

LAPORAN AKHIR KULIAH KERJA LAPANGAN
PENERAPAN *COMMUNITY RELATION* DI RESTORAN MIE AYAM JAMUR
SPECIAL HAJI MAHMUD

DOSEN PEMBIMBING : Ilma Saakinah Tamsil MLC



DISUSUN OLEH

NAMA : Akbar Atthariq

NPM : 17.853.0026

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERITAS MEDAN AREA

2020

LAPORAN AKHIR KULIAH KERJA LAPANGAN

**PENERAPAN *COMMUNITY RELATION* DI RESTORAN MIE AYAM JAMUR
SPECIAL HAJI MAHMUD**

DOSEN PEMBIMBING : Ilma Saakinah Tamsil M.Comm



DISUSUN OLEH

NAMA : Akbar Atthariq

NPM : 17.853.0026

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Laporan kuliah kerja lapangan ini saya buat dengan sejujurnya dan telah di terima oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, pada tanggal 13 Juli 2020 sampai tanggal 12 Agustus 2020

Medan, 14 Agustus 2020

Mahasiswa Pelaksana KKL



(Akbar Atthariq)

Dosen Pembimbing Lapangan



(Ilma Saakinah Tamsil M.Comm)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ilma Saakinah Tamsil M.Comm)

KATA PENGANTAR

Dengan ini penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Praktek Kuliah Kerja Lapangan dan Laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dengan baik dan sesuai dengan rencana.

Maksud dan tujuan penyusunan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini adalah untuk melengkapi persyaratan mendapatkan nilai Mata Kuliah Kerja Lapangan dari Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.

Adapun penyusunan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini berdasarkan data-data yang diperoleh selama melakukan kunjungan kerja, data-data serta keterangan dari pembimbing.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih belum sempurna, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan yang dapat membuat laporan ini menjadi lebih baik dan berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Akhirnya, cukup sekian yang dapat penulis sampaikan dan atas semua bantuannya saya ucapkan terimakasih

Medan , 14 Agustus 2020

Akbar Atthariq

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
KATA PENGANTAR	3
DAFTAR ISI	4
BAB I PENDAHULUAN	5
1.1. Latar Belakang Masalah.....	5
1.2. Tujuan dan Manfaat KKL.....	7
1.3. Alasan Pemilihan Lokasi Kuliah Kerja Lapangan.....	8
BAB II LOKASI KEGIATAN	9
2.1. Deskripsi Perusahaan.....	9
2.2. Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan.....	10
2.3. Visi dan Misi.....	10
2.4. Struktur Organisasi.....	11
BAB III PELAKSANAAN KEGIATAN KKL	12
3.1. Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan.....	12
BAB IV ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN	15
4.1. Defenisi Public Relations.....	15
4.2. Fungsi Public Relations.....	16
4.3. Proses Public Relations.....	17
4.4. Community Relations.....	17
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	24
5.1. Kesimpulan.....	24
5.2. Saran-Saran.....	24
DAFTAR PUSTAKA	25
LAMPIRAN	
Dokumentasi Pelaksanaan KKL	
Catatan Kegiatan Harian Selama KKL	
Surat Pengantar KKL	
Surat Penerimaan KKL	
Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Kegiatan KKL	
Daftar Nilai KKL	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha pada saat ini ditandai dengan makin tajamnya persaingan. Keberhasilan dalam berbisnis ditentukan oleh keberhasilan pemasarannya. Semakin meningkatnya kebutuhan pangan, tentunya akan mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat dilakukan oleh masyarakat Indonesia. Perkembangan usaha makanan dan minuman yang pesat dapat dilihat dari banyaknya pemanfaatan usaha tersebut dalam penyediaan makanan dan minuman.

Perkembangan bisnis restoran di Medan yang pesat menunjukkan bahwa kebutuhan konsumen sangat beragam dalam hal memenuhi keinginannya. Dalam waktu singkat berbagai restoran banyak bermunculan dengan memperkenalkan keunikan dan keunggulan masing-masing. Oleh sebab itu, pemilik dari bisnis kuliner harus mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya sekaligus berkembang sesuai dengan visi, misi, dan tujuannya.

Di dalam menghadapi persaingan yang kompetitif tersebut, umumnya para pengusaha memfokuskan pada kegiatan yang bersifat promosi agar produk atau layanan yang ditawarkan dari perusahaannya tersebut dapat dikenal dan menarik perhatian para konsumennya yang tentunya menjadi sasaran pasar (*target market*). Dengan struktur masyarakat yang semakin majemuk tidak serta merta membuat perusahaan dapat berkembang sendiri tanpa memperhatikan kondisi lingkungan di sekitarnya karena pada kenyataannya perusahaan tersebut berdiri diantara atau bahkan ditengah pemukiman masyarakat yang sudah barang tentu perlu adanya hubungan yang sinergis antara perusahaan dengan masyarakat sekitar. Untuk menciptakan citra yang baik tidak hanya selalu mengandalkan promosi, namun juga harus memperhatikan komponen yang

diperlukan saat ini adalah menciptakan hubungan yang baik (*community relation*) antara perusahaan dengan komunitas / masyarakat sekitar. Hal tersebut tidak kalah penting dalam menjaga eksistensi suatu perusahaan karena dengan pencitraan yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat sekitar, maka perusahaan akan lebih mudah berkembang dan lebih lagi dikenal oleh masyarakat luas.

Restoran Mie Ayam Jamur Special H, Mahmud S Medan merupakan salah satu restoran yang menawarkan menu khusus mie ayam jamur, dan merupakan pelopor rumah makan “Mie Ayam” pertama di Medan. Dengan konsep restoran keluarga, rumah makan Mie Ayam Mahmud berusaha menjaring pelanggan keluarga, kelompok pertemanan atau kekerabatan, dan sebagainya. Selain menawarkan makanan yang populer, Restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud S, juga menerapkan konsep *community relation* dimana hal ini merupakan bagian dari kegiatan public relation.

Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

1.2. Tujuan dan Manfaat KKL

1.2.1. Tujuan KKL

Tujuan dari KKL adalah sebagai berikut:

- a. Memenuhi nilai mata Kuliah Kerja Lapangan
- b. Menambah pengetahuan dan informasi tentang dunia bisnis

- c. Mencari pengalaman baru dari kegiatan KKL selama berlangsung
- d. Menerapkan ilmu public relation yang diperoleh selama kuliah
- e. Meningkatkan relevansi kerja sama antara perguruan tinggi dan dunia usaha
- f. Mengembangkan Kompetensi dalam dunia kerja

1.2.2. **Manfaat KKL**

Selain memiliki tujuan, kegiatan kkl juga memiliki manfaat sebagai berikut:

- a. Mahasiswa dapat mengaplikasikan antara teori yang telah diperoleh di bangku perkuliahan dengan aplikasinya di dunia nyata.
- b. Mengetahui bauran community relation terhadap citra positif perusahaan
- c. Mengetahui pentingnya public relation di perusahaan
- d. Dengan adanya pengalaman dan wawasan yang diperoleh ketika KKL, mahasiswa akan lebih siap ketika harus masuk ke dunia kerja.
- e. Dapat mengetahui dunia kerja yang sesungguhnya

1.3. **Alasan Pemilihan Lokasi Kuliah Kerja Lapangan**

Adapun alasan pemilihan lokasi kuliah kerja lapangan di Restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud S, dikarenakan situasi yang tidak memungkinkan melaksanakan kuliah kerja lapangan di instansi dikarenakan penyebaran virus covid-19. Dan hal inilah yang membuat kami ingin menjadikan restoran mie ayam H Mahmud S, menjadi pilihan dan juga menjadi hal yang baru di dalam melaksanakan kuliah kerja lapangan. Dan juga restoran tersebut memiliki konsep yang berbeda dengan restoran – restoran yang ada di kota Medan, oleh karena itulah yang membuat kami menjadi sangat tertarik untuk melaksanakan kuliah kerja lapangan di restoran tersebut.

Dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan ini, penulis memilih bidang public relation. Bidang ini dipilih karena penulis ingin mengetahui lebih dalam tentang bagaimana proses kegiatan kegiatan public relation diterapkan, mulai dari cara kerja dan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh Restoran Mie Ayam Jamur Spresial H. Mahmud S. sebagai salah satu restoran mie legenda dan menjadi pelopor rumah makan "Mie Ayam" pertama di Medan dengan berbagai masyarakat dan juga kalangan komunitas.

BAB II LOKASI KEGIATAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

Berbagai ragam kuliner yang ada di Indonesia, salah satunya mie ayam. Mie ayam merupakan bagian dari salah satu makanan nusantara, walaupun dalam catatan sejarah menjelaskan bahwasannya mie diciptakan pertama kali di negara Cina pada masa pemerintahan Dinasti Han. Makanan mie ayam pun semakin berkembangnya zaman semakin bervariasi, salah satunya mie ayam jamur. Restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud S, merupakan salah satu pelopor lahirnya 'Mie Ayam' di kota Medan. Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S, sudah hadir selama 33 tahun di dunia perkulineran Indonesia. Dengan awal mula hadir untuk pertama kalinya di Kota Medan pada tahun 1988 yang bermula dari mie ayam gerobak, dan memiliki outlet pertamanya pada tahun 1990, dan pada tahun 2018, Restoran Mie Ayam H Mahmud S, sudah melaju secara nasional dengan dibukanya cabang di Cikarang dan Banjar Baru. Restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud hadir dengan menawarkan menu andalannya yaitu mie ayam jamur. Namun semakin ketatnya persaingan dan juga terus melakukan inovasi-inovasi terbaru, Mie Ayam Special H Mahmud S, tidak hanya fokus menawarkan mie ayam saja. Berbagai variasi jenis makanan sudah tersedia di restoran tersebut. Restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud S, mempunyai konsep makanan *Chinese food* yang bersertifikat halal. Restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud S, sendiri menggunakan racikan original turunan yang dijaga keotentikannya baik mie, bakso, dan ayam sehingga rasanya tetap terjaga setiap saat. Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S yang bertempat di Jalan Abdullah Lubis di Jl. Abdullah Lubis no 57/71, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20154, menjadi kantor pusat dari Restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud

S. Restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud S, juga sudah menjadi bisnis waralaba yang dapat melakukan kerja sama dengan pihak pihak yang ingin bermitra. Dan Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S mempunyai misi pada tahun 20145 akan memiliki jaringan kuliner di se seluruh dunia.

2.2. Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Kegiatan Praktik kerja lapangan yang dilakukan penulis adalah selama sebulan, tepatnya pada tanggal 13 Juli 2020 sampai dengan 12 Agustus 2020. Hari dan jam kerja yang berlaku yaitu, Selasa,Rabu,Jumat,Sabtu,Minggu pukul 11.00 WIB sampai dengan selesai.

Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan pada salah satu Restoran Mie Ayam Jamus Spesail H. Mahmud S. yang bertempat di Jl. Abdullah Lubis no 57/71,Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara 20154.

2.3. Visi dan Misi

VISI

Menjadi Resto Favorit untuk kuliner mie ayam jamur/pangsit, variasi bakso, dan oriental yang Halal di Indonesia, dan bermanfaat guna menyejahterakan seluruh *Stake Holder* di dalamnya.

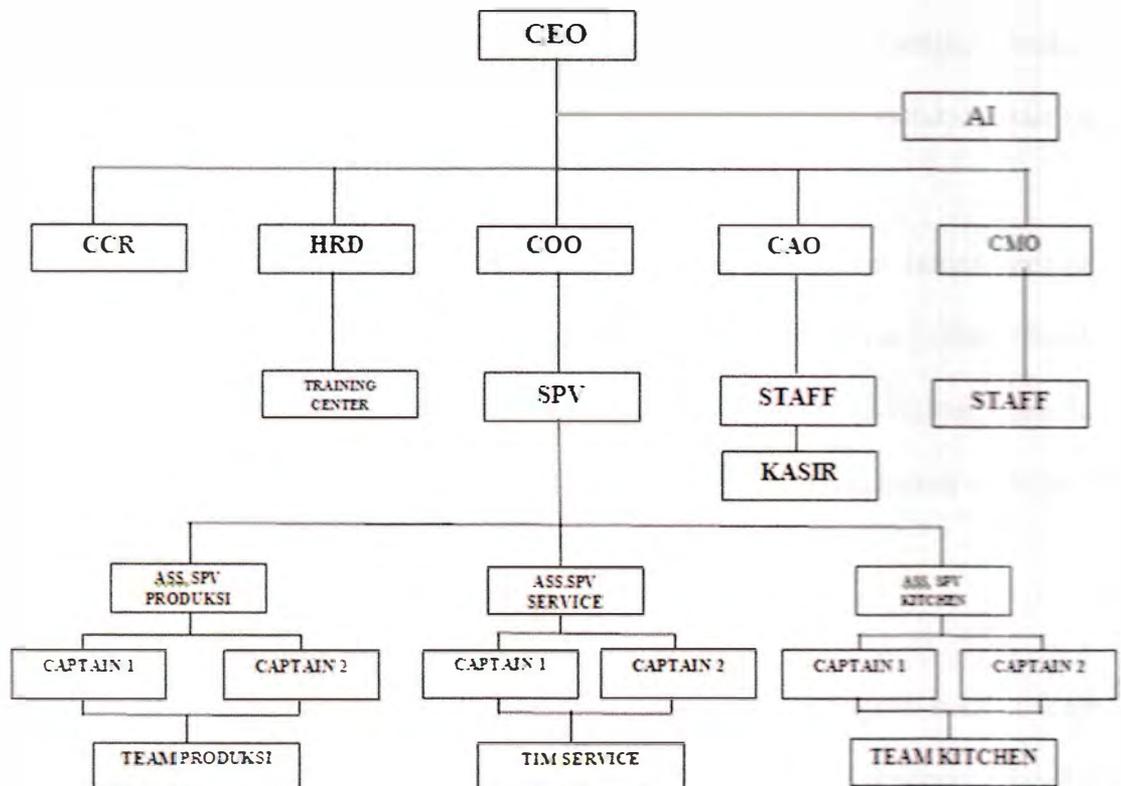
Memiliki jaringan kuliner retail dan distributor terbesar di Indonesia dan Dunia 2045 minimal 1000 unit usaha sudah terbentuk dan menghasilkan *profit* (*cash* minimal 20% per unit sales).

