

LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN
AKTIVITAS HUBUNGAN MEDIA PT. JASA RAHARJA (PERSERO)
CABANG BALI



Oleh:

Dewa Ayu Indah Karunia Pratiwi

130905108

Konsentrasi Studi *Public Relations*

Dosen Pembimbing:

Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2016

HALAMAN PERSETUJUAN

Aktivitas Hubungan Media PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali

KKL

Disusun Guna Melengkapi Tugas Kuliah Kerja Lapangan untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh kurikulum pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun Oleh:



DEWA AYU INDAH KARUNIA PRATIWI

No. Mhs: 13 09 05108

Disetujui oleh:



Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Laporan KKL : Aktivitas Hubungan Media PT. Jasa Raharja (Persero)

Cabang Bali

Penyusun : Dewa Ayu Indah Karunia Pratiwi

NIM : 13 09 05108

Telah diuji dan dipertahankan pada Ujian Kuliah Kerja Lapangan yang diselenggarakan pada:

Hari/ Tanggal : Selasa, 20 Desember 2016

Pukul : Pukul 12.00 WIB


Tempat : Ruang Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Disetujui

Yogyakarta,

Penguji I : Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.

(.....)


Penguji II : Sherly Hindra Negoro, M. I.kom

(.....)


PERNYATAAN KEASLIAN LAPORAN KKL

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dewa Ayu Indah Karunia Pratiwi

NIM: : 13 09 05108

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul KKL : Aktivitas Hubungan MediaPT. Jasa Raharja (Persero)
Cabang Bali

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini benar-benar dikerjakan sendiri. Karya tulis ini bukan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain karena hubungan material maupun non material ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakekatnya bukan merupakan karya tulis saya secara orisinal dan otentik.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi.

Yogyakarta,

Saya yang menyatakan,

Dewa Ayu Indah Karunia Pratiwi

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan KKL dan juga dapat menyelesaikan laporan ini, yang berjudul: “Aktivitas Hubungan Media PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali”. Penyusunan laporan ini dapat disusun dengan baik berkat bantuan dari pihak-pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan sebagai bahan masukan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. DR. Ir. Sulistianingtias, MM., AAI-K.,CRMP sebagai Kepala Cabang PT. Jasa Raharja Cabang Bali, yang telah mengizinkan untuk melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL).
2. I Ketut Suwana, S.H. sebagai Humas PT. Jasa Raharja Cabang Bali, yang telah membimbing penulis selama kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) berlangsung.
3. Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si. sebagai dosen Universitas Atma Jaya Yogyakarta dan pembimbing selama pelaksanaan dan penulisan laporan KKL.
4. Ayah dan Ibu selaku orang tua yang selama ini mendukung penulis.
5. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan KKL ini.

Penulis menyadari kekurangan dalam laporan ini. Olehkarena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar dapat menjadi lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat berguna dan layak bagi siapapun yang membutuhkan.

Yogyakarta,

Penyusun,

Dewa Ayu Indah Karunia Pratiwi

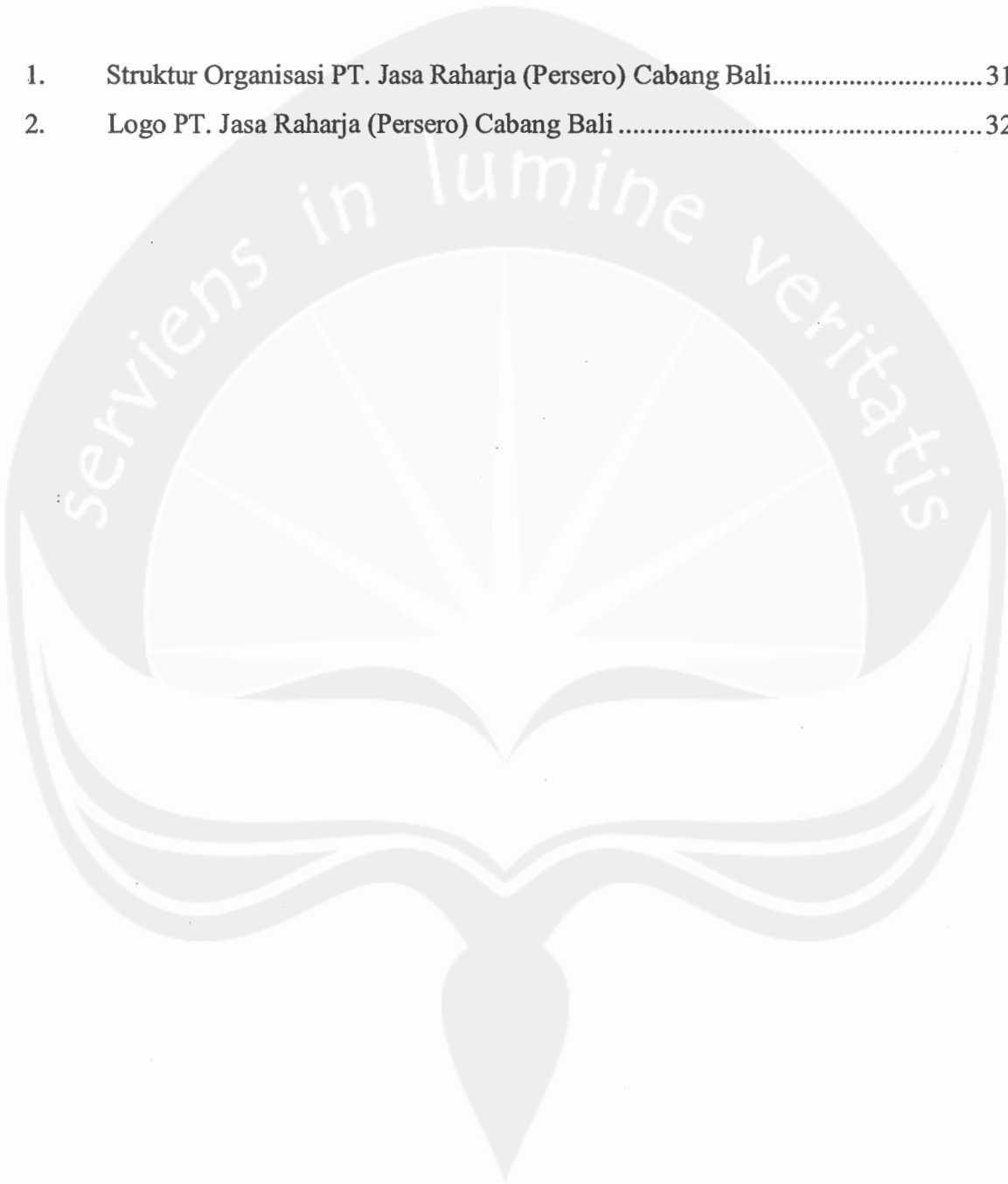
DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I. PENDAHULUAN	1
1. Latar Belakang.....	1
2. Rumusan Masalah.....	11
3. Tujuan KKL.....	11
4. Manfaat KKL.....	11
5. KerangkaTeori.....	12
BAB II. GAMBARAN UMUM PT. JASA RAHARJA (Persero)	
CABANG BALI	26
1. Sejarah PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali.....	26
2. Visi dan Misi PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali.....	30
3. Bidang Usaha.....	31
4. Struktur Organisasi PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali.....	32
5. Logo dan Moto Perusahaan.....	36

BAB III. HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL.....	38
1. Hasil Pelaksanaan KKL	
a. Aktivitas Hubungan Media PT. Jasa Raharja (Persero).....	38
b. Deskripsi Kerja Mahasiswa.....	59
2. Analisis KKL.....	69
BAB IV. PENUTUP	76
1. Kesimpulan.....	76
2. Saran.....	80
DAFTAR PUSTKA	81
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

1. Struktur Organisasi PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali..... 31
2. Logo PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali 32



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Izin KKL
2. Surat Keterangan KKL
3. Lembar Absensi KKL
4. Foto-foto Perusahaan Tempat KKL
5. Lembar Kegiatan Harian KKL
6. Hasil Tulisan Mahasiswa KKL

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Praktisi atau pejabat hubungan masyarakat (humas), hubungan media merupakan sebuah keharusan. Bahkan, Jerry Dalton Jr, salah seorang manajer komunikasi perusahaan di *Aircraft Company* mengatakan bahwa humas memiliki peranan penting dalam menjalin hubungan dengan media (Nurudin, 2004: 12). Hal tersebut tidaklah keliru, tapi tidak sepenuhnya benar. Memang salah satu tugas yang dipikul seorang humas adalah menangani wartawan. Tujuan organisasi menjalin hubungan baik dengan public bisa beragam. Satu diantaranya adalah untuk meningkatkan atau menjaga citra organisasi di mata publik atau *stakeholders*. Ataupun untuk mempertinggi atau memelihara reputasi organisasi. Bila satu organisasi sangat baik reputasinya, maka para karyawan pun akan bangga bekerja di organisasi itu. Pihak-pihak yang berhubungan dengan organisasi itu pun akan merasa ikut terangkat gengsinya.

Humas menjadi salah satu bagian penting dalam sebuah organisasi atau instansi yang dimiliki oleh pemerintah. Alasan menjadi penting tersebut terkait dengan fungsi manajemen yang dimiliki oleh humas Grunig (1992:396), dapat dikatakan bahwa humas adalah jembatan antara pimpinan dengan pihak lain perusahaan. Tugas penting humas adalah mampu menjembatani hubungan antara perusahaan dengan *stakeholders*-nya. Sesuai dengan namanya, aktivitas yang dikerjakan oleh humas adalah menjalin hubungan dengan publik perusahaan. Publik dapat dikatakan sebagai pihak-pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan dan sebaliknya, baik pihak dalam (internal)

maupun pihak luar perusahaan (eksternal). Oleh sebab itu, publik dari satu perusahaan ke perusahaan lain tentu saja berbeda. Relasi yang dijalin oleh humas antara lain relasi dengan media, relasi dengan pemerintah, relasi dengan karyawan, relasi dengan komunitas, dan relasi dengan investor.

Istilah publik dalam humas maknanya bukan masyarakat secara keseluruhan melainkan khalayak yang dijadikan sasaran kegiatan humas (Rumanti, 2002: 22). Khasali (1999:63) menyebutkan publik/khalayak sasaran ini dengan istilah *stakeholders*, menyatakan bahwa *stakeholders* adalah setiap orang/kelompok yang berada dalam maupun di luar organisasi yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan, setiap orang yang mempertaruhkan hidupnya pada perusahaan, dan tugas seorang humas dalam hal ini adalah membina hubungan baik dengan mereka melalui suatu proses komunikasi. Pemahaman tentang publik ini amat penting agar di dalam berkomunikasi tidak terjadi kesalahpahaman dikarenakan pemilihan teknik dan media komunikasi yang sesuai dengan publik yang menjadi sasaran.

Menurut Rachmadi dalam Wardhani (2008:7), media massa memiliki peranan yang penting bagi organisasi dalam hal menyebarkan informasi atau berita kepada masyarakat, pemerintah dan memiliki andil dalam membentuk pendapat umum. Bagi praktisi hubungan masyarakat (humas) penting halnya menjalankan hubungan media. Jerry Dalton Jr mengatakan bahwa hubungan masyarakat (humas) memiliki peranan penting dalam menjalin hubungan dengan media (Nurudin, 2004: 12). Hal tersebut memang salah satu tugas seorang hubungan masyarakat (humas) adalah menjalin

hubungan baik dengan wartawan. Namun mengingat media tak bisa disederhanakan hanya menjadi soal wartawan belaka, menjalin hubungan baik dengan organisasi media, Asosiasi profesi wartawan atau asosiasi media, juga tak kalah penting. Tapi media sendiri, sebagai organisasi, merupakan satu entitas yang tak dapat diabaikan keberadaannya, yang harus diperhitungkan ketika organisasi menyusun atau merencanakan kegiatan hubungan media (Yosal, 2005: 3-5).

Media massa memiliki kemampuan untuk menciptakan publikasi yang cukup tinggi baik yang bersifat *stimultaneity effect*, efek mendramatisir, dan efek publisitas yang luar biasa pengaruhnya terhadap pembentukan opini publik dalam jangka waktu relatif singkat, bersamaan dengan jangkauan jumlah pembaca yang tersebar di berbagai tempat atau kawasan (Ruslan, 1999:153). Tidak bisa dipungkiri, kekuatan media massa untuk mempengaruhi opini publik sangat diperlukan oleh humas yang juga memiliki tugas untuk membangun citra positif organisasi. Mayoritas masyarakat masih memiliki pendapat bahwa segala hal yang disampaikan oleh media massa merupakan fakta dan dapat dipercaya, meskipun pada kenyataannya tidak semua media menerapkan prinsip kebenaran berlaku dalam menyebarkan informasi. Hal inilah yang menjadi alasan utama bagi seorang humas untuk membangun hubungan baik dengan media atau yang biasa disebut sebagai hubungan media.

Namun, prakteknya hubungan yang terjalin antara media massa dan humas terkadang tidak seharmonis dan selancar yang diwacanakan. Bahkan adanya pernyataan "*love and hate relationship* antara hubungan masyarakat (humas) dengan wartawan" bukan hal yang asing (Rahmitasari, 2014: 18). Hubungan yang rumit antara

humas dengan media massa disebabkan oleh pertentangan dan perbedaan tugas serta fungsi antara keduanya. Prinsip ini jelas membawa pada konsekuensi yang tidak dapat dihindarkan. Hal ini karena penekanan dari setiap pekerjaan yang dilakukan oleh humas ini lebih mengacu pada pencitraan. Berbeda dengan humas, bagi wartawan dan pekerja media lainnya, yang menjadi penekanan penting dari sebuah pemberitaan adalah keakuratan sebuah berita (Ruslan, 1999: 168). Dalam pandangan mereka, masyarakat harus mendapatkan berita yang sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi. Artinya, untuk mencapai tujuan organisasi yakni citra positif di mata publik pemerintah tidak perlu membuat informasi yang tidak benar, dengan menyampaikan informasi yang sebenarnya tidak perlu membohongi publik, di sini dibutuhkan strategi yang benar untuk meraih citra positif organisasi yakni dengan membangun kerjasama yang baik dengan media. Konstruksi pesan oleh media dengan keterampilan yang mereka miliki akan membantu membangun citra positif yang penting bagi organisasi.

Bahkan kondisi di lapangan sangat bertentangan dengan apa yang diharapkan.

Hubungan antara humas dengan media massa sering kali kurang harmonis. Salah satu penyebabnya yaitu kurangnya komunikasi yang terjalin antara humas dan wartawan (Sumartono, 2012: 05). Kurangnya komunikasi berkaitan dengan penyebab kedua belah pihak yang memiliki perbedaan kepentingan. Hal tersebut mengakibatkan humas dan wartawan sibuk dengan kepentingannya masing-masing (Sumartono, 2012: 05). Salah satu contoh kasus kurangnya komunikasi yang terjalin antara humas dan wartawan kurang baik yaitu pemberitaan beberapa media mengenai insiden *Lion Air*. Insiden *Lion Air* yang sering terjadi pada Bulan Oktober 2013 adalah keterlambatan

jadwal penerbangan yang merugikan seluruh penumpang. Akibat kejadian tersebut sembilan dari sepuluh media *online* di Indonesia memberitakan keterlambatan jadwal penerbangan *Lion Air* lebih kepada kekecewaan penumpang dan pihak maskapai yang tidak memenuhi prosedur *delay* (Sumartono, 2012: 57). Hal tersebut mengakibatkan opini publik mengenai profesionalitas maskapai rendah karena tidak adanya pemberitaan mengenai konfirmasi pihak *Lion Air* menanggapi insiden *delay* tersebut (Sumartono, 2012: 58).

Hubungan Masyarakat (Humas) harus memberikan ruang dan perhatian khusus terhadap media. Hal ini bertujuan untuk menjamin bahwa pemberitaan dalam media memberikan dampak positif bagi organisasi, humas harus dapat memahami dan memiliki strategi tersendiri untuk dapat membangun hubungan dengan media, karena pada dasarnya setiap publik organisasi memiliki karakteristik dan kepentingan yang berbeda-beda (Nurudin, 2004: 62). Relasi yang baik dengan media juga akan sangat membantu organisasi jika suatu saat terkena isu negatif atau krisis yang membahayakan (Jefkins, 1991: 108). Relasi yang baik akan membuat media tetap memberitakan secara akurat dan seimbang.

Sebuah relasi yang baik tidak dapat langsung terbentuk begitu saja, butuh proses agar setiap pihak yang bersangkutan bisa saling memahami satu sama lain. Proses manajemen humas menjadi penting dalam hal ini. Menurut Grunig (1992:396) fungsi manajemen yang dikerjakan humas meliputi membangun, mengembangkan, dan mempertahankan. Fungsi humas dapat dibantu dengan menerapkan prinsip-prinsip manajemen humas yang pada umumnya meliputi pendefinisian masalah melalui riset,

perencanaan, pelaksanaan tindakan, hingga evaluasi. Melalui penerapan prinsip-prinsip ini setidaknya humas memiliki panduan dalam menentukan langkah-langkah serta aktivitas apa yang harus dikerjakan agar pada akhirnya dapat memberikan *mutual benefit* antara kedua belah pihak dan menjalin hubungan yang berkelanjutan.

Peran media massa dalam aktivitas humas dinilai memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik (Abdullah, 2000: 29). Pesan atau informasi yang disampaikan humas melalui media massa membantu menciptakan opini publik terhadap organisasi. Berdasarkan hal tersebut membuktikan bahwa membangun hubungan media dengan humas pemerintah merupakan suatu keharusan yang perlu ditingkatkan guna memperlancar tujuan organisasi. Hubungan media sangat penting artinya sebagai wujud komunikasi dan mediasi antara suatu lembaga dengan publiknya (Nurudin, 2004: 42). Fungsi hubungan media di sisi lain yang berjalan baik sangat bermanfaat bagi aktivitas lembaga karena pihak media memberi perhatian pada isu-isu yang diperjuangkan (Nurudin, 2004: 45). Tidak dapat dipungkiri bahwa informasi berguna dalam meningkatkan kesejahteraan hidup seseorang, dengan beredarnya berita yang berimbang maka akan tercipta suasana yang kondusif dan itu pasti berdampak pada perhatian para investor asing untuk berkarya di negara kita (Abdullah, 2000: 72). Semakin tingginya tingkat kepercayaan negara asing berinvestasi di negara kita maka stabilitas perekonomian akan tetap terjaga.

Kerjasama yang dilakukan dengan media atas nama organisasi memungkinkan untuk kesadaran entitas yang akan diangkat serta kemampuan untuk membuat dampak dengan audiens yang dipilih (Wardhani, 2008: 84). Hal ini memungkinkan akses ke

kedua sasaran besar dan kecil dan membantu dalam membangun dukungan publik dan memobilisasi opini publik untuk sebuah organisasi, ini semua dilakukan melalui berbagai media dan dapat digunakan untuk mendorong komunikasi dua arah. Menjalin dan menjaga hubungan dengan media merupakan cara yang efektif untuk membangun, menjaga, dan meningkatkan citra atau reputasi organisasi di mata *stakeholders*.

Belum optimalnya hubungan yang baik antara humas Badan Usaha Milik Negara (BUMN) dengan media, tentu akan menghambat lancarnya penyebaran informasi yang menjadi tanggung jawab organisasi perusahaan (Wardhani, 2008: 56). Penyebaran informasi terkait pemberitaan mengenai program kerja, rencana pembangunan, kebijakan maupun peraturan daerah yang dibuat oleh BUMN. Segala jenis informasi terkait BUMN, diatur penuh oleh pemerintah pusat. Hal ini tentu akan berdampak negatif terhadap pemberitaan yang disampaikan dan pesan yang disampaikan juga akan dimaknai berbeda oleh publik (Elvinaro, 2007: 32). Perbedaan persepsi terhadap informasi antara humas pemerintah dengan media massa cenderung membuat berita tersebut tidak berimbang, media massa berupaya mencari berita sedangkan humas berupaya memperoleh citra (Ruslan, 1999:161). Hal ini jelas membuat informasi tersebut juga berbeda dipahami oleh publik. Fakta inilah yang mendorong pemerintah perlu meningkatkan hubungan baik dengan media massa agar informasi yang disampaikan mempunyai maksud yang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemerintah.

Peran humas dalam hubungan mediadidasari dari tuntutan untuk mampu mengelola dan membina hubungan baik dengan para pemimpin redaksi, pengasuh, dan

wartawan atau reporter dari berbagai media massa (Abdullah, 2000: 23). Hal tersebut adalah suatu kegiatan khusus dari pihak humas untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan atau informasi tertentu mengenai aktivitas yang bersifat kelembagaan, organisasi/instansi, produk dan hingga kegiatan yang bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama dengan pihak pers atau media massa untuk menciptakan publisitas dan citra positif (Nurudin, 2004: 41).

