BAB II

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktivitas Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT Mitragama Swara Oz Radio Bandung selama 39 hari dimulai dari tanggal 10 Juli 2012 hingga 17 Agustus 2012. Pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) penulis ditempatkan di divisi *Off Air* dan *Public Relations*. Selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan penulis sering dilibatkan dalam berbagai kegiatan seperti membantu pelaksanaan acara OZ Radio Bandung dalam berbagai *event*. Kegiatan-kegiatan tersebut terbagi atas kegiatan yang bersifat rutin dan insidentil.

Kegiatan rutin merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh penulis selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Oz Radio Bandung, sedangkan insidentil merupakan kegiatan yang sifatnya kadang-kadang atau sewaktu-waktu dilakukan oleh penulis selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Oz Radio Bandung.

Adapun kegiatan-kegiatan yang penulis lakukan selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di Oz Radio Bandung adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

No	Hari, Tanggal	Waktu (WIB)	Kegiatan	Keterangan	
				Rutin	Insidentil
1	Selasa, 10 Juli 2012	09.00–17.00	• Pengenalan dan pengarahan oleh *Off Air* Manager mengenai *job description* divisi *off air* dan *Public Relations.* • Membuat surat perizinan kepada orang tua dan kepala sekolah finalis Cornetto Battle of The Bands.		✓ ✓
2	Rabu, 11 Juli 2012	09.00–17.00	• *Technical meeting* mengenai Acara Cornetto Summer Ice Cream Festival bersama *crew* Oz Radio Bandung. • *Technical meeting* bersama perwakilan finalis finalis Cornetto Battle of The Bands.		✓ ✓
3	Kamis, 12 Juli 2012	09.00-17.00	*Briefing* dan pembagian job des untuk acara Cornetto Summer Ice Cream Festival		✓
4	Jumat, 13 Juli 2012	06.00-17.00	• Menjadi LO band SMAN 10 Bandung untuk acara Cornetto Summer Festival di Jakarta • Mengatur jadwal *check sound*		✓ ✓

			dan mengatur penginapan hotel di Jakarta.		
5	Sabtu, 14 Juli 2012	08.00-23.00	• Membantu persiapan konferensi *pers* acara Cornetto Summer Fest di Senayan Jakarta. • Menjadi LO band SMAN 10 Bandung dan membantu pelaksanaan kegiatan acara Cornetto Summer Festival.		✓ ✓
6	Senin, 16 Juli 2012	09.00-17.00	Perijinan dan survei tempat untuk acara NGORBIT ke Superindo Ujungberung.		✓
7	Selasa, 17 Juli 2012	09.00-17.00	• Rapat internal bersama *crew* Oz Radio Bandung mengenai acara spesial bulan Ramadhan • Perijinan dan survei tempat untuk acara NGORBIT ke Taman Cibeunying		✓ ✓
8	Rabu, 18 Juli 2012	09.00-17.00	• Membuat Absensi bulan Agustus untuk para karyawan. • Mengambil uang di ATM BCA dengan staff divisi keuangan.		✓ ✓
9	Kamis, 19 Juli 2012	09.00-17.00	• Menerima tamu • Mengantarkan surat		✓ ✓
10	Jumat, 20 Juli 2012	09.00-16.00	Membuat proposal acara *grand launching* "Indomaret Point"		✓

11	Senin, 23 Juli 2012	10.00-16.00	• *Technical meeting* bersama *crew* Oz mengenai acara NGORBIT • Membuat konsep permainan (*game*) untuk acara NGORBIT.		✓ ✓
12	Selasa, 24 Juli 2012	10.00-16.00	• *Sending email* • Rapat susunan acara NGORBIT		✓ ✓
13	Rabu, 25 Juli 2012	10.00-16.00	• Membuat *rundown* acara NGORBIT • *Sending email*		✓ ✓
14	Kamis, 26 Juli 2012	10.00-19.00	*Branding* pada acara Sore Santai di Dago Oz Area	✓	
15	Jumat, 27 Juli 2012	10.00-18.30	Membantu pelaksanaan acara Circle K *Stiker Hunt* di Circle K Pasir Kaliki		✓
16	Minggu, 29 Juli 2012	16.00-19.00 00.00-05.00	• Membantu pelaksanaan *grand final* Circle K Sticker Hunt di Circle K jalan Aceh. • *Branding* pada acara SAOZ di Pasar Simpang Dago	✓	✓
17	Senin, 30 Juli 2012	10.00-19.00	Membantu pelaksanaan acara *L.A Lights* NGORBIT di Superindo Ujungberung.	✓	
18	Selasa, 31 Juli 2012	10.00-16.00	Menempelkan informasi mengenai jadwal acara buka bersama karyawan Oz Bandung dan anak yatim di setiap ruangan kantor Oz		✓