MISI

1. Barometer wisata kuliner mie dan bakso nomor 1 (satu) di Indonesia di tahun 2020.
2. Memiliki Outlet tersebar di Indonesia, dengan minimal 100 outlet di tahun 2020 dan memiliki Tim minimal 2000-3000 orang untuk disejahterakan.
3. Sebagai Supplier Prioritas dalam menyediakan kebutuhan menu Mie dan Bakso kepada Katering dan instansi lainnya.
4. Menjadi tempat perkumpulan (*meeting point*) bagi para eksekutif, komunitas, dan Masyarakat luas, serta menjadi tempat untuk wisata keluarga.
5. Bersifat "*spiritual company*" untuk kesejahteraan Stake Holders dan memiliki social company untuk kebutuhan social perusahaan.

2.4. Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANIASI RESTORAN MIE AYAM JAMUR SPECIAL H. HAMUD S MEDAN



BAB III

PELAKSANAAN KEGIATAN KKL

3.1. Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan

Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dilaksanakan selama 1 bulan, terhitung dari tanggal 13 Juli – 12 Agustus 20120. Selama KKL penulis di tempatkan pada bagian corporate relation, dimana bertugas untuk membantu kegiatan yang berkaitan dengan hubungan dengan konsumen, dan juga melakukan *survey*.

Sebelum pelaksanaan KKL penulis harus memahami dan mematuhi segala peraturan dan tata tertib yang berlaku di Restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud S. Selama KKL penulis juga harus beradaptasi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja yang ada, baik aktivitas lingkungan kerja maupun individu yang berada di lingkungan kerja. Dengan beradaptasi dan bantuan dari pembimbing serta teman-teman yang ada, penulis dapat melaksanakan tugas dan aktivitas yang diberikan oleh pembimbing dengan sebaik-baiknya.

Selama Melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan di Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S penulis telah melakukan berbagai kegiatan dan beberapa tugas yang telah diberikan. Sebelum diberikan tugas penulis melakukan *briefing* terlebih dahulu mengenai cara kerja ataupun kendala-kendala yang akan dihadapi . Adapun aktivitas yang dilakukan oleh penulis selama KKL antara lain :

- a. Tugas selama kuliah kerja lapangan, antara lain :
 - Ikut dalam melakukan sosialisasi brosur dan juga pembagian masker kepada pengguna jalan bersama pembimbing kkl beserta karyawan Restoran Mie Ayam Jamur H. Mahmud S,

- Mendemo aplikasikan penggunaan aplikasi kepada komunitas (ibu pengajian) di Ruang VIP
- Membahas tentang pembuatan workshop dan sharing session “ *The Power off Relation*”.
- Ikut melaksanakan pengajian rutin yang diselenggarakan langsung oleh Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S,
- Membuat *survey* pelanggan berdasarkan, jenis pekerjaan, jenis kelamin, usia.
- Melakukan survey ke cabang Restoran Mie Ayam Jamur H, Mahmud S. di J.City
- Ikut melakukan pengawasan kepada calon pekerja Restoran Mie Ayam Jamur H Mahmud S, saat melakukan *interview*
- Melakukan hubungan *community relation* dengan membagikan nasi kotak kepada Rumah Tahfidz Al-Quran.
- Membuat video saat melukan pembagian nasi kotak
- Melakukan pembuatan video iklan aplikasi terbaru dari Restoran Mie Ayam Jamur H Mahmud S.

b. Keterampilan yang diperoleh penulis selama melaksanakan kuliah kerja lapangan di Restoran Mie Ayam Special H, Mahmud S antara lain :

- Terampil dalam berkomunikasi secara langsung kepada konsumen khususnya dalam mendemokan aplikasi.
- Mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana pembuatan seminar/workshop yang baik.
- Mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana menjalin hubungan yang baik kepada komunitas komunitas dalam melakukan kegiatan *community relation*.

- Mendapatkan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang berguna untuk membuat bisnis.
 - Mendapatkan pengetahuan baru dalam membuat video baik berupa : story line, dan angle shooting yang sangat berguna bagi penulis kedepannya.
- c. Identifikasi kendala yang dihadapi penulis ketika melaksanakan kuliah kerja lapangan di Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S, yaitu
- Terjadinya kegiatan praktikum dan kuliah kerja lapangan dalam waktu bersamaan sehingga menimbulkan ketidakfokusan terhadap pelaksanaan kkl.
 - Terbatasnya waktu pelaksanaan kuliah kerja lapangan yang dimana dalam pelaksanaan kuliah kerja lapangan menjadi terburu-buru.
 - Ketika melakukan interaksi secara langsung kepada konsumen, banyak terjadinya *miss communication* dimana sifat konsumen yang berbeda beda ketika kita menghadapinya.

BAB IV

ANALISIS KULIAH KERJA LAPANGAN

4.1. Defenisi Public Relations

Definisi menurut (British) *Institute of Public Relations*, PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Menurut Rhenald Kasali, public relations adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan dan prosedur seseorang atau sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan public.

Dalam realitas praktik public relations di perusahaan, tujuan public relations antara lain menciptakan pemahaman publik, membangun citra korporat, membangun opini publik yang *favorable* serta membentuk goodwill dan kerjasama (Rachmat Kriyantono, 2008:5).

- a) Menciptakan pemahaman (*mutual understanding*) antara perusahaan dengan publiknya. Tujuan kegiatan public relations pertama kali adalah berupaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dengan publiknya. Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi (*well informed*) antara perusahaan dengan publiknya. Kecukupan informasi akan terwujud bila public relations menyediakan saluran komunikasi terbuka (*open communication*) dan memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang timbale balik (*two way reciprocal*).

