

**PENGUNAAN MEDIA KOMUNIKASI E-MAIL PT. BANK LAMPUNG
DALAM MENCIPTAKAN KOMUNIKASI YANG BAIK ANTAR
STAKEHOLDER**

Oleh :

WINDI SAPUTRA

1906071014



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

PENGUNAAN MEDIA KOMUNIKASI E-MAIL PT BANK LAMPUNG DALAM MENCIPTAKAN KOMUNIKASI YANG BAIK ANTAR STEAKHOLDER

ABSTRAK

Oleh

Windi Saputra

Di era teknologi dan komunikasi saat ini, berbagai bentuk media informasi telah mampu mempermudah manusia dalam berinteraksi sosial. Dengan pesatnya ilmu perkembangan teknologi baru yang ada di Indonesia, Surat elektronik atau *e-mail* memiliki peran yang cukup penting dalam dunia pekerjaan, karena akan membantu terjalannya komunikasi dengan efektif dan efisien. Oleh karena itu, biasanya perusahaan akan memberikan *e-mail* khusus kepada karyawannya, yang disebut *corporate e-mail*. Komunikasi lebih mudah. Dengan menggunakan *e-mail* perusahaan, maka karyawan akan mudah untuk berkomunikasi dengan berbagai jaringan baik itu rekan bisnis, dan nasabah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah penggunaan media komunikasi berupa *e-mail* PT. Bank Lampung dalam menciptakan komunikasi yang baik antar stakeholder.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menerapkan komunikasi yang baik harus menempatkan seseorang yang focus menghandle *e-mail* perusahaan agar dapat merespons langsung dan dapat meningkatkan kepercayaan orang. Tindakan humas Bank Lampung dalam mengelola *e-mail* yaitu dengan metode *informatif*, dan *responsibility*.

Kata kunci : Komunikasi E-mail, Manfaat E-mail, Media Komunikasi

USE OF PT BANK LAMPUNG E-MAIL COMMUNICATION MEDIA IN CREATING GOOD COMMUNICATION BETWEEN STEAKHOLDERS

ABSTRACT

BY

WINDI SAPUTRA

In the current era of technology and communication, various forms of information media have been able to make it easier for humans to interact socially. With the rapid development of new technology in Indonesia, electronic mail or e-mail has a fairly important role in the world of work, because it will help establish effective and efficient communication. Therefore, usually the company will provide a special e-mail to its employees, which is called corporate e-mail. Easier communication. By using company e-mail, employees will find it easy to communicate with various networks, both business partners and customers.

The purpose of this study was to determine how the use of communication media in the form of e-mail PT. Bank Lampung in creating good communication between stakeholders.

The results of the study indicate that implementing good communication must place someone who focuses on handling company e-mail so that they can respond directly and can increase people's trust. Bank Lampung's public relations actions in managing e-mail are informative and responsible methods.

Keywords: E-mail Communication, Benefits of E-mail, Communication Media

**PENGUNAAN MEDIA KOMUNIKASI E-MAIL PT. BANK LAMPUNG
DALAM MENCIPTAKAN KOMUNIKASI YANG BAIK ANTAR
STAKEHOLDER**

Oleh

Windi Saputra

Tugas Akhir

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar
AHLI MADYA (A.Md)

Pada
Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

2022

Judul Tugas Akhir

: **PENGUNAAN MEDIA KOMUNIKASI E-MAIL
PT. BANK LAMPUNG DALAM MENCIPTAKAN
KOMUNIKASI YANG BAIK ANTAR
STAKEHOLDER**

Nama Mahasiswa

: **Windi Saputra**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1906071014**

Program Studi

: **D3 Hubungan Masyarakat**

Fakultas

: **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



1. Komisi Pembimbing

Vito Frasetya, S.Sos., M.Si.

NIP 19810926 200912 1 004

2. Ketua Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat

Agung Wibawa, S.Sos., I.M.Si.

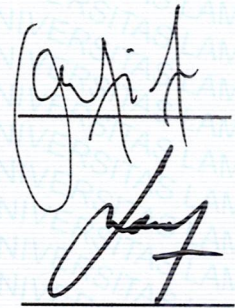
NIP 19810926 200912 1 004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Vito Frasetya, S.Sos., M.Si.**

Penguji Utama : **Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP 19610807 198703 2 001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **08 Agustus 2022**

PERNYATAAN

Nama Mahasiswa : Windi Saputra

NPM : 1906071014

Program Studi : DIII Hubungan Masyarakat

Alamat : Jalan Sakura 15 Polos Rt012/Rw002 Metro Pusat

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang berjudul **“PENGUNAAN MEDIA KOMUNIKASI E-MAIL PT. BANK LAMPUNG DALAM MENCIPTAKAN KOMUNIKASI YANG BAIK ANTAR STAKEHOLDER”** adalah benar hasil karya saya sendiri bukan plagiat (milik orang lain) atau dibuatkan oleh orang lain. Apabila di kemudian hari hasil penulisan Tugas Akhir saya ada pihak lain yang merasa keberatan, maka saya bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap dicabut gelar akademik saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dalam keadaan sadar, dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 24 Agustus 2022
Yang Membuat Pertanyaan



Windi Saputra
NPM. 1906071014

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Windi Saputra yang biasa dipanggil Windi lahir di Metro pada tanggal 31 Maret 2000 merupakan anak kedua dari dua bersaudara yang merupakan putra dari pasangan Bapak Erwin dan Ibu Ngatinem.

Jenjang pendidikan penulis bermula dari TK RA Perwanida Kota Metro pada tahun 2006, lalu duduk dibangku Sekolah Dasar di SD Negeri 1 Kota Metro pada tahun 2007 sampai tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama atau SMP Negeri 3 Kota Metro pada tahun 2013 sampai tahun 2016 dan melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas atau SMA Negeri 4 Kota Metro pada tahun 2016 sampai tahun 2019. Pada tahun 2019, penulis melanjutkan studi kejenjang yang lebih tinggi dan tercatat di salah satu Perguruan Tinggi Negeri yaitu Universitas Lampung (UNILA) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dengan konsentrasi jurusan Ilmu Komunikasi Program Studi D3 Humas melalui jalur Vokasi.

Bandar Lampung, Mei 2022

Hormat Saya,

Windi Saputra

MOTTO

“Jatuh, Bangkit Lagi!”

(Penulis)

**“Berusahalah Untuk Tidak Menjadi Manusia Yang Berhasil Tapi,
Berusahalah Menjadi Manusia Yang Berguna”**

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT. Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada :

1. Ibu, Ayah, dan Kakak tercinta sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kupersembahkan karya kecil ini kepada Ibu, Ayah, dan Kakak yang telah memberikan kasih ahagi, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembarnya yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Semoga ini menjadi ahagia awal untuk membuat Ibu, Ayah, dan Kakak ahagia, karna kusadar selama ini belum bisa berbuat yang lebih.
2. Keluarga besar dan teman-teman yang selalu memberikan motivasi-motivasi yang baik untuk selalu berjuang demi cita-cita.
3. Almamater Universitas Lampung (UNILA).

SANWACANA

Bismillahirrohmanirrohim, puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini sebagai salah satu syarat dalam Program Studi Diploma III Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Sholawat serta salam senantiasa penulis curahkan kepada baginda Rasulullah SAW, para kerabat, sahabat, dan pengikutnya hingga hari ini. Semoga kita semua mendapatkan safa'atnya di hari kiamat nanti dan semoga kita termasuk golongan yang senantiasa dekat dengan baginda Rasulullah Muhammad SAW. Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah memberikan bantuan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Dengan segala hormat, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Karomani, M.Si. selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi D III Hubungan Masyarakat Universitas Lampung.
4. Bapak Vito Frasetya, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing tugas akhir yang dengan penuh kesabaran telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingannya dan pengarahan dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Seluruh dosen pengajar Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya kepada penulis selama di bangku perkuliahan. Serta seluruh staff atau karyawan yang telah membantu menyelesaikan administrasi.

6. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat, kasih sayang dan segala yang terbaik untuk penulis.
7. Kakak saya Agus Winawan yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk terselesaikannya Tugas Akhir ini.
8. PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung khususnya bagian Divisi Sekretaris Perusahaan Bapak Edo Lazuardi, Bapak Deswan Wiratama Subing dan seluruh pegawai yang telah berkenan memberikan informasi dan data untuk kebutuhan penulis, sehingga penulisan ini dapat di selesaikan.
9. Pasangan penulis Triana Setyowati yang selalu memberikan support kepada penulis sehingga penulisan ini dapat diselesaikan.
10. Teman-teman ENJOY KINOY terima kasih sudah memberikan semangat, canda tawa kalian dan sudah menemani cerita dihidupku dari kecil hingga saat ini, penulis do'akan semoga kalian sukses dan bahagia selalu.
11. Teman-teman seperjuangan jurusan Humas 2019 yang selalu membantu dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Kakak tingkat Humas terima kasih sudah membantu memberikan ide, saran dan masukan untuk penulisan tugas akhir ini. Semoga kalian kedepannya bisa jauh lebih sukses dari sekarang.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
ABSTRAK	ii
HALAMAN AWAL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
SANWACANA	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi.....	5
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	7
2.2 Perkembangan Surat	9
2.2.1 Perkembangan Surat di Indonesia.....	10
2.2.2 Jenis-jenis Surat	11
2.3 Surat Elektronik (E-mail).....	12
2.3.1 Fungsi-fungsi Surat.....	13
2.3.2 Bagian-bagian Surat.....	16
2.4 Citra Perusahaan	20
2.5 E-mail dalam Dunia Humas.....	21
2.5.1 Bahasa Kehumasan	23
2.5.2 Tata Warkat dan Protokoler Humas.....	24
2.5.3 Cyber PR dalam Kegiatan Humas	25

BAB III GAMBARAN UMUM INSTANSI

3.1 Profil Instansi	27
3.1.1 Sejarah Singkat Instansi.....	27
3.2 Peran Bank Pembangunan Daerah.....	27
3.3 Sejarah Bank Lampung.....	28

