untuk memberi kenyamanan dan kesejahteraan karyawan seperti BPJS, Jamsostek, dan lainnya yang sudah dijabarkan pada bab 2 (Sumber wawancara dengan HRD CV. Andi Offset Yogyakarta, 2016).

### **3.1.3 Konsep Hubungan Pelanggan menurut CV. Andi Offset Yogyakarta**

Penjabaran dan penjelasan berikut adalah hasil dari wawancara penulis dengan Direktur pemasaran umum dan rohani serta PRD (Product Relations Departmen) CV. Andi Offset Yogyakarta. Pelanggan menurut CV. Andi Offset Yogyakarta adalah pihak yang menjadi sasaran perusahaan, dimana perusahaan harus mampu memahami kemauan dari pelanggan agar pelanggan tetap mau memakai produk dan jasa perusahaan. Selain itu juga pelanggan merupakan pihak yang mempengaruhi perkembangan perusahaan, semakin banyaknya pelanggan yang terus membeli produk perusahaan maka semakin berkembang dan produktif pula perusahaan, karena pelanggan merupakan salah satu faktor penentu bagi hidup dan mati sebuah perusahaan profit seperti CV. Andi Offset.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang profit, CV. Andi Offset Yogyakarta mempunyai pelanggan. Pelanggan dari CV. Andi Offset Yogyakarta adalah:

a) Pelanggan Pertama Kali.

Pelanggan pertama kali menurut CV. Andi Offset adalah orang yang baru mengetahui tentang produk Andi Offset dan baru sekali membeli produk Andi Offset. Pelanggan pertama CV. Andi Offset Yogyakarta adalah orang-orang yang membeli sekali baik secara langsung maupun secara online, biasanya pelanggan ini adalah orang yang gemar membaca, membeli novel atau majalah Bahana atau orang yang sedang mencari sebuah sumber buku, membeli buku umum atau buku rohani untuk daftar pustaka dalam tugasnya.

Sebagai contoh pelanggan pertama kali, seseorang mahasiswa theologi yang menanyakan kepada PRD tentang buku rohani yang membahas judul laporannya. Biasanya orang seperti ini hanya membeli sekali pada saat membutuhkan daftar pustaka baru bagi laporannya.

b) Pelanggan Berulang

Pelanggan berulang menurut CV. Andi Offset Yogyakarta adalah orang yang telah membeli produk Andi Offset dua kali atau lebih bahkan menjadi pelanggan tetap. Pelanggan berulang CV. Andi Offset Yogyakarta adalah pihak yang sering membeli buku,

majalah bahana, dan renungan dari perusahaan Andi Offset baik langsung maupun secara *online*, seperti gamedia, toga mas, Penulis, Gereja, Sekolah Teologi, sekolah umum (SD, SMP dan SMA), dan agen-agen majalah Bahana dan renungan di setiap kota di Indonesia.

Memiliki pelanggan dalam jumlah banyak dan tersebar di setiap kota di Indonesia mengharuskan perusahaan untuk mampu menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan agar tetap mau membeli produk perusahaan. Hubungan Pelanggan harus dijaga hubungan *mutualismenya* antar pelanggan dan perusahaan, pelanggan juga merupakan pihak penting yang bisa membawa nama baik perusahaan ke luar sehingga harus dijaga komunikasi dan kekeluargaanya. Sehingga hubungan pelanggan merupakan hubungan yang harus terus dijaga oleh perusahaan dengan menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan sebagai konsumen.

Mengapa dikatakan sebagai pembawa nama baik perusahaan, karena pelanggan banyak menawarkan produk perusahaan ke teman-teman dan pihak lainnya dan mengajak pihak lain untuk membeli produk perusahaan. Pelanggan ini biasanya menjadi agen bagi perusahaan, seperti agen majalah Bahana dan renungan yang banyak di setiap kota di Indonesia, biasanya agennya mempunyai perkumpulan seperti arisan, perkumpulan doa dan perkumpulan remaja gereja.

Menjaga hubungan yang loyal dengan pelanggan, biasanya CV. Andi Offset selalu menanyakan masukan dan keluhan kepada pelanggan seperti agen-agen. Biasanya agen-agen menyampaikan keluhan dan masukan kepada perusahaan seperti majalah Bahana yang gampang robek dan terlepas dari tulang punggung majalahnya karena pengeleman yang belum baik, keterlambatan kedatangan majalah yang dipesan sehingga perusahaan harus mengurus pengiriman dengan pihak ekspedisi pengiriman barang atau perusahaan akan mengirim pesanan lebih cepat agar sampai pada waktu yang pas dan buku yang dipesan, atau pesananan pelanggan sampai dalam keadaan rusak. Hal ini dilakukan untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan (Sumber wawancara dengan Direktur pemasaran umum dan rohani serta PRD CV. Andi Offset Yogyakarta, 2016).

#### **3.1.4 Konsep Hubungan Komunitas menurut CV. Andi Offset Yogyakarta**

Penjabaran dan penjelasan berikut ini adalah hasil dari wawancara penulis dengan HRD CV. Andi Offset Yogyakarta. Sebagai perusahaan yang berdiri di wilayah pemukiman warga, CV. Andi Offset mempunyai komunitas, yaitu warga yang tinggal di sekitar perusahaan berdiri dan beroperasi di jalan Beo, Demangan. Karena letaknya yang sangat dekat dengan perusahaan, komunitas juga penting dijaga hubungannya oleh perusahaan. Karena perusahaan juga harus hidup bersosialisasi guna menjaga kelancaran dan kenyamanan dengan komunitas sekitar.

Menurut CV. Andi Offset Yogyakarta komunitas merupakan faktor yang tidak kalah penting dengan lainnya, karena komunitas di mana perusahaan berada mempunyai pengaruh penting bagi kelangsungan hidup perusahaan. Bila perusahaan memiliki hubungan yang baik dengan komunitas, maka perusahaan akan mendapat dukungan dari komunitas untuk berkembang, namun jika perusahaan gagal membangun hubungan dengan komunitas sekitar, perusahaan tidak mendapat dukungan dari komunitas dan bisa saja perusahaan akan terhambat dalam operasinya misalnya di gusur oleh komunitas atau memberikan citra yang buruk tentang perusahaan ke masyarakat luar.

Komunitas CV. Andi Offset Yogyakarta sekarang ini sudah sangat dekat dengan karyawan dan pemimpin perusahaan, komunitas juga mulai menjalin kerjasama dengan karyawan, seperti karyawan bisa memesan makan siang ke warung komunitas yang ada di depan perusahaan dengan menggunakan telepon kantor, karena nomor warung makan komunitas sudah terdaftar di telepon kantor (Wawancara dengan HRD CV. Andi Offset Yogyakarta, 2016).

## **3.2 Aktivitas Hubungan Karyawan, Hubungan Pelanggan dan Hubungan Komunitas**

### **3.2.1 Aktivitas Hubungan Karyawan di CV. Andi Offset Yogyakarta**

Dalam rangka mempererat hubungan dan mengharmonisasikan kehidupan antar karyawan yang terhitung banyak yaitu 378 orang, maka

CV. Andi Offset Yogyakarta membentuk beberapa program aktivitas untuk mencapainya, antara lain:

a. Program pendidikan dan pelatihan.

Program pendidikan dan pelatihan merupakan upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas *skill* karyawan dan kuantitas pemberian jasa pelayanan. Pelatihan yang diberikan kepada karyawan bertujuan untuk tetap mengarahkan karyawan agar bekerja sesuai aturan perusahaan, dan tetap berkesinambungan agar progres kerja setiap divisi berjalan lancar.

Program pendidikan dan pelatihan kerja di CV. Andi Offset Yogyakarta dijalankan oleh HRD. Pelatihan yang sudah dilakukan di CV. Andi Offset Yogyakarta adalah:

1) *Training* karyawan baru.