Keberadaan pendekatan yang sistematis untuk memperkuat hubungan dan kepercayaan dengan para *stakeholders* sangatlah penting dalam bisnis jasa keuangan. Hubungan media dengan pers merupakan alat, pendukung dan media kerjasama untuk kepentingan proses publikasi dan publisitas berbagai kegiatan program kerja untuk kelancaran aktivitas humas dengan pihak publik (Elvinaro, 2007: 52). Hal tersebut dikarenakan peran hubungan media dan pers dalam kehumasan dapat sebagai saluran dalam penyampaian pesan maka upaya peningkatan pengenalan dan informasi atau pemberitaan dari pihak publikasi humas merupakan prioritas utama. Selain itu, aktivitas hubungan media juga berperan sebagai pembentuk opini publik mengenai organisasi yang berpengaruh pada citra organisasi (Wardhani, 2008: 56).

Upaya menjaga reputasi dan citra organisasi, seorang humas menjalankan kegiatan hubungan media. Salah satu publik eksternal yang memiliki posisi krusial bagi organisasi manapun adalah media. Perkembangan teknologi saat ini sudah sangat canggih dan informasi dapat menyebar dalam hitungan detik dengan adanya internet, media sangat diuntungkan. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkap bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia

kini telah terhubung ke internet (Widiartono, 2016). Sepanjang tahun 2016 itu menemukan bahwa 132,7 juta dari 256,2 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet (Widiartono, 2016). Melihat data tersebut, kini seluruh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) memiliki kantor humas, divisi yang melakukan manajemen media *massaonline*, pembangunan citra, jembatan pemerintah dengan masyarakat, serta penghubung pers dengan pemerintah. Kantor humas telah melakukan publikasi internal, memberdayakan kantor-kantor wilayah serta unit pelayanan teknis agar berperan sebagai *outlet* informasi. PT Jasa Raharja (Persero) merupakan salah satu BUMN yang menjalankan kegiatan kehumasan dalam hubungan dengan media.

PT. Jasa Raharja (Persero) selama tahun 2013 telah melakukan kegiatan dengan media cetak dan elektronik dalam bentuk *press conference*, informasi dan berita dalam bentuk *press release*, *photo press*, *newsletter*, kunjungan kerja wartawan, liputan khusus, sosialisasi kegiatan organisasi. Segala jenis produk komunikasi menimbulkan konsekuensi keharusan praktisi humas menguasai teknik penulisan jurnalistik dan presentasi. Disamping itu organisasi telah melaksanakan sarana komunikasi dengan internal organisasi melalui penerbitan majalah media Raharja dan JR News (*Website PT. Jasa Raharja (Persero)*,2016). Memahami merek dan produk atau jasa organisasi agar dikenal semakin luas oleh publik melalui media adalah sebuah kesemestian yang harus dikembangkan praktisi humas di setiap korporasi. Hal tersebut telah dijalankan oleh jajaran humas PT Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Berbekal kebutuhan untuk mengembangkan kapasitas personal humas di tingkat cabang agar mampu mengkomunikasikan merek dan jasa organisasi, sekaligus makin mengenal kerja media,

manajemen Jasa Raharja menyelenggarakan pelatihan terkait subyek tersebut (*Website BUMN*, 2013).

Keterlibatan media massa untuk meningkatkan citra organisasi dengan menekankan kepada ketepatan dan keterbukaan sejalan dengan kode etik jurnalistik, dan organisasi menjadikan media massa sebagai mitra dalam menciptakan suasana kondusif, membangun *image* positif organisasi dengan prinsip saling menghormati kedudukan masing-masing. Humas yang ada di PT Jasa Raharja Cabang Bali ini tidak selalu menekankan pencitraan dalam setiap kegiatan yang mereka lakukan, namun lebih kepada menginformasikan segala hal terkait organisasi kepada publik. Semua program yang dikerjakannya mulai dari kegiatan sosial, beriklan, sampai pembuatan berita maupun publisitas, dalam rangka membangun citra positif organisasi pemerintahan ini.

Menyadari dan mengetahui pentingnya posisi media dalam program dan kegiatan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Bali, penulis dapat melihat adanya hubungan baik yang telah dan terus dibina antara organisasi dengan media. Adanya kuliah kerja lapangan, diharapkan dapat memberikan pengalaman dalam bekerja dan memahami etika kerja humas yang baik. Hal ini membuat penulis terdorong dan tertantang untuk belajar serta mendapatkan gambaran mengenai cara kerja yang baik dan disiplin. Sekaligus mengaplikasikan teori-teori yang sudah didapat saat perkuliahan. Sehingga nantinya dapat menjadi pekerjanya handal dalam bidang kehumasan. Serta diharapkan kuliah kerja lapangan ini mampu memberikan kontribusi yang baik sebagai bagian humas khususnya dalam hubungan media, dengan mengajukan permohonan kuliah kerja lapangan di PT. Jasa Raharja Cabang Bali.

2. Rumusan Masalah

Bagaimana aktivitas hubunga media PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali?

3. Tujuan Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

Untuk mengetahui dan memahami aktivitas hubungan media di PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali.

4. Manfaat Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

a. Manfaat Akademis

Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berguna bagi PT. Jasa Raharja (Persero) dalam menjalankan aktivitas hubungan media sebagai salah satu pelayanan bagi publik.

b. Manfaat Praktis

Kegiatan Kuliah Kerja (KKL) ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sebagai suatu bahan masukan dan pertimbangan dalam menjalankan hubungan media.

5. Kerangka Teori

a. Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas)

Menurut Thomas (2002:03) mengungkapkan humas sebagai usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa humas dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi. Pengertian humas lainnya dikemukakan oleh Maria, dalam bukunya *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik* (2002:07):

“Public Relations adalah interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena public relations merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan.”

Berdasarkan definisi di atas, dapat dikatakan bahwa seorang humas memiliki tugas yang sangat penting di dalam menjalin komunikasi dan interaksi dengan publik karena akan mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Humas harus bisa membangun relasi yang baik dan bermanfaat ke semua publik yang berkaitan dengan organisasi. Definisi publik menurut Baskin, Aronoff, dan Lattimore (1997: 195), merupakan sekelompok orang yang memiliki berbagai macam karakteristik. Setiap organisasi memiliki publik yang berbeda-beda dan masing-masing publik akan mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2006:6), humas memiliki empat peran utama yang dapat membantu kinerja dari sebuah perusahaan atau organisasi, yaitu :

1. Teknisi Komunikasi

Hubungan Masyarakat (Humas) yang bekerja sebagai teknisi komunikasi diberikan tanggungjawab untuk mengerjakan hal teknis seperti menulis atau mengedit *newsletter*, menulis *press release*, mengembangkan isi *web*, dan menangani kontak dengan media. *Public relations* yang berperan sebagai teknisi komunikasi tidak akan terlibat dalam urusan manajemen, termasuk dalam pengambilan keputusan.

2. *Expert Prescriber*

Humas yang bekerja sebagai *expert prescriber* berperan sebagai pakar atau ahli dan dianggap memahami berbagai persoalan *public relations* dan diberikan untuk memecahkan masalah.

3. Fasilitator Komunikasi

Humas yang memiliki peran sebagai fasilitator komunikasi bertugas sebagai pendengar yang peka dan jembatan komunikasi antara perusahaan dengan publiknya. Tujuan dari peran ini adalah untuk memberikan informasi yang dibutuhkan baik oleh manajemen maupun publik, agar keputusan yang diambil merupakan keputusan untuk kepentingan bersama.

4. Fasilitator Pemecah Masalah

Humas yang berperan sebagai fasilitator pemecah masalah biasanya menjadi bagian dari tim perencanaan strategis. Tugasnya adalah berkerjasama dengan para manajer untuk mendefinisikan dan memecahkan masalah. Perbedaan peran humas

sebagai fasilitator pemecah masalah dengan *expert presciber* adalah dalam perannya sebagai fasilitator pemecah masalah, seorang humas masih bekerjasama dengan para manajer dari perusahaan. Sedangkan dalam perannya sebagai *expert presciber* seorang humas dianggap sebagai ahli dan mengerjakan perannya sendiri tanpa bantuan dari para manajer.

Menurut Baskin, Aronoff, dan Battimore (1997: 9), humas memiliki tiga fungsi utama bagi perusahaan yang dapat membantu untuk memenuhi peran-perannya bagi perusahaan, yaitu :

a. Hubungan Masyarakat (Humas) sebagai manajemen fungsi

Humas bertugas untuk membantu manajemen perusahaan agar dapat mencapai visi dan misi perusahaan. Humas berfungsi untuk membantu mendirikan filosofi perusahaan agar diketahui dan dimengerti oleh seluruh *stakeholdernya*, membantu mencapai tujuan perusahaan, dan beradaptasi dengan lingkungan yang terus mengalami perubahan agar dapat bersaing dengan keadaan pasar.

Humas juga memiliki tanggung jawab penuh untuk menjalin hubungan yang baik dengan publik dari perusahaan, seperti karyawan, pemerintah, konsumen, media, dan investor. Dalam fungsi ini, humas memiliki dua tugas utama, yaitu:

1. Menetapkan tujuan, filosofi, dan kebijakan organisasi

Humas harus menjadi jembatan komunikasi antara perusahaan dengan publiknya sehingga mampu mengerti dan memahami filosofi dari perusahaan. Humas harus mampu memberikan kritik dan saran terutama saat perusahaan sedang berada dalam masalah.

2. Membantu perubahan organisasi

Dunia akan terus berkembang, baik dari teknologi, ilmu pengetahuan, hingga ke gaya hidup masyarakat. Perusahaan yang baik harus bisa mengetahui dan menyediakan apa yang dibutuhkan oleh pasar. Dalam hal ini humas memiliki peranan yang penting karena humaslah yang memahami bagaimana keadaan perusahaan serta publik dari perusahaan itu sendiri. Peran humas yang mampu menjalankan fungsi ini adalah *expert prescriber* dan fasilitator pemecah masalah.

b. Hubungan Masyarakat (Humas) sebagai sarana komunikasi

Fungsi ini menekankan humas untuk memiliki kemampuan dalam manajemen arus komunikasi antara perusahaan dengan publik sehingga terjalin hubungan yang baik. Kemampuan dasar yang harus dimiliki adalah kemampuan untuk menulis dan berbicara. Disamping itu, humas juga harus melakukan riset, menyusun rencana dan mengevaluasinya. Fungsi ini seringkali dihubungkan dengan media, dimana humas harus membuat *press release*, *annual report*, penyiaran maupun majalah internal. Dalam menjalankan fungsi ini, peran humas yang dibutuhkan adalah teknisi dan fasilitator komunikasi.

c. Hubungan Masyarakat (Humas) sebagai pembentuk opini publik

Publik merupakan faktor penting yang menentukan hidup mati dari perusahaan. Setiap opini atau pendapat dari publik akan mempengaruhi citra dari perusahaan itu sendiri. Tiga strategi yang dapat dilakukan dalam mengelola opini publik adalah mempertahankan opini yang positif, membentuk opini positif, atau membuat menetralkan opini yang negatif. Media memiliki pengaruh yang besar dalam hal

membentuk opini publik, sehingga untuk dapat menjalankan fungsinya ini *public relations* harus memiliki koneksi serta relasi yang baik dengan media massa.

b. Pengertian Humas Pemerintah

Ruslan (1999: 71) menjelaskan mengenai humas pemerintah memiliki perbedaan pokok antara fungsi dan tugasnya. Fungsi dan tugas humas yang terdapat di instansi pemerintah dengan nonpemerintah (lembaga komersial) adalah tidak adanya unsur komersial walaupun humas pemerintahan lebih menekankan pada *public service* atau demi meningkatkan pelayanan umum kepada masyarakat (Kusumastuti, 2002: 48).

Pemerintah sebagai sebuah kesatuan yang memimpin rakyat perlu memposisikan dirinya sebagai sebuah pemerintahan yang patut dipercaya (Garnett, 1992: 34). Menurut Garnett dalam bukunya yang berjudul *Communicating for Result in Government* (1992: 34) menyampaikan pentingnya berkomunikasi dengan masyarakat. Humas pemerintah memiliki dua dasar tujuan yang kuat, yaitu: pemerintah demokratis harus menyampaikan laporan kegiatannya kepada masyarakat dan administrasi pemerintah yang efektif memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dan memberikan dukungan. Dasar tujuan yang kedua adalah humas pemerintah mempunyai peran taktis dan strategis kehumasan menyangkut beberapa hal (Ruslan, 1999: 74).

c. Pengertian Hubungan Media

Menurut seorang pakar dan praktisi PR yaitu Jefkins (1990:83), *press relations* (hubungan media) adalah upaya untuk mempublikasikan suatu pesan atau informasi yang maksimum untuk menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan. Menurut Rosady Ruslan (1999:154),

hubungan media merupakan suatu kegiatan khusus dari pihak *public relations* untuk melakukan komunikasi penyampain pesan, atau informasi tertentu mengenai aktivitas bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk dan hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama dengan pihak *pers* atau media massa sehingga akan tercipta suatu opini publik yang positif dan sekaligus memperoleh citra yang baik dari publik sebagai khalayak sarannya. Kedua pendapat tersebut dapat dikatakan bahwa tujuan pokok hubungan media sebenarnya menciptakan pengetahuan dan pemahaman, bukan hanya menyebarkan informasi atau pesan demi citra yang indah saja di hadapan khalayak.

Definisi dari media menurut Menurut Baskin, Aronoff, dan Battimore (1997: 196) merupakan sebuah rangkaian bisnis yang menyatukan, membingkai dan menjual informasi. Bagi *public relations*, media merupakan alat yang efektif untuk mencapai publik yang lebih luas dan sebagai penjaga pintu informasi utama yang dapat melihat dan memberikan informasi yang dibutuhkan oleh publik. Media massa memiliki kemampuan untuk menciptakan publikasi yang cukup tinggi baik yang bersifat *simultaneity effect* (efek keserempakan), efek mendramatisir, dan efek publisitas yang luar biasa pengaruhnya terhadap pembentukan opini publik dalam jangka waktu relatif singkat, bersamaan dengan jangkauan jumlah pembaca yang tersebar di berbagai tempat atau kawasan (Ruslan, 1999:153).

Menurut Jefkins (1991: 92) dalam bukunya yang berjudul *Public Relations*, hubungan media adalah:

“The role of press relations is to achieve maximum publication or broadcasting of PR information in order to create knowledge and understanding.”

Artinya adalah hubungan media berbicara mengenai target pencapaian publikasi atau penyiaran maksimal untuk membentuk pengetahuan dan pemahaman dari publik. Terkait hal publikasi, pendapat Wardhani dalam bukunya yang berjudul *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*, bahwa publikasi yang maksimal tidak selalu dilihat dari jumlah media yang meliput, melainkan juga dari cara penyampaian informasi yang lengkap, serta informasi yang diberikan tersebut berada didalam posisi yang mudah didapat oleh masyarakat (2008: 9).

Sedangkan, menurut Sam Black dan Melvin L. Sharpe dalam Wardhani (2008: 9), pengertian hubungan media adalah hubungan antara suatu organisasi dengan pers, baik radio maupun televisi dan memiliki komunikasi dua arah atau dua pihak. Definisi ini lebih menekankan kepada arus komunikasi yang berlangsung antara media dengan organisasi.

Dari dua definisi diatas, Wardhani (2008: 9) menyimpulkan bahwa definisi dari hubungan media adalah

“aktivitas komunikasi public relations untuk menjalin pengertian dan hubungan baik dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal dan berimbang.”

Publikasi mengenai organisasi merupakan tujuan dari aktivitas hubungan media. Publikasi yang dalam media massa seharusnya tidak memerlukan transaksi pembayaran.

Sebelum melakukan aktivitas hubungan media, seorang humas harus terlebih dahulu memahami jenis-jenis dari media. Terdapat tiga jenis media menurut Rumanti (2002: 118), yaitu media cetak (yang termasuk dalam media cetak adalah *house journal*, surat kabar, majalah, dan lainnya), *broadcasing* media (radio, televisi), *special event* (kegiatan-kegiatan khusus), serta media luar (spanduk, papan reklame, poster, dan lain-lain).

Tidak semua perusahaan atau organisasi melakukan aktivitas hubungan media. Hal ini dikarenakan setiap perusahaan atau organisasi memiliki pihak kepentingan yang berbeda-beda. Perusahaan yang menjalankan kegiatan hubungan media adalah perusahaan yang memiliki publik eksternal cukup luas, selain itu perusahaan juga bergerak dalam bidang yang bersinggungan langsung dengan kepentingan masyarakat luas.

Menurut Rachmadi dalam Wardhani (2008: 13) tujuan utama dari aktivitas hubungan media antara lain untuk memperoleh publisitas seluas mungkin mengenai organisasi atau suatu perusahaan, memperoleh tempat dalam pemberitaan di media mengenai hal-hal yang membawa citra positif, memperoleh umpan balik dari masyarakat, melengkapi data atau informasi yang dibutuhkan oleh manajemen bagi keperluan pembuatan penilaian situasi atau permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan, serta mewujudkan hubungan yang stabil dan berkelanjutan yang didasari rasa saling percaya.

Sehingga, inti dari aktivitas hubungan media adalah perusahaan memiliki hubungan yang baik media agar segala informasi yang diberitakan oleh media bisa

memberikan dampak yang positif bagi perusahaan. Maka dari itu Wardhani (2008: 14), mengatakan bahwa aktivitas hubungan media yang baik akan memberikan beberapa manfaat, antara lain adanya pemahaman mengenai tugas dan tanggung jawab antara organisasi dan media, hubungan timbal balik yang baik, yang didasari oleh prinsip saling menghormati, menghargai dan saling percaya, adanya penyampaian atau perolehan informasi yang akurat, jujur, dan mampu memberikan pencerahan bagi publik, perusahaan dan juga media itu sendiri.

Membina hubungan dengan media massa perlu dilakukan karena peranan media massa sebagai media saluran (*channel*) dalam penyampaian pesan. Media massa memiliki kemampuan dalam penciptaan publikasi yang cukup tinggi, baik yang bersifat *stimultaneity effect* (efek keserempakan), maupun efek mendramatisir, atau efek publisitas yang luar biasa pengaruhnya (*influencing spheres*) terhadap pembentukan opini publik (*public opinion*) dalam jangka waktu relative singkat, bersamaan dengan jangkauan jumlah pembaca yang tersebar di berbagai tempat atau kawasan (Ruslan, 1999:153). Hasil kerjasama yang baik antara PR dan pers diharapkan akan tercipta suatu opini publik yang positif pula, yang dapat menguntungkan citra perusahaan atau organisasi di mata publiknya.

d. Prinsip dan Aktivitas dalam Hubungan Media

Macnamara (2013) dalam tulisannya yang berjudul *The Impact of PR on the Media*, mengemukakan beberapa pandangan pekerja media khususnya media cetak mengenai humas. Richard Wood, seorang editor dari majalah *Information Week* mengungkapkan bahwa seorang humas harus menerapkan prinsip jurnalistik yaitu

kebenaran sebagai penjaga dan pelindung informasi yang menyebar. Tulisan tersebut juga memaparkan hasil dari tesis yang dikerjakan oleh Clara Zawawi mengenai interaksi antara humas dan jurnalis di Australia. Semua jurnalis yang diwawancarai memberikan kritiknya terhadap *press release* yang dikirimkan oleh humas. Para jurnalis tersebut mengatakan bahwa *press release* yang dikirimkan tidak memiliki nilai berita dan berisi tulisan yang kacau. Jarang sekali tulisan-tulisan yang diterbitkan dikoran bersumber dari kiriman humas. Selain itu juga, kebanyakan jurnalis menganggap bahwa keberadaan humas tidak memiliki fungsi lain selain untuk memanipulasi media.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat dikatakan bahwa pandangan pekerja media terhadap humas sangat memprihatinkan. Humas dalam menjalin hubungan media seharusnya tidak hanya sekedar mencari media saat dibutuhkan saja. Melainkan hubungan tersebut harus dibangun, dikelola, dan dipertakankan. Hal itu dikarenakan media merupakan salah satu publik perusahaan, maka humas juga bertugas untuk membuat perusahaan memiliki citra dan reputasi yang baik dimata media. Seorang humas harus memiliki program dan serangkaian aktivitas-aktivitas yang mendekatkan perusahaan dan media. Kedekatan antara perusahaan dan media bukan hanya sebatas hubungan antara humas dengan pekerja media saja, namun bisa juga sesama pejabat tinggi dalam perusahaan.

Kegiatan hubungan media yang baik dapat terbentuk jika PR suatu perusahaan mengetahui hal-hal mengenai media, yaitu (Jefkins, 1991:100): (1) kebijakan keredaksian; (2) frekuensi penerbitan; (3) tenggat terbit; (4) proses produksi; (5) daerah sirkulasi; (6) khalayak pembaca dan (7) metode distribusi. Pemahaman tentang media

juga dapat dilihat dari jenis media (audio visual, cetak dan audio), lingkup peredarannya (media internasional, nasional, regional, lokal), orientasinya (media umum, khusus), karakteristik wartawan dilihat dari bidang kerjanya (bidang politik, ekonomi, sosial budaya, dll.).