3.3.1 Logo dan Makna	29
3.3.2 Unsur dan Makna Logo	30
3.3.3 Struktur Organisasi	31
3.3.4 Sekretaris Perusahaan	34
3.3.5 Tugas-tugas Sekretaris	35
3.3.6 Visi dan Misi Bank Lampung	36
3.4 Nilai-nilai Perusahaan	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil	38
4.2 Pembahasan	43

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	45

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

GAMBAR

Gambar 1 Logo PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung	29
Gambar 2 Bagan Re-Struktur Organisasi PT. BPD Bank Lampung	31

TABEL

Tabel 1.1 Nilai-nilai Perusahaan PT. BPD Lampung	36
Tabel 1.2 Hasil Wawancara Staff Humas PT. BPD Lampung.....	51
Tabel 1.3 Hasil Wawancara Staff Humas PT. BPD Lampung.....	53

LAMPIRAN

Gambar 3 PT. BPD Lampung Kantor Pusat	53
Gambar 4 Staff Humas PT. BPD Lampung	54
Gambar 5 Pengoprasian <i>E-mail</i> PT. BPD Lampung.....	55
Gambar 6 Ruang Kerja Staff Humas PT. BPD Lampung.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, manusia tidak bisa lepas dari komunikasi, baik itu komunikasi verbal maupun non verbal. Dalam segala bidang, tak terkecuali pendidikan, komunikasi menjadi salah satu hal yang sangat penting. Dalam proses pembelajaran, komunikasi digunakan untuk menyampaikan pesan, baik itu berupa ilmu pengetahuan maupun teknologi. Berhasil tidaknya informasi yang disampaikan, sangat ditentukan oleh keefektifan komunikasi. Untuk menciptakan proses komunikasi yang efektif, haruslah memahami seluk beluk komunikasi, antara lain mengenai strategi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

Tentunya setiap komunikator memiliki strategi yang berbeda-beda dalam melakukan komunikasi. Keberhasilan sebuah strategi dapat dilakukan jika setiap komunikator memperhatikan hal-hal yang terkait dengan strategi yaitu melihat kondisi, pesan, saluran, efek, dan komunikannya. Hal ini sangat penting karena hubungan antara komunikator dengan komunikan akan sangat mempengaruhi keberhasilan suatu komunikasi.

Dewasa ini pun internet menjadi bahan pertimbangan yang ramai dalam masyarakat, baik tentang teknologinya, manfaat, maupun dampak negatifnya. Salah satu manfaat dari teknologinya berpotensi untuk menyampaikan informasi secara cepat, efektif, dan meluas.

Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat ditahun 1990 an, baik langsung maupun tidak langsung hal ini akan berpengaruh terhadap sistem komunikasi yang berlaku dimasyarakat. Setiap lapisan masyarakat memiliki kesempatan yang sama dan luas untuk saling berhubungan dan berkomunikasi satu sama lain tanpa mengenal suku bangsa,

agama, ras, etnik, umur, jenis kelamin, status sosial ekonomi dan latar belakang pendidikan.

Hadirnya internet juga mampu menghilangkan halangan-halangan tersebut guna menciptakan suatu sistem komunikasi baru tanpa mengenal batas. Salah satu teknologi internet yang digunakan sekarang oleh media komunikasi dalam melakukan komunikasi kepada stakeholder adalah dengan *e-mail*. Hadirnya teknologi *e-mail* di sebuah media komunikasi memberikan peluang kepada pengelola media tersebut untuk memanfaatkan perkembangan teknologi internet dalam persaingan antar perusahaan saat ini.

Di dalam kegiatan perkantoran yang senantiasa menggunakan media surat sebagai kesehariannya di butuhkan penanganan yang efisien yaitu cepat, akurat, dan hemat. Media Komunikasi berupa surat yang memenuhi kriteria efisien ialah surat elektronik dengan surat elektronik si penerima surat dapat langsung membaca surat tersebut tanpa menunggu hitungan hari, atau bahkan jam meskipun terpisahkan oleh jarak sekalipun. Karena surat elektronik menggunakan sistem internet, sehingga pengiriman berlangsung cepat tanpa jasa seorang kurir.

Dibutuhkan juga seseorang yang sudah bisa mengoperasikan *e-mail*, sehingga kesalahan akan terhindari. Dalam perkantoran surat menyurat by *e-mail* sangat mendominasi dalam kegiatannya, terutama bagi kantor perusahaan atau instansi yang modern dan berkembang. Hal tersebut dikarenakan surat elektronik lebih simple dan ekonomis mengingat kebutuhan surat menyurat dalam kantor sangatlah banyak dan penting.

Dalam dunia perkantoran dalam suatu perusahaan antar departemen atau tiap bagian pasti sangat terkait dan berhubungan, sehingga dapat dibayangkan aktivitas surat-menyurat sangatlah banyak dan bila aktivitas surat menyurat tersebut menggunakan cara konvensional akan membutuhkan biaya yang banyak juga sehingga penanganannya tidak akan efisien, apalagi kebutuhan surat menyurat dituntut untuk cepat dan tepat waktu. Akses dan cara yang

mudah dalam penggunaan *e-mail* menjadikan pengguna atau karyawan perkantoran dalam hal ini tidak merasa sulit dalam penanganan *e-mail*.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian lebih mengenai **“Penggunaan Media Komunikasi E-mail PT Bank Lampung dalam Menciptakan Komunikasi yang baik antar Stakeholder”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang peneliti kaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana menciptakan komunikasi yang baik antar stakeholder melalui media komunikasi *e-mail*?
2. Apa saja keuntungan dan kerugian dari media komunikasi (*e-mail*) itu?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana menciptakan komunikasi yang baik antar stakeholder melalui media komunikasi berupa *e-mail*.
2. Untuk mengetahui keuntungan dan kerugian dari media komunikasi (*e-mail*).

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang yang dikemukakan tersebut, maka dapat dirumuskan pokok permasalahan penelitiannya yaitu:

1. Manfaat Bagi Institusi

Memberikan informasi bagi kampus tentang keilmuan khususnya dalam kajian komunikasi, khususnya dalam bidang media komunikasi khususnya (*e-mail*).

2. Manfaat Bagi Penulis

Sebagai pengalaman yang berharga bagi penulis dalam rangka memperluas wawasan pengetahuan mengenai pentingnya memahami sebuah informasi.

1.5 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2011:229) Pengumpulan data merupakan salah satu aspek yang berperan dalam kelancaran dan keberhasilan dalam suatu penelitian.

Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk penulisan Tugas Akhir ini adalah:

1. Teknik Observasi

Metode observasi adalah suatu pengumpulan data melalui pengamatan langsung di tempat kejadian pada objek penulisan yaitu menjelaskan dan mencari gejala-gejala yang terjadi yang langsung penulis lihat di PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung.

2. Teknik Wawancara

Metode wawancara merupakan pengumpulan data dan informasi secara langsung dengan memberikan pertanyaan antara narasumber dengan pewawancara. Dalam teknis pelaksanaannya peneliti mengajukan pertanyaan-pertanyaan bebas dimana peneliti hanya menggunakan garis-garis besar pertanyaan yang berkenaan dengan penelitian. Penulis melakukan wawancara dengan pihak PT. Bank Lampung

3. Teknik Dokumentasi

Dalam metode dokumentasi ini digunakan ketika mencari data dari subjek yang berupa tulisan. Dalam teknik dokumentasi, penulis mendapatkan dokumen-dokumen tentang berdirinya PT. Bank Lampung, visi, misi, dan sebagainya yang ada di PT. Bank Lampung.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Sejarah Perkembangan Teknologi Informasi

Pada saat ini teknologi informasi mengalami perkembangan yang cukup pesat. Selain perkembangan jenis peralatan teknologi maupun *software* aplikasi pendukung, perkembangan ini juga berdasarkan pada semakin meratanya pengguna teknologi informasi ini.

Nenek moyang kita telah mengenal beragam alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Kentongan adalah salah satunya, peralatan teknologi sederhana terbuat dari bambu yang penggunaannya dengan dipukul menggunakan tongkat terlebih dahulu sehingga bisa mengeluarkan bunyi. Alat ini digunakan untuk menyampaikan informasi yang dibedakan dalam alunan ketukan pada kentongan tersebut seperti informasi tentang adanya musibah ataupun informasi waktu, namun alat ini hanya bisa mencapai batas tertentu saja tergantung tingkat kebisingan area tempat kentongan tersebut ditabuh serta keras atau tidaknya bunyi yang dihasilkan dari kentongan tersebut. Masih banyak alat tradisional lainnya yang telah digunakan sebagai peralatan teknologi informasi oleh nenek moyang kita dan bentuk serta nama yang beragam sesuai dengan penamaan dari tempat atau daerah asal peralatan tersebut.

Pada era tahun 80 hingga awal 90-an, komputer bagi sebagian besar masyarakat masih termasuk barang yang asing, mewah dan mahal. Demikian juga dengan alat komunikasi lainnya seperti handphone, mesin ATM, internet atau mesin faksimil adalah barang yang asing dan teknologi yang mewah. Dibandingkan dengan era sekarang, keadaan dulu sangat jauh berbeda. Pada saat ini alat komunikasi seperti handphone sudah sangat memasyarakat, mudah sekali mencari warnet hanya untuk browsing atau berkirim *e-mail*.

Perbedaan tersebut menggambarkan kalau perkembangan perangkat teknologi informasi dan komunikasi berkembang sangat pesat pada dasawarsa belakangan ini. Untuk itu suatu negara akan menjadi terbelakang bila masyarakatnya tidak mau mengikuti perkembangan teknologi ini ataupun pemerintah negaranya membatasi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi modern.

Kejadian-kejadian penemuan model ataupun jenis teknologi terbaru akan semakin pesat dari tahun ke tahun. Model *computer* dengan keunggulan bentuk yang kecil serta fasilitas yang lengkap untuk berkomunikasi data akan semakin banyak dijumpai di masa yang akan datang. Program-program aplikasi yang mendukung komunikasi data pun akan semakin banyak dibuat orang. Hal ini tidak terlepas dari keinginan manusia yang menginginkan adanya alat canggih yang dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi mereka, untuk itu karena keinginan untuk berkomunikasi semakin kompleks maka peralatan teknologi yang diciptakanpun akan mengikuti keinginan tersebut.