Pelatihan pendidikan pada karyawan baru sebelum diterima bekerja (*training*) dilakukan dengan upaya agar karyawan baru mempunyai bekal untuk bekerja di perusahaan dan bisa berkesinambungan dengan kinerja karyawan yang sudah ada di perusahaan. Program *training* ini dijalankan HRD, HRD akan memberikan materi kerja kepada karyawan baru yang sudah diseleksi oleh HRD, untuk mengikuti *training* percobaan selama 3 bulan. Para karyawan baru yang sedang melaksanakan

*training* selama 3 bulan telah disediakan makan siang dari perusahaan sebagai fasilitas.

Setiap bulan pihak HRD akan memanggil para karyawan baru untuk ditanyai perkembangan mengenai kinerja dan proses *training* yang sudah dijalankan, apakah bisa mengikuti dengan baik atau ada kendala. Evaluasi ini dilakukan agar karyawan baru benar-benar paham mengenai proses kinerja perusahaan dan mampu mengikuti alur kinerja perusahaan.

2) Pelatihan pemadam kebakaran.

Berhubungan karena CV. Andi Offset merupakan perusahaan penerbitan dan percetakan buku yang menyimpan banyak bahan baku kertas yang mudah terbakar, dan banyaknya mesin-mesin besar yang ada di bagian produksi menimbulkan kemungkinan besar untuk mudah mengalami kebakaran, maka dari itu perusahaan membentuk program pelatihan pemadam kebakaran. Program pelatihan pemadam kebakaran ini dilakukan oleh satpam dan beberapa karyawan setiap 3 bulan sekali, di hari sabtu pukul 08.00 pagi sehabis renungan pagi.

Program dilakukan dengan alat-alat bantu pemadam kebakaran, selama latihan satpam dan karyawan

memperagakan seolah-olah terjadi kebakaran, latihan dengan berlari dari tempat masing-masing mengikuti jalur evakuasi yang sudah di sediakan kantor, lalu menuju tempat alat pemadam kebakaran disimpan kemudian berlari menuju lokasi kebakaran dan memadamkan api. Biasanya pelatihan pemadam kebakaran ini dilakukan di area sekitar gudang buku dan gudang produksi. Program ini dilakukan dengan tujuan agar karyawan bisa menangani dengan tenang jika terjadi kecelakaan kebakaran pada saat jam kerja berlangsung.

b. Program pencapaian target kerja

Program pencapaian target kerja diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi kerja karyawan dengan harapan pencapaian produktivitas kerja yang tinggi. Setiap perusahaan pasti mempunyai target yang harus dicapai, begitu juga dengan CV. Andi Offset Yogyakarta sebagai perusahaan profit mempunyai target yang harus dicapai setiap tahunnya.

Program ini di jalankan oleh HRD, HRD akan menyeleksi kinerja setiap karyawan, dan memilih karyawan yang layak menerima penghargaan dari perusahaan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan peerbitan buku, CV. Andi Offset Yogyakarta memberikan target penjualan kepada

karyawan. Bagi karyawan yang berhasil mencapai target penjualan yang ditentukan perusahaan akan diberikan penghargaan yang selayaknya.

Program pencapaian kerja yang diberikan CV. Andi Offset Yogyakarta kepada setiap karyawan yaitu setiap karyawan harus mencapai target penjualan buku, bahana dan renungan sebanyak 60% dalam waktu sebulan, dan akan melakukan laporan penjualan kepada direktur setiap bulannya. Jika mengalami kenaikan dan berjalan sesuai rencana maka direktur akan terus memperhatikan kinerja karyawan guna memberi semangat, namun jika terjadi penurunan dan tidak mencapai target, Direktur dan karyawan akan mencari solusi.

c. Program penghargaan

Pemberian penghargaan merupakan bentuk apresiasi perusahaan kepada karyawan, dan sebagai bukti bahwa perusahaan memperhatikan kinerja karyawannya. Penghargaan layak dan harus diberikan kepada karyawan yang sudah memberikan hasil kerja yang baik bagi perusahaan. Pemberian penghargaan dilakukan dengan tujuan untuk menghargai usaha karyawan dan memberi semangat kepada karyawan agar tetap mempertahankan progres kerja yang baik. CV. Andi Offset Yogyakarta selalu memberi penghargaan kepada karyawan yang berprestasi setiap tahun tepatnya pada hari ulang tahun

perusahaan pada 4 Januari, dengan memberikan penghargaan berupa sertifikat dan uang.

Biasanya penghargaan di berikan kepada karyawan yang sudah berhasil mencapai target penjualan dalam waktu setahun sesuai yang sudah ditentukan. Seperti contoh salah satu karyawan bernama Eva Sibarani terpilih menjadi karyawan teladan pada tahun 2015 karena berhasil mencapai penjualan di atas 10.000 buku dalam setahun, dan telah menerima sertifikat karyawan teladan dan hadiah uang sebesar 5 juta pada 4 Januari 2016 tepat pada acara ulangtahun CV. Andi Offset Yogyakarta.



Gambar 3.1 Piagam karyawan teladan tahun 2015

d. Program acara khusus

Program ini dirancang di luar kegiatan kerja sehari-hari, dan dirancang untuk menumbuhkan rasa kekeluargaan antar

karyawan maupun pemimpin. Program ini dilaksanakan dalam bentuk:

1) Piknik

Piknik bersama seluruh karyawan setiap tahunnya, yang biasanya dilaksanakan pada bulan Oktober. Setiap karyawan boleh membawa anggota keluarga mereka, seperti yang sudah dilakukan CV. Andi Offset Yogyakarta sebelumnya, piknik dengan melakukan kunjungan ke Kebun binatang gembira loka, pantai dan tempat wisata lainnya.

Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan memperkuat hubungan antar karyawan dan menjadi sarana *refresing* dari tekanan pekerjaan. Dalam perjalanan piknik bersama karyawan dan keluarga karyawan, karyawan akan melakukan foto-foto bersama dan *games* berhadiah untuk mencairkan suasana. Program ini akan ditangani oleh HRD, dengan menetapkan tujuan piknik kemana dan transportasi yang akan digunakan untuk piknik setiap tahunnya.



Gambar 3.2 Piknik Perusahaan



Gambar 3.3 Piknik keluarga dan karyawan perusahaan

## 2) Olahraga bersama

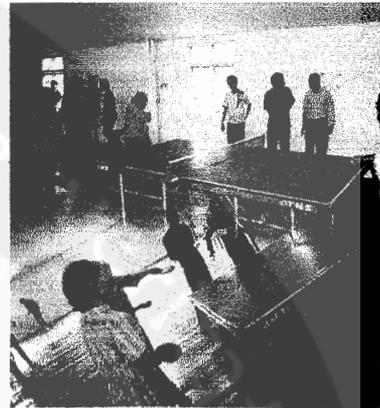
Selain meakukan piknik, CV. Andi Offset juga sering melakukan olahraga bersama untuk memperat tali persaudaraan antar karyawan dan antar karyawan dengan pemimpin perusahaan. Biasanya olahraga bersama dilakukan setiap waktu tertentu saja tanpa ada jadwal yang pasti. Misalnya saja karyawan sepakat berolahraga pada hari minggu pagi, maka pemimpin bisa saja datang bisa saja tidak datang sesuai ketersediaan waktu dari pemimpin.

Olahraga yang biasa dilakukan karyawan adalah olahraga badminton, tenis meja dan futsal, dan olahraga ini boleh diikuti oleh karyawan laki-laki dan perempuan. Lewat olahraga bersama ini diharapkan karyawan bisa

saling mengenal satu dengan lainnya, dan bisa sebagai wadah untuk saling *sharing* baik mengenai pekerjaan maupun di luar pekerjaan.



Gambar 3.4 Karyawan bermain  
bermain Futsal dan badminton



Gambar 3.5 karyawan  
tenis meja

### 3) *Komsel (Sharing)*

*Komsel* adalah kegiatan *sharing* dalam kelompok kecil yang biasanya menyampaikan keluhan, masukan, pengalaman atau apapun yang dirasakan setiap karyawan kepada kelompok *komselnya* dengan menjadikan kotbah pendeta pada ibadah senin di kantor sebagai dasarnya.