Dalam membina hubungan yang harmonis pada dasarnya mengacu pada sikap saling menghargai (*mutual appreciation*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*) dan toleransi (Ruslan, 1999: 152). Hubungan yang baik dengan media massa tersebut dibangun melalui suatu kejujuran, serta ingin membantu untuk pelayanan pemberian sumber berita atau informasi yang diperlukan dalam suasana saling menghormati, dan adanya keterusterangan (Ruslan, 1999: 152). Hubungan baik dengan media dapat tercapai apabila pihak humas menerapkan prinsip-prinsip membina hubungan yang harmonis (Ruslan, 1999:158):

1. Mutlak adanya kejujuran dan keterusterangan.
2. Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pers/media.
3. Jangan meminta-minta atau mengemis kepada pers/wartawan, misalnya agar *press release* bisa dimuat padahal nilai beritanya tidak ada sama sekali.
4. Jangan coba-coba minta untuk menutup saluran informasi, misalnya pihak humas mengucapkan, *no comment*, tidak tahu, tolong jangan dimuat, hingga *off the record* kepada pihak pers. Kalau saluran informasi tersebut ditutup, maka *pers* akan mencari informasi tidak resmi, yang kebenarannya tidak dapat lagi terkontrol oleh pihak humasnya.

5. Jangan terlalu membanjiri media dengan segala macam publisitas yang tidak jelas tujuan atau sasaran yang hendak dicapai.
6. Selalu meng-*update* setiap daftar nama repoeter, tugas peliputannya, alamat dan telepon redaksi dan sebagainya, agar dalam kerjasama itu saling mengenal dengan baik antar kedua belah pihak dalam upaya membangun "*good press relationship*" tersebut.

Aktivitas-aktivitas terkait hubungan media yang dapat dilakukan oleh humas Elvinaro (2007, 182) antara lain,

1. Konferensi pers, yaitu informasi yang disampaikan oleh pihak berkepentingan terhadap sekelompok wartawan. Pertemuan khusus dengan pihak pers yang berfita resmi yang diselenggarakan oleh humas. Biasanya konferensi pers dilakukan saat sedang ada topik hangat yang dibicarakan, permasalahan yang sedang dihadapi, peristiwa atau kegiatan penting dan besar yang akan atau sudah dilakukan perusahaan.
2. *Press breafing*, yaitu kegiatan rutin yang dilakukan oleh humas dalam rangka memberikan informasi mengenai keadaan terbaru perusahaan kepada media. Pertemuan ini mirip dengan diskusi atau dialog, saling memberikan masukan atau infromasi yang cukup penting bagi kedua belah pihak.
3. *Press tour*, yaitu kegiatan *tour* yang diselenggarakan oleh perusahaan bagi media. Mengajak awal media dari berbagai media massa yang telah dikenal baik untuk megikuti perjalanan pejabat atau pimpinan perusahaan ke luar kota selama lebih dari satu hari, untuk meliput secara langsung mengenai

perjalanan atau kegiatan yang dilakukan oleh pejabat atau perusahaan tersebut.

4. *Press release*, yaitu informasi mengenai perusahaan terhadap media yang disampaikan melalui tulisan.
5. *Special event*, merupakan kegiatan khusus yang diselenggarakan oleh perusahaan dan biasanya mengundang media untuk dapat ikut berpartisipasi serta meliput.
6. *Press luncheon*, yaitu kegiatan makan bersama yang diselenggarakan oleh perusahaan dengan mengundang media. Pihak-pihak yang dipertemukan antara lain adalah pejabat-pejabat tinggi dari masing-masing perusahaan.
7. Wawancara pers, adalah kegiatan wawancara yang bersifat pribadi antara perusahaan dan media, biasanya dilakukan setelah acara konferensi pers.

Selain melaksanakan aktivitas-aktivitas tersebut, terdapat pula beberapa prinsip umum yang harus dilakukan oleh humas dalam membina hubungan yang baik dengan pers atau jurnalis menurut Jefkins (1991: 95), yaitu :

1. Memberikan pelayanan terbaik kepada media dengan menciptakan kerjasama dan hubungan timbal balik.
2. Membuat reputasi yang baik agar dapat dipercaya dengan media, contohnya dengan mempersiapkan informasi secara akurat dimana saja dan kapan saja.
3. Memberikan naskah yang baik kepada media yang meliputi kelengkapan-kelengkapannya seperti informasi yang lengkap dan disertai dengan foto.

Dengan kata lain, seorang humas juga harus memiliki kemampuan dalam menulis berita yang baik dan benar.

4. Menyediakan kelengkapan-kelengkapan dan fasilitas verifikasi yang dibutuhkan oleh wartawan saat meliput mengenai perusahaan.
5. Membangun hubungan personal dengan wartawan media yang akan menumbuhkan keterbukaan dan saling menghormati profesi masing-masing.

Hal penting untuk dapat menjalankan hubungan media yang baik, seorang humas harus bisa memiliki pandangan seperti seorang jurnalis. Begitu juga sebaliknya, seorang jurnalis harus bisa memiliki pandangan seperti seorang humas untuk bisa mengerti informasi dan menerimanya. Antara humas dengan jurnalis memiliki beberapa pandangan yang berbeda mengenai informasi, seperti tujuan dari jurnalis dalam memberitakan suatu informasi adalah untuk sekedar informasi, mendidik, membimbing, dan membantu pertumbuhan ekonomi. Sedangkan tujuan dari humas dalam memberitakan suatu informasi adalah untuk menumbuhkan sikap atau pendapat publik agar tercipta citra perusahaan yang positif. Selain itu dalam menulis berita seorang jurnalis harus menerapkan kode etik jurnalisisme yang bisa berdampak positif ataupun negatif bagi perusahaan, sedangkan humas juga tetap menggunakan nilai-nilai kehumasan yang menuntut untuk menyampaikan kebenaran tanpa perlu membohongi publik. Dengan menerapkan prinsip-prinsip yang berlaku secara benar, hubungan yang baik antara humas dengan media massa akan membuat semua pihak merasa diuntungkan dan kerjasama bisa dilakukan secara terus-menerus.

BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN PT. JASA RAHARJA (Persero)
CABANG BALI

1. Sejarah

Sejarah berdirinya Jasa Raharja tidak terlepas dari kebijakan pemerintah untuk melakukan nasionalisasi terhadap perusahaan milik Belanda di Indonesia. Periode Pra-1961 pemerintah mengadakan nasionalisasi perusahaan – perusahaan asuransi milik Belanda. Setelah itu pada periode 1961 sejarah PT Jasa Raharja (Persero) dimulai dengan didirikannya perusahaan asuransi kerugian negara (PAKN) Eka Karya, yang merupakan hasil peleburan empat perusahaan asuransi, yakni PAKN Ika Bhakti, PAKN Ika Dharma, PAKN Ika Mulya, PAKN Ika Sakti (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 02). Perusahaan milik Belanda dengan diundangkannya Undang-Undang No.86 tahun 1958 tentang Nasionalisasi Perusahaan Belanda. Penjabaran dari Undang-Undang tersebut dalam bidang asuransi kerugian, pemerintah melakukan nasionalisasi perusahaan-perusahaan asuransi kerugian Belanda berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) No.6 tahun 1960 tentang Penentuan Perusahaan Asuransi Kerugian Belanda yang dikenakan Nasionalisasi (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 03).

Berdasarkan PP No 8 tahun 1965, terhitung sejak 1 Januari 1965 di bentuk sebuah badan hukum baru dengan nama “Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Jasa Rahardja”. Perusahaan ini memiliki tugas khusus mengelola pelaksanaan pelaksanaan UU No 33 Tahun 1964 tentang dana pertanggungjawaban wajib kecelakaan

penumpang, yang menyantuni korban kecelakaan lalu lintas akibat tertabrak kendaraan bermotor, kereta api. Penunjukan PNAK jasa raharja sebagai pengelolakedua UU tersebut terhitung sejak 1 Januari 1965 (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 03).

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.8 tahun 1965 tentang Pendirian Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Djasa Rahardja, mulai 1 Januari 1965 PNAK Eka Karya dilebur menjadi perusahaan baru dengan nama “Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Jasa Raharja” dan seluruh kekayaan, pegawai dan segala hutang piutang PNAK Eka Karya dialihkan kepada PNAK Jasa Raharja (Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 05). Sebagaimana PNAK Eka Karya, PNAK Jasa Raharja pun berkedudukan dan berkantor pusat di Jakarta dan dapat mempunyai kantor cabang, kantor perwakilan, sedangkan untuk agen atau koresponden hanya diperkenankan di dalam negeri.

Berbeda dengan PNAK Eka Karya yang memberikan pertanggung jawaban yang bersifat umum untuk segala jenis asuransi, maka PNAK Jasa Raharja didirikan dengan kekhususan memberikan pertanggung jawaban dalam bidang asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan kecelakaan penumpang termasuk reasuransi dan perantaraan dalam bidang asuransi tanggung jawab kendaraan bermotor dan kecelakaan penumpang (*Website PT. Jasa Raharja (Persero)*, 2016).

Beberapa bulan sejak pendirian PNAK Jasa Raharja, tepatnya tanggal 30 Maret 1965 Pemerintah menerbitkan Surat Keputusan Menteri Urusan Pendapatan, Pembiayaan dan Pengawasan No. B.A.P.N. 1-3-3 yang menunjuk PNAK Jasa Raharja

untuk melaksanakan penyelenggaraan Dana Pertanggungan Wajib Kecelakaan Penumpang dan Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan sesuai Undang-Undang Nomor 33 dan Undang-Undang Nomor 34 tahun 1964 (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 06).

PNAK Jasa Raharja diubah statusnya menjadi Perusahaan Umum (Perum) Jasa Raharja pada tahun 1970. Perubahan status ini dituangkan dalam Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. Kep.750/KMK/IV/II/1970 tanggal 18 November 1970, yang merupakan tindak lanjut dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 9 tahun 1969 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1969 Tentang Bentuk-Bentuk Usaha Negara Menjadi Undang-Undang. Pasal 2 ayat 2 dari UU tersebut menyatakan bahwa PERUM adalah Perusahaan Negara yang didirikan dan diatur berdasarkan ketentuan-ketentuan yang termaktub dalam Undang-Undang No. 19 Prp tahun 1960 (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 08).

Menangani tugasnya yang semakin berat, pada tahun 1970 PNAK Jasa Raharja di ubah statusnya menjadi Perusahaan Umum (Perum) Jasa Raharja. Perubahan status ini dituangkan dalam Surat Keputusan MenKeu RI No. Kep.750/KMP/IV/1970 tanggal 18 November 1970, yang merupakan tindak lanjut di keluarkannya UU no 9 tahun 1969 tentang bentuk – bentuk Badan Usaha Milik Negara. Pada tahun 1978, berdasarkan PP No 34 tahun 1978 dan melalui SK MenKeu RI No 523/KMK/013/1989, Jasa Raharja diberi tugas baru menerbitkan surat jaminan dalam bentuk *Surety Bond* dan kemudian

dikembangkan pula usaha Asuransi Aneka (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 08).

Kemudian dalam perkembangan selanjutnya, mengingat usaha yang ditangani oleh Perum Jasa Raharja semakin berkembang sehingga diperlukan pengelolaan usaha yang lebih terukur dan efisien, maka pada tahun 1980 berdasarkan PP No.39 tahun 1980 tentang Pengalihan Bentuk Perusahaan Umum Asuransi Kerugian "Jasa Raharja" menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) tanggal 6 November 1980, status Jasa Raharja diubah lagi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dengan nama PT (Persero) Asuransi Kerugian Jasa Raharja (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 09).

Pendirian Perusahaan Perseroan (Persero) dengan Akta Notaris Imas Fatimah, SH No 49 tahun 1981 tanggal 28 Februari 1981, yang telah beberapa kali diubah dan ditambah terakhir dengan akta Notaris No 63 tanggal 2 Juni 2011 yang dibuat dihadapan Julius Purnawan, SH.,M.Si., notaris di Jakarta (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 09).

Anggaran Dasar Jasa Raharja yang semula diatur dalam Peraturan Pemerintah pendiriannya, maka sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.12 tahun 1969 tentang Perusahaan Perseroan (PERSERO) pengaturannya harus dipisahkan. Anggaran Dasar Jasa Raharja tersebut selanjutnya dituangkan dalam Akte Notaris Imas Fatimah, SH No.49 tahun 1981 tanggal 28 Februari 1981. Adanya perubahan nomenklatur kementerian, pada tahun ini pula, Pemerintah melalui Menteri Keuangan memperbaharui penunjukan Jasa Raharja dengan menerbitkan Keputusan Menteri

Keuangan No: 337/KMK.011/1981 tanggal 2 Juni 1981 tentang Penunjukan Perusahaan Perseroan (Persero) Asuransi Kerugian Jasa Raharja untuk Menyelenggarakan Dana Pertanggungjawaban Wajib Kecelakaan Penumpang dan Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 10).

Pada tahun 1994, sejalan dengan di terbitkannya UU No 2 tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian, terhitung mulai tanggal 1 Januari 1994, Jasa Raharja melepaskan usaha nonwajib dan *surety bond* dan kembali menjalankan program asuransi sosial yaitu sebagai pengelola UU No 33 dan 34 tahun 1964. Kembali menjalankan tugas pokok, jelas membuat Jasa Raharja semakin fokus memberikan pelayanan terbaiknya. Kini Jasa Raharja telah memiliki jaringan kerja yang luas dengan 1 (satu) kantor pusat, 28 kantor cabang, 61 kantor perwakilan, 68 kantor sub perwakilan, 35 Kantor Pelayanan Jasa Raharja (KPJR) dan 402 petugas Jasa Raharja di Kantor Pelayanan Bersama Samsat yang tersebar di seluruh Ibukota Provinsi dan Kota atau Kabupaten (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 12).

2. Visi dan Misi

Berikut ini merupakan visi dan misi yang dimiliki oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali (*Website* PT. Jasa Raharja (Persero), 2015):

a. Visi

Menjadi perusahaan terkemuka dibidang asuransi dengan mengutamakan penyelenggaraan program asuransi sosial dan asuransi wajib sejalan dengan kebutuhan masyarakat.

b. Misi

Misi dari Jasa Raharja yaitu “Catur Bakti Eka Karsa Jasa Raharja”,

- 1) Bakti kepada masyarakat, dengan mengutamakan perlindungan dasar dan pelayanan prima sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
- 2) Bakti kepada Negara, dengan mewujudkan kinerja terbaik sebagai penyelenggara program asuransi sosial dan asuransi wajib, serta Badan Usaha Milik Negara.
- 3) Bakti kepada perusahaan, dengan mewujudkan keseimbangan kepentingan agar produktivitas dapat tercapai secara optimal demi kesinambungan perusahaan.
- 4) Bakti kepada lingkungan, dengan memberdayakan potensi sumber daya bagi keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

3. Bidang Usaha

PT. Jasa Raharja (Persero) cabang Bali adalah asuransi sosial dan bidang usahanya sebagai pelaksanaan Undang-Undang No. 33 Tahun 1964 dan Undang-Undang No. 34 Tahun 1964 yang sifatnya wajib. Sesuai dengan amanat Undang-Undang No. 33 Tahun 1964, perusahaan melakukan penghimpunan premi berupa iuran wajib yang berasal dari seluruh penumpang angkutan umum, baik darat, laut, maupun udara. Dananya kemudian dikelola dan digunakan untuk memberikan santunan kepada penumpang umum yang melakukan kecelakaan lalu lintas. Sedangkan sesuai Undang-Undang No. 34 tahun 1964 perusahaan menghimpun premi dari bentuk sumbangan wajib yang disebut SWDKLLJ (Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan)

dari seluruh pemilik kendaraan bermotor. Dana ini pun dikelola dan digunakan untuk melayani mereka yang menjadi korban akibat kendaraan bermotor. Santunan yang diberikan kepada korban kecelakaan lalu lintas berupa penggantian biaya perawatan dan pengobatan, santunan kematian, santunan cacat tetapan bagi korban yang tidak memiliki ahli waris akan diberikan biaya penguburan (*Website* PT. Jasa Raharja (Persero), 2015).

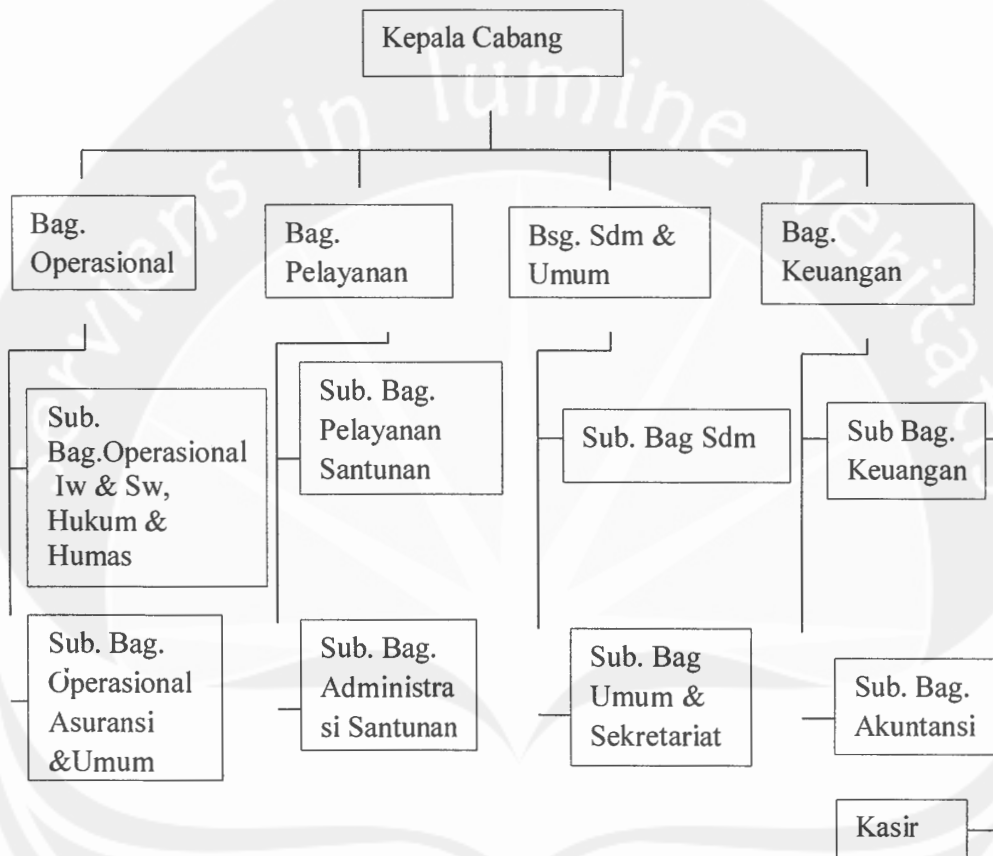
4. Struktur Organisasi

Kegiatan operasional perusahaan dapat berjalan secara efektif dan efisien, jika setiap individu dalam perusahaan diorganisir dan dikoordinasi. Hal tersebut bertujuan agar terbentuk suatu kesatuan yang secara bersama-sama mengarah pada tujuan serta visi-misi perusahaan. Adanya koordinasi dan organisir, tidak akan terjadi kepentingan yang saling berbenturan, sehingga pada akhirnya diperoleh hasil yang memuaskan semua pihak di dalam organisasi tersebut.

Sebuah Perusahaan diperlukan suatu struktur organisasi yang sesuai dengan kondisi perusahaan, yang direncanakan dengan seksama dan didasarkan pada penentuan tugas dan tanggung jawab yang jelas. PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali menerapkan struktur organisasi jalur atau garis, maksudnya adalah wewenang berasal dari struktur tertinggi atau dari pimpinan puncak kemudian dilimpahkan kepada satuan-satuan departemen atau divisi dibawahnya dalam semua bidang pekerjaan. Adapun struktur organisasi pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali dapat dilihat pada Gambar 2.2

STRUKTUR ORGANISASI

PT. JASA RAHARJA CABANG BALI



Sumber: Dokumen Sejarah & Profil PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 13

Gambar 2.1 Struktur organisasi PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali

Dalam bagan struktur organisasi tersebut tampak bahwa PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali berada dibawah seorang pimpinan tunggal. Pimpinan tunggal tersebut seorang Kepala Cabang PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali terdapat empat

bagian utama. Empat bagian tersebut adalah Bagian Operasional, Bagian Pelayanan, Bagian SDM & Umum, dan Bagian Keuangan (Dokumen Sejarah & Profil PT. Jasa Raharja (Persero) , 2000: 13). Secara garis besar Bagian Operasional merupakan suatu divisi yang menangani segala jenis proses operasional terkait iuran wajib dan sumbangan wajib dari masyarakat. Bagian pelayanan merupakan divisi yang menangani complain, laporan, dan pemberian santunan kepada masyarakat yang masuk ke dalam ruang lingkup jaminan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Bagian SDM & Umum tentu sebuah divisi yang menangani berbagai fasilitas yang ada di PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Sedangkan, Bagian Keuangan memiliki tanggung jawab untuk mengelola proses keluar masuknya dana dalam perusahaan (Dokumen Sejarah & Profil PT. Jasa Raharja (Persero) , 2000: 13).