Perkembangan sistem informasi dalam kehidupan manusia seiring dengan peradaban manusia itu sendiri sampai akhirnya mengenal istilah "Teknologi Informasi" (*IT/Information Technology*). Dimulai dari bentuk gambar yang tak bermakna pada dinding-dinding, prasasti-prasasti, sampai informasi yang kemudian dikenal dengan nama internet. Informasi yang dikelola dan disampaikan juga terus dikembangkan, dari informasi yang sederhana, seperti sekadar menggambarkan suatu keadaan, sampai pada informasi strategis seperti taktik bertempur.

Teknologi informasi merupakan gabungan antara teknologi perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*). Pengembangan teknologi *hardware* cenderung menuju ukuran yang kecil dengan kemampuan serta kapasitas yang tinggi, namun diupayakan harga yang relatif semakin murah. Perkembangan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat dan akurat sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. Perkembangan teknologi informasi telah memunculkan berbagai jenis kegiatan yang berbasis pada teknologi, seperti

e-government, e-commerce, e-education, e-medicine, e-laboratory, dan lainnya, yang kesemuanya itu berbasiskan elektronika.

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses dimana komunikator mengubah perilaku orang lain dengan mengirimkan stimulus, biasanya simbol dalam bentuk kata-kata yang mengubah tingkah laku orang lain.

Sedangkan menurut Denny's Murphy dalam bukunya *Better Business Communication* dikutip oleh Drs. Ign. Wursanto (1994) dalam bukunya *Etika Komunikasi Kantor* mengatakan "*Communication is the whole process used to reach other minds*" (Komunikasi adalah seluruh proses yang dipergunakan untuk mencapai pikiran-pikiran orang lain.) Sedangkan menurut Harwood, "*Communication is more technically defined as a process for conduction the memories*" (Komunikasi diidentifikasi secara lebih teknis sebagai suatu proses untuk membangkitkan kembali ingatan-ingatan). Dalam berkomunikasi terdapat beberapa unsur yang memengaruhi terjadinya komunikasi yang baik, yaitu adanya pengirim informasi, penerima informasi, dan sarana komunikasi.

a. Pengirim Informasi

Pengirim informasi atau disebut juga *sender* atau *komunikator* merupakan seseorang atau lebih yang melakukan kegiatan penyampaian informasi yang ditujukan kepada seseorang atau lebih dengan memilih-milih media atau sarana yang tepat dan menyampaikannya dengan jelas sehingga informasi yang disampaikan berhasil.

b. Penerima Informasi

Penerima informasi atau disebut juga *receiver* atau *komunikan* merupakan seseorang atau lebih yang menerima informasi setelah mendengar atau melihat suatu informasi yang disampaikan kepadanya. Penerima pesan harus berkonsentrasi dengan baik agar informasi yang disampaikan kepadanya tersebut benar atau sesuai dengan maksud dari pengirim pesan. Penerima

pesan juga harus memberikan umpan balik atau decoding yang disampaikan kepada pengirim informasi yang menandakan bahwa informasi telah diterima dengan benar.

c. Sarana atau Media Komunikasi

Sarana atau media komunikasi merupakan alat atau bahan untuk mengirimkan informasi. Jenis dari alat tersebut bermacam-macam tergantung bentuk informasi dan area penyebaran informasi yang disampaikan. Apabila bentuk informasinya berupa sandi suara dan areanya hanya bersifat lokal atau di sekitar penyampai pesan saja maka bisa digunakan bedug, atau kentongan. Apabila jaraknya cukup jauh dan kondisi cuaca mendukung sementara informasinya berbentuk visual atau tampilan, maka bisa digunakan sandi bendera atau semaphore atau juga dengan isyarat asap. Sementara untuk sarana informasi modern saat ini bermacam-macam, baik untuk informasi suara, seperti telepon, handphone, HT (*handytalky*), radio dan sebagainya. Sementara untuk informasi visual yang berupa tertulis bisa melalui surat, telegram, surat elektronik (*e-mail*), sms, dan yang berupa gambar atau tampilan dapat berupa televisi, video, *teleconference*, MMS dan sebagainya.

Selain ketiga unsur tersebut, suatu informasi juga mengenal bentuk informasi yaitu:

1. Bentuk lisan atau pengucapan,
2. Bentuk tertulis atau menggunakan tulisan,
3. Bentuk tampilan yaitu menggunakan sandi atau pesan tertentu, dan
4. Bentuk elektronik atau memanfaatkan media elektronik.

2.2 Perkembangan Surat

Jaman dahulu kala. Surat sudah dikenal sebagai sebuah sarana menyampaikan ungkapan dalam bentuk tulisan. Pengirimannya dilakukan dengan beberapa cara yang sangat unik. Diantaranya mengirimkan dengan cara melarungkan surat yang dimasukan kedalam sesuatu yang bisa mengapung di laut. Kemudian pengiriman dengan menggunakan binatang (Khususnya merpati). Cara ini menjadi sebuah pengiriman surat yang sangat populer.

Tentu saja akurasi atau ketepatan sampainya surat tersebut, masih menjadi pertanyaan. Karena pengiriman tersebut bisa saja tidak sampai, atau sampai kepada penerima yang tidak semestinya. Meski demikian, cara pengiriman tersebut menjadi awal sejarah yang sangat penting dalam perkembangan pengiriman surat.

Berikutnya, sistem pengiriman pos di dunia dimulai di Mesir sekitar tahun 2000 SM. Di Mesir, di mana pertukaran kebudayaan dengan Babilonia terjadi, pembungkus surat atau amplop bisa berupa kain, kulit binatang, atau beberapa bagian dari tumbuhan. (*Wikipedia*)

Dewasa ini, ditengah perkembangan media elektronik, Surat dalam bentuk tulisan tangan di media kertas tetap menjadi salah satu media yang sangat penting. Sebagai contoh, dalam setiap penerimaan pekerjaan, surat lamaran selalu ada sebagai salah satu syarat lamaran yang formal. Baik di perusahaan swasta maupun instansi dalam pemerintahan. Surat (dalam kertas) adalah syarat yang sangat penting.

Surat adalah sarana komunikasi untuk menyampaikan informasi tertulis oleh suatu pihak kepada pihak lain. Dalam sebuah surat biasa berisi informasi yang selanjutnya bisa menjadi sebuah data otentik yang di syahkan secara hukum. Karena biasa di lengkapi dengan waktu, tempat dan tanda tangan sebagai bukti kebenaran surat tersebut. Bahkan biasa ditambah dengan materai. Dengan ini maka kekuatan hukum sebuah surat tersebut menjadi semakin jelas.

Pada umumnya fungsi sebuah surat yang berupa tulisan tersebut mencakup lima hal yaitu:

1. Surat sebagai sarana pemberitahuan yang berupa permintaan, buah pikiran atau gagasan. Dalam hal ini surat merupakan sebuah pemikiran yang diberikan kepada pihak lain.
2. Surat sebagai alat bukti tertulis. Dalam hal ini, surat berfungsi sebagai bukti informasi yang dilengkapi dengan data yang *valid* (memiliki identitas yang lengkap).
3. Surat sebagai alat pengingat. Dimana surat digunakan sebagai lebaran memory atau data yang tersimpan.
4. Surat sebagai bukti historis. Disini surat berfungsi sebagai sebuah bukti perjalanan dengan jelas, karena penanggalan dalam surat menjadi salah satu point penting dalam pembuatannya.
5. Surat sebagai pedoman kerja. Terkadang surat memang berisi sebuah tutorial pekerjaan sesuatu, sehingga bisa juga disebut sebagai sebuah pedoman kerja.

2.2.1 Perkembangan Surat di Indonesia

Tak dapat dipungkiri, kehadiran penjajah Belanda adalah yang pertama kali merintis perkembangan surat dan pengiriman melalui pos. Meski surat memang sudah dikenal sejak zaman Kerajaan Majapahit dan Tarumanegara, kehadiran Belanda inilah yang membuat eksistensi Pos dengan sangat cepat. Pada masa ini, surat biasa dikirimkan secara langsung melalui utusan dari kerajaan.

Kadaan pos pada masa ini masih tergantung kepada kapal pengiriman kompeni yang berlayar dari pulau ke pulau di seluruh wilayah Indonesia. Hingga akhirnya pada tanggal 26 Agustus 1746 dibangunlah kantor pos resmi pertama di Jakarta oleh Gubernur Jenderal G.W. Baron van Inhoff. Tujuan dibangunnya kantor pos ini untuk memfasilitasi dan menjamin keamanan surat-surat yang dikirim khususnya bagi mereka yang di luar Pulau Jawa. (*Wikipedia*).

Sejak itulah, kemudian perkembangan pos di Indonesia berkembang dengan pesat. Baik dari tarif, keamanan, dan jangkauan surat ke daerah-daerah yang terpencil. Kemudian surat biasa juga di gunakan oleh saudagar atau rakyat biasa yang memiliki kekayaan/tanah yang luas. Mereka ini adalah orang-orang yang bukan dari keluarga kerajaan atau pemerintah. Bahkan selanjutnya, perkembangan itu sampai kepada pengiriman surat yang dilakukan oleh rakyat biasa. Seiring berkembangnya teknologi yang semakin maju masyarakat dimudahkan untuk mengirim surat melalui *email* (Surat Elektronik)

Surat Elektronik atau *E-mail* adalah surat yang dikirimkan secara elektronik. Untuk menggunakan surat ini, pengirim dan penerima harus sama-sama tersambung dengan internet. Penemuan *E-mail* merubah cara manusia untuk mengirimkan surat dari yang sebelumnya bentuk fisik menjadi tak terlihat.

2.2.2 Jenis-jenis Surat

Secara umum jenis surat yang dilihat dari bentuk, isi dan bahasanya bisa digolongkan menjadi: surat pribadi, dinas dan niaga. Sedangkan jika di golongkan berdasarkan pemakaiannya, surat bisa dibedakan menjadi: surat pribadi, resmi dan surat dinas.