- b) Membangun citra korporat (*corporate image*), Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak public tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan, atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya (Rachmat Kriyantono, 2008: 8).
- c) Membentuk *good will* dan kerjasama. Pada tahap ini public relations sudah pada tahap tindakan nyata. Artinya sudah tercipta jalinan kerjasama dalam bentuk perilaku tertentu yang mendukung keberhasilan perusahaan. Dalam hal ini diharapkan publik secara nyata mendukung program-program perusahaan. Misalnya publik turut serta menyukseskan kampanye public relations atau tetap loyal mengkonsumsi produk perusahaan. *Goodwill* dan kerjasama dapat terwujud karena ada inisiatif yang dilakukan secara berulang-ulang oleh public relations perusahaan untuk menanamkan saling pengertian dan kepercayaan kepada publiknya. Kemudian diikuti tindakan nyata perusahaan untuk komitmen mewujudkan kepentingan publik (Rachmat Kriyantono, 2008: 17).

4.2 Fungsi Public Relations

Public Relation dikatakan berfungsi apabila dia mampu melakukan tugas dan kewajibannya dengan baik, berguna atau tidak dalam menunjang tujuan perusahaan dan menjamin kepentingan publik.

Sedangkan menurut Cutlip & Center menyebutkan fungsi public relations sebagai berikut:

- a) Menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi
- b) Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada perusahaan.

- c) Melayani publik dan memberikan nasihat kepada pimpinan perusahaan untuk kepentingan umum.
- d) Membina hubungan secara harmonis antara perusahaan dengan publik, baik internal maupun eksternal.

Disamping itu fungsi PR juga bisa ditetapkan dalam rangka menunjang suatu bauran pemasaran (*marketing mix*), dimana kegiatan-kegiatan periklanan merupakan salah satu unsurnya. Bauran pemasaran meliputi segenap elemen dari strategi pemasaran, antara lain; pemilihan nama produk, metode dan gaya pengemasan, riset pasar, penentuan harga, penjualan, distribusi serta penyediaan jasa purna jual. Seluruh elemen tersebut membutuhkan komunikasi dan niat baik (*goodwill*). Arti penting dari PR itu sendiri terletak pada kemampuannya dalam mendidik pasar (*market education*) yakni menjadikan khalayak mengetahui keberadaan serta kegunaan produk-produk dari perusahaan yang bersangkutan, dan hal ini ditantukan oleh upaya-upaya periklanan yang dijalankan oleh perusahaan.

4.3. Proses Public Relations

Proses public relations dirumuskan oleh Cutlip & Center dan Lesly (dalam Rhenald Kesali, 1994:82-84), proses public relations mencakup; pendefinisian permasalahan, perencanaan program, aksi dan komunikasi, dan evaluasi program.

4.4. Community Relations

Komunitas merupakan istilah yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari pada berbagai kalangan. Stewart E.Perry (2001) dalam *CED Definitions and Terminology* memandang ada dua makna komunitas. Pertama, komunitas sebagai kategori yang mengacu pada orang yang saling berhubungan berdasarkan nilai-nilai dan kepentingan bersama yang khusus, seperti para penyandang cacat, jamaah masjid, atau kelompok imigran. Kedua, secara khusus

menunjuk kepada satu kategori manusia yang berhubungan satu sama lain karena didasarkan pada lokalitas tertentu yang sama yang karena kesamaan lokalitas itu secara tak langsung membuat mereka mengacu pada kepentingan dan nilai-nilai yang sama. Hubungan organisasi dengan komunitas bukan sekedar soal bertetangga belaka. Karena itu, hubungan organisasi dengan komunitas lebih tepat dipandang sebagai wujud tanggung jawab sosial organisasi.

Program-program *community relations* perusahaan difokuskan untuk menanamkan kebanggaan karyawan, membangun kepercayaan publik, menumbuh-kembangkan pendidikan, memberi respons terhadap kebutuhan komunitas dan meningkatkan citra perusahaan.

Semua dalam program *community relations* dilakukan dengan didasarkan pada nilai nilai dasar perusahaan yakni menghormati individu, integritas yang utuh, keterpercayaan, kredibilitas dan perbaikan berkelanjutan, pembaharuan pribadi, serta pengakuan dan nama baik. Dalam membangun hubungan yang baik dengan komunitas, organisasi bisnis lebih memosisikan dirinya sebagai lembaga sosial atau menjalankan fungsi dan peran sosialnya.

Restoran Mie Ayam Jamur selalu memperhatikan hal tersebut. Dimana ini merupakan salah satu publik yang dihadapi dan *community relations* merupakan salah satu usaha penting bagi Public Relations dalam menjalin hubungan dengan komunitasnya. Hubungan dengan komunitas merupakan usaha titip diri kepada lingkungan, kepada penduduk sekitar agar tidak mengganggu dan dapat mempertahankan citra Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S di mata publik.

Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S, selalu ikut andil dalam berbagai kegiatan kegiatan komunitas. Terdapat juga berbagai program yang dilaksanakan oleh Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S, diantaranya program berbagi nasi kotak yang dibagikan kepada orang orang yang membutuhkan.

Salah satu bentuk kegiatan Public Relations Restoran Mie Ayam Jamur H Mahmud Special dalam menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal adalah melalui program *Community Relations*. Program ini dipimpin oleh seorang *Chief Corporate Relation*. Adapun program tersebut meliputi mengundang beberapa komunitas pengusaha ataupun rekan rekan bisnis. *Corporate Relation* Restoran Mie Ayam Jamur H Mahmud juga sering mengadakan seminar-seminar yang dilangsungkan di VIP Room restoran Mie Ayam Haji Mahmud dimana mengadakan seminar tentang sosialisasi membentuk sumber daya manusia dan ataupun juga ikut berpartisipasi dan sekaligus bersosialisasi secara langsung dengan komunitas yang membuat acara di restoran Mie ayam Jamur H Mahmud.

Selain menjalankan internal dan eksternal relations, Public Relations dituntut untuk selalu bisa mengatasi setiap permasalahan yang dihadapi perusahaan. Pihak restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud S, selalu merespon dengan cepat terkait kritikan yang diberikan oleh konsumen guna untuk melakukan perbaikan untuk yang akan datang. Hal ini dilakukan untuk menjadikan konsumen dapat nyaman ketika berkunjung kembali.