			Radio.		
19	Rabu, 1 Agustus 2012	10.00-19.00	Membantu pelaksanaan acara *L.A Lights* NGORBIT di Cimahi Mall	✓	
20	Kamis, 2 Agustus 2012	10.00-19.00	*Branding* pada acara Sore Santai di jalan Perintis Kemerdekaan.	✓	
21	Jumat, 3 Agustus 2012	10.00-19.00	Membantu pelaksanaan acara *L.A Lights* NGORBIT di Festival Citylink	✓	
22	Minggu, 5 Agustus 2012	00.00-05.00	*Branding* pada acara SAOZ di Dago Oz Area.	✓	
23	Senin, 6 Agustus 2012	10.00-18.00	Menyebarkan brosur Berburu Pahala Simpati di sekitaran jalan Dipatiukur dan jalan Ir.H.Djuanda		✓
24	Selasa, 7 Agustus 2012	10.00-19.00	Membantu pelaksanaan acara *L.A Lights* NGORBIT di IKOPIN Jatinangor	✓	
24	Rabu, 8 Agustus 2012	10.00-18.00	Menyebarkan brosur Berburu Pahala Simpati di sekitaran jalan Trunojoyo dan jalan Supratman		✓
26	Kamis, 9 Agustus 2012	10.00-19.00	• Menyortir kartu ucapan lebaran untuk *client*. • *Branding* pada acara Sore Santai di Dago Oz Area	✓	✓
27	Jumat, 10 Agustus		Membantu pelaksanaan acara *L.A Lights* NGORBIT di Miko Mall	✓	

	2012	10.00-19.00	Kopo		
28	Sabtu, 11 Agustus 2012	00.00-05.00	*Branding* pada acara SAOZ di Dago Oz Area	✓	
29	Minggu, 12 Agustus 2012	00.00-05.00	*Branding* pada acara SAOZ di Dago Oz Area	✓	
30	Jumat, 17 Agustus 2012	11.00-18.00	Membantu pelaksanaan acara Oz Berbagi yaitu pembagian sembako ke panti asuhan dan mesjid seputaran Bandung Tengah.		✓

Sumber : Arsip Penulis 2012

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Selama kegiatan Praktek Kerja Lapangan penulis melakukan berbagai kegiatan yang dibagi menjadi kegiatan rutin dan kegiatan isidental, diantaranya :

2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

Adapun kegiatan rutin yang dilakukan penulis selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan adalah melakukan *branding* dan *event organizer* yaitu membantu pelaksanaan pada kegiatan-kegiatan acara spesial bulan suci Ramadhan yang dilakukan di luar kantor diantaranya yaitu:

1. Membantu pelaksanaan acara dan melakukan *branding* pada acara Sore Santai. Dimana penulis melakukan kegiatan mulai dari ikut serta *setting* perlengkapan, pemasangan *banner* Oz Radio Bandung, menyiapkan segala kebutuhan acara, serta menyiapkan konsumsi untuk *crew* Oz Radio Bandung.

Format acara Sore Santai ini yaitu siaran *on-air* diluar studio dengan mnggunakan OB Van Oz Cruiser ke tempat-tempat yang ramai dilewati oleh masyarakat diantaranya yaitu jalan Ir.H.Djuanda (Dago) dan dijalan Perintis Kemerdekaan yaitu di lingkar Piade seputaran stasiun Bandung. Pemilihan tempat yang stategis ini bertujuan agar dapat mencakup khalayak yang luas. Kegiatan ini merupakan bentuk kerjasama antara PR dengan divisi *on air* dan OB Van yang bertujuan untuk menjaga serta menumbuhkan citra positif dari masyarakat terhadap Oz Radio Bandung. Karena Oz Radio Bandung mampu memberi warna yang berbeda dengan hadir secara *live on air* ditengah lingkungan masyarakat. Hal ini kemudian akan menarik perhatian dan akan membentuk suatu opini dari masyarakat sehingga akan membangun dan menumbuhkan kepercayaan dari masyarakat. Selain itu, kegiatan ini merupakan salah satu strategi PR dalam upaya mempertahankan merk *(maintaning brands)* dimana sebenarnya Oz Radio ini merupakan salah satu radio yang sudah populer dan cukup diminati oleh masyarakat kota Bandung. Maka dengan kegiatan ini eksistensi Oz Radio di akan tetap melekat dimasyarakat.