*Komsel* ini bertujuan untuk menjadikan karyawan menjadi terbuka dengan pemikirannya dan semakin dididik kepribadiannya dengan dasar kotbah yang sudah didengar pada ibadah senin di kantor, dan diharapkan meningkatkan kepribadian yang baik dalam kinerja seperti

kejujuran. Kelompok *konsel* dibagi menjadi kelompok kecil yang beranggotakan 5-7 orang dengan 1 orang menjadi ketua *konsel*. Konsel biasanya dilakukan di setiap ruangan yang ada di perusahaan secara terpisah setiap kelompok.

Konsel biasanya diawali dengan doa bersama, kemudian membaca hasil kotbah yang sudah karyawan dengar pada ibadah hari senin di perusahaan, dan kemudian masing-masing karyawan menyampaikan apapun yang ingin disampaikan baik masalah pekerjaan maupun di luar pekerjaan, dengan dasar hasil kotbah yang sudah dibaca sebelumnya. Anggota bukan hanya terdiri dari karyawan namun juga campur dengan pemimpin-pemimpin CV. Andi Offset Yogyakarta. Hal ini guna membuktikan tidak ada pembeda antar karyawan.

e. *Meeting*

*Meeting* dilakukan rutin di setiap divisi, kegiatan ini bertujuan untuk melakukan *review* dan evaluasi terhadap program-program yang sedang dijalankan dan program yang akan di jalankan, agar bisa mengatasi setiap masalah apa saja yang timbul sebelum menjadi kendala dalam progres kerja. *Meeting* yang dilaksanakan di CV. Andi Offset biasanya per-divisi, dan biasanya dilaksanakan setiap seminggu sekali.

Misalnya direksi bahana melaksanakan *Meeting* setiap sabtu, direksi Renungan melaksanakan *Meeting* setiap senin, PBU melaksanakan *Meeting* setiap rabu dan begitu seterusnya. *Meeting* dipimpin oleh direktur bagian masing-masing dan biasanya dilaksanakan diruangan *meeting*. *Meeting* biasanya dilaksanakan pada jam kerja, dan dalam *meeting* akan membahas kendala apa yang di alami dalam penjualan setiap item, atau apa yang menjadi masukan dan kritik dari pelanggan.

Selain program di atas, aktivitas untuk menjaga hubungan karyawan yang terlaksana di CV. Andi Offset antara lain:

- 1) Kunjungan pelaksanaan ke berbagai bagian

Kunjungan pelaksanaan ini dilakukan oeh para manajemen senior atau direktur ke beberapa kelompok kccil karyawan secara informal dan komunikasi dua arah. Kunjungan pelaksanaa yang dilakukan oleh CV. Andi Offset Yogyakarta yaitu, Setiap -hari Direktur atau atasan setiap bidang selalu datang ke ruang kerja karyawan untuk melihat dan berkomunikasi langsung dengan karyawan selama setengah jam sampai 1 jam, dalam kunjungan ini direktur akan menanyakan perkembangan kerja setiap bidang apakah ada kendala atau tidak.

Karena rutinnnya kunjungan direktur ke setiap divisi, maka di setiap ruangan divisi terdapat meja khusus direktur.

Misalnya saja di ruangan PRD *online* yang beranggota 3 orang, akan terdapat 4 meja. 1 yang sudah di sediakan untuk direktur jika berkunjung, begitu juga dengan ruangan lainnya. Kunjungan ini juga dilakukan agar karyawan benar-benar bekerja serius karena direktur akan datang secara tiba-tiba, selain itu juga dengan kunjungan ini direktur bisa memberi perhatian kepada karyawan secara adil dan langsung.

### **3.2.2 Aktivitas Hubungan Pelanggan di CV. Andi Offset Yogyakarta**

CV. Andi Offset berupaya membentuk aktivitas untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Pihak yang bertanggung jawab menjaga hubungan dengan pelanggan yaitu pihak HRD, pemasaran buku umum dan pemasaran buku rohani yang melakukan hubungan langsung dengan pelanggan secara online maupun bertemu di tempat. Pemasaran buku umum dan pemasaran buku rohani adalah pihak yang berhubungan langsung dengan pelanggan, biasanya divisi ini terbagi menjadi 2 yaitu PRD (Product Relations Departmen) dan PRD *Online* (Product Relations Departmen *Online*). Divisi PRD biasanya menangani pembeli yang sudah berlangganan terus menerus seperti gramedia, toga mas, sekolah, gereja, agen dan penulis. Karena setiap penulis yang melakukan percetakan dan penerbitan buku di CV. Andi Offset biasanya membeli buku mereka sendiri untuk dbagikan ke teman-teman atau saat launching buku.

Sedangkan divisi PRD *online* biasanya mengelola akun media sosial milik perusahaan dan melakukan penjualan buku secara online, PRD *online* selalu berhubungan langsung dengan pelanggan baik yang berniat membeli buku atau sekedar menanyakan informasi tentang produk saja, divisi ini juga selalu mencari agen-agen baru yang bersedia bekerja sama dengan perusahaan. Setiap agen mendapat potongan harga sebesar 30-40% setiap item dari harga normal sehingga keuntungan agen cukup besar.

CV. Andi Offset Yogyakarta juga menyediakan beberapa aktivitas yang bisa membangun dan menjaga hubungan baik dengan pelanggan:

a) Komunikasi

Lewat komunikasi, pelanggan bisa melihat sejauh mana perusahaan memberikan informasi kepada pelanggan secara berkala baik melalui media komunikasi langsung maupun media komunikasi tidak langsung. Melalui komunikasi CV. Andi Offset sudah melakukan beberapa aktivitas untuk menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan:

1. Memberikan informasi baru kepada pelanggan

Perusahaan akan selalu memberikan informasi baru mengenai perusahaan baik itu tentang produk dan jasa yang di hasilkan perusahaan agar pelanggan mengetahui adanya produksi terbaru dari perusahaan. Misalnya CV. Andi Offset selalu memberi kabar kepada agen-agen dan kepada media sosial milik CV. Andi Offset jika ada buku

terbaru, bahana dan renungan edisi terbaru. Selain itu juga perusahaan selalu memberitahukan kepada konsumen jika ada diskon pembelian buku, bahanan dan renungan melalui media sosial yang dikelola oleh perusahaan.

## 2. Melakukan Riset Pelanggan

CV. Andi Offset Yogyakarta selalu melakukan riset pelanggan dengan menanyakan apa keluhan dan masukan dari pelanggan. Riset ini dilakukan guna untuk mengetahui kebutuhan pelanggan yang harus di sediakan oleh perusahaan ke depannya. Riset ini dilakukan oleh pihak PRD dan PRD *online* dengan menanyakan langsung kepada pelanggan yang sudah membeli produk perusahaan.

Misalnya ada pelanggan yang juga menjadi agen Majalah Bahana di Ambon yang memberi masukan agar perusahaan memperhatikan dan memperbaiki cara pengeleman majalah Bahana karena gampang lepas dan robek. Hal ini membantu perusahaan untuk membenahi kesalahan dan kekurangan perusahaan ke depannya tanpa harus kehilangan pelanggan.

### b) Perlakuan istimewa

Perlakuan istimewa yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bukti perusahaan benar-benar serius melayani pelanggan. Dari perlakuan perusahaan, pelanggan bisa menilai sejauh mana tingkat

pelayanan perusahaan, apakah sudah melayani dengan baik atau belum.

Perlakuan istimewa yang sudah dilakukan CV. Andi offset selain memberikan kualitas produk yang terbaik perusahaan juga memberikan *diskon* sebesar 20% setiap item produk buku, bahana dan renungan secara *online*. Pemberian diskon ini diharapkan dapat menarik minat pelanggan dan pembeli untuk membeli produk dari seluruh Indonesia dengan mudah secara online.

Perusahaan juga sering sekali memberi perlakuan istimewa untuk pelanggan yang sudah lama berlangganan dengan perusahaan untuk terus mempertahankan kepercayaan pelanggan kepada perusahaan dilihat dari *respect* yang baik dari pihak personalia dan pemasaran buku umum dan rohani menunjukkan bahwa perusahaan mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, dilihat dari hal yang terkecil seperti anggota personalia yang sudah hapal dengan semua pelanggan mereka, bahkan dengan mendengar suaranya saja mereka hapal nama dan siapa orang yang menelpon mereka karena sudah berlangganan sangat lama, menurut penulis hal ini merupakan langkah baik perusahaan dalam menjalin hubungan yang loyal dengan pelanggan.