Disamping itu, Public Relation Restoran Mie Ayam H Mahmud S, juga menyebarkan brosur-brosur dan juga voucher promo yang dapat digunakan oleh konsumen. Hal ini dilakukan untuk memperkenalkan secara lebih kepada masyarakat. Tidak hanya itu, membina hubungan yang baik dengan karyawan tetap diterapkan dan juga memperhatikannya dalam informasi tentang karyawan ini misalnya mencangkup motivasi kerja, produktivitas kerja, keluhan-keluhan, ~~dan~~ saran karyawan, dan sebagainya.

Restoran Mie Ayam Jamur H Mahmud S, secara geografis terletak di Jalan Abdullah Lubis Jl. Abdullah Lubis no 57/71, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, dimana dikawasan ini mayoritas masyarakatnya bekerja di sector karyawan, pengusaha, PNS, dengan klasifikasi

tingkat menengah. Namun dengan konsep Restoran tersebut membuat berbagai kalangan dapat dengan nyaman ketika berkunjung, baik keluarga, rekan kerja, ataupun ketika ingin melakukan percakapan seputar bisnis. Oleh karena ini, banyak kerja sama yang terjalin oleh berbagai komunitas-komunitas, pengusaha, perkumpulan arisan, dan lain sebagainya.

Perusahaan yang tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya akan mengalami resistensi dari masyarakat sekitar perusahaan. Tentunya gejala demikian apabila tidak diperhatikan dengan seksama akan menghambat kemajuan perusahaan. Oleh karena itu Restoran Mie Ayam jamur Special H Mahmud S memasukkan program *community relations* dalam kegiatan usahanya untuk memperkuat keberlanjutan perusahaan dan untuk membina hubungan positif dengan masyarakat sekitar perusahaan. Sehingga citra positif perusahaan pun dapat tercipta di mata khalayak.

Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S memiliki komitmen untuk turut serta dalam membangun masyarakat Indonesia sebagai wujud dari rasa tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat karena itulah Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S memiliki program untuk mendukung dan mengkoordinasi kegiatan komunikasi perusahaan dengan semua *stakeholders*. Program ini kemudian diwujudkan melalui pemberian bantuan kepada masyarakat khususnya masyarakat sekitar. Dan usaha-usaha untuk membangun masyarakat telah diformulasikan dengan membentuk departemen *corporate relations* yang memiliki tanggung jawab untuk membina hubungan baik dengan masyarakat setempat, pemerintah, dan pihak terkait lainnya. Selain itu, public relations juga memiliki tanggung jawab untuk membentuk citra positif perusahaan di mata masyarakat.

Menurut Prof. Dr. Santoso S. Hamidjojo, M.Sc dan A. Iskandar dalam penerbitan khusus Departemen Pendidikan dan Kebudayaan yang berjudul Beberapa Catatan Tentang Partisipasi

Masyarakat (Onong Uchjana, 1992:152), jenis-jenis partisipasi suatu perusahaan terhadap komunitas di sekitarnya terbagi dalam:

1. Partisipasi buah pikiran, yang memberikan partisipasi dalam berbagai kegiatan untuk perbaikan atau pembangunan.
2. Partisipasi tenaga, yang diberikan dalam berbagai kegiatan untuk perbaikan atau pembangunan desa, pertolongan bagi orang lain, dsb.
3. Partisipasi harta benda, yang diberikan orang untuk perbaikan dan pembangunan desa, dsb.
4. Partisipasi ketrampilan dan kemahiran yang diberikan orang untuk mendorong anekaragam bentuk usaha dan industri.
5. Partisipasi sosial, yang diberikan kepada orang sebagai tanda keguyuban, misalnya arisan, koperasi, dsb.

Adapun partisipasi yang telah dilakukan Restoran Mie Ayam Jamur H, Mahmud S melalui kegiatan *community relations* yang dijalankan oleh Humas atau Public Relations Restoran Mie Ayam Jamur H, Mahmud S selama penulis melakukan kuliah kerja lapangan, telah mencakup tiga partisipasi dan ada dua partisipasi yang belum terpenuhi yaitu poin nomor 3, partisipasi tersebut diwujudkan dalam:

1. Partisipasi buah pikiran, yaitu melalui membuat kegiatan seminar yang bersifat terbuka untuk berbagai kalangan. Seminar tersebut betemakan bagaimana tips dan trik bagaimana para sumber daya manusia dapat menjadi yang lebih baik dalam mencari pekerjaan. Dalam seminar ini banyak hal hal yang di ajarkan oleh narasumber bagaimana hal hal yang di persiapkan ketika melamar pekerjaan, dan membuat program program yang

dimana program yang direncanakan tersebut dapat berjalan dengan baik dan bermanfaat bagi masyarakat.

2. Partisipasi tenaga, memberikan bantuan kepada para komunitas dalam hal tempat berkumpul, misalnya room vip Restoran Mie Ayam Jamur H Mahmud S.
3. Partisipasi harta benda, selama penulis melakukan kuliah kerja lapangan di Restoran Mie Ayam Jamur Special H, Mahmud S, belum ada partisipasi harta benda yang dilakukan.
4. Partisipasi ketrampilan dan kemahiran, kerap membuka workshop-workshop ataupun seminar yang mengajarkan skill-skill yang dibutuhkan SDM.
5. Partisipasi sosial, yaitu berwujud pemberian nasi kotak dengan rumah tahfidz al-quran.

Berdasarkan hal tersebut, yang telah penulis peroleh maka antara Restoran Mie Ayam Jamur H, Mahmud S dengan komunitas dan juga masyarakat sekitar telah terjadi hubungan simbiosis mutualisme yaitu hubungan yang saling menguntungkan kedua belah pihak sehingga keduanya akan saling membutuhkan. Bila perusahaan sudah mendapatkan simpati dari publiknya, hubungan yang terjalin akan lebih harmonis dengan komunitasnya sehingga dapat menciptakan *sense of belonging* dalam diri masyarakat yang kemudian akan menimbulkan rasa kepercayaan mereka pada perusahaan dan mereka mempunyai citra positif terhadap perusahaan..

Berdasarkan data-data yang telah disebutkan diatas, kegiatan *community relations* yang dilakukan Public Relations Restoran Mie Ayam Jamur Special H Mahmud S, menunjukkan bahwa Public Relations ini telah melakukan fungsinya sebagai Humas dengan baik, hal ini karena kegiatan *community relations* tersebut dapat:

1. Menunjukkan kegiatan tertentu, yaitu kegiatan *community relations* yang ditujukan untuk masyarakat di daerah Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S itu berdiri.

2. Kegiatan tersebut jelas, yakni kegiatan *community relations* baik yang menjadi agenda tahunan Public Relations maupun kegiatan yang sifatnya insidental.
3. Berbeda jenis kegiatannya dengan pihak lain, kegiatan *community relations* sangat berbeda dengan kegiatan pihak lain karena kegiatan ini terjadwal terstruktur.
4. Ada kepentingan tertentu dan terarah, yaitu sebagai salah satu usaha *public relation* untuk membentuk citra positif Restoran Mie Ayam Jamur H Mahmud S di mata khalayak atau masyarakat dan juga sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat disekitarnya.