Humas berada di dalam bagian operasional yaitu Sub. Bagian Operasional Iw & Sw, Hukum & Humas. Bagian tersebut merupakan suatu divisi penempatan penulis ketika melakukan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan. Berikut ini merupakan deskripsi *jobdesk* kerja divisi humas yang penulis peroleh melalui wawancara dari Kepala Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Dalam divisi humas dan pemasaran terdapat satu orang kepala, satu orang analis kehumasan. Kepala humas mempunyai tugas dan wewenang tertinggi dalam melaksanakan dan mengambil kebijakan dalam divisi tersebut. Kepala humas bertugas memutuskan tindak lanjut proposal yang telah masuk, mengatur pekerjaan setiap *staff* dan mengontrol segala kegiatan humas. Analis humas bertugas mengevaluasi segala kegiatan yang telah divisi humas laksanakan. Terutama dalam menulis rilis dan menganalisa media massa. Selain itu analis humas bertugas

melayani para mahasiswa yang hendak melakukan proses penelitian ataupun magang. Analis humas juga merupakan staff yang sering ditugaskan untuk menghadiri rapat di luar kantor (Dokumen Sejarah & Profil PT. Jasa Raharja (Persero) , 2000: 13). Berikut merupakan susunan *jobdesk* humas yang rutin dilakukan oleh Kepala Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali (Dokumen Sejarah & Profil PT. Jasa Raharja (Persero) , 2000: 15):

- 1) Mengatur dan mengembangkan SDM, menggunakan alat dan sarana fisik yang berada di bawah pimpinan.
- 2) Menilai kinerja bawahanya.
- 3) Merekomendasikan status pegawai bawahanya kepada atasanya.
- 4) Mengatur dan mengendalikan pelaksanaan pungutan UU No. 33 dan UU No. 34 tahun 1964.
- 5) Mengusulkan bentuk dan sistem laporan yang efektif serta inofatif kepada atasan langsung dalam rangka meningkatkan kelancaran laporan.
- 6) Menyelesaikan tugas-tugas administrasi harian
- 7) Mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian
- 8) Mengundang media massa dalam kegiatan perusahaan.
- 9) Membuatn/mengisi rubrik pelayanan santunan di media cetak/surat kabar harian secara berkala dan melakukan penyuluhan tentang tugas

pokok Jasa Raharja kepada masyarakat secara langsung melalui media cetak/elektronik yang berkesinambungan dan periodik.

10) Melakukan evaluasi terhadap kegiatan kehumasan yang telah dilakukan.

11) Mengadministrasi dokumen hukum yang meliputi perjanjian, peraturan intern & ekstern yang berkaitan dengan bidang usaha perusahaan.

12) Melakukan *review* produk hokum perusahaan khususnya di cabang.

6. Logo dan Moto

a. Logo



JASA RAHARJA

Sumber: Dokumen Sejarah & Profil PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 13

Gambar 2.1 Struktur organisasi PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali

Berdasarkan Gambar 2.1 bahwa PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali memiliki bentuk sedemikian rupa dan memiliki warna dominan biru, bentuk dan warna tersebut juga memiliki arti dan makna tersendiri. Berikut akan dijelaskan mengenai arti logo diatas:

a. Warna biru: Penggunaan warna biru pada logo PT. Jasa Raharja (Persero) memberikan arti bias diandalkan dalam melayani masyarakat Indonesia. Warna biru ini juga identik dengan memberikan ketenangan kepada masyarakat yang terkena musibah.

b. Warna putih: Menunjukkan kedamaian, kemurnian, kesederhanaan, dan keamanan yang nantinya akan selalu diberikan saat melayani secara optimal kepada masyarakat.

c. Bentuk Lingkaran: Bentuk lingkaran memberikan kesan yang dinamis, berkualitas, dan memiliki kecepatan dalam melayani masyarakat di bidang asuransi.

b. Moto

Sebagai salah satu perusahaan asuransi yang mengutamakan pelayanan yang optimal kepada masyarakat, PT. Jasa Raharja (Persero) memiliki moto yang selalu dilibatkan diberbagai aktivitasnya. Moto tersebut yaitu:

“Utama dalam perlindungan, Prima dalam pelayanan”(Dokumen Sejarah & Profil PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 13).

BAB III

HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL

1. Hasil Pelaksanaan KKL

a. Aktivitas Hubungan Media PT. Jasa Raharja (Persero)

Aktivitas hubungan media merupakan salah satu aktivitas kehumasan yang dilakukan di PT. Jasa Raharja (Persero). Aktivitas ini dilakukan karena organisasi sendiri bergerak dalam usaha memenuhi atau bersinggungan dengan kepentingan masyarakat luas (Rahmitasari, 2014: 27). Aktivitas hubungan media ini pada umumnya dijalankan karena organisasi membutuhkan dukungan media massa dalam pencapaian tujuan organisasi. Tujuan secara garis besar dari aktivitas media yang dilakukan oleh humas adalah untuk menjaga hubungan baik dengan pihak media massa (Wadhani, 2008: 31).

Pelaksanaan aktivitas hubungan media merupakan implementasi dari fungsi dan tugas humas. Dasar pelaksanaan aktivitas hubungan media yang dilakukan humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali merupakan fungsi dan tugas humas (Badan Usaha Miliki Negara) BUMN. Perbedaan pokok antara fungsi dan tugas humas yang terdapat pada BUMN dengan nonBUMN yaitu tidak sesuatu yang diperjualbelikan. Pengertian humas menurut humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali adalah sebagai “corong” organisasi yang bertugas menjadi perwakilan organisasi dalam menyampaikan segala jenis informasi terkait organisasi kepada *stakeholders* (Sumber Wawancara dengan

Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 15 Juli 2016).

Keberadaan bagian kehumasan disebut instansi atau organisasi milik pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang suatu kegiatan atau aktifitas instansi bersangkutan yang ditujukan untuk hubungan masyarakat ke dalam maupun kepada masyarakat luar pada umumnya.

Fungsi pokok humas PT. Jasa Raharja (Persero), antara lain (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 15) :

1. Mengamankan kebijakan pemerintah. Kebijakan pemerintah dalam hal ini mengenai asuransi kecelakaan (Undang-Undang Nomor 33 dan 34 tahun 1964).
2. Memberikan pelayanan, dan menyebarluaskan pesan atau informasi mengenai kebijaksanaan dan hingga program-program kerja secara nasional kepada masyarakat. Pesan dan informasi yang wajib disebarluaskan terkait pemberian santunan kepada masyarakat yang berhak.
3. Menjadi komunikator dan sekaligus sebagai mediator yang proaktif dalam menjembatani kepentingan instansi pemerintah di satu pihak, dan menampung aspirasi, serta memperhatikan keinginan-keinginan publiknya di lain pihak. Pelayanan diutamakan kepada pelanggan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali yang disebut *claimer*. Adapun humas dalam hal ini akan menjembatani antara *claimer* dengan

perusahaan, jika terjadi ketidakjelasan atau kesalahpahaman mengenai pemberian santunan.

4. Berperan serta dalam menciptakan iklim yang kondusif dan dinamis demi mengamankan stabilitas dan keamanan politik pembangunan nasional, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Jadi, peran taktis dan strategis kehumasan pemerintah/BUMN tersebut menyangkut beberapa hal, yaitu (Dokumen Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero), 2000: 16) :

1. Tugas secara taktis dalam jangka pendek, humas berupaya memberikan pesan-pesan dan informasi kepada masyarakat umum dan khalayak tertentu sebagai target sasarannya.
2. Tugas strategis (jangka panjang) humas, yakni berperan secara aktif dalam proses mengambil keputusan (*decision making process*), memberikan sumbang saran, gagasan dan hingga ide-ide cemerlang serta kreatif dalam menyukseskan program kerja instansi/lembaga.

Pejabat humas PT. Jasa Raharja (Persero) harus memiliki kemampuan untuk menguasai permasalahan yang dihadapi oleh instansinya. Kemampuan tersebut meliputi (Dokumen Sejarah & Profil Kehumasan PT. Jasa Raharja, 2000: 19):

1. Kemampuan untuk mengamati dan menganalisis persoalan yang menyangkut kepentingan instansinya atau khalayak yang menjadi target sasarannya.
2. Kemampuan melakukan hubungan komunikasi timbale balik yang kreatif, dinamis, efektif, saling mendukung bagi kedua belah pihak yang menarik perhatian terhadap publiknya.
3. Kemampuan untuk mempengaruhi dan menciptakan pendapat umum (*opini public*) yang menguntungkan instansinya.
4. Kemampuan untuk menjalin hubungan baik atau kerjasama dan saling mempercayai dengan berbagai pihak yang terkait.

PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali adalah salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang asuransi keselamatan masyarakat Indonesia (*Website PT. Jasa Raharja (Persero)*, 2016). Pelayanan prima kepada masyarakat merupakan hal yang selalu diutamakan oleh organisasi ini. Hal ini dijalankan juga oleh bagian kehumasan yang berkewajiban untuk menyebarluaskan dan mempublikasikan segala informasi penting terakit organisasi kepada para *stakeholders*. Salah satu cara untuk menyebarluaskan dan mempublikasikan segala informasi kepada *stakeholders* adalah melalui media. Menurut I Ketut Suwana, sebagai pejabat humas PT. Jsa Raharja (Persero) Cabang Bali, terjalinnya hubungan dengan media sangatlah penting bagi organisasi milik negara seperti PT. Jasa Raharja (Persero). Hal ini dikarenakan media menjadi salah satu jembatan komunikasi

antara organisasi dengan masyarakat dan *stakeholders*. Kegiatan hubungan media yang telah dijalankan oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali merupakan aktivitas komunikasi yang dilakukan bagian humas untuk menjalin hubungan baik dan pengertian dengan media massa dalam rangka pencapaian publikasi organisasi yang maksimal serta berimbang.

Humas (Badan Usaha Miliki Negara) BUMN merupakan pemberi informasi kepada masyarakat sekaligus penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Hal ini karena pemerintah adalah agen dari masyarakat itu sendiri. Masyarakat memberikan haknya untuk diwakilkan kepada orang-orang pemerintahan agar bisa diselenggarakan dengan sebaik-baiknya. Wajar apabila pemerintah harus tetap terhubung dengan masyarakat dan setiap aspeknya menyentuh langsung kehidupan masyarakat. Humas menjadi palang pintu bagi hubungan yang harmonis antara pemerintah dengan publik atau masyarakat. Sejalan dengan hal tersebut, membina hubungan dengan media menjadi salah satu tugas humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali untuk menjalankan perannya sebagai pemberi informasi kepada masyarakat (Sumber Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 15 Juli 2016). Kegiatan hubungan media menjadi salah satu agenda rutin yang dilakukan humas PT. Jasa raharja, mengingat pentingnya menciptakan hubungan yang saling menguntungkan antara instansi dengan media.

Hubungan media dipahami sebagai penanganan krisis dengan memberitakan tentang hal-hal positif tentang perusahaan saat perusahaan sedang mengalami hal buruk yang dapat memunculkan berita negatif di masyarakat (Kasali, 1999: 31). Hal ini berhubungan dengan usaha menjaga dan menumbuhkan citra positif organisasi di mata para *stakeholder*. Penanganan krisis yang selama ini telah dilakukan oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali adalah dengan mengakui dan memperbaiki kesalahan dengan menginformasikan rencana-rencana organisasi ke depan (Sumber Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 20 Juli 2016). Cara tersebut dianggap jalan terbaik yang harus dilakukan oleh humas. Keuntungan dengan terjalinnya hubungan media yang baik tidak hanya dapat dirasakan oleh organisasi. Media pun mendapatkan keuntungan dari hubungan yang baik ini. Media maupun humas dalam posisi saling menguntungkan.

Salah satu contoh pemanfaatan media untuk kepentingan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali dan publisitas liputan berita yaitu saat terjadi kecelakaan Kapal Caspla di Perairan Nusa Penida (Sumber Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 20 Juli 2016). Kejadian ini menyebabkan seorang penumpang yang bernama Ni Gusti Ayu Sukaseni hilang setelah terjatuh dari atas kapal. PT. Jasa Raharja (Persero) sebagai salah satu perusahaan asuransi milik negara, memiliki kewajiban untuk memberikan santunan kepada keluarga korban. Namun, diperlukan laporan polisi yang menyatakan secara sah bahwa korban meninggal. Memerlukan

waktu yang cukup lama untuk memastikan hal itu. Hal inilah yang menimbulkan beberapa anggapan yang menganggap respon PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali tidak cepat tanggap untuk pemberian santunan dalam kejadian ini. Namun, kejadian tersebut dapat cepat teratasi dengan adanya media yang meliput dan memberikan pemberitaan mengenai telah diterimanya santunan dari PT. Jasa Raharja (Persero) kepada suami korban yaitu I Gusti Made Murdika. Manfaat dengan adanya pemberitaan media dapat meluruskan kabar negatif yang dapat mengancam citra positif perusahaan di mata para *stakeholders*. Hal tersebut juga dapat menumbuhkan dan mempertahankan citra positif PT. Jasa Raharja (Persero) dan disaat yang bersamaan media mendapatkan bahan untuk pemberitaan.

Aktivitas hubungan media pada umumnya dilakukan oleh Kepala Sub.Bagian SW, Hukum & Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Bentuk-bentuk aktivitas hubungan media yang rutin dilakukan adalah:

a. Membaca Koran/Majalah, Berita *Online* Harian.

Aktivitas membaca Koran/majalah, berita *online* harian dilakukan secara rutin oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Aktivitas ini biasa dilakukan pada pagi hari dan di sela-sela jam kerja. Penting bagi seorang humas untuk selalu *update* mengenai segala hal yang sedang terjadi di masyarakat, terutama yang menyangkut perusahaan. Tujuan dari aktivitas ini untuk dapat mengikuti dan

memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang asuransi (Sumber Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 22 Juli 2016). Pandangan masyarakat mengenai perusahaan pun dapat diamati melalui pemberitaan media. Pemantauan berita melalui media itu pun berguna untuk mengetahui kejadian kecelakaan lalu lintas di daerah Bali. Seperti saat kecelakaan Kapal Caspla terjadi, pemantauan mengenai status korban dilakukan pemberitaan di media. Hal ini penting dilakukan untuk mempercepat pemberian santunan kepada keluarga korban, agar tugas dan tanggung jawab perusahaan terlaksana.

b. Membuat *Press Release*

Tiap kali PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali mengadakan sebuah kegiatan, maka *release* dibuat terlebih dahulu. *Release* tersebut dikirimkan ke beberapa media yang ada di wilayah Bali. Pemberian *release* ini dilakukan saat hari pelaksanaan acara kepada awak media (Sumber Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 22 Juli 2016). Pembuatan *release* harus memperhatikan dasar-dasar jurnalistik, maka seorang humas pun penting untuk memahami mengenai kaidah-kaidah jurnalistik. Salah satunya memperhatikan tata cara penulisan dengan 5W (*what, where, who, when, why*) + 1H (*how*), serta nilai berita (*news value*) yang akan ditonjolkan dalam *release*-nya.

Melalui *release* tersebut awak media dapat membuat berita seputar kegiatan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Awak media dapat memperoleh informasi yang dirasa kurang saat konferensi pers berlangsung. Seperti saat acara konferensi pers yang berlangsung pada 15 Juli 2016, terkait pemberian santunan (Sumber Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 22 Juli 2016). PT. Jasa Raharja (Persero) saat Lebaran. Humas membuat *release* yang diberikan kepada para wartawan yang hadir dalam kegiatan konferensi pers tersebut. *Release* tersebut berisikan informasi-informasi penting mengenai pelaksanaan pemberian santunan saat Lebaran. Salah satu informasi pentingnya adalah jumlah santunan yang telah dibayarkan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali sebesar hampir setengah miliar rupiah.

3. Menjalin Hubungan dengan Media

Humas PT. Jasa Raharja (Persero) menjalin hubungan baik secara formal maupun informal. Humas harus mampu bersinergi/bermitra dengan wartawan, serta lembaga pers lainnya dalam membantu pemerintah untuk menyebarluaskan informasi program pembangunan kepada masyarakat (Sumber Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 22 Juli 2016). Penyebarluasan informasi terkait jaminan asuransi menjadi hal penting bagi PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Menjalin

hubungan baik secara formal dilakukan oleh humas dengan cara berikap komunikatif, luwes dan ramah kepada awak media.

Menurut humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, humas yang baik harus mampu memahami budaya suatu media. Hal tersebut dikarenakan setiap media memiliki kepekaan yang berbeda terhadap *deadline* naskah, waktu maksimum pemuatan berita di media terkait atau jenis berita yang hendak dimuat, I Ketut Suwana, menuturkan bahwa ada media yang peka dan memberika apresiasi positif terhadap kegiatan yang berbau sosial. Ada pula media yang memberikan apresiasi positif terhadap kegiatan yang berbau pendidikan. Bentuk hubungan media yang dilakukan humas secara informal yaitu dengan bersikap seperti teman dekat. Hubungan yang dibangun lebih kepada hubungan personal anatra humas dengan awak media itu sendiri.

Humas dalam melaksanakan kesehariannya selalu dekat dengan wartawan, baik itu wartawan pusat maupun wartawan daerah, serta tidak ada jarak dengan para wartawan. Seperti contohnya I Ketut Suwana rutin melaksanakan olah raga bulu tangkis bersama beberapa awak media di luar jam kerja, seperti hari Minggu. Namun, hubungan tersebut tidak boeh terlalu dekat dan tidak boleh menjadi sebuah hubungan yang saling ketergantungan antara media dan perusahaan atau sebaliknya, antara perusahaan dengan media (Sumber

Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 27 Juli 2016). Hubungan baik tersebut diharapkan media dapat memberikan apresiasi yang baik pada setiap kegiatan publikasi yang terkait dengan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Walaupun begitu, media tetap harus objektif dalam memberitakannya.

4. Melaksanakan *Press Conference*

Pelaksanaan konferensi pers (*press conference*) merupakan salah satu aktivitas yang rutin dilakukan humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali dalam menyampaikan informasi kepada eksternal publik. Hal ini dikarenakan berita atau informasi tersebut dapat segera disampaikan oleh pers kepada masyarakat luas dengan media elektronik maupun media cetak secara aktual dan faktual. Tujuan utama dari pelaksanaan konferensi pers tersebut adalah menyampaikan informasi positif kepada publik dan menjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan eksternal publik, khususnya media (Sumber Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 22 Juli 2016).

Fasilitas yang diberikan salah satunya ialah penyediaan media kit berupa data tertulis, foto maupun data penunjang yang lainya demi menunjang suatu informasi agar mempunyai suatu nilai berita seperti

yang dibutuhkan oleh wartawan, Selain fasilitas media kit yang diberikan oleh humas disediakan *press rooms* oleh Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali tidak lain adalah untuk memfasilitasi wartawan yang berkunjung agar lebih nyaman sehingga diskusi-diskusi yang akan dilakukan dengan humas maupun *staff* menjadi lebih lancar. Di ruang ini juga disediakan komputer dan internet yang dapat digunakan oleh wartawan. Di dalam ruang *press rooms* materi-materi diskusi pun beragam bukan hanya sebatas informasi di dalam ruang lingkup Kantor PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, namun meliputi instansi-instansi terkait lainnya.

Salah satu kegiatan konferensi pers yang telah dilakukan oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali adalah konferensi pers setelah Hari Raya Lebaran 2016. Konferensi pers tersebut dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2016 yang dihadiri oleh beberapa awak media, yaitu Radar Bali, Bali Post, Nusa Bali, Bali Tribune, HARIAN Denpost, Tribun Bali, Pos Bali, Merdeka.com, Antaranews.com. Materi yang disampaikan dalam kegiatan konferensi pers tersebut yaitu mengenai kinerja PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali selama Lebaran. Mengingat, arus mudik jumlahnya meningkat yang mempengaruhi jumlah kecelakaan yang terjadi pula. PT. Jasa Raharja (Persero) sebagai perusahaan asuransi yang bertugas untuk memberikan santunan kepada para korban kecelakaan, baik korban luka-luka atau

korban meninggal dunia. Informasi ini penting untuk diinformasikan, agar terjadi transparansi antara perusahaan dengan para *stakeholders*. Konferensi Pers ini dilaksanakan dengan menghadirkan pembicara utama yaitu Kepala Cabang PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, yaitu DR. Ir. Sulistianingtias, MM. AAIK. CRMP

5. Kliping Berita

Aktivitas rutin yang wajib dilakukan oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali adalah mencari berita di beberapa media massa cetak yang berhubungan dengan perusahaan. Setiap pemberitaan yang ditemukan di media cetak akan digunting dan ditempel ke lembar jurnal, sedangkan pemberitaan di media *online* akan di print lalu ditempelkan juga ke lembar jurnal.