### c) Personalisasi

Personalisasi merupakan tindakan yang dilakukan perusahaan terkait interaksi perusahaan dengan pelanggan secara baik. Personalisasi berbeda dengan perlakuan istimewa, dalam personalisasi yang dilihat adalah bagaimana perusahaan menjalin relasi atau berinteraksi dengan pelanggannya secara baik dan santun. Lewat personalisasi perusahaan bisa meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pelanggan terhadap perusahaan.

Personalisasi yang sudah dilakukan perusahaan bagi pelanggan adalah kuis berhadiah, dengan memberikan teka-teki silang yang ada di setiap majalah bulanan Bahana. Bagi pelanggan yang bisa menjawab dengan baik dan benar bisa mengirimkan jawabannya ke perusahaan dengan mencantumkan nama, nomor hp dan nomor rekening, maka perusahaan akan memproses jawaban yang sudah diterima. Apabila jawaban benar maka perusahaan akan mengirimkan hadiah berupa uang tunai sebesar Rp.250.000 dan buku kepada pelanggan yang tercepat mengirimkan jawaban dan berhasil menjawab dengan benar. Aktivitas ini dipertanggungjawabkan kepada pihak personalia.

### **3.2.3 Aktivitas Hubungan Komunitas di CV. Andi Offset Yogyakarta**

Karena paham begitu pentingnya peran komunitas terhadap perusahaan, maka CV. Andi Offset membentuk aktivitas untuk menjalin tali silaturahmi dengan komunitas agar tetap berhubungan baik, yaitu:

a) Menjaga kebersihan lingkungan perusahaan

CV. Andi Offset mempunyai tempat produksi, gudang buku serta kantor dan toko buku yang bisa menghasilkan limbah, sehingga CV. Andi Offset harus selalu menjaga kebersihan agar tidak mencemari lingkungan sekitar dan tidak membuat warga sekitar risih dengan keberadaan CV. Andi Offset Yogyakarta. CV. Andi Offset mempunyai tim kebersihan yang bertanggung jawab menjaga kebersihan lingkungan perusahaan, dan selalu membersihkan perusahaan setiap hari agar sampah tidak menumpuk.

b) Piknik

CV. Andi Offset Yogyakarta khususnya bagian HRD selalu mengajak komunitas sekitar yang masih dekat dengan perusahaan untuk ikut piknik bersama karyawan perusahaan setiap tahunnya pada bulan Oktober, dengan menyediakan sebuah bus bagi komunitas sekitar perusahaan.

Hal ini dilakukan untuk menghargai keberadaan komunitas di sekitar perusahaan dan sebagai bentuk perhatian perusahaan

kepada komunitas, lewat aktivitas ini perusahaan berharap terus mendapat dukungan dari komunitas sekitar.

c) Beasiswa

Perusahaan juga memberi hadiah dan beasiswa kepada anak-anak sekolah tingkat SD, SMP, dan SMA yang berprestasi yang tinggal di sekitar perusahaan sebagai tanda perhatian perusahaan kepada warga sekitar. Hadiah dan beasiswa yang diberikan perusahaan kepada anak-anak sekolah berprestasi yaitu dalam bentuk buku pelajaran serta alat tulis dan uang tunai membantu pembayaran biaya sekolah. Beasiswa akan diberikan setiap kenaikan kelas, dengan melampirkan fotocopy raport anak yang berprestasi. Aktivitas ini dijalankan oleh pihak HRD.

Selain aktivitas di atas, untuk menjalin hubungan baik dengan komunitas sekitar, perusahaan juga memberikan peluang bagi komunitas sekitar yang mau membuka tempat makan, dan memberi peluang kepada karyawan untuk makan siang di luar kantor sehingga saat jam istirahat banyak karyawan bahkan pemimpin makan di warung makan komunitas sekitar, meskipun kantor sudah menyediakan makan siang.

Aktivitas ini membantu pendapatan komunitas sekitar dan serta membuat karyawan dan pemimpin jadi saling mengenal dengan komunitas sekitar dan terus terjadi tegur sapa antar karyawan dan komunitas sekitar.

### 3.3 Deskripsi Partisipasi Mahasiswa

Penulis akan menjelaskan secara keseluruhan sistem kerja yang ada di CV. Andi Offset Yogyakarta yang Penulis ikuti selama melaksanakan kegiatan KKL mulai dari tanggal 11 Januari sampai 13 Februari 2016. CV. Andi Offset memiliki hari kerja selama 6 hari dalam seminggu, senin sampai sabtu. Setiap hari senin karyawan diharapkan datang pada pukul 07.45 pagi karena akan mengawali dengan ibadah selama 45 menit di ruang ibadah yang ada di dalam gedung CV. Andi Offset. Ibadah akan dipimpin oleh pendeta yang diundang secara bergantian dari beberapa gereja yang ada di Yogyakarta.

Ibadah ini wajib diikuti oleh semua pekerja baik atasan sampai karyawan, dan akan melanjutkan bekerja pada pukul 08.00-15.45 WIB, dan akan ada jam istirahat selama 45 menit mulai dari pukul 12.00-12.45 WIB. Setiap Selasa sampai Jumat jam kerja dimulai pukul 08.00-15.45 WIB dan akan ada jam istirahat selama 45 menit mulai pukul 12.00-12.45 WIB, sedangkan pada hari Sabtu jam kerja mulai dari pukul 08.00-13.45 WIB dan akan ada jam istirahat selama 45 menit mulai pukul 11.00-11.45 WIB. Setiap hari Jumat mulai pukul 08.00-08.45 WIB akan diadakan Komsel (*Sharing*) berkelompok, kelompok sudah disusun oleh pihak yang menangani bagian komsel, dan di dalam komsel semua anggota akan *sharing* mengenai kotbah yang disampaikan pada ibadah hari Senin. Komsel ini diadakan guna membangun kebersamaan dan karakter dari setiap karyawan.

Di hari pertama penulis mulai melaksanakan KKL, penulis diperkenalkan ke beberapa divisi bagian seperti Divisi personalia, divisi bahana, divisi renungan,

divisi PBMR, divisi PBU , Keuangan, bagian produksi, gudang, admin dan lainnya. Selain itu penulis mulai melihat bagaimana bagian personalia melakukan *briefing* kepada calon karyawan baru, dengan memberi materi kepada calon karyawan untuk dipelajari dan akan melakukan wawancara di beberapa hari ke depan.

Penulis akan memaparkan kegiatan-kegiatan apa saja yang penulis lakukan bersama teman-teman di CV. Andi Offset. Awalnya penulis diletakan di bagian HRD yang cenderung fokus mengurus bagian karyawan, HRD melakukan pencarian karyawan baru dan mengurus karyawan yang akan dilatih. Penulis diberi kesempatan untuk melakukan perpindahan posisi dengan maksud boleh bergabung ke divisi mana yang menurut penulis bisa memberi ilmu yang berhubungan dengan jurusan dan judul KKL penulis. Maka selain di HRD penulis juga memilih untuk mencoba bergabung di bagian PRD Online, yaitu bagian promosi buku online, penanganan agen di setiap kota dan penanganan pelanggan secara langsung.

Penulis dipercayakan membuat akun *email* dan *facebook* baru atas nama Andi Offset yang akan penulis pakai selama KKL, maka penulis membuat *facebook* dengan nama akun SA Penerbit Andi. Melalui akun ini penulis melakukan promosi buku umum baru, buku rohani baru, renungan edisi baru dan Bahana edisi baru di bulan Februari, selain itu juga penulis melakukan ajakan kepada siapa saja yang berniat menjadi agen buku, renungan dan Bahana di kota manapun di Indonesia.