Hal ini sesuai dengan apa yang dijelaskan Allon C. Falley dan Ralph Curriem Davis dalam bukunya "*Principle Of Management*", berfungsi tidaknya PR dalam sebuah perusahaan dapat dilihat apabila kegiatan PR itu dapat (Onong, Uchjana, 1995:33):

1. Menunjukkan kegiatan tertentu (action)
2. Kegiatan tersebut jelas (activities)
3. Berbeda jenis kegiatannya dengan pihak lain (difference)
4. Ada kepentingan tertentu dan terarah (important things)

Dari penjelasan tersebut dapat dilihat bahwa hubungan dengan komunitas berorientasi pada kegiatan (*action oriented*), yakni kegiatan yang dilakukan oleh lembaga, dalam hal ini Humas atau Public Relations sebagai pelaksananya, yang bersifat partisipatif. Dengan partisipatif itu maka keuntungan bukan hanya pada organisasi atau lembaga saja, melainkan juga pada lingkungan sekitarnya. Kegiatan yang dilakukan tidak sembarangan tetapi dengan perencanaan yang matang, dan pelaksanaan rencana tersebut dilakukan secara aktif dan sinambung.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Melalui kegiatan KKL di Restoran Mie Ayam Jamur Special H, Mahmud S ini penulis mendapatkan tambahan pengetahuan dan wawasan yang berkaitan tentang bagaimana “Penerapan Community Relation di bidang kuliner” . Penerapan Program-program *community relations* Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S untuk menanamkan kebanggaan karyawan, membangun kepercayaan publik, menumbuh-kembangkan pendidikan, memberi respons terhadap kebutuhan komunitas dan meningkatkan citra perusahaan. Salah satu bentuk kegiatan *Corporate Relations* Restoran Mie Ayam Jamur H Mahmud Special dalam menjalin hubungan baik dengan pihak eksternal adalah melalui program *Community Relations*. Program ini dipimpin oleh seorang Chief Corporate Relation.

5.2. Saran-Saran

5.2.1 Saran Untuk Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S,

1. Perlunya peningkatan kesadaran setiap divisi terhadap pentingnya menjaga *community relation* , bisa melalui setiap team leader ataupun melakukan *briefing* , sehingga semua karyawan mendapatkan pemahaman yang semakin jelas.
2. Citra positif yang sudah terbentuk dikalangan masyarakat ataupun komunitas yang ada di Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S, harus dipertahankan, karena perusahaan membutuhkan dukungan masyarakat terhadap kelangsungan hidup operasional perusahaan.
3. Komunikasi secara intensif dengan komunitas dan tokoh masyarakat setempat tetap dipertahankan untuk mengetahui gambaran nyata tentang kehidupan konsumen atau masyarakat, aspirasi maupun keluhan-keluhan konsumen yang berkunjung sehingga kegiatan operasional perusahaan selalu tetap mendapatkan dukungan dari pihak pihak luar.

5.2.2. Saran Untuk Universitas Medan Area Program Studi Ilmu Komunikasi

1. Dalam situasi kota medan yang masih bersatus zona merah dikala pandemic covid-19, hendaknya kuliah kerja lapangan wajib diperhatikan protocol kesehatan dan efek terburuk yang akan menimpa mahasiswa ketika melakukan kuliah kerja lapangan
2. Tidak terjadinya hal hal yang bersifat dadakan seperti pelaksanaan kuliah kerja lapangan yang memang terburu-buru.

DAFTAR PUSTAKA

Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana

Prenada Media Group.

Effendy, Onong Uchjana. 1989. *Kamus Komunikasi*. Bandung : CV Mandar Maju.

Kriyantono, Rachmat. 2008. *PR Writing: Media Public Relations Membangun Citra Korporat*. Jakarta : Kencana.

Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*.

Bandung: Remaja Rosdakarya.

Internet

<http://www.definisi-pengertian.com/2015/07/pengertian-community-relations-komunitas.html>

<https://seoanaksholeh.com/marketing/public-relation>

<https://ruangdosen.wordpress.com/2009/01/15/peran-pr-dalam-membangun-citra-perusahaan-melalui-program-csr/>

<http://hajimahmud.id/>

LAMPIRAN : DOKUMENTASI KEGIATAN KKL



(Bimbingan bersama Chief Corporate Relation Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S.).

MIE AYAM JAMUR SPESIAL HAJI MAHMUD

MIE AYAM JAMUR SPESIAL
 Rp 23.636
 Jumbo Rp 36.364

Mie Aj. Spesial SPESIAL

Mie PA Rp. 20.900	Mie Ayam Bakso Rp. 24.636
Mie Ayam Rp. 16.364	Mie Ayam Mercon Rp. 22.511

ORIENTAL

Rendang Kambing Rp. 30.000	Kagor/RO Seafood Rp. 26.364
Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000
Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000

SNACK

TAMU BALK	Rp 19.091
KENTANG GORENG	Rp 16.363
PISGOR TEMPURA	Rp 16.363
PISCOK KEJU	Rp 16.363

TOPING

BAKSO AYAM/BTR	Rp 3.636
BAKSO KECIL/BTR	Rp 3.636
BAKSO BESAR/BTR	Rp 4.182
BAKSO MERCON/BTR	Rp 4.182
TAHU BAKSO/BTR	Rp 4.548
KERUPUK AJ (ISI 5)	Rp 10.909
KERUPUK PA (ISI 5)	Rp 16.364

NUSANTARA - AYAM

Mie Ayam Petai Rp. 20.900	Mie Ayam Petai Rp. 20.900	Mie Ayam Petai Rp. 20.900
Mie Ayam Petai Rp. 20.900	Mie Ayam Petai Rp. 20.900	Mie Ayam Petai Rp. 20.900
Mie Ayam Petai Rp. 20.900	Mie Ayam Petai Rp. 20.900	Mie Ayam Petai Rp. 20.900

SEAFOOD

Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000
Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000
Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000	Beef Rendang Rp. 28.000

SAYURAN

TOMYAM SEAFOOD	Rp 24.364
CAFCAT SEAFOOD	Rp 20.909
SAPO TAHU AYAM BROKOLI	Rp 20.909
TUMIS BROKOLI	Rp 16.364
TUMIS KANGKUNG	Rp 14.548
TUMIS TAUGE	Rp 14.548