6. Mengedarkan Kliping dan Koran

Humas mengedarkan kliping berita dari media cetak maupun media *online* kepada unit-unit kerja lainnya atau kalangan intern perusahaan. Hal ini dimaksudkan agar para karyawan mengetahui berita-berita terbaru maupun berita mengenai PT. Jasa Raharja (Persero) dan juga pemberitaan di bidang perasuransian. Karyawan dapat berperan pula menjadi sumber informasi jika ada pihak di luar perusahaan yang bertanya terkait PT. Jasa Raharja (Persero). Kliping berita biasa dilakukan setiap satu bulan sekali. Hasil kliping akan

diedarkan kepada karyawan perusahaan untuk menambah pengetahuan karyawan mengenai perusahaan. Tujuan dari kegiatan ini untuk meningkatkan pengetahuan teoritis dan ketrampilan praktis komunikasi karyawan dan atasan dalam rangka membantu upaya mempertahankan reputasi, kemampuan menghasilkan keuntungan, dan keberlangsungan hidup perusahaan. Salah satu contoh hasil kliping bulan Juli lebih banyak mengenai pemberitaan kecelakaan Kapal Caspla yang terjadi di Perairan Nusa Penida.

7. Membuat Berita

Tidak jauh berbeda dengan pembuatan *press release*, dalam pembuatan berita seorang humas juga harus memperhatikan kaidah-kaidah jurnalistik. Kaidah-kaidah jurnalistik yang penting diperhatikan dalam pembuatan berita adalah tata cara penulisan dengan 5W (*what, who, where, when, why*) + 1H (*how*) dan nilai berita (*news value*). Membuat berita tentang kegiatan yang dilakukan organisasi untuk ditampilkan di *website* organisasi maupun sebagai lembar buletin untuk ditempelkan ke dinding informasi. Pembuatan berita ini biasa dilakukan saat organisasi baru saja melakukan suatu kegiatan internal maupun eksternal. Salah satu kegiatan eksternal yang telah dilakukan oleh PT. Jasa Raharja yang (Persero) Cabang Bali pada bulan Agustus 2016 adalah menghadiri pembukaan Program Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT). Program ini diselenggarakan

oleh Dinas Perhubungan Informasi dan Komunikasi yang bekerjasama dengan PT. Jasa Raharja (Persero) dan Kepolisian Daerah Bali. Kehadiran Kepala Cabang PT. Jasa Raharja (Persero), DR. Ir. Sulistianingtias didampingi oleh I Ketut Suwana sebagai humas. Pembuatan berita mengenai kegiatan ini telah ditampilkan dalam *website* resmi PT. Jasa Raharja (Persero). Membuat berita mengenai pelayanan santunanan di media cetak/surat kabar harian secara berkala dan melakukan penyuluhan tugas pokok PT. Jasa Raharja (Persero) kepada masyarakat secara langsung melalui media cetak/elektronik yang berkesinambungan dan periodik. Pembuatan berita yang telah ditampilkan dalam *website* pada awal bulan Agustus 2016 berupa kegiatan eksternal organisasi. Kegiatan eksternal organisasi yang dilakukan berupa kunjungan Kepala Cabang PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali pada pembukaan program AKSI dan AKUT yang diselenggarakan oleh Dinas Perhubungan.

8. Membuat *Resume* Khusus Pemberitaan

Pembuatan *resume* khusus pemberitaan berfungsi untuk alat bantu humas dalam proses evaluasi setiap kegiatan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan. Humas dapat mengingat kembali semua informasi penting dalam pemberitaan terkait PT. Jasa Raharja (Persero) dengan adanya *resume* tersebut.

Proses pembuatan *resume* ini merupakan salah satu usaha mengasah kemampuan berpikir kritis humas. Tujuannya untuk menganalisa dan menilai sikap dan opini publik yang menanggapi kebijaksanaan pimpinan perusahaan dalam menggerakkan pegawainya dan menerapkan metodenya. Hal tersebut dikarenakan seorang humas membuat *resume* atas apa yang telah dibaca, berarti humas mampu mencari relevansi dan relasi antara apa yang dia baca dengan apa yang mungkin sebenarnya terjadi di lapangan. Perbandingan juga dapat dilakukan antara isi/judul berita yang satu dengan yang lain, Seperti pemberitaan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali yang telah memberikan santunan selama Lebaran 2016. Beberapa media memuat isi pemberitaan yang hampir sama, namun menggunakan judul yang berbeda. Pada media Bali Triibun judul yang digunakan adalah “Jasa Raharja Bayarkan Santunan Hampir Setengah Miliar, sedangkan Tribun Bali memberitakan dengan judul “22 Korban Tewas Lakalantas Disantuni Rp 457 Juta”. Terdapat pemilihan diksi yang berbeda dalam isi pemberitaan yang sama. Hal ini berpengaruh pada ketertarikan publik untuk membaca masing-masing berita tersebut.

Pembuatan *resume* khusus mengenai pemberitaan ini penting untuk mengetahui karakter tiap media dan menjadi dasar strategi selanjutnya dalam menjalankan hubungan media.

9. Mengakses dan Mengirim Berita ke dalam *Website* Jasa Raharja

Humas PT. Jasa Raharja (Persero) memiliki kewajiban untuk terus memantau dan meng-*update* isi *website* resmi perusahaan. Hal ini dianggap penting karena *website* merupakan salah satu media komunikasi yang mudah diakses oleh masyarakat yang ingin mendapatkan informasi terbaru mengenai perusahaan. *Website* PT. Jasa Raharja (Persero) dikelola bersama oleh para humas yang berada pada setiap cabang perusahaan di seluruh wilayah Indonesia. Tiap humas PT. Jasa Raharja (Persero) yang berada pada setiap cabang di Indonesia berkewajiban untuk me-*monitor website* perusahaan. Salah satu pemberitaan yang telah di unggah ke *website* adalah kegiatan kunjungan Kepala Cabang dalam program AKUT dan AKSI oleh Dinas Perhubungan. Pembuatan berita mengenai PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali yang telah memberikan santunan kepada warga negara asing yang mengalami kecelakaan saat berlibur ke Bali. Hal ini menjadi berita yang menarik karena menunjukkan bahwa perusahaan telah menjalankan kewajibannya kepada warga negara asing yang mengalami kecelakaan di wilayah Indonesia, khususnya daerah Bali.

10. Melakukan Dokumentasi Kegiatan

Dokumentasi kegiatan dilakukan oleh humas untuk setiap kegiatan yang dilaksanakan oleh PT. Jasa Raharja (Persero). Kegiatan dokumentasi yang dimaksud dalam hal ini adalah fotografi. Kegiatan ini sangat penting guna mendukung kegiatan kehumasan dalam perusahaan ini. Selain menampilkan ilustrasi yang hidup dari kegiatan perusahaan, foto yang dihasilkan dapat pula berfungsi sebagai dokumen berharga yang dapat disimpan dalam kurun waktu lama. Hal ini juga dapat menjadi daya tarik kuat dalam memikat perhatian pembaca pada isi berita dan informasi yang disajikan atau dikeluarkan oleh pihak humas. Hingga saat ini pemanfaatan fotografi guna menunjang kegiatan kehumasan sudah cukup maksimal. Pemanfaat ini terlihat dalam pemberitaan-pemberitaan mengenai perusahaan yang menyertakan foto sebagai penguat informasi. Media fotografi juga dijadikan untuk melengkapi dokumen atau laporan internal perusahaan. Kunjungan Menteri Perhubungan, Ignasius Jonan di Pelabuhan Padang Bai menjadi salah satu kegiatan yang penting untuk diabadikan. Hal ini dikarenakan Ignasius Jonan bersanding dengan Kepala Cabang PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, DR. Ir. Sulistianingtias, mengadiri pula kunjungan tersebut dalam rangka peningkatan pelayanan kepada masyarakat dalam bidang transportasi.

11. *Press Tour*

Kegiatan *press tour* diselenggarakan oleh humas untuk mengunjungi sebuah tempat dan mengajak awak media bergabung bersama mengikuti kegiatan tersebut. PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali telah beberapa kali mengadakan kegiatan *press tour* ini. Kegiatan ini dilakukan saat liburan panjang. Adanya kegiatan ini diharapkan dapat membuat para awak media merasa bagian dari perusahaan. Sehingga, secara batiniah awak media akan memiliki hubungan emosional dengan perusahaan, terutama dengan para karyawan perusahaan. Mengingat humas harus mampu mengenai wartawan dan redaktur secara personal. Hal ini untuk menghindari sifat diskriminatif terhadap wartawan/media massa, namun harus memperlakukan secara adil. Kegiatan *press tour* yang telah dilakukan oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero) adalah berkunjung ke Pulau Nusa Penida bersama beberapa awak media. Tiap awak media mewakili salah satu media yang ada di daerah Bali. Media yang mengikuti kegiatan ini adalah Radar Bali, Bali Post, Nusa Bali, Bali Tribune, dan Merdeka.com. Kendala dalam pelaksanaan kegiatan ini adalah sulit untuk menentukan waktu yang harus disesuaikan dengan awak media.

12. Press Luncheon

I Ketut Suwana mengadakan jamuan makan siang bagi perwakilan media. Kegiatan ini dilakukan secara informal, hal tersebut bertujuan untuk menumbuhkan suasana yang santai dengan awak media. Kesempatan ini dapat dipergunakan oleh para awak media guna mendengarkan perkembangan perusahaan dan bertemu secara langsung pejabat perusahaan. Selain itu, kegiatan ini menjadi upaya menciptakan suasana akrab dan berdiskusi mengenai masalah/berita yang muncul ke permukaan yang sifatnya merugikan kedua belah pihak (Pemerintah dan wartawan/Media). Humas juga berperan penting dalam kegiatan ini sebagai pencair suasana. Kegiatan ini cukup rutin dilakukan oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero), mengingat waktunya dapat disesuaikan dengan jam makan siang karyawan perusahaan dan awak media (pers). Jadi, tidak mengganggu waktu kerja sehari-hari

13. Special Event

Peristiwa khusus sebagai suatu kegiatan humas yang penting dan memuaskan banyak orang untuk ikut serta dalam suatu kesempatan yang mampu meningkatkan pengetahuan dan selera publik. Kegiatan berupa pameran, lokakarya, *open house* dan lainnya. Media biasanya diundang oleh humas dalam kegiatan ini. PT. Jasa Raharja (Persero)

sebagai instansi pemerintah yang harus menyampaikan segala bentuk informasi kepada masyarakat akan selalu berusaha untuk dapat terbuka dalam menyampaikan sebuah informasi. Keterbukaan tersebut sebagai salah satu upaya untuk menarik perhatian media massa sehingga terjalin kerjasama yang saling menguntungkan antara pihak humas dengan wartawan.

Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali selalu menerapkan prinsip terbuka terhadap wartawan dengan jalan memberikan informasi yang dibutuhkan secara jujur dan sesuai dengan kewenangan yang dimiliki. Salah satu *special event* yang telah dilakukan oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali adalah halal bihalal dengan seluruh karyawan pada tanggal 11 Juli 2016, bertepatan dengan hari mulai aktif bekerja setelah libur panjang Lebaran (Sumber Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 22 Juli 2016). Beberapa media yang datang ke acara tersebut adalah Radar Bali, Bali Post, Nusa Bali, Tribun Bali, Pos Bali, Merdeka.com. Acara ini dilaksanakan dalam rangka mempererat tali silaturahmi antara publik internal organisasi dan eksternal organisasi.

14. Menyusun Laporan Bulanan Aktivitas Hubungan Media

Penyusunan laporan bulanan merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban humas atas segala jenis kegiatan hubungan

media yang telah dilaksanakan selama satu bulan. Laporan bulanan humas ini berisikan kliping pemberitaan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali di media cetak atau media *online*. Selain itu, laporan juga berisikan kumpulan dokumentasi kegiatan-kegiatan yang terselenggara dalam kurun satu bulan, baik kegiatan internal ataupun eksternal organisasi. Anggaran dana kegiatan humas selama satu bulan pun wajib ada di dalam laporan bulanan ini. Laporan ini nantinya akan dikirimkan kepada kantor pusat PT. Jasa Raharja (Persero) yang berada di Jakarta. Tujuan dari penyusunan laporan bulanan humas ini sebagai bahan masukan bagi pimpinan organisasi dalam memilih prioritas sasaran dan menentukan pola kegiatan dalam menyelenggarakan kegiatan pelayanan asuransi kepada masyarakat. Adanya laporan ini juga dapat memudahkan bagi setiap humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali dalam melaksanakan tugas dalam pengumpulan dan pengolahan informasi terkait organisasi.

b. Deskripsi Kerja Mahasiswa

Kuliah Kerja Lapangan (KKL) mahasiswa dilaksanakan selama 22 hari, terhitung sejak 1 Juli 2016 sampai dengan 1 Agustus 2016. Kuliah Kerja Lapangan (KKL) tersebut dilaksanakan pada Bidang Kehumasan yang terfokus pada kegiatan hubungan media PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali beralamat di Jalan Raya Hayam Wuruk

Nomor 202, Denpasar, Bali. Selama 22 hari, penulis diberikan bimbingan awal, tugas praktek, dan pengalaman kerja secara langsung yang berhubungan dengan dunia kehumasan PT. Jasa Raharja (Persero). Penulis mampu mendapatkan pemahaman baru terkait ilmu yang diperoleh pada saat perkuliahan dan dapat mempraktekkan ilmu kehumasan secara langsung dalam dunia kerja, khususnya pada kegiatan hubungan eksternal dengan media.

Selama berlangsungnya pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, terdapat beberapa kegiatan yang harus dilakukan secara rutin setiap harinya terkait hubungan media. Adapun kegiatan yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

a. Membaca Koran/Majalah Berita *Online*

Membaca koran/majalah berita *online* harian merupakan kegiatan rutin pagi yang dilakukan penulis. Kegiatan ini guna mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian. Media yang rutin dibaca selama kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) berlangsung adalah Radar Bali, Bali Post, Nusa Bali, Bali Tribune, HARIAN Denpost, Tribun Bali, Pos Bali dan media *online* dari masing-masing media tersebut. Setelah membaca pemberitaan media, penulis akan membuat rangkuman mengenai pemberitaan terbaru, khususnya yang terkait dengan organisasi.

b. Mengikuti Bimbingan mengenai PT. Jasa Raharja (Persero)

Bimbingan mengenai PT. Jasa Raharja (Persero) diperlukan bagi para mahasiswa yang menjalani Kuliah Kerja Lapangan (KKL). Kegiatan ini dimaksudkan agar para mahasiswa memahami secara mendalam mengenai organisasi. Materi yang disampaikan dalam bimbingan ini berupa sejarah organisasi, nilai-nilai organisasi, visi dan misi, tanggung jawab organisasi, dasar hukum organisasi, dan lain sebagainya. Pemahaman mengenai organisasi penting bagi para mahasiswa yang menjalani Kuliah Kerja Lapangan (KKL) agar dapat menjalani *job desk* sesuai dengan tujuan organisasi kedepannya. Setiap mahasiswa yang mengikuti bimbingan akan mendapatkan buku saku yang berisikan Dasar Hukum PT. Jasa Raharja (Persero). Penulis mengikuti bimbingan selama 3 hari pada awal Bulan Juli 2016. Bimbingan mengenai PT. Jasa Raharja (Persero) yang ditujukan kepada para mahasiswa Kuliah Kerja Lapangan (KKL), dibimbing langsung oleh Kepala Bagian SDM & Umum, yaitu Ade Triyono.

c. Membantu dalam Pelaksanaan *Press Conference* Paska Arus Mudik Lebaran 2016

Press conference merupakan salah satu kegiatan hubungan media yang rutin dilakukan oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Salah satunya adalah *press conference* yang dilakukan pada

tanggal 15 Juli 2016, bertempat di Kantor PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Penulis dalam kegiatan ini berpartisipasi dengan membantu humas dalam membuat *release* bagi wartawan media cetak/*online* yang datang, serta melakukan konfirmasi kepada para wartawan media/*online* untuk memastikan kehadiran mereka dalam *press conference* tersebut.

Pihak-pihak yang hadir dalam kegiatan *press conference* tersebut adalah Dr. Ir. Sulistianingtias yang menjabat sebagai Kepala Cabang PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Beliau didampingi oleh A. Sumaryo dan I Ketut Suwana, yang menjabat sebagai Kepala Bagian Operasional dan Kepala Sub. Bagian SW, Hukum & Humas. Beberapa awak media pun hadir yang mewakili Radar Bali, Bali Post, Nusa Bali, Bali Tribun, HARIAN Denpost, Tribun Bali, Pos Bali, Merdeka.com, Antaranews.com.

Press conference tersebut dilaksanakan dalam rangka memberikan informasi penting terkait pelaksanaan tanggung jawab organisasi selama arus mudik Lebaran 2016 berlangsung. Tanggung jawab organisasi dalam hal ini adalah memberikan santunan kepada para korban kecelakaan saat melaksanakan mudik Lebaran 2016.

Penulis juga berpartisipasi dalam mendampingi dan mendokumentasikan selama kegiatan *press conference* tersebut berlangsung. Mengingat arus mudik sebelum dan sesudah Hari Raya

Lebaran 2016 sangat padat, resiko terjadinya kecelakaan pun meningkat. Hal ini dikarenakan berbagai faktor internal maupun eksternal pengemudi. PT. Jasa Raharja (Persero) bekerjasama dengan pihak kepolisian dalam menjaga situasi kondusif selama arus mudik berlangsung. Informasi penting dalam *press conference* ini adalah PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali telah memberikan santunan sebesar Rp 457 Juta kepada para korban kecelakaan selama arus mudik Lebaran 2016 (H-7 dan H+7 Lebaran).

d. Mengumpulkan Pemberitaan (Kliping) Terkait *Press Conference*

Penulis berpartisipasi dalam pengumpulan pemberitaan (kliping) berita terkait *press conference* yang telah dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2016. Kegiatan ini penting dilakukan untuk mengetahui media apa saja yang telah memuat pemberitaan mengenai PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Selain itu, pengumpulan ini untuk mengetahui karakter tiap media dalam memberitakan organisasi. Pengumpulan berita (kliping) dilakukan satu hari setelah *press conference* berlangsung. Hasil dari kegiatan ini ditemukan bahwa Radar Bali, Bali Post, Nusa Bali, Bali Tribune, Merdeka.com, , Antarnews.com. memberitakan pada tanggal 15 Juli 2016, HARIAN Denpost, Tribun Bali, Pos Bali, memberitakan pada tanggal 16 Juli 2016. Media-media *online* lebih cepat dalam memberitakan hasil *press conference* dibandingkan dengan media cetak.

e. Membuat *Resume* Khusus Berita Penting dan Relevan dengan Kegiatan Kantor Cabang

Membuat *resume* khusus pemberitaan penting dan relevan dengan kegiatan Kantor Cabang merupakan kegiatan rutin tiap harinya dilakukan oleh humas. Tujuan pembuatan *resume* berita tidak dapat menjadi alat bantu humas dalam melakukan evaluasi kegiatan yang telah dilakukan. Kegiatan humas ini juga dapat dijadikan alat bantu humas dalam melakukan *monitoring* mengenai kasus terkait perusahaan yang sedang terjadi. Penulis berpartisipasi melakukan *resume* pemberitaan mengenai Warga Asing yang mengalami kecelakaan Nusa Dua dan Kapal Caspla yang tenggelam di Perarian Nusa Penida. Membuat *resume* khusus berita juga biasa dilakukan setelah pengumpulan berita (kliping) selesai.

f. Mendampingi Humas dalam Kegiatan *Press Luncheon*

Usaha membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan media dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satu cara yang dilakukan oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali adalah dengan menjalin hubungan personal dengan awak media. Hubungan personal ini dibentuk dengan informal agar kedekatan sebagai teman dapat terbangun. Humas melakukan jamuan makan siang dengan beberapa awak media pada hari-hari tertentu. Kegiatan ini dilakukan pada jam makan siang kantor agar tidak mengganggu

jam kerja operasional perusahaan ataupun awak media. Penulis berpartisipasi dalam mendampingi humas dikarenakan Kepala Cabang, DR. Ir. Suliastianingtias, yang berhalangan hadir pada saat itu. Pembahasan dalam acara makan siang ini mengenai berita-berita terkini terkait perusahaan, namun dengan penyampaian yang informal. Kedekatan personal akan mudah terbangun jika humas dengan para awak media melalui kegiatan-kegiatan informal, seperti makan siang bersama.

g. Melakukan dokumentasi kegiatan

Dokumentasi kegiatan merupakan salah satu kegiatan hubungan media. Hal ini dikarenakan hasil dokumentasi yang dilakukan dapat dikirimkan kepada awak media berupa *release* kegiatan. Penulis melaksanakan kegiatan dokumentasi kegiatan-kegiatan kehumasan selama Kuliah Kerja Lapangan (KKL) berlangsung, dimulai 11 Juli 2016-11 Agustus 2016. Kegiatan humas yang didokumentasikan berupa kegiatan eksternal dan internal organisasi. Beberapa kegiatan eksternal tersebut yaitu Kunjungan Menteri Perhubungan, Konferensi Pers setelah Lebaran 2016, Pembukaan Program Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT) dan Program “AKSI” Peningkatan Kualitas Mental dan Disiplin Pengemudi Angkutan Pariwisata, Pembukaan Rumah Sakit Kasih Ibu Saba, Pembukaan *Acara Bali International Summer School 2016*, Pemberian Santunan

kepada Korban Caspla. Sedangkan, untuk kegiatan internal perusahaan yaitu Pemberian Pinjaman dalam Program Kemitraan Bina Lingkungan (PKBL), Kegiatan *open house* dengan karyawan dan awak media, dan Kunjungan Dewan Direksi ke Kantor Cabang.