Selama mengelola akun baru, penulis sudah mendapat beberapa pemesanan buku dan renungan, penulis juga berkomunikasi dengan pelanggan yang menanyakan informasi seputar buku, renungan dan bahana begitu juga pelanggan yang tertarik menjadi agen renungan dan Bahana tiap bulannya.

Tidak hanya mengelola akun saja, penulis ikut melakukan kegiatan di luar ruangan seperti melakukan pengecekan persediaan buku ke gudang buku saat ada pelanggan yang ingin memesan buku, menyiapkan daftar buku yang sudah dipesan dengan dibantu oleh manajer gudang, ikut melakukan pengecekan pesanan yang sudah dikumpulkan dan akan di bungkus dan siap kirim.

Proses pengiriman buku pesanan juga harus melewati beberapa tahap, buku yang dipesan harus dilihat kebersihannya, karena buku yang sudah tersimpan lama di gudang biasanya akan kotor pada bagian sudutnya. Jika buku yang dipesan sudah kotor akan dibawa ke bagian produksi atau alat-alat mesin buku, dan akan melakukan pemotongan setiap sudut buku untuk membersihkan sudut buku yang kotor sehingga buku seperti baru kembali.

Penulis juga melakukan pengeditan buku yang akan diterbitkan, dengan melihat setiap paragraf isi buku, mana paragraf yang harus dihapus namun tidak menghilangkan inti dari isi buku. Biasanya pengeditan buku ini diserahkan kepada karyawan yang mengambil jam lembur, karena harus dikerjakan di luar jam kerja.

### 3.4 Analisis Hasil Pelaksanaan KKL

#### 3.4.1 Analisis Aktivitas *Public Relations*

*Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, 2009:5). Sedangkan Menurut CV. Andi Offset Yogyakarta, *Public Relations* adalah pihak yang mengatur hubungan yang baik antara pihak dalam perusahaan seperti karyawan dengan pihak luar seperti pelanggan, pemerintah dan komunitas.

Dilihat dari apa yang sudah dijalankan oleh HRD di CV. Andi Offset Yogyakarta, HRD sudah menjalankan beberapa fungsi dari *public relations* dengan baik meskipun *public relations* di CV. Andi Offset Yogyakarta masih bergabung dengan HRD. HRD menjalankan peran *public relations* dengan menjaga hubungan perusahaan dengan pihak luar dan dalam perusahaan, dan berjalan cukup baik. Bisa dilihat dari hubungan perusahaan dengan karyawan yang sangat baik dan sangat terasa kekeluargaannya, hal ini sangat di rasakan penulis saat melaksanakan KKL di CV. Andi Offset Yogyakarta, begitu juga hubungan antara perusahaan dengan pelanggan yang berlangsung baik karena perusahaan selalu menanyakan kabar dan masukan dari pelanggan tiap bulannya, serta hubungan antara perusahaan dengan komunitas yang sangat akrab juga penulis rasakan saat melaksanakan KKL, saat penulis makan siang

bersama karyawan di salah satu tempat makan yang didirikan komunitas, penulis melihat keakraban karyawan dan komunitas dengan bersendagurau dan tertawa bersama.

### 3.4.2 Analisis Aktivitas Hubungan Karyawan

Karyawan merupakan salah satu aspek yang penting bagi perusahaan. Apapun kegiatan yang dilakukan dari perusahaan juga melibatkan karyawan setiap individunya dalam bekerja sesuai perannya. (Asri dan Budi, 1986:9). Begitu pula dengan karyawan yang ada di CV. Andi Offset Yogyakarta, sangat berperan penting bagi keberlangsungan hidup perusahaan, dan berpengaruh besar pada produktivitas perusahaan, sehingga harus mampu membangun hubungan yang baik dengan perusahaan.

Aktivitas untuk membangun hubungan karyawan yang baik adalah memperlakukan tiap karyawan dengan sikap yang tidak membeda-bedakan satu sama lain. Maka dari itu beberapa aktivitas dan program yang dapat dilakukan untuk membina hubungan karyawan antara lain (Ruslan, 1998:253-257):

1. Program pendidikan dan pelatihan

Merupakan upaya perusahaan dalam meningkatkan kualitas *skill* karyawan dan kuantitas pemberian jasa pelayanan.

2. Program pencapaian jasa pelayanan

Dikenal dengan istilah *Achievement Motivation Training* (ATM), diharapkan dapat mempertemukan antara motivasi dan prestasi kerja karyawan dengan harapan pencapaian produktivitas kerja yang tinggi.

3. Program penghargaan

Penghargaan bagi karyawan yang berprestasi maupun bagi masyarakat yang sudah lama mengabdikan di perusahaan sebagai bentuk apresiasi perusahaan bagi kinerja karyawan. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk memunculkan dan meningkatkan semangat kerja, produktivitas, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.

4. Program acara khusus

Program ini dirancang di luar kegiatan kerja sehari-hari misalnya, piknik, ulang tahun perusahaan, dan lain sebagainya. Acara khusus ini bertujuan untuk menumbuhkan rasa kekeluargaan satu lain dan juga keakraban dengan pemimpin.

5. Program media komunikasi internal

Merupakan salah satu bentuk komunikasi yang penting untuk dilakukan oleh *Public Relations* terutama dalam upaya memberikan informasi menyeluruh kepada

seluruh karyawan mengenai perkembangan terbaru perusahaan.

Sebagai perusahaan profit, CV. Andi Offset Yogyakarta, hubungan yang loyal dengan karyawan sangat mempengaruhi kinerja karyawan, semakin karyawan di hargai dan dianggap keluarga maka semakin meningkat pula kinerja karyawan untuk mencapai target perusahaan. Hubungan karyawan menurut CV. Andi Offset Yogyakarta adalah karyawan merupakan pihak yang terpenting bagi perusahaan dan sebagai pihak yang langsung berkaitan dengan perusahaan dan turun tangan dalam hal produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan, setiap karyawan mempunyai perannya masing-masing dan patut dihargai sehingga tidak ada yang membedakan antar karyawan. Maka dari itu untuk membuat karyawan terus semangat mencapai CV. Andi Offset Yogyakarta selalu memberikan hadiah untuk karyawan teladan, karyawan yang unggul dalam kinerja setiap tahunnya bertepatan pada hari ulang tahun perusahaan. Dengan penghargaan yang di beri perusahaan akan membuat karyawan semangat bekerja untuk memperoleh penghargaan.

Dari pemamahan hubungan karyawan di atas, bisa dilihat bahwa CV. Andi Offset sudah memahami perlunya menjaga hubungan yang baik dengan karyawan, karena CV. Andi Offset sudah menjalani beberapa program dan kegiatan yang sesuai teori aktivitas hubungan karyawan di atas seperti melakukan banyak kegiatan di luar jam kerja seperti piknik, makan bersama dan olahraga bersama. Selain itu juga hubungan yang

loyal antar karyawan dan antar karyawan dengan pemimpin sangat terlihat di CV. Andi Offset Yogyakarta dalam kehidupan sehari-hari di perusahaan, di mana karyawan saling mengenal dekat bukan saja di perusahaan tapi tetap menjalin hubungan baik di luar jam kerja dan saat karyawan ingin bertemu dengan pemimpin saat mudah karena pemimpin selalu stay di perusahaan, sangat terbukti karena hingga saat ini penulis masih tetap berhubungan baik dengan karyawan yang ada di CV. Andi Offset Yogyakarta, dengan sering diundang pada acara pernikahan karyawan dan diajak *nongkrong* bersama.

### **3.4.3 Analisis Aktivitas Hubungan Pelanggan**

Pelanggan merupakan seseorang yang menjadi terbiasa untuk membeli dari produk anda. Kebiasaan terbentuk melalui pembelian dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu ( Jill, 2003: 31). Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang profit CV. Andi Offset Yogyakarta juga memiliki pelanggan yang harus diperhatikan guna menjaga kelayakan pelanggan, agar pelanggan tetap tertarik membeli produk dan jasa dari perusahaan, karena semakin loyal pelanggan dalam hal membeli maka semakin besar keuntungan yang diperoleh perusahaan, dan perusahaanpun mendapat kepercayaan pelanggan.