Berikut adalah kriteria dari ke empat jenis surat yang disebutkan disebutkan diatas:

1. Surat pribadi yaitu jenis surat yang digunakan untuk kepentingan pribadi. Surat dapat berupa korespondensi antara sesama teman atau keluarga. Ciri-ciri surat pribadi yang diantaranya adalah, tidak menggunakan kop surat. Tidak ada nomor surat. Salam pembuka dan penutup bervariasi. Penggunaan bahasa bebas, sesuai keinginan penulis. Format surat bebas. Dengan demikian, dapat di ketahui bahwa jenis surat ini berbentuk bebas sesuai dengan kreatifitas pembuatnya, karena tidak ada aturan baku yang mengikat untuk bentuk surat pribadi.
2. Surat resmi, yaitu jenis surat yang digunakan untuk kepentingan resmi, baik perseorangan, instansi, maupun organisasi. misalnya undangan, surat

edaran, dan surat pemberitahuan bahkan surat pengunduran diri. Ciri-ciri surat resmi yang membedakan dengan surat pribadi antara lain: Menggunakan kop surat apabila dikeluarkan organisasi atau instansi. Ada nomor surat, lampiran, dan perihal. Menggunakan salam pembuka dan penutup yang lazim. Penggunaan ragam bahasa resmi. Menyertakan cap atau stempel dari lembaga resmi. Ada aturan format baku.

3. Surat dinas, yaitu surat resmi yang digunakan untuk kepentingan pekerjaan formal seperti instansi dinas dan tugas kantor. Surat ini penting dalam pengelolaan administrasi dalam suatu instansi. Fungsi dari surat dinas yaitu sebagai dokumen bukti tertulis, alat pengingat berkaitan fungsinya dengan arsip, bukti sejarah atas perkembangan instansi, dan pedoman kerja dalam bentuk surat keputusan dan surat instruksi.
4. Surat niaga, adalah surat yang digunakan bagi badan yang menyelenggarakan kegiatan usaha niaga seperti industri dan usaha jasa. Surat ini sangat berguna dalam membangun hubungan dengan pihak luar sehingga harus disusun dengan baik. Surat niaga terdiri atas surat jual beli, kwintansi, dan perdagangan. Salah satu contoh dari surat niaga adalah surat penawaran dan surat penagihan.

2.3 Surat Elektronik (*E-mail*)

Surat menjadi bagian dari bentuk dan jenis komunikasi yang ada di kehidupan manusia. Menjadi salah satu alat komunikasi yang memberikan manfaat dan kegunaan pada masanya dan masih dipergunakan hingga saat ini. Alat komunikasi ini masih menjadi pilihan untuk melakukan sebuah komunikasi maupun hubungan kerjasama yang dilakukan oleh suatu perusahaan atau instansi.

Menurut Mac Bride (1995:140) “*E-mail* (surat elektronik) merupakan kegiatan yang paling sederhana di antara semua kegiatan di Internet, *e-mail* didasarkan pada file *ASCII* (*American Standard Code For Information Interchange*) yakni teks sederhana yang dapat ditangani dengan program komunikasi dasar”.

Menurut YS. Mario (2000:15). Surat merupakan suatu alat komunikasi tertulis atau sarana yang digunakan untuk dapat menyampaikan suatu informasi ataupun juga pernyataan dengan secara tertulis dari pihak satu ke pihak lain.

Menurut Sandrina Wijaya (2009:123) “*Electronic- mail* atau yang lebih akrab disebut *e-mail* merupakan jenis korespondensi terbaru yang memanfaatkan pengembangan teknologi terkini”.

Menurut Agus Sugiarto (2005:2). Surat merupakan sebuah dengan sarana komunikasi yang dipakai untuk dapat menyampaikan informasi tertulis oleh suatu pihak kepada pihak lain. Dengan kata lain, surat tersebut merupakan alat komunikasi tertulis untuk dapat menyampaikan sebuah pesan kepada pihak lain yang memiliki persyaratan khusus yaitu penggunaan kertas, penggunaan bentuk/ model, pemakaian notasi serta juga kode, penggunaan bahasa yang kas dan juga pencantuman tanda tangan.

Dari berbagai pendapat dapat disimpulkan bahwa surat elektronik (*e-mail*) adalah kegiatan surat-menyurat yang tidak menggunakan pos sebagai media pengiriman, tetapi menggunakan jaringan internet sebagai media pengirimannya, jadi setiap orang yang ingin melakukan kegiatan surat-menyurat dengan *e-mail* harus ada komputer atau laptop ataupun menggunakan *handphone* dan terutama harus ada fasilitas internet.

2.3.1 Fungsi-fungsi Surat

Menurut Arifin dan Mustakim (2005: 9) salah satu sasaran komunikasi tertulis umum dikenal adalah surat.

Fungsi-fungsi surat tersebut adalah :

1. Sebagai sarana komunikasi
2. Sebagai bukti tertulis
3. Sebagai bukti historis
4. Sebagai alat pengingat
5. Sebagai duta organisasi atau pembuatnya

6. Sebagai pedoman kerja
7. Sebagai jaminan keamanan
8. Sebagai barometer maju-mundurnya suatu organisasi
9. Sebagai pengikat
10. Sebagai promosi

Berikut ini penjelasan mengenai fungsi surat yaitu:

1). Sebagai sarana komunikasi

Surat merupakan alat komunikasi tertulis antara satu orang dengan orang lain atau instansi satu dengan instansi yang lain, jadi sudah jelas bahwa surat merupakan alat komunikasi.

2). Sebagai bukti tertulis

Surat merupakan sarana komunikasi tertulis yang cukup otentik yang mempunyai kekuatan hukum dan dapat dijadikan bahan bukti tanda terima, surat perjanjian, dan lain sebagainya yang biasa dilakukan dalam dunia politik, bisnis, maupun perniagaan.

3). Sebagai bukti historis

Surat merupakan dokumen tertulis suatu organisasi atau lembaga, sehingga diabadikan sebagai bukti sejarah. Surat juga dapat digunakan sebagai bahan informasi mengenai kejadian-kejadian dimasa lampau.

4). Sebagai alat pengingat

Surat sebagai dokumen tertulis dapat digunakan sebagai alat pengingat peristiwa-peristiwa yang telah lalu yang dilaksanakan oleh lembaga yang bersangkutan.

5). Sebagai duta organisasi atau pembuatnya

Surat berperan sebagai pembawa berita tentang apa yang ditulis si penulis surat yang akan ditujukan kepada si penerima surat. Dengan demikian surat tidak boleh dibuat dengan asal-asalan.

6). Sebagai Pedoman kerja

Surat dapat dijadikan sebagai sumber data yang dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk melakukan tindakan selanjutnya. Berdasarkan surat yang telah diterima atau diedarkan seorang pimpinan dapat menggunakannya sebagai dasar pedoman di dalam bertindak

7). Sebagai jaminan keamanan

Surat dapat digunakan sebagai jaminan untuk melakukan aktifitas, misalnya surat jalan dapat digunakan sebagai jaminan di dalam pengangkutan barang di jalan raya. Kecuali itu surat gadai sebagai jaminan tanggungan dan sebagainya.

8). Sebagai barometer maju-mundurnya suatu organisasi

Surat dapat digunakan sebagai barometer atau pengukur maju mundurnya organisasi, dengan surat-surat yang ada maka dapat dilihat seberapa jauh kemajuan organisasi yang bersangkutan.

9). Sebagai pengikat

Surat dapat digunakan sebagai pengikat hubungan antara dua pihak yang melakukan kegiatan, misalnya surat kontrak. Dengan adanya surat kontrak tersebut maka antara kedua pihak yang saling berhubungan itu saling terikat dengan kontrak yang sudah disepakati.

10). Sebagai promosi

Surat resmi biasanya ada kepala suratnya, dengan adanya kepala surat itu dapat digunakan sebagai media promosi terutama untuk surat niaga.

Dengan demikian surat elektronik memiliki fungsi sebagai alat pengirim pesan dengan menggunakan perantara teknologi laptop, smartphone atau komputer desktop yang sudah terkoneksi dengan jaringan internet.

2.3.2 Bagian-Bagian Surat

Seluruh surat berperihal harus ditulis dengan menggunakan tiga bentuk utama (Finoza, 2010:16), yaitu bentuk resmi Indonesia (*official style*), bentuk lurus (*block style*), dan bentuk bertekuk (*indented style*).

1. Kepala Surat (Kop Surat)

Bagian paling atas dalam surat adalah kepala surat atau yang juga dikenal sebagai kop surat. Kop surat memuat informasi mengenai nama, logo, identitas dan alamat kantor lembaga pengirim surat. Fungsi kop surat juga penting sebagai media promosi dari lembaga atau organisasi pengirimnya.

Bagian kepala surat biasanya terdiri dari hal-hal berikut

- a) Nama lembaga
- b) Logo/lambang lembaga
- c) Alamat lembaga
- d) Nomor telepon lembaga
- e) Kode pos dan fax lembaga
- f) Alamat *e-mail* dan website lembaga

2. Tempat dan Tanggal Surat

Bagian surat berikutnya adalah tempat dan tanggal surat. Pencatuman tempat dan tanggal surat bertujuan untuk memberi informasi mengenai kapan dan dari mana surat tersebut dikirim. Tempat surat kadang juga tidak dicantumkan kembali jika sudah ditulis di alamat instansi pada bagian kop surat, meski kadang juga dicantumkan kembali. Sementara tanggal surat ditulis sesuai waktu surat dikirim. Cara penulisan tempat dan tanggal surat di Indonesia dimulai dari kabupaten/kota diikuti oleh tanggal, lalu bulan dan tahun.