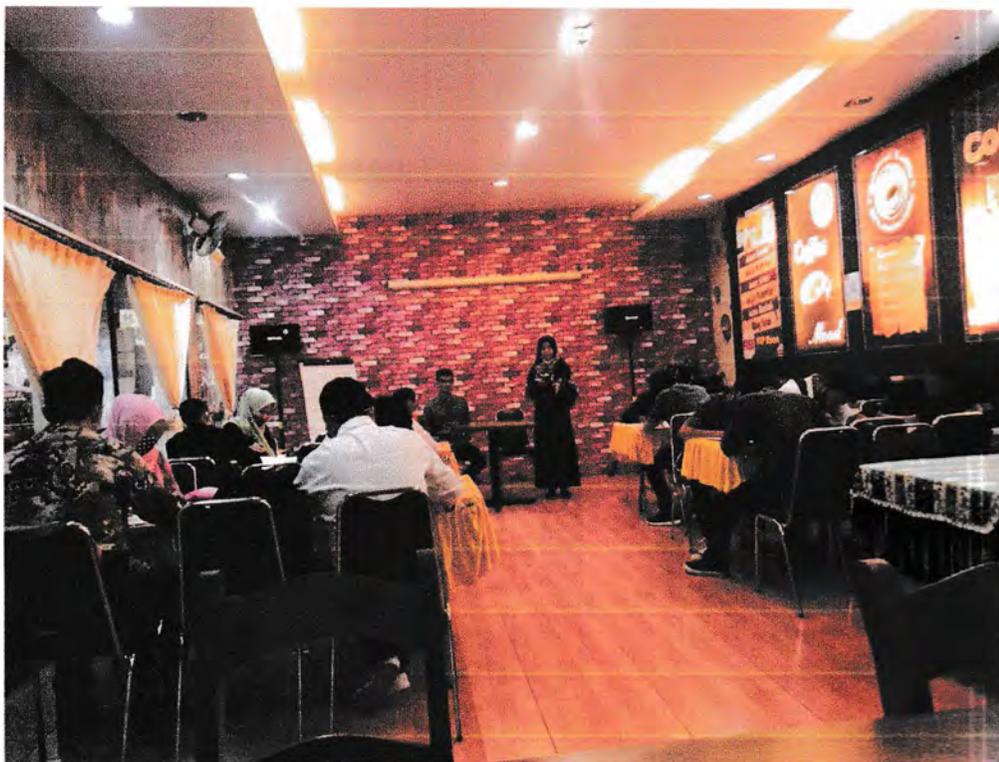
*Harga belum termasuk PBI 10%



(voucher makan Restoran Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S)



(melakukan sosialisasi penggunaan aplikasi secara langsung kepada ibu ibu arisan diruang VIP Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S)



(melakukan pengawasan calon karyawan baru Mie Ayam Jamur Special H. Mahmud S saat melakukan interview tahap screening)



(melakukan brifieng sebelum melakukan pembuatan video iklan aplikasi Mie Ayam Jamur H. Mahmud S)



(pembagian masker gratis dan juga pembagian voucher gratis kepada pengguna jalan)



(kunjungan ke rumah tahfidz al-quran sekaligus membagikan nasi kotak)



(kegiatan membagikan voucher dicabang j-city medan)



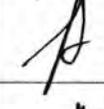
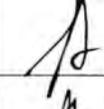
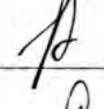
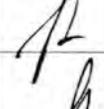
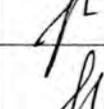
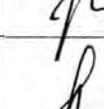
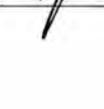
(kunjungan dosen pembimbing kuliah kerja lapangan ke tempat pelaksanaan kkl)



(foto bersama dihari terakhir pelaksanaan kkl bersama pembimbimng kkl dan juga manager)

Nama : Akbar Atthariq
 NPM : 178530026
 Lokasi KKL : Restoran Mie Ayam Spesial Haji Mahmud

No.	Tanggal	Kegiatan	Paraf Pembina KKL
1	14 Juli 2020	- Membagikan masker gratis ke pengguna jalan serta membagikan voucher	
2	15 Juli 2020	- melaksanakan pengajian rutin di vip room mie ayam mahmud - melanjutkan makan dan sharing session	
3	17 Juli 2020	- melakukan survey untuk melihat pelanggan yg datang ke restoran berdasarkan usia, jenis kelamin, profesi	
4	18 Juli 2020	- membagikan brosur kepada customer - melakukan survey di lokasi cabang	
5	20 Juli 2020	- melakukan pengawasan saat pelaksanaan interview calon karyawan. - mensosialisasikan & mendemonstrasikan aplikasi	
6	21 Juli 2020	- melakukan pengawasan saat pelaksanaan interview calon karyawan	
7	22 Juli 2020	- melaksanakan pengawasan saat pelaksanaan interview calon karyawan - mensosialisasikan aplikasi	
8	24 Juli 2020	- membagikan nasi, kopok ke Rumah Tahfidz AL-Guram - melakukan take video dokumentasi	
9	25 Juli 2020	- melakukan diskusi untuk membuat fitur line untuk kegiatan sharing session	
10	26 Juli 2020	- melaksanakan kegiatan sharing session di ruang vip	
11	27 Juli 2020	- membagikan voucher di cabang Jcity - melakukan sharing bersama pembimbing	
12	28 Juli 2020	- melakukan makan pagi bersama dgn karyawan restoran mie ayam Jemput H. Mahmud	
13	29 Juli 2020	- membagikan voucher kepada customer - melakukan edit video	
14	30 Juli 2020	- libur hari raya Idul Adha	

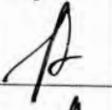
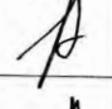
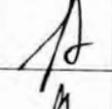
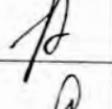
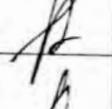
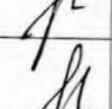
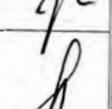
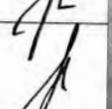
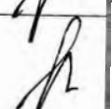
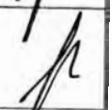
15	31 Juli 2020	- Libur hari raya Idul Adha	
16	1 Agustus 2020	- Libur hari raya Idul Adha	
17	2 Agustus 2020	- Libur hari raya Idul Adha	
18	3 Agustus 2020	- Kunjungan KKL oleh dosen pembimbing ke tempat pelaksanaan KKL	
19	4 Agustus 2020	- membahas tentang pembuatan laporan bersama pembimbing KKL - melakukan pembagian voucher	
20	5 Agustus 2020	- Diskusi pembuatan story line dan pembuatan video iklan aplikasi - melakukan survey lokasi shooting	
21	6 Agustus 2020	- melakukan shooting pembuatan video iklan aplikasi di taman beringin	
22	7 Agustus 2020	- melakukan diskusi terkait kegiatan pembagian voucher, dan aplikasi	
23	8 Agustus 2020	- membagikan voucher di halaman masjid Al-Jihad	
24	9 Agustus 2020	- membagikan voucher di masjid al-jihad kepada para peserta kegiatan.	
25	10 Agustus 2020	- Jadwal OFF	
26	11 Agustus 2020	- melakukan strategi pemasaran berupa diskusi bersama corporate relation	
27	12 Agustus 2020	- mempersiapkan laporan dan penutupan kuliah kerja lapangan.	