h. Mewawancarai Narasumber Kegiatan

Mewawancarai narasumber dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali dilakukan guna keperluan pembuatan *release* dan berita yang akan dimuat di *website*. Penulis yang ikut berpartisipasi dalam setiap kegiatan perusahaan selama melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL), telah mewawancarai beberapa narasumber terkait pelaksanaan kegiatan. Penulis mewawancarai Firdaus Rasyad, selaku Kasubit Promosi & Kemitraan Keselamatan Direktorat Pembinaan Keselamatan Kementerian Perhubungan RI, saat pembukaan Program “AKSI”. Wawancara dilakukan secara singkat terkait tujuan dari diadakannya program tersebut. Kesempatan itu pula, penulis mewawancarai beberapa peserta program “AKSI” yaitu Made Yudha, sebagai salah satu pengemudi angkutan pariwisata. Pertanyaan yang diajukan saat wawancara dengan beliau terakut kesan dan pesan saat mengikuti program “AKSI” yang diselenggarakan oleh Dinas Perhubungan. Persiapan pertanyaan bagi

narasumber telah disiapkan oleh penulis sebelum acara tersebut berlangsung.

i. Membuat *Press Release* dan Berita

Pembuatan *press release* dilakukan tiap kali PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali mengadakan kegiatan, maka *release* dibuat terlebih dahulu. *Release* tersebut dikirimkan ke beberapa media yang ada di wilayah Bali pada saat hari pertama kegiatan itu dilaksanakan. Media-media tersebut adalah Radar Bali, Bali Post, Nusa Bali, Bali Tribune, HARIAN Denpost, Tribun Bali, Pos Bali, Merdeka.com, Antaranews.com. Pengiriman *release* kepada media harus cepat dilakukan agar nantinya mengandung nilai berita *timeliness*, yaitu berita teraktual. Media akan memberitakan kegiatan yang terbaru dan penting bagi masyarakat. Hal yang sama juga harus diperhatikan dalam pembuatan berita. Pembuatan berita dilakukan setelah kegiatan telah berlangsung. Berita ini biasa diperuntukkan sebagai materi di dalam *website* PT. Jasa Raharja (Persero). Oleh karena itu, penting bagi penulis untuk memperhatikan nilai berita pada setiap tulisannya yang akan dikirimkan kepada media. Tidak jauh berbeda dengan pembuatan berita, penulis juga dituntut untuk memahami dasar-dasar jurnalistik, seperti tata cara penulisan dengan 5W (*where, who, what, when, why*) + 1H (*how*) dan juga nilai berita. Selama kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) berlangsung, penulis

membuat 2 *press release* dan 5 berita. *Press release* yang dibuat mengenai pemberian santunan selama arus mudik Lebaran 2016 dan pemberian santunan kepada korban Kapal Caspla. Sedangkan untuk 6 berita yang dibuat penulis, yaitu mengenai Program Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT), Program Peningkatan Kualitas Mental dan Disiplin Pengemudi Angkutan Pariwisata (AKSI), Pembukaan *Bali International Summer School 2016*, Pembukaan Rumah Sakit Kasih Ibu Saba.

j. Menyusun Laporan Bulanan Humas

Laporan bulanan merupakan kegiatan humas yang dilakukan pada tiap bulan. Segala kegiatan kehumasan yang telah dilakukan PT. Jasa Raharja (Persero) akan disusun dalam sebuah laporan bulanan.

Penulis ikut serta dalam penyusunan laporan bulanan humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali Periode Juli 2016. Penulis melakukan pengumpulan berita-berita pada media cetak dan online mengenai PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Hal ini dikarenakan berita-berita tersebut menjadi bukti dari kegiatan hubungan media dalam organisasi selama bulan Juli 2016. Penulis ikut serta dalam kegiatan penyusunan laporan dikarenakan kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM) dengan latar belakang kehumasan yang berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi.

2. Analisis KKL

Unit Kehumasan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali termasuk ke dalam ruang lingkup Bagian Operasional (SW, Hukum & Humas), yang mempunyai tugas dan kewajiban dalam menjalankan fungsinya secara optimal dan efektif dalam menangani komunikasi dan relasi internal dan eksternal organisasi. Humas PT, Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali dapat berperan aktif dalam kegiatan humas sehari-hari karena memiliki kedudukan di bawah sekretariat utama instansi, sehingga memperoleh hasil yang optimal nantinya (Sumber Wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Kctut Suwana, 23 Juli 2016).

Sebelum melakukan aktivitas hubungan media dialakukan oleh humas, ada beberapa hal yang harus dipahami mengenai media. Menurut Jefkins (1996:100) hal-hal mengenai media yang harus diketahui oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali sesuai dengan rumusan Jefkins, yaitu: (1) kebijakan keredaksian; (2) frekuensi penerbitan; (3) tenggat terbit; (4) proses produksi; (5) daerah sirkulasi; (6) khalayak pembaca dan (7) metode distribusi.

Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali melaksanakan beberapa aktivitas dalam memaksimalkan fungsinya diantara lain adalah menganalisa dan menilai sikap dan opini publik yang menanggapi kebijaksanaan pimpinan organisasi dalam menggerakkan pegawainya dan menerapkan metodenya. Tujuan akhir dari pelaksanaan aktivitas hubungan media adalah terjalinnya hubungan baik dengan media. Jika hubungan yang baik telah terjalin, media membantu fungsi humas PT. Jasa Raharja (Persero) serta media pun dapat menjalankan fungsinya dalam

menyebarkan informasi kepada masyarakat. Menurut Ruslan (1999; 152), dalam membina hubungan yang baik pada dasarnya mengacu pada sikap saling menghargai (*mutual appreciation*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*) dan toleransi.

Keberadaan bagian kehumasan disebuah instansi atau lembaga milik pemerintah merupakan keharusan secara fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan atau untuk mempublikasikan tentang suatu kegiatan atau aktifitas instansi bersangkutan yang ditujukan untuk hubungan masyarakat ke dalam maupun kepada masyarakat luar pada umumnya. Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali tidak berperan dalam fungsi manajemen. Hal ini sesuai dengan pengertian humas menurut Thomas (2002:03), yaitu humas sebagai usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa humas dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi. Pengertian humas lain yang sesuai yaitu dikemukakan oleh Maria, dalam bukunya *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik* (2002:07):

“*Public Relations* adalah interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena public relations merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan.”

Salah satu tujuan humas eksternal adalah untuk mempererat hubungan dengan orang-orang di luar sehingga terbentuklah opini yang baik terhadap organisasi tersebut. Setiap fungsi dan tugas humas adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarkan informasi melalui berbagai media tentang aktivitas atau kegiatan perusahaan atau organisasi yang pantas untuk diketahui oleh publik. Salah satu publik eksternal yang penting bagi perusahaan adalah media. Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali beranggapan bahwa penting untuk menjalin dan menjaga hubungan baik dengan media. Hal ini mengingat tujuan dari kegiatan hubungan media menurut humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali adalah memberikan informasi dan pemahaman kepada para awak media mengenai segala hal terkait organisasi.

Media pun dapat menjadi penentu citra organisasi di mata para masyarakat. Hal ini sesuai dengan pengertian hubungan media menurut Ruslan (1999:154), *Press Relations* merupakan suatu kegiatan khusus dari pihak *public relations* untuk melakukan komunikasi penyampaian pesan, atau informasi tertentu mengenai aktivitas bersifat kelembagaan, perusahaan/institusi, produk dan hingga kegiatan bersifat individual lainnya yang perlu dipublikasikan melalui kerjasama dengan pihak *pers* atau media massa sehingga akan tercipta suatu opini publik yang positif dan sekaligus memperoleh citra yang baik dari publik sebagai khalayak sarannya.

Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, menerapkan prinsip kejujuran, keterbukaan, dan melayani dalam menjalankan aktivitas hubungan media. Hal ini sejalan dengan rumusan Ruslan (1999:158), menyebutkan bahwa dalam menjalin

hubungan yang baik dengan media, terdapat beberapa prinsip yang harus dijalankan yaitu mutlak adanya kejujuran dan keterusterangan dan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada media.

Humas juga mempersiapkan bahan-bahan penerangan dan penjelasan yang jujur dan objektif agar publik tetap memperoleh kejelasan tentang segala aktivitas dan perkembangan organisasi, dan lain sebagainya. Media disini berperan penting dalam membantu humas dalam menjalankan fungsinya tersebut. Menurut Ruslan (1999:158) Informasi yang disampaikan kepada publik melalui media hendaknya jujur, teliti dan sempurna, serta berdasarkan fakta yang sebenarnya. Secara persuasif, komunikasi dapat dilakukan atas dasar membangkitkan perhatian komunikan (publik) sehingga timbul rasa tertarik.

Serangkaian aktivitas hubungan media yang biasanya ditangani oleh humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali sesuai dengan rumusan yang dikemukakan oleh Elvinaro (2007, 182) ialah mengadakan konferensi pers, membuat *press release* dan menyebarkannya pada media, membaca koran/majalah, berita *online* harian, kliping berita, mengedarkan kliping dan koran, membuat berita, membuat *resume* khusus pemberitaan, mengakses dan mengirim berita ke dalam *website* Jasa Raharja, melakukan dokumentasi kegiatan humas, melaksanakan *press tour*, menggelar *press luncheon, special event*, dan menyusun laporan bulanan kegiatan hubungan media.

Kegiatan eksternal humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali berusaha mensosialisasikan organisasi pada lingkungan eksternalnya dan tetap menjaga citra organisasi yang positif. Perhatian yang besar terhadap kepentingan *stakeholders* dan

bertindak sesuai dengan kepentingan mereka akan membangkitkan simpati dan kepercayaan *stakeholders* terhadap organisasi. Hal tersebut bertujuan membina hubungan baik dengan *stakeholders* yang berada di luar lembaga atau instansi untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Media merupakan salah satu *stakeholders* eksternal organisasi yang penting, karena dapat membantu humas dalam menjalin dan menjaga hubungan baik dengan para *stakeholders* lainnya.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali adalah membina hubungan pribadi. Hubungan personal dibangun oleh humas dengan wartawan melalui kontak pribadi sebagaimana layaknya seorang teman. Dalam membangun hubungan ini anatar humas dengan wartawan melakukan aktivitas komunikasi juga selayaknya seperti teman seperti sekedar menanyakan kabar lewat *smartphone*. Selain untuk membangun hubungan baik layaknya seorang teman hal tersebut juga mampu memberikan kemudahan wartawan dalam menjalankan tugasnya. Salah satu kemudahan yang didapatkan oleh wartawan adalah wartawan akan mempunyai waktu yang lebih cepat dalam mendapatkan informasi tanpa harus melewati birokrasi yang rumit.

Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali menjalankan segala aktivitas hubungan media dengan memposisikan diri juga sebagai seorang awak media. Pembuatan *release* harus memperhatikan dasar-dasar jurnalistik, maka seorang humas pun penting untuk memahami mengenai dasar-dasar jurnalistik. Salah satunya memperhatikan tata cara penulisan dengan 5W (*what, where, who, when, why*) + 1H (*how*), serta nilai berita (*news value*) yang akan ditonjolkan dalam

release-nya. Beberapa nilai berita yang harus diperhatikan dalam pembuatan *release*, yaitu (Kusumaningrat, 2005: 61-66):

1. Pengaruh (*Magnitude*) : Seberapa luas pengaruh suatu peristiwa bagi publik atau masyarakat luas. Seperti, prosedur yang wajib dilakukan dalam pemberian santunan kepada masyarakat.
2. Aktualitas (*Timeliness*) : Semakin aktual berita, artinya semakin baru peristiwanya terjadi, semakin tinggi nilai beritanya. Tetapi adakalanya juga penemuan suatu peristiwa penting atau menarik yang usinya sudah bertahun-tahun dapat langsung menjadi berita utama. Seperti hal ini kecepatan adalah dalam hal penyingkapannya. Seperti, informasi mengenai jumlah santunan yang telah dibayarkan PT. Jasa Raharja (Persero) selama Lebaran 2016 harus segera diberitakan setelah libur panjang usai.
3. Kedekatan (*Proximity*) : Peristiwa yang mengandung unsur kedekatan dengan pembaca akan menarik perhatian. Kian dekat dengan pembaca, kian menarik berita itu. Seperti, pemberian santunan kepada korban tenggelamnya Kapal Caspla di Perairan Nusa Penida.
4. Keterkenalan (*Prominence*) : Kejadian yang menyangkut tokoh terkenal akan menarik minat pembaca. Nama-nama terkenal ini tidak harus diartikan orang saja. Tempat-tempat terkenal dan situasi terkenal juga memiliki nilai berita yang tinggi. Seperti, kunjungan Menteri Perhubungan, Ignatius Jonan, di Pelabuhan Padang Bai dalam rangka rencana pembangunan dermaga baru.

5. *Human Interest*: Berita yang memiliki daya tarik secara universal yang menarik minat orang memiliki nilai berita tinggi. Seperti, pemberian santunan kepada warga asing yang kehilangan istrinya dalam insiden kecelakaan saat berlibur di Bali.

Kegiatan tersebut terbagi menjadi dua yaitu bersifat formal dan nonformal. Pertama, aktivitas formal hubungan media di antaranya dengan melakukan konferensi pers, membuat *press release* dan berita, membuat program untuk menjalin hubungan kerjasama dengan media cetak maupun media *online*. Kedua, kegiatan yang bersifat non-formal *press tour*, *press luncheon* dan *special event* yang melibatkan awak media.

I Ketut Suwana, sebagai Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali beranggapan bahwa pendekatan dengan awak media lebih baik dengan pendekatan personal (Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, I Ketut Suwana, 27 Juli 2016). Namun, hubungan tersebut tidak boleh terlalu dekat dan tidak boleh menjadi sebuah hubungan yang saling ketergantungan antara media dan organisasi atau sebaliknya, antara perusahaan dengan media. Hubungan baik tersebut diharapkan media dapat memberikan apresiasi yang baik pada setiap kegiatan publikasi yang terkait dengan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Walaupun begitu, media tetap harus objektif dalam memberitakannya.

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

PT. Jasa Raharja (Persero) telah melakukan kegiatan hubungan media, baik itu media cetak ataupun elektronik, dalam bentuk *press conference*, informasi dan berita dalam bentuk *press release*, *photo press*, *newsletter*, kunjungan kerja wartawan, liputan khusus, sosialisasi kegiatan organisasi. Segala jenis produk komunikasi menimbulkan konsekuensi keharusan praktisi humas menguasai teknik penulisan jurnalistik dan presentasi. Disamping itu organisasi telah melaksanakan sarana komunikasi dengan internal organisasi melalui penerbitan majalah media Raharja dan JR News.

Humas dipemerintahkan menjadi pemberi informan kepada masyarakat sekaligus penghubung antara pemerintah dan masyarakat. Hal ini bisa dipahami karena pemerintah adalah agen dari masyarakat itu sendiri. Masyarakat memberikan haknya untuk diwakilkan kepada orang-orang pemerintahan agar bisa diselenggarakan dengan sebaik-baiknya. Wajar apabila pemerintah harus tetap terhubung dengan masyarakat dan setiap aspeknya menyentuh langsung kehidupan masyarakat. Humas menjadi palang pintu bagi hubungan yang harmonis antara pemerintah dengan publik atau masyarakat.

Keberadaan Humas pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali memberikan kontribusi positif dalam pembentukan sikap dan opini masyarakat terhadap

kebijakan-kebijakan yang dijalankan selama ini. Keberadaan media massa, arah dan kebijakan pemerintah dapat tersalurkan dengan baik karena memiliki fungsi yang strategis dalam menyampaikan informasi.

Berdasarkan hal tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa Bagian Kehumasan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali telah melakukan kegiatan hubungan media dengan cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan pemberitaan-pemberitaan media mengenai organisasi yang membantu organisasi dalam memberikan pelayanan prima kepada masyarakat. Humas melakukan berbagai hal dalam menjalankan fungsinya, agar keharmonisan hubungan dengan media dapat terjadi. Kegiatan tersebut terbagi menjadi dua yaitu bersifat formal dan nonformal. Pertama, aktivitas formal hubungan media di antaranya dengan melakukan konferensi pers, membuat *press release* dan berita, membuat program untuk menjalin hubungan kerjasama dengan media cetak maupun media *online*. Kedua, kegiatan yang bersifat non-formal *press tour*, *press luncheon* dan *special event* yang melibatkan awak media.

PT. Jasa Raharja (Persero) sebagai instansi pemerintah yang harus menyampaikan segala bentuk informasi kepada masyarakat akan selalu berusaha untuk dapat terbuka dalam menyampaikan sebuah informasi. Keterbukaan tersebut sebagai salah satu upaya untuk menarik perhatian media massa sehingga terjalin kerjasama yang saling menguntungkan antara pihak humas dengan wartawan. Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali selalu menerapkan prinsip terbuka terhadap wartawan dengan jalan memberikan informasi yang dibutuhkan secara jujur dan sesuai dengan kewenangan yang dimiliki.

Hubungan yang terjalin antara humas dengan media dilakukan dengan pendekatan personal. Namun, hubungan tersebut tidak boleh terlalu dekat dan tidak boleh menjadi sebuah hubungan yang saling ketergantungan antara media dan perusahaan atau sebaliknya, antara perusahaan dengan media. Hubungan baik tersebut diharapkan media dapat memberikan apresiasi yang baik pada setiap kegiatan publikasi yang terkait dengan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Walaupun begitu, media tetap harus objektif dalam memberitakannya. Selain pendekatan tersebut humas juga memberikan kemudahan serta keterbukaan atau transparansi kepada wartawan dan memberikan fasilitas seperti *press rooms* dan media kit yang akan memudahkan wartawan dalam menjalankan pekerjaannya sebagai pemburu berita.

Jadi, pada dasarnya hubungan kemitraan antara humas dan wartawan yang sinergi dapat berjalan dengan baik dan tujuan dapat diwujudkan secara optimal, maka ada beberapa hal yang sangat penting dilaksanakan oleh setiap pejabat atau pranata humas, diantaranya : 1.) Hubungan humas dengan wartawan bersifat profesional; 2.) Humas harus mengetahui seluk beluk wartawan, termasuk irama kerjanya wartawan serta fungsi media massa; dan 3.) Humas harus memiliki kemampuan praktik jurnalisme seperti meliput wawancara, memotret, menulis berita langsung, *press release*, berita khas (*feature news*) dan artikel. Melalui berbagai aktivitas humas dalam kegiatan hubungan media, diharapkan dapat terciptanya hubungan baik dengan media dan pers, perusahaan bisa mengontrol, mencegah, dan meminimalisir pemberitaan-pemberitaan negatif atau salah tentang perusahaan di

media massa. Sehingga, nantinya akan dapat membangun citra dan reputasi positif suatu institusi di mata masyarakat khususnya sasaran khalayaknya.

Hubungan antara media dengan Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali telah terjalin dengan cukup baik, namun jalinan tersebut belum tentu tanpa hambatan. Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, diantaranya ialah:

- a. Minimnya kualitas dan kuantitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang dimiliki. SDM yang dimaksud adalah latar belakang kehumasan karyawan yang tidak berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi maupun yang berkaitan dengan Ilmu Jurnalistik. Maka dari itu, penting diadakan pelatihan-pelatihan khusus agar menjadi professional humas yang handal. Kendala SDM ini termasuk ke dalam kendala internal perusahaan.
- b. Kendala eksternal terletak pada keberadaan wartawan gadungan, yaitu sebutan lain untuk wartawan gadungan. Wartawan jenis ini tidak memiliki surat kabar yang jelas dan terbitnya pun tidak jelas. Keberadaan wartawan gadungan menjadi hambatan saat berlangsungnya beberapa kegiatan hubungan media. Terkadang, wartawan ini memeras narasumber agar pemberitaan mengenai perusahaan positif. Penanganan yang dilakukan oleh humas dalam menangani adanya wartawan gadungan ini dengan bersikap tegas, namun terkadang memberikan sejumlah uang untuk wartawan.