3. Nomor Surat

Dalam surat resmi selalu ada nomor surat yang dicantumkan. Penomoran surat ini dilakukan oleh surat resmi yang dikirim oleh lembaga, instansi, perusahaan atau organisasi yang resmi dan terdaftar. Penggunaan nomor surat biasanya meliputi nomor urut penulisan surat, kode surat, tanggal, bulan dan tahun penulisan surat. Fungsi nomor surat adalah untuk memudahkan pengaturan dan penyimpanan surat serta mengetahui jumlah surat yang dikeluarkan sebuah lembaga. Penempatan nomor surat disesuaikan dengan bentuk dan sistem penulisannya. Nomor surat bisa diletakkan di sebelah kiri atas kertas untuk surat berperihal serta bisa juga diletakkan di bawah judul untuk surat berjudul.

4. Lampiran yang Disertakan

Pada beberapa surat juga terdapat lampiran yang disertakan. Bagian lampiran merupakan penjelas yang memberi informasi bahwa ada berkas atau dokumen lain yang disertakan dalam surat tersebut. Jika misal tidak terdapat berkas atau dokumen yang dilampirkan, maka bagian lampiran ditiadakan. Penulisan lampiran yang disertakan bisa disebutkan jumlah lembar, eksemplar atau cukup jumlah berkasnya dengan bentuk huruf. Jika lebih dari sepuluh maka ditulis dalam bentuk angka. Sedangkan jika tidak ada lampiran bisa ditulis tanda penghubung atau tanda minus.

5. Hal/Perihal

Bagian-bagian surat resmi berikutnya adalah bagian hal atau perihal. Fungsi bagian hal dalam surat adalah memberi petunjuk pada pembaca tentang kepentingan dan isi pokok dalam surat tersebut. Singkatnya, hal atau perihal hampir sama dengan judul pada surat berjudul. Tata cara penulisan hal atau perihal yaitu tidak ditulis dengan huruf kapital keseluruhannya, tapi pada huruf pertama kata utamanya saja. Di akhir hal atau perihal juga tidak perlu diberikan tanda titik.

6. Alamat Tujuan

Alamat tujuan juga menjadi salah satu bagian surat, yaitu alamat yang dituju dalam pengiriman surat. Terdapat dua alamat tujuan yang ditulis yakni alamat luar yang ditulis di sampul surat serta alamat dalam yang ditulis di bagian dalam kertas surat. Pada alamat di bagian sampul harus ditulis secara lengkap, sedangkan di bagian dalam, alamat tujuan boleh ditulis sebagian saja. Biasanya juga ditujukan orang atau instansi yang dituju dan menggunakan kata-kata seperti ‘Bapak/Ibu’ atau ‘Yth.’

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam penulisan alamat tujuan surat:

- a) Bisa menggunakan kata Yth (singkatan dari yang terhormat) untuk menghormati pihak yang dikirim surat bisa berupa atasan, rekan kerja, kolega atau teman.
- b) Bisa menggunakan sebutan Bapak, Ibu yang diikuti oleh nama orang yang dituju.
- c) Di akhir tiap baris tidak perlu diberikan tanda titik, kecuali untuk singkatan.
- d) Dianjurkan menyertakan kode pos untuk memudahkan pengiriman surat pada yang dituju.

7. Salam Pembuka

Bagian surat berikutnya adalah bagian salam pembuka. Fungsi salam pembuka adalah untuk membuka pembicaraan dalam surat sesuai adab sopan santun. Salam pembuka berisi sapaan-sapaan pada umumnya. Penulisan salam pembuka diawali dengan huruf kapital dan diakhiri dengan tanda koma.

8. Isi surat

Bagian ini merupakan bagian inti dari surat yakni isi surat. Isi surat memuat apa saja yang perlu disampaikan oleh pengirim kepada orang atau lembaga yang dituju. Layaknya bentuk karangan pada umumnya, isi surat terdiri dari 3 bagian yakni bagian pembuka, bagian inti dan bagian penutup. Bagian pembuka pada isi surat berisi pengantar bagi pembaca untuk mengetahui isi dan berita yang akan

disampaikan oleh pengirim surat. Pokok masalah atau berita sudah tertera dalam bagian pembuka ini dan akan lebih dijelaskan di bagian inti.

Bagian inti pada isi surat berisi maksud dan tujuan utama dari pengiriman surat. Maksud pengiriman surat disinggung secara jelas, singkat dan padat pada bagian inti agar pesan surat bisa tersampaikan pada pembacanya.

Bagian penutup pada isi surat berisi penegasan dan kesimpulan dari isi surat secara keseluruhan. Selain itu penutup juga bisa berisi harapan atau ucapan terima kasih pada pembaca atas penyampaian pesannya. Bagian penutup merupakan penegasan, simpulan, harapan, atau ucapan terima kasih. Dengan demikian, bagian penutup menandai bahwa uraian pokok yang ingin disampaikan melalui surat sudah selesai. Bagian penutup hendaknya singkat, tegas, dan tidak perlu berbasa-basi secara berlebihan.

9. Salam Penutup

Bagian salam penutup berada pada bagian akhir surat. Salam penutup digunakan sebagai ucapan salam akhir untuk menambah kesantunan dalam berkirim pesan, meski tidak harus ada. Penulisannya diawali huruf kapital dan diakhiri oleh tanda koma.

10. Nama pengirim dan tanda tangan

Pada bagian bawah surat, harus terdapat nama pengirim beserta tandatangannya. Nama yang tercantum adalah nama lengkap atau nama terang dari pengirim atau orang yang bertanggungjawab pada pengiriman surat tersebut. Selain itu juga dibubuhi tandatangan dari pengirim.

11. Tembusan

Bagian tembusan merupakan bagian surat yang menunjukkan pihak atau orang lain yang juga berhak mendapatkan surat tersebut. Meski begitu, tidak semua surat memiliki tembusan.

2.4 Citra Perusahaan

Citra didefinisikan sebagai: (1) kata benda: gambar, rupa, gambaran, (2) gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan, organisasi atau produk, (3) kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kata, frase atau kalimat, dan merupakan unsur dasar yang khas dalam karya prosa atau puisi, (4) data atau informasi dari potret udara untuk bahan evaluasi (Kamus Besar Bahasa Indonesia).

Katz dalam Soemirat dan Ardianto (2004) mengatakan bahwa citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak sejumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra tentang perusahaan bisa datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan

Menurut Jefkins (2003) terdapat beberapa jenis citra dengan definisinya, sebagai berikut:

1. Citra bayangan (*mirror image*), citra ini melekat pada orang dalam atau anggota organisasi (biasanya adalah pemimpinnya) yaitu anggapan pihak luar tentang organisasi.
2. Citra yang berlaku (*current image*), citra atau pandangan yang dianut oleh pihak luar mengenai suatu organisasi.
3. Citra yang diharapkan (*wish image*), citra yang diinginkan pihak manajemen.
4. Citra perusahaan (*corporate image*), citra dari organisasi secara keseluruhan, jadi bukan sekedar citra atas produk dan pelayanannya.
5. Citra majemuk (*multiple image*), munculnya citra yang belum tentu sama dengan organisasi secara keseluruhan karena banyaknya jumlah karyawan, (individu), cabang atau perwakilan dari suatu perusahaan atau organisasi.

Soemirat dan Ardianto (2004) mengemukakan efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. Efektivitas PR di dalam pembentukan citra (nyata, cermin dan aneka ragam) organisasi, erat kaitannya dengan kemampuan (tingkat dasar dan lanjut) pemimpin dalam menyelesaikan tugas organisasinya, baik secara individual maupun tim yang dipengaruhi oleh praktek berorganisasi (*job design, reward system*, komunikasi dan pengambilan keputusan) dan manajemen waktu/perubahan dalam mengelola sumber daya (materi, modal dan sumberdaya manusia) untuk mencapai tujuan yang efisien dan efektif, yaitu mencakup penyampaian perintah, informasi, berita dan laporan, serta menjalin hubungan dengan orang.

Hal ini tentunya terkait erat dengan penguasaan identitas diri yang mencakup aspek fisik, personil, kultur, hubungan organisasi dengan pihak pengguna, respons dan mentalitas pengguna (Hubeis, 2001). Citra humas yang ideal adalah kesan yang benar, yakni sepenuhnya berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang sesungguhnya. Itu berarti citra tidak seharusnya dipoles supaya lebih indah dari warna aslinya, karena hal itu justru dapat mengacaukannya (Anggoro, 2002).

2.5 E-mail Dalam dunia Humas

E-mail merupakan singkatan dari “*Electronic mail*”. *E-mail* adalah pesan atau surat secara elektronik, baik berupa teks maupun gabungan dengan gambar, yang dikirimkan dari satu alamat ke alamat lain di jaringan internet. Melalui *e-mail* dapat mengirim surat elektronik baik berupa teks maupun gabungan dengan gambar, yang dikirimkan dari satu alamat *e-mail* ke alamat lain di jaringan internet.

Menurut Dewi dan Widie Restu M (2011: 1) surat adalah alat komunikasi tertulis dari seseorang berisi pemberitahuan, keputusan, pertanyaan, pernyataan, permohonan, yang ditujukan kepada pihak lain.

Adanya teknologi internet dalam dunia khususnya dunia *Public Relations* sangat terbantu. Karena teknologi ini dapat membantu seorang *Public Relations* untuk lebih cepat menginformasikan berita atau pesan-pesan pada khalayak dengan cepat dan efisien, yang lebih dikenal dengan sebutan E-PR.

Teknologi komunikasi baru memberi pengaruh terhadap meningkatnya bidang penelitian komunikasi. Isu-isu yang dikaji telah dipengaruhi oleh perubahan yang terjadi. Salah satu bidang penelitian baru yaitu penelitian terhadap isi pesan e-mail yang merupakan salah satu fasilitas yang paling banyak digunakan di internet. Hal ini karena e-mail merupakan alat komunikasi paling murah dan cepat. Melalui e-mail dapat berhubungan dengan siapa saja yang terhubung ke internet di seluruh dunia.