Hubungan pelanggan merupakan kegiatan yang bertujuan menjalin hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen, kepuasan dan loyalitas dijaga melalui komunikasi langsung ataupun melalui media (Hardiman,

2006: 30). Hubungan pelanggan berarti menjaga dan memelihara hubungan dengan pelanggan agar tercipta kepercayaan dan komitmen saling membutuhkan antara pelanggan dan perusahaan. Semakin besar kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan melalui barang dan jasanya maka semakin positif pula citra perusahaan di mata pelanggan atau publik lainnya.

Untuk meraup keuntungan besar CV. Andi Offset Yogyakarta berusaha terus mencari pelanggan baru dan menjaga hubungan yang loyal dengan pelanggan yang sudah ada. Perusahaan juga berusaha terus mencari tahu apa yang menjadi kebutuhan pelanggan lewat riset yang dilakukan perusahaan setiap bulannya dengan menelpon pelanggan yang loyal atau biasa dikenal dengan agen, kemudian menanyakan kabar dan menanyakan apakah ada keluhan dan masukan dari produk bulan ini. Hasil riset akan dikelola dan dipertimbangkan serta diterapkan pada produk yang akan diproduksi ke depannya agar pelanggan mencapai kepuasan dari produk dan jasa perusahaan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan penerbitan buku, CV. Andi Offset selalu berusaha memberikan produk terbaik seperti mencari penulis yang berpengalaman dan bisa memberikan informasi bermanfaat kepada pembaca, memberi kualitas buku dengan kertas dan pengeleman buku yang baik agar tidak mudah robek, serta memberikan pengepakan paket yang baik agar paket pesanan pelanggan tiba tanpa ada kerusakan apapun.

Keluhan pelanggan yang sering sekali masuk adalah keluhan karena paket pesanan tiba terlambat, bahkan pernah terlambat tiba sampai sebulan. Untuk menjaga kepercayaan pelanggan, perusahaan selalu mengkonfirmasi kepada agen pengiriman seperti JNE, TIKI, POS INDONESIA, Wahana dan agen lainnya yang tersedia di setiap daerah, untuk selalu memperhatikan jadwal pengiriman paket dari CV. Andi Offset. Perusahaan selalu berusaha meminimalisir masalah yang timbul, dan segera memperbaikinya agar bisa terus menjaga kepercayaan pelanggan.

#### **3.4.4 Analisis Aktivitas Hubungan Komunitas**

Komunitas adalah sekelompok orang yang hidup di tempat yang sama, berpemerintahan sama, dan mempunyai komunitas kebudayaan dan sejarah yang umumnya turun menurun (Moore, 1987:73). Sebagai perusahaan yang berdiri di negara Indonesia, dengan pemerintahan yang sama, CV. Andi Offset Yogyakarta tentu memiliki komunitas yang berada di sekitar perusahaan yang harus diperhatikan guna menjaga hidup sosial perusahaan.

Salah satu fungsi *Public Relations* eksternal yaitu menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat sekitar. *Tujuan* hubungan komunitas adalah meningkatkan dukungan partisipasi masyarakat melalui kegiatan yang saling menguntungkan antara organisasi dengan komunitas (Hardiman, 2006: 21). Begitu juga yang berjalan di CV. Andi Offset Yogyakarta, hubungan komunitas ditangani oleh pihak HRD dibantu

dengan personalia. Meskipun komunitas merupakan pihak luar dari perusahaan, tetaplah komunitas bisa mempengaruhi keberlangsungan produktivitas dan hidup perusahaan karena berada di tempat yang sama dan dekat. Maka dari itu perusahaan harus mampu menjaga hubungan baik dengan komunitas agar terus mendapat dukungan dari komunitas.

CV. Andi Offset Yogyakarta selalu berusaha memberikan pelayanan yang baik bagi komunitas sekitar dan memberi kenyamanan lewat kebersihan yang selalu terjaga dengan membentuk tim kebersihan yang selalu siap siaga mengamati dan menjaga kebersihan perusahaan dan sekitarnya, serta mengajak komunitas sekitar untuk ikut piknik bersama karyawan dan pemimpin perusahaan setiap tahunnya di bulan Oktober, ini juga sebagai bukti bahwa perusahaan CV. Andi Offset sudah memperhatikan komunitas dan memberikan perhatian dengan baik. Lewat semua pelayanan perusahaan untuk komunitas, komunitas bisa saja membawa citra baik perusahaan ke masyarakat luar dan ini menjadi suatu keuntungan yang baik bagi perusahaan.

Dengan aktivitas-aktivitas yang sudah dilakukan perusahaan CV. Andi Offset Yogyakarta, hubungan komunitas antara CV. Andi Offset Yogyakarta dan komunitas sangat baik, terlihat selama penulis melaksanakan KKL di CV. Andi Offset Yogyakarta, para karyawan dan komunitas sekitar saling mengenal dan selalu berinteraksi dengan baik bahkan bersenda gurau. Selain interaksi yang baik keberadaan perusahaan juga membuat komunitas terbantu dalam hal pendapatan, karena

komunitas bisa berjualan makanan di sekitar perusahaan yang pembeli utamanya adalah karyawan perusahaan sendiri. Lewat semua ini sangat terlihat hubungan antara perusahaan dan komunitas sudah terjalin dengan baik.



## BAB IV

### PENUTUP

#### 1. KESIMPULAN

Aktivitas *Public Relations* di CV. Andi Offset dijalankan oleh HRD yang menduduki posisi struktur organisasi sebagai kabag personal atau yang dikenal dengan personalia. Aktivitas hubungan karyawan di perusahaan CV. Andi Offset adalah dengan melakukan beberapa aktivitas seperti piknik, olahraga bersama, pemberian penghargaan, komsel (*sharing*) guna menciptakan hubungan kekeluargaan dan adanya rasa saling menghargai antar karyawan maupun dengan atasan.

CV. Andi Offset Yogyakarta juga melakukan beberapa aktivitas untuk menjaga hubungan pelanggan, perusahaan sangat berusaha keras untuk mengetahui kebutuhan pelanggan agar terus mendapat kepercayaan dari pelanggan dan terus memberikan produk dan jasa dengan mutu yang sangat baik. Diharapkan lewat kepercayaan pelanggan perusahaan bisa mendapat nama baik dan pelanggan pun mau mempromosikan perusahaan ke publik sehingga mau berlangganan dengan perusahaan.

Begitu juga aktivitas yang dilakukan CV. Andi Offset guna menjaga hubungan yang baik dengan komunitas yang tinggal di sekitar perusahaan yaitu jalan beo demangan. Perusahaan mengajak komunitas sekitar untuk ikut piknik

dengan karyawan tiap tahunnya dan memberi beasiswa kepada anak-anak komunitas yang berprestasi dimulai dari SD, SMP dan SMA.

## **2. SARAN**

Demi lancarnya pemeliharaan hubungan yang baik antar pihak dalam dan luar perusahaan, sebaiknya CV. Andi Offset diharapkan dapat terus menjaga kekeluargaan yang ada dalam karyawan agar tercipta kenyamanan dalam bekerja sehingga kinerja karyawanpun bisa maksimal. Begitu juga menjaga hubungan yang loyal dengan pelanggan, sebaiknya perusahaan menciptakan aktivitas baru dengan hadiah menarik agar pelanggan merasa tertarik untuk ikut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook Of PR: Public Relations pengantar Komperhensif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Asri, Marwan., & Budi, awiq D. 1986. *Pengelolaan Karyawan*. Yogyakarta: BPFE.
- Azis, dkk. 2015. *Manajemen Investasi*. Yogyakarta: Deepublish
- Barnes, James G. 2001. *Secret Of Customer Relationship Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Butterick, Keith. 2012. *Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik..* (diterjemahkan oleh: Nurul Hasfi). Jakarta: Rajawali Pers
- Cutlip, Scott M, et al. 2009. *Effective Public Relations Edisi ke-9*. Jakarta: Kencana
- Griffin, Jill. 2003. *Cutomer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hardiman, I. 2006. *400 istilah PR. Media & periklanan*. Jakarta: GAUL Publisher
- Hayman, Adler. 2007. *Pengelolaan Portofolio Obligasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Iriantara, Yosol. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Iriantara, Yosol. 2004. *Community Relations konsep dan aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatamaa Media.