2. Saran

Bagian Humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali perlu memperhatikan beberapa hal pokok. Hal ini berguna menunjang keberhasilan dalam menjalankan hubungan media, antara lain:

1. Pelatihan dalam bidang kehumasan diwajibkan kepada divisi humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Pelatihan ini dikhususnya dalam bidang jurnalistik agar nantinya dapat memaksimalkan kegiatan hubungan media. Divisi humas nantinya diharapkan dapat lebih memahami dunia jurnalistik yang erat kaitannya dengan aktivitas media. Pemahaman tersebut dapat dijadikan dasar dalam menjalankan hubungan media pada PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali.
2. Pemanfaatan media sosial harus ditingkatkan lagi karena aktivitas hubungan media yang selama ini dilakukan lebih dititik beratkan pada media konvensional, seperti pengiriman *press release* dan kerjasama media penulisan.
3. Bagian humas PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali diharapkan tidak memberikan uang dan lebih memperhatikan ciri-ciri wartawan gadungan. Cara menyampaikan maksud dan melakukan wawancara. Wartawan resmi akan dapat melakukan wawancara dengan baik, pertanyaan-pertanyaan tidak bersifat menuduh atau menghakimi. Sebaliknya, wartawan gadungan pada umumnya akan langsung pada pokok permasalahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. 2000. *Press Relations: Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Baskin, O., Aronoff, C., Lattimore, D. 1997. *Public Relations: The Profession and The Practice* (4th ed.). Memphis : Brown & Brenchmark Publisher.
- Cutlip, Scott. M, Allen H. Center, & Glenn M. Broom. 2006. *Effective Public Relations. Edisi kesembilan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Elvinaro, A. 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar, edisi revisi*. Bandung: Simbiosis.
- Garnett, J.L. 1992. *Communicating for Result in Government: A Strategic Approach for Public Manager*. San Fransisco: Jose Bass Inc.
- Grunig, J. E. 1992. *Excellent in Public Relation and Communication Management*. Hillsdale. NJ: Lawrence Earlbaum, USA.
- Jasa Raharja. 2000. *Dokuemn Sejarah & Profil Perusahaan PT. Jasa Raharja (Persero)*. Bali: PT. Jasa Raharja (Persero) .
- Jasa Raharja. 2013. *Humas Jasa Raharja Makin Profesional*. Diakses pada <http://www.bumn.go.id/jasaraharja/berita/3115/Humas.Jasa.Raharja.Pusat.Sosialisasi.di.Kosekhanudnas.1> tanggal 01 Mei 2016 pukul 17.02.

- Jasa Raharja. 2016. *Bagian Kehumasan*. Diakses pada <https://www.jasaraharja.co.id/> tanggal 28 April 2016 pukul 13.05.
- Jefkins, F. 1991. *Public Relations*. Jakarta, Indonesia : Erlangga.
- Kasali, R. 1999. *Manajemen Public Relations*. Jakarta: Penerbit Grafiti.
- Kusumastuti, F. 2002. *Dasar-Dasar Humas*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Macnamara, J. R. 2013. *The Impact of PR on the Media*. Diakses pada <http://www.pria.com.au/sitebuilder/resources/knowledge/files/1172/primpactmedia.pdf>. tanggal 7 Desember 2015 pukul 18.47.
- Nurudin, M.S. 2004. *Media Relations*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Paine, Katie Delahaye. 2007. *Measuring Public Relationships: The Data-Driven Communicator's Guide to Success*. USA: KDPaine & Partners.
- Rahmitasari, D. 2014. *Ruang Lingkup Humas dan Media*. Jakarta: Citra Aditya Bakti.
- Ruslan, R. 1999. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rumanti, Maria Assumpta. 2002. *Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Sumartono. 2012. *Strategi Press Relations dalam Membina Hubungan yang Harmonis dengan Wartawan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Thomas, C. 2002. *Ilmu Humas Praktis*. Jakarta: Citra Aditya Bakti.

Wardhani, D. 2008. *Media Relations Sarana Membangun Reputasi Organisasi*.
Yogyakarta: Graha Ilmu.

Widiartono, Y.H. 2016.2016, *Pengguna Internet di Indonesia Capai 132 Juta*.Diakses
<http://tekno.kompas.com/read/2016/10/24/15064727/2016.pengguna.internet.di.in.donesia.capai.132.juta.tanggal.10.Januari.2017.pukul.17.20..>

Yosal, I. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, Dan Praktik*. Bandung: Simbiosis
Rekatama Media.



LAMPIRAN 1

LAMPIRAN

1. Surat Permohonan Izin KKL



JASA RAHARJA

Utama dalam perlindungan, prima dalam pelayanan

Denpasar, 1 Juli 2016

Nomor : SM/ R/ 15 /2016
Sifat : Penting
Lampiran :
Hal : Surat Keterangan Kuliah Kerja Magang

Yth. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya
Yogyakarta

Bersama ini kami menerangkan bahwa:

No.	Nama Mahasiswa	NPM	Jurusan
1	Dewa Ayu Indah KP	130905108	Ilmu Komunikasi

Telah diterima untuk melaksanakan kegiatankuliah kerja magang di Kantor PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali selama ± 1 (satu) bulan terhitung sejak 11 Juli s.d 11 Agustus 2016.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Atas perhatian yang diberikan kami ucapkan terima kasih.

PT. Jasa Raharja (Persero)
Cabang Bali


DR. Ir. Sulistianingtias, MM., AAT-K., CRMP
Kepala Cabang

Atmadp



LAMPIRAN 2

2. Surat Keterangan KKL

SERTIFIKAT

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa:

Nama : Dewa Ayu Indah KP
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Asal Sekolah : Universitas Prima Jaya Yogyakarta

Telah melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan dari tanggal 11 Juli 2016 sampai dengan 11 Agustus 2016 di:

**PT. JASA RAHARJA (PERSERO)
CABANG BALI**

*Dengan Nilai Kualifikasi : Cukup / Baik / Amat Baik
Nilai yang telah dicapai oleh peserta tersebut di atas, tertera pada daftar nilai di balik Sertifikat ini.*

Dikeluarkan di : Denpasar
Pada Tanggal : 11 Agustus 2016

PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali
Kepala Cabang



DR. Ir. Sulstianingtias, MM., AAI-K, CRMP
NPP : 689216440




LAMPIRAN 3

3. Lembar Absensi KKL

**DAFTAR ABSEN MAHASISWA KKL
PT JASA RAHARJA CABANG BALI
BULAN JULI 2016**

NO	NAMA	WAKTU/TGL	BULAN JULI 2016																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	Dewa Ayu Indah K.P	DATANG																															
		PULANG																															

KASUBAG SDM DAN UMUM


ADE TRIYONO


DENPASAR, JULI 2016


MADE DEDA PURWANTI

**DAFTAR ABSEN MAHASISWA KKL
PT JASA RAHARJA CABANG BALI
BULAN AGUSTUS 2016**

NO	NAMA	WAKTU/TGL	BULAN AGUSTUS 2016																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
1	Dewa Ayu Indah K.P	DATANG																															
		PULANG																															

KASUBAG SDM DAN UMUM


ADE TRIYONO

DENPASAR, AGUSTUS 2016


MADE DEDA PURWANTI



LAMPIRAN 4

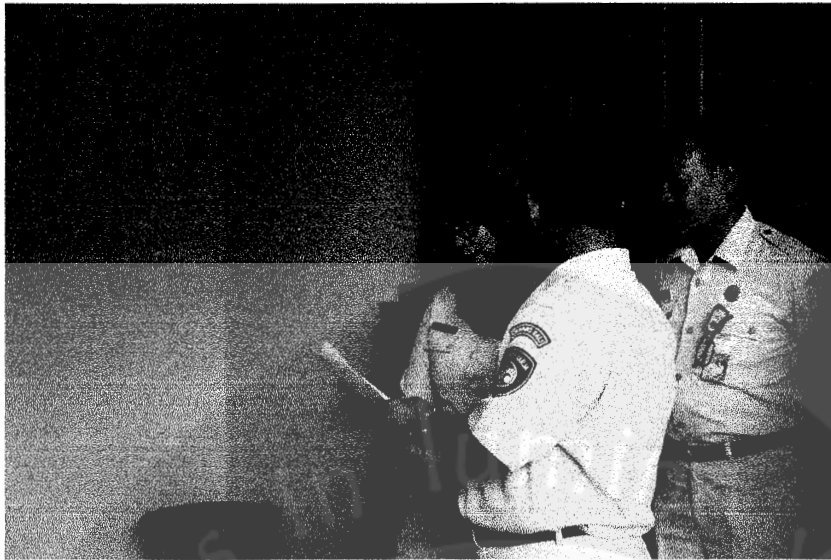
4. Foto-foto Kegiatan Tempat KKL



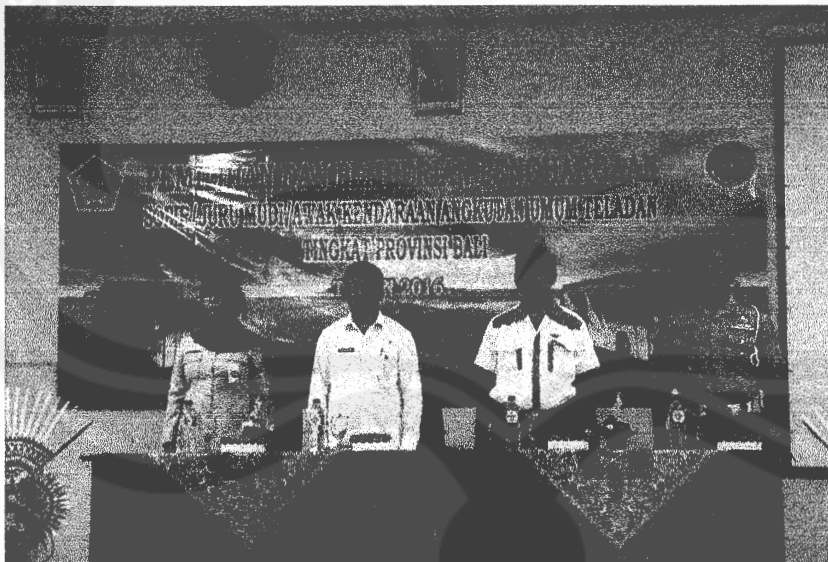
Gambar 1. Kegiatan Humas PT. Jasa Raharja saat mendampingi Kasubag Operasional pada Pembukaan Program AKSI



Gambar 2. Foto bersama para peserta Program AKSI yang bekerja sama dengan Kementerian Perhubungan



Gambar 3. Persiapan Wawancara dengan para wartawan saat mengunjungi Pembukaan Program AKUT



Gambar 4. Kegiatan Humas mendampingi Kepala Cabang PT. Jasa Raharja (Persero) pada Program AKUT



Gambar 5. Suasana para peserta Program AKUT yang bekerjasama dengan Dinas Perhubungan



Gambar 6. Kegiatan Humas mendampingi Kepala Cabang saat mendatangi Pembukaan Cabang Rumah Sakit Kasih Ibu Saba



Gambar 8. Suasana Pembukaan Rumah Sakit Kasih Ibu Saba, sebagai salah satu *stakeholders* PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali



LAMPIRAN 5


5. Lembar Kegiatan KKL




LEMBAR KEGIATAN KKL




PT. JASA RAHARJA CABANG BALI




Tanggal: 11 Juli 2016 s.d 11 Agustus 2016



No	Hari/Tanggal	Jam	Divisi/ Departemen	Urutan Kegiatan	Tanda Tangan
1.	Senin 11 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	1. Perkenalan kepada seluruh pejabat dan karyawan PT Jasa Raharja Cabang Bali. 2. Penyampaian materi mengenai PT Jasa Raharja dari pembimbing. 3. Membuat rangkuman mengenai PT Jasa Raharja agar nantinya lebih memahami segala hal mengenai perusahaan.	
2.	Selasa 12 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	1. Mendampingi Kepala Cabang, Kepala Bagian Operasional, dan Kepala Bagian SW, Humas dan Hukum dalam kunjungan Menteri Perhubungan Indonesia (Ignasius Jonan) di Pelabuhan Padang Bai, Bali. Kunjungan tersebut terkait dengan rencana pembangunan dermaga baru di daerah Padang Bai. 2. Membaca dan me-review surat-surat yang masuk dan keluar dari dan ke Kepala Cabang	
3.	Rabu 13 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	1. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian. 2. Mengikuti bimbingan	


				<p>mengenai PT Jasa Raharja dari pembimbing terkait kewajiban perusahaan dalam pelayanan kepada masyarakat.</p> <p>3. Membantu bagian humas dalam menyusun lembar penilaian karyawan, khususnya bagian operasional.</p> <p>4. Membantu humas dalam menyiapkan <i>press conference</i> yang akan diselenggarakan pada tanggal 15 Juli 2016. Persiapan dimulai dari menghubungi beberapa wartawan yang berada di Bali. Buku tamu pun disiapkan untuk mendata kehadiran wartawan.</p> <p>5. Mempersiapkan materi yang akan diberikan kepada wartawan yang datang terkait pelayanan yang telah diberikan perusahaan selama arus mudik lebaran 2016.</p>	
4.	Kamis 14 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian.</p> <p>2. Mengikuti bimbingan mengenai PT Jasa Raharja dari pembimbing terkait kewajiban perusahaan dalam pelayanan kepada masyarakat.</p> <p>3. Membantu bagian humas dalam menyusun lembar penilaian karyawan, khususnya bagian operasional.</p> <p>4. Melakukan konfirmasi kepada para wartawan yang akan hadir esok hari dalam <i>press conference</i>.</p>	

5.	Jumat 15 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Membantu humas dalam melaksanakan <i>press conference</i>. Membantu membagikan materi kepada wartawan dan pengisian buku tamu.</p> <p>2. Mendampingi Kepala Cabang dan Humas selama kegiatan <i>press conference</i> berlangsung.</p> <p>3. Mencari pemberitaan pada media online mengenai PT Jasa Raharja Cabang Bali terkait pembayaran santunan kepada warga asing.</p> <p>4. Membantu bagian humas dalam menyusun lembar penilaian karyawan, khususnya bagian operasional.</p>	
6.	Senin 18 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Membantu menyiapkan dan mengikuti kegiatan Sprit Monday untuk seluruh karyawan.</p> <p>2. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian.</p> <p>3. Mengumpulkan berita-berita terkait <i>press conference</i> pada tanggal 15 Juli 2016.</p> <p>4. Membuat <i>resume</i>/catatan khusus berita penting dan relevan dengan kegiatan Kantor Cabang.</p>	
7.	Selasa 19 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Membaca dan me-<i>review</i> surat-surat yang masuk dan keluar dari dan ke Kepala Cabang.</p> <p>2. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian.</p>	



				3. Melakukan input data terkait sumbangan wajib dan iuran wajib ke dalam sistem kantor cabang yang nantinya akan langsung masuk ke dalam sistem kantor pusat.	
8.	Rabu 20 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengakses dan mengirim berita ke dalam web Jasa Raharja 2. Mendampingi humas dalam kunjungan ke kantor media Bali Post 3. Menyiapkan jadwal kunjungan Kepala Cabang untuk kegiatan dan acara dengan mitra kerja terkait. 4. Melakukan input data terkait sumbangan wajib dan iuran wajib ke dalam sistem kantor cabang yang nantinya akan langsung masuk ke dalam sistem kantor pusat. 5. Mengikuti kegiatan yoga bersama karyawati dan kepala cabang. 	
9.	Kamis 21 Juli 2016	Pukul 08.00 -- 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyusun jadwal kegiatan sosialisasi ke beberapa universitas di Denpasar. 2. Membantu menyusun materi terkait sosialisasi. 3. Melakukan input data terkait sumbangan wajib dan iuran wajib ke dalam sistem kantor cabang yang nantinya akan langsung masuk ke dalam sistem kantor pusat. 4. Melakukan evaluasi terkait kegiatan <i>press conference</i> pada tanggal 15 Juli 2016. 	
10.	Jumat 22 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ikut melaksanakan kegiatan olah raga pagi (<i>zumba</i>) bersama seluruh karyawan. 2. Membaca dan me-review surat-surat yang masuk dan keluar dari dan ke Kepala Cabang. 	



				<p>3. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian.</p> <p>4. Melakukan input data terkait sumbangan wajib dan iuran wajib ke dalam sistem kantor cabang yang nantinya akan langsung masuk ke dalam sistem kantor pusat.</p>	
11.	Senin 25 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Membantu menyiapkan dan mengikuti kegiatan Sprit Monday untuk seluruh karyawan.</p> <p>2. Mendampingi Kepala Bagian Operasional Jasa Raharja Bali dalam memberikan korban Caspla Bali.</p> <p>3. Membantu humas dalam menyambut tamu dari direksi kantor pusat Jasa Raharja.</p>	
12.	Selasa 26 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian.</p> <p>2. Membantu humas dalam menyambut tamu dari direksi kantor pusat Jasa Raharja.</p> <p>3. Melakukan dokumentasi kegiatan Kepala Cabang bersama dengan direksi.</p> <p>4. Mencari dan mengumpulkan pemberitaan di media mengenai pemberian santunan untuk korban Caspla Bali pada tanggal 25 Juli 2016.</p>	
13.	Jumat 29 Juli 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Ikut melaksanakan kegiatan olah raga pagi (<i>zumba</i>) bersama seluruh karyawan.</p> <p>2. Membaca dan me-review</p>	

				<p>surat-surat yang masuk dan keluar dari dan ke Kepala Cabang.</p> <p>3. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian.</p> <p>4. Melakukan input data terkait sumbangan wajib dan iuran wajib ke dalam sistem kantor cabang yang nantinya akan langsung masuk ke dalam sistem kantor pusat.</p>	
14.	Senin 1 Agustus 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Membantu menyiapkan dan mengikuti kegiatan <i>Sprit Monday</i> untuk seluruh karyawan.</p> <p>2. Menyusun jadwal kegiatan di luar kantor untuk Kepala Cabang dan Humas</p> <p>3. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian.</p> <p>4. Membantu bagian humas untuk membuat laporan bulanan humas yang nantinya akan diberikan kepada kantor pusat.</p>	
15.	Selasa 2 Agustus 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Mendampingi kepala bagian operasional dan kepala cabang menghadiri pembukaan program AKSI yang dilaksanakan oleh kementerian perhubungan.</p> <p>2. Membuat <i>press release</i> yang berhubungan dengan pembukaan program AKSI, yang nantinya akan diserahkan kepada bagian humas untuk dikoreksi.</p> <p>3. Memilih foto-foto</p>	

				<p>kegiatan pembukaan program AKSI untuk keperluan <i>press release</i> dan juga yang akan di <i>posting</i> ke dalam web perusahaan.</p> <p>4. Membantu bagian humas untuk membuat laporan bulanan humas yang nantinya akan diberikan kepada kantor pusat.</p>	
6.	Rabu 3 Agustus 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Mendampingi kepala bagian operasional dan kepala cabang menghadiri pembukaan program Pemilihan dan Pemberian Penghargaan Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT) yang dilaksanakan oleh Dinas Perhubungan, Komunikasi, dan Informatikan (Dishubkominfo) Provinsi Bali.</p> <p>2. Membuat <i>press release</i> yang berhubungan dengan pembukaan program Pemilihan dan Pemberian Penghargaan Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT), yang nantinya akan diserahkan kepada bagian humas untuk dikoreksi.</p> <p>3. Memilih foto-foto kegiatan Pemilihan dan Pemberian Penghargaan Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT) untuk keperluan <i>press release</i> dan juga yang akan di <i>posting</i> ke dalam web perusahaan.</p> <p>4. Membantu bagian humas untuk membuat laporan bulanan humas yang nantinya akan diberikan kepada kantor pusat.</p>	
7.	Kamis 4 Agustus 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Mendampingi kepala bagian operasional dan kepala cabang menghadiri</p>	

				<p>pembukaan Seleksi Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT) Provinsi Bali.</p> <p>2. Membuat <i>press release</i> yang berhubungan dengan pembukaan Seleksi Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT) Provinsi Bali, yang nantinya akan diserahkan kepada bagian humas untuk dikoreksi.</p> <p>3. Memilih foto-foto kegiatan pembukaan Seleksi Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT) Provinsi Bali untuk keperluan <i>press release</i> dan juga yang akan di <i>posting</i> ke dalam web perusahaan.</p> <p>4. Membantu bagian humas untuk membuat laporan bulanan humas yang nantinya akan diberikan kepada kantor pusat.</p>	
18.	Jumat 5 Agustus 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Ikut melaksanakan kegiatan olah raga pagi (<i>zumba</i>) bersama seluruh karyawan.</p> <p>2. Membaca dan <i>me-review</i> surat-surat yang masuk dan keluar dari dan ke Kepala Cabang.</p> <p>3. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian.</p> <p>4. Melakukan input data terkait sumbangan wajib dan iuran wajib ke dalam sistem kantor cabang yang nantinya akan langsung masuk ke dalam sistem kantor pusat.</p>	
19.	Senin 8 Agustus 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Membantu menyiapkan dan mengikuti kegiatan <i>Sprit Monday</i> untuk seluruh karyawan.</p>	

				<p>2. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian.</p> <p>3. Mendampingi kepala cabang dan kepala bagian operasional pada acara pembukaan RS Kasih Ibu Sabar.</p> <p>4. Membuat <i>press release</i> mengenai kegiatan <i>Bali International Summer School (BISS) 2016</i> dan Pembukaan RS Kasih Ibu Saba.</p> <p>5. Memilih foto-foto kegiatan kegiatan <i>Bali International Summer School (BISS) 2016</i> dan Pembukaan RS Kasih Ibu Saba. untuk keperluan <i>press release</i> dan juga yang akan di <i>posting</i> ke dalam web perusahaan.</p>	
20.	Selasa 9 Agustus 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Membaca Koran/majalah, berita online harian. Hal ini untuk mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya dan khususnya bidang pengasuransian.</p> <p>2. Mendampingi humas dalam kunjungannya ke kantor TVRI Bali.</p> <p>3. Mencari dan mengumpulkan pemberitaan di media mengenai kegiatan yang telah dilakukan perusahaan.</p> <p>4. Melakukan input data terkait sumbangan wajib dan iuran wajib ke dalam sistem kantor cabang yang nantinya akan langsung masuk ke dalam sistem kantor pusat.</p>	
21.	Rabu 10 Agustus 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Mengakses dan mengirim berita ke dalam web Jasa Raharja</p> <p>2. Menyiapkan jadwal</p>	

				<p>kunjungan Kepala Cabang untuk kegiatan dan acara dengan mitra kerja terkait.</p> <p>3. Melakukan input data terkait sumbangan wajib dan iuran wajib ke dalam sistem kantor cabang yang nantinya akan langsung masuk ke dalam sistem kantor pusat.</p> <p>4. Mengikuti kegiatan yoga bersama karyawati dan kepala cabang.</p>	
22.	Kamis 11 Agustus 2016	Pukul 08.00 – 17.00	Bagian SW, Humas dan Hukum	<p>1. Menyusun jadwal kegiatan BUMN mengajar ke beberapa SMA di Denpasar.</p> <p>2. Membantu menyusun materi terkait kegiatan BUMN mengajar.</p> <p>3. Mengumpulkan data-data terkait laporan kkl.</p> <p>4. Melakukan evaluasi mengenai kinerja selama kkl.</p>	

Denpasar, 11 Agustus 2016



DR. Ir. Sulistianingias, MM.
NPP: 669215440



Made Deda Purwantini, SP.
NPP: 820822120



LAMPIRAN 6

6. Hasil Tulisan Mahasiswa KKL

Kegiatan menulis *press release* merupakan salah satu kegiatan yang telah dilakukan penulis selama menjalani KKL di PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali. Berikut terlampiran beberapa tulisan yang telah dibuat oleh penulis:





JASA RAHARJA

PT. JASA RAHARJA (PERSERO) CABANG BALI

Jln. Raya Hayam Wuruk Nomor 202, Denpasar-Bali

Telepon: (0361) 235120, Fax: (0361) 228771

www.jasaraharja.co.id. |denpasar@jasaraharja.co.id

Denpasar, 02 Agustus 2016

PRESS RELEASE

Tingkatkan Keselamatan dan Pelayanan Melalui Program Aksi

Angkutan pariwisata tidak lepas dari mobilitas para wisatawan di Bali. Keselamatan merupakan hal utama yang harus selalu diperhatikan oleh setiap pengemudi, terutama angkutan pariwisata. Salah satu yang bertanggung jawab atas keselamatan penumpang adalah pengemudi itu sendiri. Kementerian Perhubungan RI bekerja sama dengan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali mengadakan Program "AKSI" Peningkatan Kualitas Mental dan Disiplin Pengemudi Angkutan Pariwisata Selasa, (3/8) di B Hotel Jalan Imam Bonjol Denpasar. Program ini berfokus pada peningkatan kualitas mental dan disiplin pengemudi angkutan pariwisata terutama di Pulau Dewata Bali yang merupakan salah satu daerah wisata. Kegiatan yang telah diselenggarakan pada 1-4 Agustus 2016, diikuti oleh 30 orang peserta. Peserta merupakan para pengemudi angkutan pariwisata yang telah terpilih mewakili beberapa daerah di Bali.