Untuk melengkapi media komunikasi yang digunakan dengan maksud masyarakat dunia maya yang dituju, menggalang dukungan dan opini positif juga dapat dibangun melalui *Electronic Public Relations*. Berkat kemajuan teknologi telekomunikasi memberi kemudahan bagi perusahaan, organisasi, maupun individu menyampaikan informasi melalui dunia maya yang tidak ada batas negara maupun waktu sehingga diantara mereka dapat saling berkomunikasi setiap saat. Mempertimbangkan efektivitas melalui dunia maya, tidak mengherankan berbagai pihak memanfaatkan sarana ini untuk membangun opini positif tentang perusahaan, organisasi maupun individu.

Sehingga semua kegiatan terasa mudah dengan menggunakan Fasilitas E-mail untuk melakukan kegiatan Humas atau *Public Relations*, keuntungan menggunakan *e-mail* pengirimannya cepat, sangat murah biayanya, baik di dalam maupun ke luar negeri dapat mengirimkan banyak surat semudah mengirimkan sepucuk surat, surat yang datang dapat dengan mudah dicatat dan dikembalikan pengirimnya, atau disampaikan kepada orang lain. Adapun kekurangannya dalam menggunakan *e-mail* adalah *e-mail* tidak selalu sampai. Kesalahan sedikit saja pada alamatnya sudah cukup untuk menggagalkan pengiriman, tidak semua orang melihat *e-mail* mereka secara teratur. Dalam kegiatannya seorang humas harus bergerak cepat dalam segala tindakannya, sehingga pesan atau informasi yang akan

di sampainya tidak terlambat dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, *e-mail* cukup efektif dalam peranan humas untuk menyampaikan informasinya atau pesan yang akan di sampainya.

2.5.1 Bahasa Kehumasan

Hubungan masyarakat, atau sering disingkat humas adalah praktik mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. Humas dapat mencakup sebuah organisasi atau individu yang mendapatkan eksposur ke khalayak mereka menggunakan topik kepentingan publik, *press release* dan berita yang tidak memerlukan pembayaran langsung. Tujuan dari hubungan masyarakat oleh perusahaan sering untuk membujuk masyarakat, investor, mitra, karyawan, dan pemangku kepentingan lainnya untuk mempertahankan sudut pandang tertentu tentang hal itu, kepemimpinannya, produk, atau keputusan politik. Kegiatan umum termasuk berbicara di konferensi, memenangkan penghargaan industri, bekerja sama dengan pers, dan komunikasi karyawan.

Menurut Cultip, Center dan Broom (2006:6) Peran humas yang artinya berfungsi sebagai manajemen yang membangun, mempertahankan dan meningkatkan hubungan yang baik, harmonis dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang dapat mempengaruhi gagal atau suksesnya suatu organisasi tersebut dimata publik. Sebagai sebuah profesi seorang humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi.

Howard Bonham, *Vice Chairman* pada Amerika National Red Cross menyatakan, “humas adalah sebuah seni untuk menghadirkan pengertian publik. Melalui kehumasan, kita dapat melahirkan kepercayaan publik terhadap individu ataupun organisasi.”

Melalui pengelolaan humas yang baik, kita dapat mengedukasi karyawan tentang satu hal yang berkaitan dengan kepentingan organisasi. Kita dapat juga meningkatkan citra dan reputasi organisasi. Kehumasan juga dapat membangun

komunikasi dua arah yang saling menguntungkan didasari kepercayaan antar-*stakeholder*. Atas dasar fakta-fakta di atas, humas memiliki peran yang sangat vital. Itu sebabnya pengelolaan kehumasan harus dilakukan sungguh-sungguh, untuk membantu organisasi melakukan proses komunikasi yang baik dengan *stakeholder*-nya. Ini berlaku untuk organisasi mana pun, termasuk organisasi pemerintahan.

2.5.2 Tata Warkat dan Protokoler Humas

Menurut WH. Evans Administrasi adalah fungsi yang menyangkut manajemen dan pengarahan semua tahap operasi perusahaan mengenai pengolahan bahan keterangan, komunikasi, dan ingatan organisasi.

Tata warkat adalah Pengaturan mengenai undangan yang akan dikirim untuk suatu kegiatan.

Hal yang perlu diperhatikan ialah:

- 1) Daftar nama tamu yang akan diundang hendaknya sudah disiapkan sesuai dengan jenis keperluan kegiatan.
- 2) Jumlah undangan disesuaikan dengan kapasitas tempat, kepentingan serta tercapainya tujuan kegiatan sendiri.
- 3) Bentuk undangan sedapat mungkin dibakukan untuk setiap jenis kegiatan, baik mengenai format, isi dan sebagainya.
- 4) Menulis nama orang yang diundang hendaknya secara benar dan jelas baik mengenai nama, pangkat, jabatan dan alamatnya.
- 5) Dalam undangan perlu dijelaskan undangan diperuntukkan beserta istri/suami atau tidak.
- 6) Tidak dibenarkan dalam undangan resmi disebutkan undangan berlaku untuk beberapa orang.
- 7) Mencantumkan kode undangan pada sampul undangan untuk mempermudah penempatan duduknya.
- 8) Mencantumkan ketentuan mengenai pakaian yang dikenakan.
- 9) Menentukan batas waktu penerimaan tamu.

- 10) Catatan dalam undangan agar memberitahukan kehadirannya atau ketidakhadirannya.
- 11) Undangan dikirim dalam waktu relatif tidak terlalu lama dengan waktu pelaksanaan kegiatan.

Humas dan protokoler atau yang sering juga disebut dengan *public relation* merupakan lembaga pemerintahan yang mempunyai fungsi pokok untuk membangun citra dan image pemerintah yang baik, produktif, dan humanis di mata masyarakat luas.

2.5.3 Cyber PR dalam Kegiatan Humas

Public Relations (PR) adalah salah satu bagian dari perusahaan yang memiliki peran dan fungsi yang sangat penting. Salah satu fungsi PR adalah menggunakan media komunikasi untuk mempengaruhi publik dengan menjalankan kegiatan melalui cyber PR. Cyber PR adalah semua kegiatan humas yang dilakukan dengan menggunakan fasilitas internet. Internet dapat menjangkau seluruh masyarakat di seluruh dunia hanya dengan memanfaatkan seperangkat komputer yang telah terhubung dengan internet.

Widodo (2009) mengemukakan bahwa ada banyak aktivitas Cyber PR yang bisa dilakukan untuk memperkuat reputasi instansi. Pertama, Public Relations dapat membuat website sehingga target audience bisa memperoleh informasi sesuai dengan keinginan mereka. Kedua, menyediakan media kit online.

Salah satu cyber PR yang sering digunakan dalam kegiatan *public relations* adalah *e-mail*. Surat elektronik atau yang bisa disingkat dengan *e-mail* merupakan salah satu yang banyak digunakan. *E-mail* berfungsi untuk mengirimkan pesan dalam bentuk teks dan gambar dari satu komputer ke komputer lain dalam satu jaringan global yaitu internet. Adanya *e-mail*, orang lain dapat dengan mudah menghubungi seorang PR serta dapat membukanya di mana saja dan kapan saja. *E-Mail* merupakan salah satu proses pengiriman surat melalui internet dengan menggunakan waktu yang sangat singkat dan cepat (± 1 Menit).

Saat ini *e-mail* tidak hanya digunakan untuk berkirim surat elektronik saja, dengan seiring perkembangan teknologi yang semakin canggih Saat ini *e-mail* sudah dapat digunakan dengan berbagai macam kelebihannya. Misalnya saja *e-mail* dapat berupa tulisan, teks, gambar, dan suara. Ini tentu saja sangat menguntungkan bagi seorang PR dalam kegiatan mencari informasi, publikasi dan membina hubungan dengan relasi.

Dalam membina hubungan dengan relasi, seorang PR harus dapat menjaga hubungan baik dengan publik eksternal perusahaan dengan menggunakan *e-mail*. Misalnya saja wartawan, dengan *e-mail* maka wartawan akan sangat mudah mengirimkan siaran persnya. Begitupun sebaliknya, jika seorang PR memiliki berita tentang perusahaan yang perlu disampaikan ke media dapat langsung mengirimkannya melalui *e-mail*.

Selain itu yang lebih penting adalah menjaga hubungan baik dengan wartawan. Dengan *e-mail* komunikasi dapat berjalan dengan baik. *Public Relations Officer* dapat saling menyapa dengan wartawan melalui *e-mail*, misalnya saja saling menanyakan kabar serta saling menanyakan kegiatan yang sedang dilakukan. Bahkan saja bisa melakukan sesi wawancara tanpa harus bertatap muka secara langsung, misalnya saja dengan menggunakan fasilitas yahoo messenger. Hal ini tentu saja dapat menumbuhkan citra baik bagi perusahaan perusahaan.

BAB III

GAMBARAN UMUM INSTANSI

3.1 Profil Instansi

3.1.1 Sejarah Singkat Instansi

Dalam bidang pembangunan, pemerintah pada 25 Mei 1960 mendirikan Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo) dengan tugas utama untuk membantu pemerintah dalam membiayai usaha-usaha pembangunan nasional. Sebelumnya, fungsi bank pembangunan telah dijalankan oleh Bank Industri Negara (BIN) yang kemudian fungsinya dimasukkan ke dalam Bapindo pada 17 Agustus 1960. Selain Bapindo, pemerintah juga membentuk Bank Pembangunan Daerah (BPD) yang ketentuannya diatur dalam UU No. 13/1962. Bank ini didirikan dengan tujuan untuk membantu melaksanakan pembangunan yang merata ke seluruh daerah di Indonesia.

Dengan UU No. 13/1962 ditetapkan ketentuan-ketentuan pokok bank pembangunan daerah (BPD). Mengenai kedudukan kelembagaannya, BPD berada di dalam lingkungan Depdagri, sedangkan untuk aspek teknis perbankan dan teknis perusahaannya, bank-bank tersebut mendapat pengawasan dan bimbingan dari BI dan Bapindo. Syarat-syarat pembukaan kantor-kantor cabang dan perwakilan serta BPD ditetapkan dalam Surat Keputusan Menteri UBS No. 6/63/Kep/MUBS tertanggal 17 April 1963. Jumlah BPD berkembang dari 2 bank pada tahun 1959 menjadi 22 bank pada tahun 1965. Jumlah kantor cabang juga berkembang dari satu cabang (1959) menjadi 17 cabang (1965).