Lattimore, Dan. Et all. 2004. *Public Relations: Profesi dan praktik*. Ed ke-3. Jakarta: Salemba Humanika.

Marbun dan Moh. Mahfud MD. 2006. *Pokok-Pokok Hukum Administrasi Negara*. Yogyakarta: Liberty

Moore, H. Frazier. 1987. *Hubungan Masyarakat: Prinsip, Kasus, dan Masalah dua*. (Diterjemahkan oleh: Lilawati Trimo & Deddy Djamaludin Malik). Bandung: Remadja Karya.

Morissan, 2006, *Pengantar Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Penerbit Ramdina Prakarsa.

Nurudin. 2008. *Hubungan Media*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Public Relations dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Wasesa, Silih Agung. 2005. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

## LAMPIRAN

### CV. ANDI OFFSET

Jl. Beo 38 - 40 Yogyakarta Telp. (0274)-561881ext.

146/087838771747/08812609491. Fax. (0274)-523160

Email : [adhisty.pbr.online@gmail.com](mailto:adhisty.pbr.online@gmail.com)

Website: <http://bukurohaniandi.com>.

Pin BB: 54BE319E



**Kepada Yth.  
HELMIATI NDELO**

***Dilambll Langsung***

Pemesanan:

Dari Jomblo Sampe Merit----- 1 eks @ Rp. 35.000

Total harga buku Rp. 35.000

Setelah diskon 20% = Rp. 28.000

**Total Rp. 28.000**

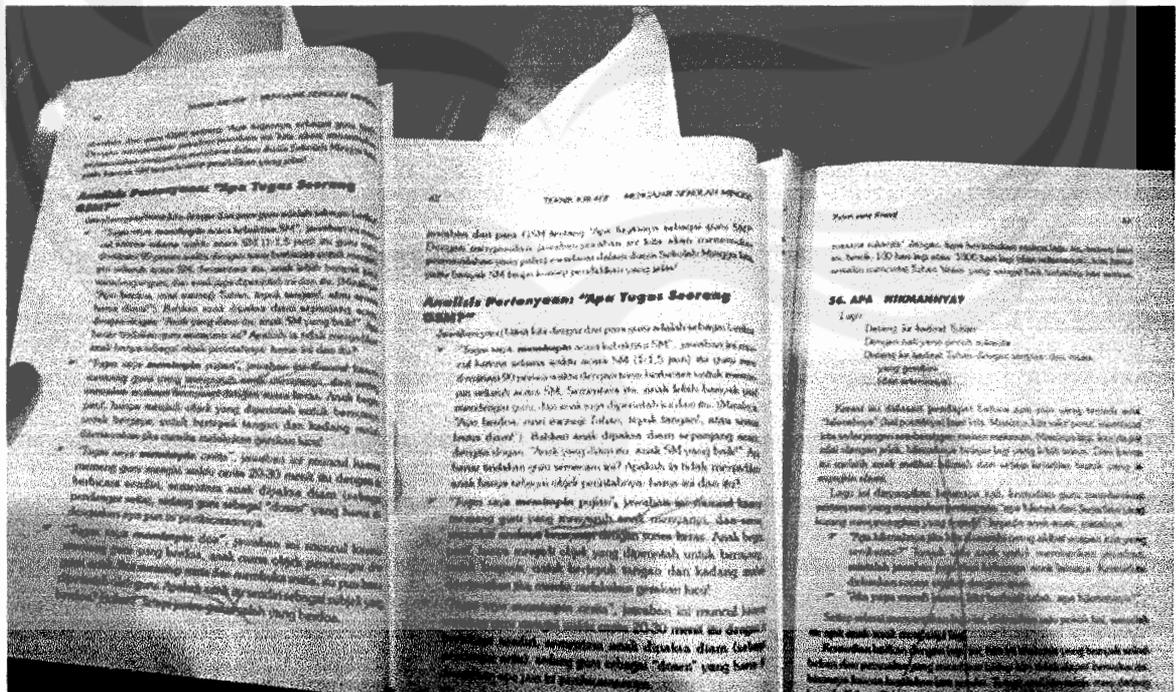
Akan dibayar langsung ke mbak lisa pada 27 Januari 2016 sebesar Rp. 28.000.

---

Lampiran1 : Bukti penjualan buku



Lampiran2 : Akun Facebook yang penulis buat dan operasikan selama KKL



Lampiran3 : Buku yang di edit untuk dicetak ulang



Lampiran4 : Gudang tempat pengepakan buku, bahana dan renungan yang dipesan



Lampiran 5 : Gudang buku tempat penyimpanan buku, setiap pesanan akan dilaporkan ke bagian gudang agar dipersiapkan





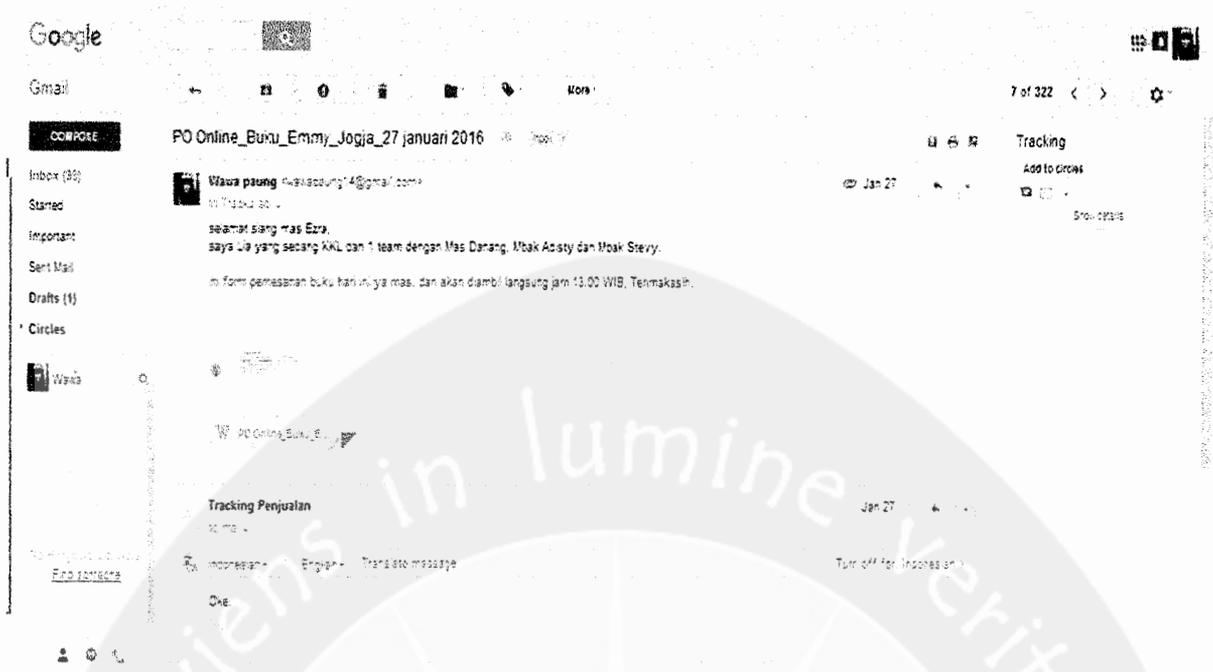
Lampiran 6 : Renungan edisi Maret dan Bahana edisi Februari yang penulis promosikan selama KKL



Lampiran 7 : Foto penulis bersama karyawan Bahana saat perpisahan di hari terakhir KKL.



Lampiran 8 : Toko buku CV. Andi Offset yang bernama Andi Star berada di depan CV. Andi Offset Yogyakarta di Jl. Beo No. 38-40 Demangan.



Lampiran 9 : Email Penulis saat melakukan proses laporan pembeli buku ke pihak admin.