"Sebagai pengemudi angkutan pariwisata harus mengutamakan keselamatan dan pelayanan kepada penumpang," ujar Drs. Firdaus Rasyad, MM., sebagai Kasubit Promosi & Kemitraan Keselamatan Direktorat Pembinaan Keselamatan Kementerian Perhubungan RI. Program ini merupakan salah satu upaya pemerintah, dalam hal ini Kementerian Perhubungan untuk meningkatkan keselamatan dan pelayanan jasa angkutan. Hal ini tentu erat kaitannya dengan peran PT. Jasa Raharja (Persero), sebagai perusahaan BUMN yang memiliki tugas khusus untuk menjalankan UU No. 33 Tahun 1964, mengenai Dana Pertanggungjawaban Wajib Kecelakaan Penumpang, serta UU No. 34 tahun 1964 tentang Dana Kecelakaan Lalu Lintas Jalan. "Keselamatan dan pelayanan merupakan faktor penting dalam berkendara, baik itu angkutan umum atau pribadi," ujar Kepala Bagian Operasional PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali.

Dalam sambutan PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali pada pembukaan kegiatan tersebut yang dibacakan oleh Kepala Bagian Operasional, A. Sumaryo, disampaikan bahwa dalam peraturan perundang-undangan No. 33 Tahun 1964, Para korban kecelakaan penumpang angkutan darat, laut, dan darat yang sah akan mendapatkan santunan. "Korban yang berhak atas santunan yaitu setiap penumpang yang sah dari alat angkutan penumpang umum yang mengalami kecelakaan diri, yang diakibatkan oleh penggunaan alat angkutan umum, selama penumpang yang bersangkutan berada dalam angkutan tersebut, mulai saat naik dari tempat pemberangkatan sampai ke tempat tujuan," ujar A. Sumaryo yang didampingi Darsono Kasubag Iuran Wajib saat menghadiri pembukaan sekaligus sebagai narasumber dalam kegiatan tersebut.

PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali mengedepankan pelayanan yang prima kepada masyarakat terkait jaminan keselamatan. Penting bagi para pengemudi angkutan pariwisata untuk mengetahui bagaimana prosedur yang harus dilakukan terkait jaminan keselamatan bagi para penumpang yang menggunakan jasanya. Menurut A. Sumaryo, kegiatan Program Aksi Peningkatan Kualitas Mental dan Disiplin Pengemudi Angkutan Pariwisata ini diselenggarakan dengan tujuan untuk membentuk profesionalisme pengemudi sehingga diharapkan adanya peningkatan aspek pengetahuan dan sikap pengemudi dalam mengutamakan keselamatan dan pelayanan.


Contact Person:

Dewa Ayu Indah K.P.

Staff Kehumasan (KKL)

PT. Jasa Raharja Cabang Bali

082236601868/ ichapratiwi95@gmail.com





JASA RAHARJA

PT. JASA RAHARJA (PERSERO) CABANG BALI

Jln. Raya Hayam Wuruk Nomor 202, Denpasar-Bali

Telepon: (0361) 235120, Fax: (0361) 228771

www.jasaraharja.co.id. |denpasar@jasaraharja.co.id

Denpasar, 04 Agustus 2016

PRESS RELEASE

Seleksi Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT) Provinsi Bali

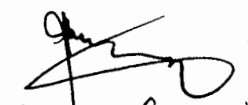
Pengetahuan mengenai peraturan terkait jasa angkutan umum penting untuk diketahui para pengemudi angkutan umum itu sendiri. PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali kembali mengisi materi dalam kegiatan pembinaan dan pemilihan Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT) tingkat Provinsi tahun 2016. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa untuk memberikan jaminan keselamatan kepada masyarakat, Jasa Raharja menyambut baik kegiatan tersebut. Hal ini dikarenakan Jasa Raharja sedang menggalakkan tertib berlalu lintas, terutama oleh para pemngemudi Angkutan Umum.

Pada kesempatan tersebut, PT. Jasa Raharja (Persero) memberikan materi terkait informasi mengenai tugas khusus yang dijalankan oleh perusahaan. Penyampaian mengenai syarat dan prasyarat untuk mendapatkan jaminan dari PT. Jasa Raharja (Persero) jika terjadi kecelakaan angkutan umum yang menyebabkan korban. Materi tersebut disampaikan oleh Darsono, selaku Kasubag Iuran Wajib PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali.

Menurut salah satu peserta kegiatan AKUT, Komang Gede Mardika, beliau antusias untuk mengikuti materi yang sangat berguna bagi dirinya sebagai sopir angkutan umum. "Awalnya, saya tidak mengetahui seperti apa bentuk jaminan keselamatan dan syarat untuk mendapatkan jaminan tersebut. Namun setelah diberikan pembinaan, saya mengetahui kewajiban dan hak saya," ujarnya. Kegiatan ini telah terlaksana mulai tanggal 2-5 Agustus 2016 di Gedung Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan (LPMP) Provinsi Bali

Tanggapan lain pun muncul dari salah satu peserta yang mewakili Kabupaten Karangasem, "Sebelumnya, keluarga saya pernah mengalami kecelakaan. Pihak Jasa Raharja langsung mentransfer dana untuk pengobatannya. Pelayanannya yang cepat dan mudah bagi keluarga saya," ujar Nyoman Jelantik. Sebagai salah satu masyarakat yang telah mendapatkan pelayanan dari Jasa Raharja, beliau merasakan kemudahan yang didapatkan saat salah satu anggota keluarganya mengalami kecelakaan. Jasa Raharja selalu mengutamakan pelayanan prima bagi masyarakat.

Harapan Jasa Raharja dari dilaksanakannya kegiatan ini adalah untuk mewujudkan pelayanan Jasa Angkutan Umum yang baik dengan mempersiapkan Awak Kendaraan Umum yang Bermutu, Disiplin dan Bertanggung Jawab, ujar Kasubag Jasa Raharja Cabang Bali.


(Kasubag Jasa Raharja)

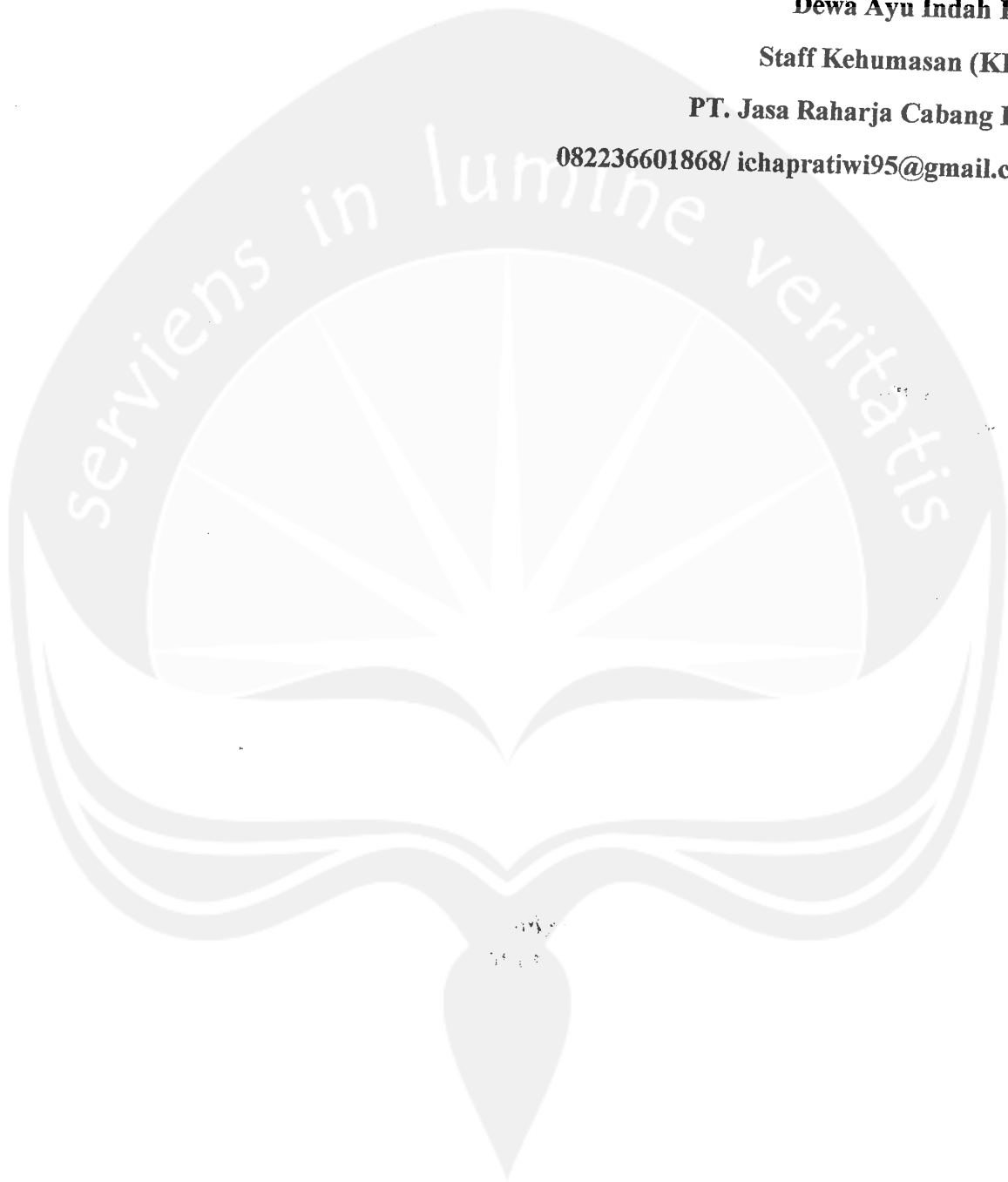
Contact Person:

Dewa Ayu Indah K.P.

Staff Kehumasan (KKL)

PT. Jasa Raharja Cabang Bali

082236601868/ ichapratiwi95@gmail.com



A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page. The signature is stylized and appears to be the name of the contact person, Dewa Ayu Indah K.P.



JASA RAHARJA

PT. JASA RAHARJA (PERSERO) CABANG BALI

Jln. Raya Hayam Wuruk Nomor 202, Denpasar-Bali

Telepon: (0361) 235120, Fax: (0361) 228771

www.jasaraharja.co.id. |denpasar@jasaraharja.co.id

Denpasar, 03 Agustus 2016

PRESS RELEASE

Pemilihan dan Pemberian Penghargaan Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT)

Lalu lintas jalan raya di Indonesia, saat ini kondisinya cukup memprihatinkan. Pelanggaran lalu lintas yang menyebabkan kemacetan sampai jatuhnya korban kecelakaan lalu lintas masih cukup relatif tinggi. Faktor manusia mempunyai andil terbesar sebagai penyebab kondisi tersebut, dibandingkan faktor-faktor penyebab lainnya yaitu faktor alam, faktor jalan, faktor kecelakaan. Tingkat disiplin dan pemahaman terhadap peraturan dan sopan santun berlalu lintas yang rendah dari pemakai jalan merupakan hal yang perlu mendapatkan perhatian khusus dalam upaya pemecahannya untuk mengatasi permasalahan di bidang lalu lintas.

Mengingat pentingnya hal tersebut, Dinas Perhubungan, Komunikasi, dan Informatika (Dishubkominfo) Provinsi Bali menggelar pemilihan dan pemberian penghargaan kepada sopir/ juru mudik/ Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT). PT. Jasa Raharja (Persero) telah menghadiri pembukaan acara tersebut pada tanggal 3 Agustus 2016, bertempat di Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan (LPMP) Provinsi Bali. Kegiatan ini diikuti oleh 40 peserta dari sembilan Kabupaten/Kota Provinsi Bali.

“Penting bagi para pengemudi angkutan umum untuk lebih memahami peraturan lalu lintas demi keselamatan para penumpang,” ujar Kepala Cabang PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali, DR. Ir. Sulistianingtias. Kegiatan pembukaan pemilihan dan pemberian penghargaan kepada sopir/ juru mudik/ Awak Kendaraan Umum Teladan (AKUT) juga dihadiri oleh Kepala Dinas Perhubungan Komunikasi dan Informasi Provinsi Bali, Ir. I Ketut Artika, MT., Sekretaris Organda Bali, I Keut Widhi, serta Komisi Sarana Angkutan Ditlintas Polda Bali, Kompol I Ketut Dwikora.

Pada kesempatan itu pula, Kepala Cabang PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali yang didampingi oleh A.Sumaryo dan Darsono dari Bagian Operasional PT. Jasa Raharja (Persero) menghimbau bagi para pengemudi angkutan umum untuk memahami kewajibannya dalam membayarkan iuran wajib dan sumbangan wajib. Kewajiban tersebut telah diatur dalam UU No. 33 tahun 1964 dan UU No. 34 tahun 1964. Menurut DR. Ir. Sulistianingtias, asuransi keselamatan bagi para penumpang merupakan kewajiban bagi pemilik atau pengemudi angkutan umum tersebut. Iuran wajib telah terbayarkan melalui harga tiket yang telah di beli oleh para penumpang angkutan umum yang sah, sedangkan untuk sumbangan wajib diperoleh langsung dari pembayaran saat SAMSAT kendaraan itu sendiri.


(Ketut Sumarta)

Jaminan keselamatan yang diberikan oleh PT. Jasa Raharja (Persero) Bali sangatlah penting bagi masyarakat pengguna angkutan umum. Hal ini dikarenakan jika terjadi kecelakaan yang tidak diinginkan, korban akan diperingat mengenai biaya oleh PT. Jasa Raharja (Persero). Jaminan ini berasal dari iuran wajib yang telah terbayarkan melalui biaya perjalanan angkutan umum tersebut. Hal ini penting diingat dan dipahami oleh para pemilik atau pengemudi angkutan umum untuk memenuhi kewajibannya dalam membayarkan iuran wajib tersebut.

Contact Person:

Dewa Ayu Indah K.P.

Staff Kehumasan (KKL)

PT. Jasa Raharja Cabang Bali

082236601868/ ichapratiwi95@gmail.com





JASA RAHARJA

PT. JASA RAHARJA (PERSERO) CABANG BALI

Jln. Raya Hayam Wuruk Nomor 202, Denpasar-Bali

Telepon: (0361) 235120, Fax: (0361) 228771

www.jasaraharja.co.id. |denpasar@jasaraharja.co.id

Denpasar, 06 Agustus 2016

PRESS RELEASE

JR Bali Cerahkan Peserta Bali Internasional Summer School 2016

PT Jasa Raharja (Persero) kembali melaksanakan sosialisasi pada tanggal 06 Agustus 2016, bertepatan dengan pembukaan acara Bali International Summer School (BISS) 2016 di Gedung Thetre Lt II Fakultas Kedokteran Universitas Udayana Denpasar. Sosialisasi tersebut terkait jaminan keselamatan berkendara, khususnya bagi warga negara asing yang berkunjung ke Bali. Bali merupakan salah satu tujuan wisata bagi para wisatawan asing. Menurut Kepala Cabang Bali PT Jasa Raharja (Persero), "Penting bagi mereka untuk mengetahui perlindungan dalam asuransi kecelakaan selama berada di daerah Bali, terutama saat mengalami kecelakaan."

Pada kegiatan BISS 2016 tersebut, yang dihadiri oleh 14 mahasiswa asing dan 21 mahasiswa dari seluruh Indonesia. BISS 2016 adalah program musim panas enam hari yang diselenggarakan oleh Fakultas Kedokteran Universitas Udayana, Bali. Kesempatan ini digunakan untuk memperdalam kesadaran dan pemahaman masyarakat khususnya warga asing mengenai jaminan asuransi kecelakaan. Perlindungan hukum bagi wisatawan asing dalam perjanjian asuransi kecelakaan, diambil alih oleh Perusahaan Asuransi Kerugian Jasa Raharja.

"Adapun yang diproteksi adalah asuransi kecelakaan diri bagi wisatawan asing yang bertujuan menjamin kerugian akibat kecelakaan para diri wisatawan asing yang menyebabkan meninggal dunia, cacat tetap dan luka badan," ujar Kepala Cabang Bali yang didampingi oleh I Ketut Suwana, selaku Humas PT Jasa Raharja (Persero) Cabang Bali.

Risiko selalu ada dalam menempuh **perjalanan**. Beragam hal dapat menjadi sumber resiko terjadinya kecelakaan. PT Jasa Raharja (Persero) sebagai salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang asuransi kecelakaan, selalu menghimbau bagi para wisatawan asing untuk selalu mematuhi rambu-rambu lalu lintas dan mengenakan alat pengaman ketika berkendara. Selain hal utama tersebut, menurut Kepala Cabang Bali PT Jasa Raharja Bali, kelengkapan KTP, SIM, dan Passport pun juga wajib diperhatikan kelengkapannya saat berkendara. "Kelengkapan tanda pengenal warga asing tersebut, ditambah dengan Laporan Polisi merupakan persyaratan dasar untuk mendapatkan santunan ketikan kondisi tak diinginkan seperti kecelakaan lalu lintas", ujarnya.

Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Jasa Raharja bertanggung jawab mengelola asuransi kecelakaan lalu lintas hanya menanggung kecelakaan karena tabrakan antar-kendaraan dan orang yang tertabrak kendaraan sesuai dengan UU Nomor 34 Tahun 1964 dan tidak menjamin kecelakaan akibat kecelakaan tunggal. Sedangkan, untuk

pertanggung jawaban wajib penumpang alat angkutan umum menjamin kecelakaan untuk setiap penumpang laka sendiri dengan persyaratan dasar adalah melengkapi Laporan Polisi, STNK Kendaraan yang terlibat kecelakaan termasuk kepemilikan SIM juga akan diperiksa. Undang-undang penting untuk diketahui oleh para warga asing yang biasanya menjadi wisatawan yang menggunakan angkutan umum untuk berpergian.

Contact Person:

Dewa Ayu Indah K.P.

Staff Kehumasan PT. Jasa Raharja Cabang Bali

082236601868/ ichapratiwi95@gmail.com



A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page. The signature is stylized and appears to be the name of the contact person, Dewa Ayu Indah K.P.