3.2 Peran Bank Pembangunan Dearah

Bank Pembangunan Daerah sebagai salah satu bank yang ada pada sistem perbankan nasional memiliki fungsi dan peran yang signifikan dalam konteks pembangunan ekonomi regional karena mampu membuka jaringan pelayanan di daerah-daerah dimana secara ekonomis tidak mungkin dilakukan oleh bank swasta.

Undang-Undang No. 13 tahun 1962 tentang asas-asas Ketentuan Bank Pembangunan Daerah mengatakan bahwa Bank Pembangunan Daerah berkerja sebagai pengembangan perekonomian daerah dan menggerakkan pembangunan ekonomi daerah untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat serta menyediakan pembiayaan keuangan pembangunan di daerah, menghimpun dana serta melaksanakan dan menyimpan kas daerah (pemegang / penyimpanan kas daerah) disamping menjalankan kegiatan bisnis perbankan (Hasan, Anuar, dan Ismail 2010).

Sementara itu KEPMENDAGRI No. 62 Tahun 1999 tentang pedoman organisasi dan tata kerja bank pembangunan daerah pasal 2 juga mengatakan bahwa Bank Pembangunan Daerah dibangun adalah untuk mengembangkan perekonomian dan menggerakkan pembangunan daerah melalui kegiatan Bank Pembangunan Daerah sebagai Bank.

3.3 Sejarah Bank Lampung

"Banknya Masyarakat Lampung"

Pernyataan Perusahaan ini mengandung makna yang sejalan, baik VISI maupun MISI PT. Bank Lampung yaitu mengajak serta seluruh lapisan Warga Masyarakat Lampung sebagai Putra Daerah maupun Pendatang yang berasal dari berbagai suku dan daerah yang menetap serta menjadi warga Lampung yang terkenal dengan Sai Bumi Ruwa Jurai, meskipun berbeda-beda tetapi tetap satu yaitu warga dan sekaligus masyarakat Lampung. Dengan demikian diharapkan keberadaan warga masyarakat yang majemuk seperti itu dapat memanfaatkan keberadaan Bank Lampung yang merupakan Bank Daerah semaksimal mungkin baik untuk transaksi penyimpanan dana maupun pembiayaan atau kredit guna mendukung usahanya ataupun keperluan lainnya, untuk bersama-sama membangun Lampung.

Pertama kali didirikan di Bandar Lampung dengan nama Bank Pembangunan Daerah Lampung sesuai dengan ketentuan Pasal 3 ayat (1) Undang-undang Republik Indonesia No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank

Pembangunan Daerah, sebagaimana termaktub dalam Peraturan Daerah Tingkat I Lampung No. 10A/1964 tanggal 1 Agustus 1964 tentang Pembentukan Bank Pembangunan Daerah Lampung, yang telah memperoleh pengesahan dari Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. DES.57/7/31-150 tanggal 26 Juli 1965

Sesuai Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Lampung No. 2 Tahun 1999 tanggal 31 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Dari Perusahaan Daerah Bank Pembangunan Daerah Lampung Menjadi Perseroan Terbatas Bank Pembangunan Daerah Lampung, akta Pendirian PT Bank Pembangunan Daerah Lampung No. 5 tanggal 3 Mei 1999 11 dibuat di hadapan Soekarno, S.H., Notaris di Bandar Lampung telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusannya No. C8261.HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999.

3.3.1 Logo dan Makna

Logo merupakan identitas perusahaan yang memiliki makna yang penting dalam menampilkan dan mengkomunikasikan jati diri perusahaan sehingga melalui identitas tersebut perusahaan dapat dikenal, dipahami dan dihargai karakter dan keberadaannya. Logo juga dapat menjiwai dan memberikan semangat yang dalam, guna melaksanakan Visi, Misi serta tujuan perusahaan. Maka sesuai Surat Keputusan Direksi PT Bank Pembangunan Daerah Lampung Nomor : 059/DIR/REN/04/2021 tanggal 30 April 2021 Logo Bank Lampung adalah sebagai berikut :



Gambar 1 Logo PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung

Logo Bank Lampung diambil dari bentuk Ombak dan Aksara Lampung, ombak mempunyai karakter tidak terhentikan dan kuat, melambangkan Bank Lampung yang berjiwa muda, inovatif dan visioner, juga siap menghadapi berbagai tantangan. Penggunaan Aksara Lampung yang artinya "Lampung" bertujuan untuk melestarikan kembali warisan budaya dan identitas Lampung juga penggunaan aksara Lampung dalam kehidupan agar tidak terlupakan serta tergerus arus modernisasi.

3.3.2 Unsur dan Makna Logo

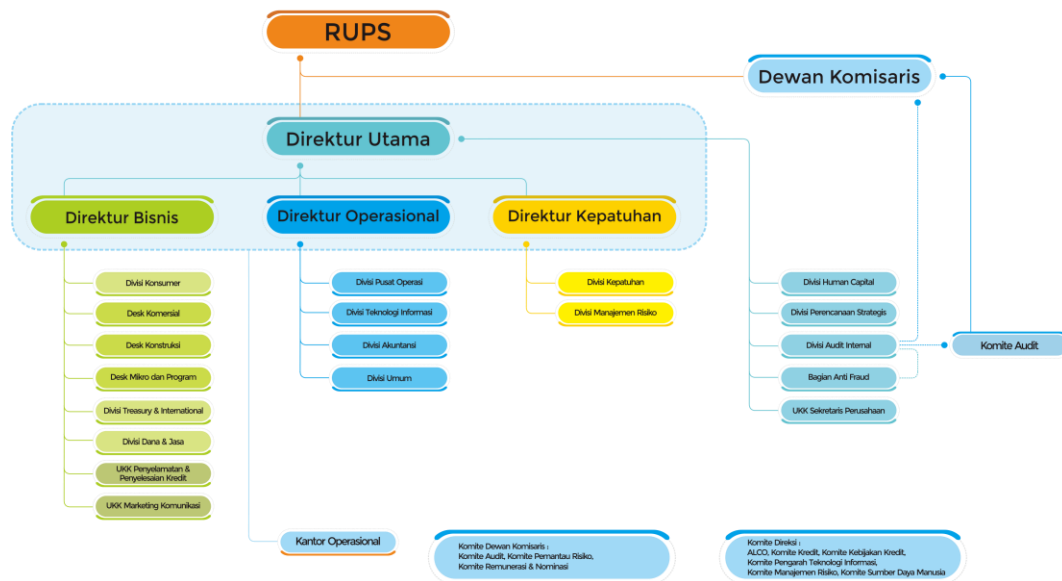
- 1) Logo Bank Lampung diambil dari bentuk Ombak dan Aksara Lampung, ombak mempunyai karakter tidak terhentikan dan kuat, melambangkan Bank Lampung yang berjiwa muda, inovatif dan visioner, juga siap menghadapi berbagai tantangan.
- 2) Penggunaan Aksara Lampung yang artinya "Lampung" bertujuan untuk melestarikan kembali warisan budaya dan identitas Lampung juga penggunaan aksara Lampung dalam kehidupan agar tidak terlupakan serta tergerus arus modernisasi.
- 3) Logo menggambarkan Bank Lampung yang berpegang teguh pada nilai-nilai budaya dengan menggunakan karakter aksara Lampung, yang juga inovatif dengan visualisasi lebih modern.
- 4) Penggunaan huruf kecil pada Logo Bank Lampung melambangkan kerendahan hati dalam memberikan pelayanan pada konsumen, hal ini sejalan dengan tagline bahagia melayani dari hati.
- 5) Warna biru terinspirasi dari ombak pantai yang melambangkan profesionalisme dan simbol kepercayaan diri. Warna biru pada huruf melambangkan nilai kepercayaan konsumen.
- 6) Warna merah terinspirasi dari komoditi kopi dan kain tapis, menggambarkan jiwa pemberani dari Bank Lampung.
- 7) Warna orange terinspirasi dari pakaian penari tradisional Lampung yang mengilustrasikan kekayaan, nilai dan karya tradisional, warna oranye melambangkan kehangatan dan antusiasme.

- 8) Warna-warna yang beragam yang digunakan pada logo juga melambangkan beragam produk yang dimiliki oleh Bank Lampung.

3.3.3 Struktur Organisasi



Re-Struktur Organisasi



Gambar 2 Bagan Re-Struktur Organisasi PT. BPD Bank Lampung

Struktur organisasi menggambarkan tanggung jawab dan kewajiban setiap karyawan sehingga dalam menjalankan tugas dan wewengannya dapat dilakukan sesuai dengan jabatan atau posisinya didalam organisasi tersebut.

Dengan demikian ada pemisahan tugas, wewenang dan tanggungjawab secara jelas sehingga masingmasing karyawan dapat menyelesaikan pekerjaan secara efisien sehingga menjamin adanya kelancaran kerja dalam perusahaan.

Struktur organisasi PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung (BPD Bank Lampung) dipimpin oleh beberapa komite yang membawahi setiap biro. Kedudukan tertinggi adalah RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) yang membawahi Dewan Komisaris dan Direktur Utama.