**FORM PENILAIAN INSTITUSI LOKASI  
KULIAH KERJA LAPANGAN MAHASISWA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**RAHASIA**  
Dibuat rangkap 2 (dua):  
Lembar 1 untuk institusi pendidikan \*)  
Lembar 2 untuk Arsy

MENERANGKAN

Nama Mahasiswa : Yulio Marpaung  
NIM : 120 904 730

Benar-benar telah melakukan Kuliah Kerja (apangan KKL) di Sy Andi Offset Yogyakarta  
pada tanggal 12 Januari 2016 sampai dengan 13 Februari 2016  
dan diberikan penilaian sebagai berikut:

NO.	ASPEK PENILAIAN	NILAI **
1.	KEDISIPLINAN (penilaian atas kedisiplinan mahasiswa KKL untuk mengikuti aturan atau kesempatan yang telah dibuati).	91
2.	KREATIVITAS (penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam mengekspresikan ide-ide baru, atau memberikan solusi atas kasus-kasus yang dihadapi selama KKL).	92
3.	KERJASAMA (penilaian atas kemampuan mahasiswa KKL dalam: (1) menjaga sepan seantun dalam tindakan maupun sikap selama KKL; (2) melakukan penyesuaian terhadap sistem kerja institusi yang bersangkutan; (3) berkomunikasi dan berelasi dalam ruang lingkup kerja institusi).	98
4.	KEHADIRAN (penilaian atas tingkat kehadiran mahasiswa KKL dengan penjelasan sebagai berikut): Sakit : ..... hari Ijin : ..... hari Alpa : ..... hari Total hadir : <u>22</u> hari	95

KESAN UMUM:

Mahasiswa KKL mampu mengikuti setiap job desk yang diberikan sesuai dengan petunjuk yang telah ditentukan.

Yogyakarta, 13 Februari 2016

Pembimbing di Lokasi KKL

  
Danang Prabawa Aji

\*) Diserahkan dalam amplop tertutup dan diantarankan ke Dosen Pembimbing KKL.

\*\*) Penilaian tiap komponen diberikan dalam bentuk angka dengan range antara 1 - 100

## DAILY ACTIVITY

NO	HARI/TANGGAL	KEGIATAN	TTD PEMBIMBING
1	Selasa, 12 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Perkenalan dengan seluruh staf dan lingkungan kerja.</li> <li>- Mengamati cara kerja setiap divisi staf, sambil menanyakan beberapa hal mengenai pekerjaan mereka.</li> <li>- Bersama personalia briefing calon karyawan baru dengan memberikan beberapa materi yang akan di tanyakan saat wawancara</li> </ul>	
2	Rabu, 13 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renungan pagi selama 10-15 menit</li> <li>- Membuat satu akun Facebook Andi Offset untuk dikelola.</li> <li>- Mendapat penjelasan mengenai beberapa akun yang digunakan Andi Offset dalam menjalankan beberapa bidang usaha seperti andipublisher.com, bukuruhanandi.com dan lainnya dari pembimbing</li> </ul>	
3	Kamis, 14 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renungan pagi</li> <li>- Menemani PRD melakukan prosedur penjualan buku.</li> <li>- Melakukan kunjungan ke gudang buku sambil bertanya-tanya dengan pihak staf gudang</li> </ul>	
4	Jumat, 15 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengikuti Komsel dengan kelompok</li> <li>- Menawarkan kerjasama penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
5	Sabtu, 16 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renungan pagi</li> <li>- Melakukan wawancara dengan direktur PBMR</li> <li>- Memasukan katalog buku baru ke akun Andi Offset</li> <li>- Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
6	Senin, 18 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengikuti ibadah pagi</li> <li>- Mengelola akun facebook Andi Offset yang baru dibuat</li> <li>- Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
7	Selasa, 19 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renungan pagi</li> <li>- Melakukan promosi buku baru, renungan dan majalah edisi Januari</li> <li>- Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	

8	Rabu, 20 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renungan pagi</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
9	Kamis, 21 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renungan pagi</li> <li>Mengelola akun facebook Andi Offset</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
10	Jumat, 22 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengikuti konsel dengan kelompok</li> <li>Memasukkan katalog buku baru, renungan dan majalah bahana edisi baru</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
11	Sabtu, 23 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renungan pagi</li> <li>Melakukan wawancara dengan direktur PBMR</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
12	Senin, 25 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengikuti ibadah pagi</li> <li>Melakukan promosi buku, renungan dan Majalah Bahana edisi february di akun facebook Andi Offset</li> <li>Menjawab pertanyaan dari customer</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
13	Selasa, 26 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renungan pagi</li> <li>Mengurus penjualan dan pembayaran renungan kepada pelanggan Online</li> <li>Mengelola akun facebook Andi Offset</li> </ul>	
14	Rabu, 27 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renungan pagi</li> <li>Mengurus penjualan dan pembayaran buku Online</li> </ul>	
15	Kamis, 28 Januari 2016	BIN TIDAK MENGIKUTI KKL	
16	Jumat, 29 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengikuti konsel dengan kelompok</li> <li>Mengelola akun Facebook Andi Offset yang</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
17	Sabtu, 30 Januari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renungan pagi</li> <li>Memasukkan katalog buku baru ke akun Andi Offset</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana</li> </ul>	

		kepada masyarakat Indonesia (secara online)	
18	Senin, 01 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengikuti isatidat pagi</li> <li>Melakukan promosi buku, renungan dan Majalah Bahana edisi Februari di akun <i>facebook</i> Andi Offset</li> </ul>	<i>At</i>
19	Selasa, 02 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renungan pagi</li> <li>Melakukan promosi buku, renungan dan Majalah Bahana edisi Februari di akun <i>facebook</i> Andi Offset</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	<i>At</i>
20	Rabu, 03 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renungan pagi</li> <li>Mengurus pengiriman buku pesanan ke pihak gudang dan pengepakan buku</li> <li>Mengelola akun <i>facebook</i> Andi Offset</li> </ul>	<i>At</i>
21	Kamis, 04 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renungan pagi</li> <li>Melakukan promosi buku, renungan dan majalah Bahana edisi Maret di akun <i>facebook</i> Andi offset</li> </ul>	<i>At</i>
22	Jumat, 05 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengikuti komsel dengan kelompok</li> <li>Melakukan wawancara dengan personalia mengenai struktur organisasi</li> <li>Mengelola akun Andi Offset</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	<i>At</i>
23	Sabtu, 06 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Renungan pagi</li> <li>Menemani PRU-MDU melakukan proses pengiriman buku pesanan ke gudang</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	<i>At</i>
24	Senin, 08 Februari 2016	LIBUR HALEK	<i>At</i>
25	Selasa, 09 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ijin terlambat karena harus ke kampus untuk melakukan pendaftaran KKN</li> <li>Mengelola akun Andi Offset dan melakukan promosi buku, renungan dan bahana</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	<i>At</i>
26	Rabu, 10 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ijin terlambat karena harus ke kampus melakukan key in matakuliah dan melanjutkan pendaftaran KKN</li> <li>Mengelola akun Andi Offset dan melakukan promosi buku, renungan dan bahana</li> <li>Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen</li> </ul>	<i>At</i>

		penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)	
27	Kamis, 11 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renungan pagi</li> <li>- Mengelola akun <i>facebook</i> Andi Offset</li> <li>- Membantu pengetikan editan buku</li> <li>- Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
28	Jumat, 12 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mengikuti Komsel dengan kelompok</li> <li>- Mengelola akun <i>facebook</i> Andi Offset</li> <li>- Menawarkan kerjasama kesediaan menjadi agen penjualan buku, renungan dan majalah Bahana kepada masyarakat Indonesia (secara online)</li> </ul>	
29	Sabtu, 13 Februari 2016	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Renungan pagi</li> <li>- Melengkapi data laporan KKL dengan wawancara ke bidang personalia dan bagian staf lainnya</li> <li>- perpisahan</li> </ul>	

Yogyakarta, 13 Februari 2016

Pembimbing



Danang Prabowo Aji  
PRD

Mengetahui



Hariyono  
Direktur PBMR

Lampiran 11 : *Activity daily* penulis selama KKL di CV. Andi Offset Yogyakarta.