Medan, 12 Agustus 2020

Mengetahui,

Pembina KKL


M. Andica Siagian
Putra Andica Siagian

15	31 Juli 2020	- Libur hari raya Idul Adha	
16	1 Agustus 2020	- Libur hari raya Idul Adha	
17	2 Agustus 2020	- Libur hari raya Idul Adha	
18	3 Agustus 2020	- Kunjungan KKL oleh dosen pembimbing ke tempat pelaksanaan KKL	
19	4 Agustus 2020	- membahas tentang pembuatan laporan bersama pembimbing KKL - melakukan pembagian voucher	
20	5 Agustus 2020	- Diskusi pembuatan story line dan pembuatan video iklan aplikasi - melakukan survey lokasi shooting	
21	6 Agustus 2020	- melakukan shooting pembuatan video iklan aplikasi di taman beringin	
22	7 Agustus 2020	- melakukan diskusi terkait kegiatan pembagian voucher, dan aplikasi	
23	8 Agustus 2020	- membagikan voucher di halaman masjid Al-Jihad	
24	9 Agustus 2020	- membagikan voucher di masjid al-jihad kepada para peserta kegiatan	
25	10 Agustus 2020	- Jadwal OFF	
26	11 Agustus 2020	- melakukan strategi pemasaran berupa diskusi bersama corporate renter	
27	12 Agustus 2020	- mempersiapkan laporan dan penutupan kuliah kerja lapangan.	

Medan, 12 Agustus 2020

Mengetahui,

Pembina KKL


M. Nurhan
MISYAMUDIN
Putra Andica Siagian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 ☎ (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setrabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 438/FIS.0/01.3/VII/2020

09 Juli 2020

Lamp. : -

Hal : Izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL)

Yth.

Pimpinan Mie Ayam Jamur Spesial Haji Mahmud

Jl. Abdullah Lubis No.57/71 Medan, Sumatera Utara 20154

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan bapak/ibu kiranya dapat memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa/i kami dengan data sebagai berikut :

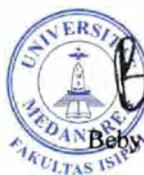
NO	NAMA MAHASISWA	NPM
1	Hadynda Wahyusuci	178530018
2	Akbar Atthariq	178530026
3	Sarah Rafina	178530042

Untuk memberi izin Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di **Mie Ayam Jamur Spesial Haji Mahmud**. Kuliah Kerja Lapangan (KKL) dimaksud guna menambah pengetahuan dan wawasan mahasiswa/i, dan KKL dilaksanakan pada tanggal 13 Juli s/d 12 Agustus 2020.

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam Kuliah Kerja Lapangan (KKL) serta menerbitkan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan KKL pada instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

A.n Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Beban
Beban Masitho Batubara, S.Sos, M.AP

Cc.File



MIE AYAM JAMUR H. MAHMUD S

JL. ABDULLAH LUBIS NO .57/71 MEDAN Telp. (061) 4529 491 ,
CABANG :- CAREFOUR PLAZA MEDAN FAIR LT.1 , - CAREFOUR CITRA
GARDEN PADANG BULAN ,
- AMALIUN FOOD COURT MEDAN , - THAMRIN PLAZA D'LOFT

Nomor : 091/SK/HRD/0341
Perihal : SURAT KETERANGAN BALASAN

Dibawah ini kami Mengizinkan Nama nama yang dicantumkan berikut untuk melakukan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Mie Ayam Jamur H. Mahmud S.jl. Abdullah lubis no 57/71 Medan pada tanggal 13 Juli s/d 12 Agustus 2020:

NO	NAMA MAHASISWA	NPM
1	Hadynda Wahyusuci	178530018
2	Akbar Atthariq	178530026
3	Sarah Rafina	178530042

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dapat di pergunakan dengan sebaik mungkin.

Medan , 29 Agustus 2020
Mie ayam Jamur H. Mahmud S

SIN E 1988

H. MAHMUD S.
Putra Andica Siagian
Corporate Relation



MIE AYAM JAMUR H. MAHMUD S

JL. ABDULLAH LUBIS NO .57/71 MEDAN TELP. (061) 4529 490 .

**CABANG : - CAREFOUR PLAZA MEDAN FAIR LT.1 , - CAREFOUR CTTRA
GARDEN PADANG BULAN ,
- AMALIUN FOOD COURT MEDAN , - THAMRIN PLAZA D'LOFT**

Nomor : 090/SK/HRD/0340
Perihal : SURAT KETERANGAN

Dibawah ini kami Menerangkan bahwa Nama nama yang dicantumkan berikut telah menyelesaikan dan melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Mie Ayam Jamur H. Mahmud S jl. Abdullah lubis no 57/71 Medan pada tanggal 13 Juli s/d 12 Agustus 2020:

NO	NAMA MAHASISWA	NPM
1	Hadynda Wahyusuci	178530018
2	Akbar Atthariq	178530026
3	Sarah Rafina	178530042

Demikianlah surat keterangan ini dibuat untuk dapat di penggunaan dengan sebaik mungkin.

Medan , 12 Agustus 2020
Mie ayam Jamur H. Mahmud S

SIN'E 1988

H. MAHMUD S[®]
Putra Andica Siagian
Corporate Relation



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan PBSI Nomor 1 ☎ (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax. (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: univ_medanarea@uma.ac.id

DAFTAR NILAI KKL

Telah dilaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area .

Nama : Akbar Atthariq
NIM : 178530026
Tanggal : 13 Juli 2020 s/d 12 Agustus 2020
Lokasi KKL : Restoran Mie Ayam Jamur Spesial Haji Mahmud
Jl. Abdullah Lubis no 57/71 Medan, Sumatera Utara, 20154
Bidang : Marketing Communication dan Corporate Social Responsibility

Materi penilaian meliputi:

NO	JENIS KEGIATAN	NILAI
1	Disiplin	90
2	Kerjasama	95
3	Inisiatif	97
4	Sikap Kerja	92
5	Etika Berkomunikasi	96
	Jumlah	470
	Nilai rata-rata	94

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Ilma Saakinah Tamsil M.Comm

Medan, 12 Agustus 2020

Pembimbing Lapangan KKL

Putra Andica Siagian