Garis besar truktur organisasi Kantor Pusat PT. Bank Pembangunan Daerah Lampung (BPD Bank Lampung) adalah sebagai berikut:

1. Dewan Komisaris

- a. Komite Audit
- b. Komite Pemantau Risiko
- c. Komite Remunerasi & Nominasi
- d. ALCO
- e. Komite Kredit
- f. Komite Kebijakan Kredit
- g. Komite Pengarah Teknologi Informasi
- h. Komite Manajemen Risiko
- i. Komite Sumber Daya Manusia

2. Direktur Utama

- a. Divisi Human Capital
- b. Divisi Perencanaan Strategis
- c. Divisi Audi Internal
- d. Bagian AntiFraud
- e. UKK Sekretaris Perusahaan

3. Direktur Bisnis

- a. Divisi Konsumer
- b. Desk Komersial
- c. Desk Konstruksi
- d. Desk Mikro dan Program
- e. Divisi Tresury & International
- f. Divisi Dana & Jasa
- g. UKK Penyelamatan & Penyelesaian Kredit
- h. UKK Marketing Komunikasi

4. Direktur Operasional

- a. Divisi Pusat Operasi
- b. Divisi Teknologi Informasi
- c. Divisi Akuntansi
- d. Divisi Umum

5. Direktur Kepatuhan

- a. Divisi Kepatuhan
- b. Divisi Manajemen Risiko

3.3.4 Sekretaris Perusahaan

Sekretaris berasal dari bahasa latin Secretum yang artinya rahasia atau Secretarius artinya seseorang yang diberi kepercayaan untuk memegang rahasia (Hendarto dan Tulusharyono.2003). Sekretaris Perusahaan merupakan orang yang sangat berpengaruh dalam perusahaan. Setiap detail perusahaan pasti diketahui oleh seorang sekretaris. Tidak hanya sebagai pemegang rahasia perusahaan, sekretaris juga merupakan *Public Relation* dan pemegang data-data penting perusahaan. Itu sebabnya, peran sekretaris sangat penting dalam suatu perusahaan. Karena begitu pentingnya peranan sekretaris di perusahaan, maka sangat penting pula untuk mengetahui secara rinci peranan sekretaris pada perusahaan.

Sekretaris bertugas mencari dan menyajikan informasi kepada pimpinan dan karyawan kantor, maka dari itu sekretaris harus pandai mencari informasi dari berbagai sumber, sehingga dapat memilih informasi yang dinilai bermanfaat untuk disajikan kepada pimpinan. Sekretaris harus mampu berpikir untuk mengidentifikasi sebab dan akibat setiap kali menghadapi masalah dan dapat mencari solusinya dengan tepat. Pimpinan cukup memberi instruksi kepada sekretaris secara garis besar dan memberi tahu secukupnya, selanjutnya menjadi tanggung jawab sekretaris untuk menindak lanjuti, termasuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam setiap menyelesaikan tugasnya. Sekretaris harus mempunyai komitmen terhadap tugas sebagai orang yang dipercaya pimpinan untuk menjaga nama baik perusahaan karena sedikit banyak rahasia perusahaan dipercayakan kepada sekretaris.

Sekretaris adalah seorang karyawan yang bekerja dan memiliki tugas membantu pimpinan dalam tugas-tugas kantor karena dianggap dapat dipercaya dalam mengerjakan tugas-tugas pimpinan. Berikut pengertian sekretaris menurut Wursanto (2006) Sekretaris ialah seorang pegawai yang bertugas membantu pimpinan kantor dalam menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan detail kepala atau pimpinannya. Sedangkan menurut Rosidah dan Sulistiyani (2005).

Menurut Saiman (2002) “Sekretaris adalah seorang yang membantu pimpinan agar pimpinan kantor atau perusahaan dapat melaksanakan tugasnya secara efektif dan efisien”. Berdasarkan pengertian sekretaris menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa sekretaris adalah orang yang memegang rahasia perusahaan yang membantu pimpinan untuk kelancaran tugasnya.

3.3.5 Tugas-tugas Sekretaris

Tugas-tugas Sekretaris Menurut Hadi, R. dan Dwiantara, L (2000) Tugas sekretaris ada tugas rutin dan tugas khusus sebagai berikut :

1. Tugas Rutin, yaitu:

- a. Menerima Tamu
- b. Pengurusan Surat Masuk
- c. Menerima telepon dan menelpon
- d. Mengatur Jadwal Kerja Pimpinan
- e. Mengelola Arsip
- f. Mengatur perjalanan dinas pimpinan.

2. Tugas Khusus

- a. Mengurus surat keluar
- b. Menyusun laporan

3.3.6 Visi Dan Misi Bank Lampung

Visi

- 1) Menjadi Bank Regional Terkemuka dan Terpercaya di Lampung

Misi

- 1) Memenuhi kebutuhan Masyarakat akan jasa Perbankan
- 2) Memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi regional
- 3) Mempunyai daya saing tinggi
- 4) Tersedianya Sumber Daya Manusia yang berkualitas dengan memiliki kompetensi tinggi
- 5) Memiliki struktur permodalan yang kuat
- 6) Pengembangan Infrastruktur Informasi Teknologi
- 7) Meningkatkan kualitas pelayanan dan Corporate Image di masyarakat serta meningkatkan kualitas pengendalian intern
- 8) Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan

3.4 Nilai-nilai Perusahaan

Nilai	DEFINISI	PERILAKU UTAMA
Integritas	Berperilaku jujur dan disiplin untuk membangun kepercayaan	1. Jujur disiplin dan religious 2. Taat dan patuh pada peraturan, serta menjunjung tinggi nilai
Profesionalisme	Bekerja atas dasar kompetensi dan tanggung jawab	Memahami dan melaksanakan tugas, cermat dan bertanggung jawab

Visioner	Berpikir serta bertindak secara inovatif dan kreatif untuk mewujudkan kemajuan dan pertumbuhan perusahaan	1. Peka terhadap perubahan dan tantangan 2. Mempunyai inisiatif dan mengembangkan ide baru
Customer Oriented	Mengutamakan kepentingan nasabah internal dan eksternal dengan memberi pelayanan dan solusi terbaik	1. Menggali kebutuhan nasabah secara proaktif serta memberikan solusi terbaik 2. Melayani dengan empati, cermat, dan cepat untuk kepuasan nasabah
Sinergi	Membangun kemitraan yang produktif untuk hasil terbaik	Kerja sama produktif berdasarkan kebersamaan dan keharmonisan guna menghasilkan keuntungan maksimal bagi stakeholders

Tabel 1.1 Nilai-nilai perusahaan PT BPD Lampung

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai penggunaan media komunikasi *e-mail* maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dalam kegiatannya seorang humas harus bergerak cepat dalam segala tindakannya, sehingga pesan atau informasi yang akan di sampaikan tidak terlambat dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, E-mail cukup efektif dalam peranan humas untuk menyampaikan informasinya atau pesan yang akan di sampaikan.
2. Melalui pengelolaan humas yang baik, kita dapat meningkatkan citra dan reputasi organisasi. Kehumasan juga dapat membangun komunikasi dua arah yang saling menguntungkan didasari kepercayaan antar-*stakeholder*. Atas dasar fakta-fakta di atas, humas memiliki peran yang sangat vital. Itu sebabnya pengelolaan kehumasan harus dilakukan sungguh-sungguh, untuk membantu organisasi melakukan proses komunikasi yang baik dengan *stakeholder*-nya. Ini berlaku untuk organisasi mana pun, termasuk organisasi pemerintahan.
3. Hambatan yang di alami adalah kurangnya kesadaran dan pemahaman tentang pentingnya media komunikasi berupa *e-mail*.

5.2 Saran

1. Melakukan komunikasi terbuka terhadap staff yang berada di Sekretaris Perusahaan bahwasannya surat elektronik itu sangatlah penting bagi kelancaran komunikasi dengan *stakeholder*.

- 2 Dalam menjalankan tugasnya seorang humas harus memilih salah satu pegawai khusus untuk fokus dalam bidang media komunikasi berupa *E-mail* agar dapat langsung merespon pesan yang dikirimkan oleh pengirim kepada perusahaan. Jika itu telah terlaksana maka akan terciptanya komunikasi yang baik antar stakeholder.
- 3 Mengadakan evaluasi kinerja setiap minggunya.

DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, 2002, *Teori dan Profesi Kehumasan Serta aplikasinya di Indonesia*, Cetakan Ketiga, Bumi Aksara, Bandung.

Ardianto, Elvinaro, dan Soleh Sumirat, 2004, *Dasar-Dasar Public Relations*, Cetakan Ketiga, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Arifin, Zaenal dan Mustakim. 2005. *Bahasa Indonesia bagi Sekretaris*. Jakarta: PT Grasindo.

Basu Swastha. 1996. *Asas-asas Manajemen Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Bride, Mac. 1995. *The Internet*. New York: McGraw-Hill.

Cultip S.M, dkk. 2006., *Effective Public Relations*. Jakarta :Prenada Media Group

Dewi, Irra Chrisyanti dan Widie Restu M. 2011. *Mahir Korespondensi Indonesia*. Jakarta: Pdarsorestasi Pustaka Karya.

Finoza, Lamuddin. 2004. *Komposisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Diksi Insan Mulia.

Greener, 2002, *Public Relations dan Pembentukan Citranya*, Cetakan Ketiga, Bumi Aksara, Jakarta.

Hendarto, Hartiti dan Tulusharyono, 2003, *Sekretaris Perofesional*, PPM, Jakarta

<https://banklampung.co.id/profil/sejarah> Diakses pada tanggal 15 Juni 2022

https://id.wikipedia.org/wiki/Bank_Lampung Diakses pada tanggal 16 Juni 2022

- Hubeis, 2001, *Public Relations Sebagai Perangkat Manajemen Dalam Organisasi*, Makalah Seminar Nasional Public Relations Dalam Pembangunan Pertanian Efektif dan Berkesinambungan, yang diselenggarakan oleh PS KMP dan PS MPI. PPS IPB di Hotel Salak, 19 April 2001.
- Jefkins, Frank, 2003, *Public Relations*, Alih Bahasa Daniel Yadin, Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta.
- Marjo, Y.S.2000. *Surat-Surat Lengkap, untuk Berbagai Keperluan*. Jakarta: Setia Kawan.
- Rosidah dan Sulistiyani, Ambar Teguh, (2005). *Menjadi Sekretaris Profesional dan Kantor yang Efektif*. Yogyakarta : Gava Media
- Ruslan, Rosady. 2012. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: RajawaliPers
- Saiman. (2002). *Manajemen Sekretaris*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Sugiarto, Agus. 2005. *Manajemen Kearsipan Modern*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sumarto, Rumsari Hadi dan Dwiantara, Lukas. (2000). *Sekretaris Profesional*. Yogyakarta : Kanisius.
- Wijaya, Sandrina. 2009. *Surat-Surat Kesekretariatan-Panduan Praktis Menyusun Korespondensi Internal Perusahaan*. Jakarta: Pustaka Grahatama.