Gambar 2.1

Acara Sore Santai dijalan Ir.H.Djuanda (Dago)



Sumber : Arsip Penulis 2012

2. Membantu pelaksanaan acara dan melakukan *branding* pada acara Sahur bareng OZ (SAOZ) yang dilakukan setiap hari minggu dini hari pukul 02.00 hingga pukul 05.00. Dimana penulis melakukan kegiatan mulai dari *setting* perlengkapan, pemasangan *banner* Oz Radio Bandung, menyiapkan segala kebutuhan acara serta mengurus konsumsi untuk sahur para *crew* Oz Radio Bandung.

   Format acara SAOZ ini yaitu siaran *on air* diluar studio menggunakan OB Van Oz Cruiser ditempat-tempat tertentu yang biasanya ramai dilewati masyarakat yaitu dijalan Ir.H.Djuanda tepatnya dijalan Simpang Dago dan Dago OZ Area. Sama halnya dengan acara Sore Santai, acara SAOZ ini merupakan bentuk kerjasama antara PR dengan divisi *on air* dan OB Van dengan menghadirkan warna yang berbeda yaitu melakukan siaran *live on air* ditengah lingkungan masyarakat pada waktu dini hari tepatnya untuk menemani sahur. Pemilihan lokasi stategis pun dipilih karena lokasi tersebut dianggap sebagai lokasi yang sering dikunjungi oleh masyarakat dan memang merupakan lokasi yang cukup ramai saat dini hari, baik sekedar mencari makan untuk sahur, yang sedang beraktivitas seperti para pedagang atau pun yang hanya sekedar melewati lokasi tersebut.

   Acara yang juga disponsori oleh salah satu produk rokok yaitu L.A Lights ini juga menghadirkan sesuatu yang menarik yaitu dengan mengadakan *quiz* dengan hadiah uang tunai sehingga menambah ketertarikan sendiri pada acara ini dan menarik minat khalayak baik yang berada dilokasi tersebut ataupun yang sedang mendengarkan Oz Radio yang kemudian tertarik untuk datang kelokasi dimana Ob Van Oz Radio ada. Dan disini pula penulis melakukan kegiatan pendataan peserta quiz serta mendokumentasikan acara tersebut.

   Dengan kegiatan yang cukup jarang dilakukan oleh radio-radio lain dikota Bandung ini Oz Radio Bandung hadir memberi warna yang berbeda sehingga menumbuhkan opini dari masyarakat yang kemudian membentuk citra yang positif bagi Oz Radio Bandung.

Gambar 2.2

Acara Sahur bareng OZ



Sumber : Arsip Penulis 2012

3. Membantu pelaksanaan acara dan melakukan *branding* pada acara L.A Lights Ngobrol Sambil Ngabuburit (NGORBIT) di Superindo Ujung berung, Cimahi Mall, Festival City Link, IKOPIN Jatinangor dan Miko Mall Kopo. Dimana penulis melakukan kegiatan mulai dari turut serta *setting stage*, pemasangan *banner* Oz Radio Bandung, mempersiapkan konsumsi untuk *talent*, *crew* Oz Radio Bandung serta untuk pihak sponsor yaitu L.A Lights. Dan melakukan pembagian tajil gratis kepada penonton dan masyarakat sekitar. Acara ini merupakan *event off air* kerjasama Oz Radio Bandung dengan L.A Lights yang melibatkan divisi *Off Air*, PR, Marketing, *team creative* dan OB Van. Format acaranya yaitu acara ngabuburit dengan hadir dibeberapa tempat yang sasaran khalayaknya cukup luas dengan menyuguhkan acara musik yang menghadirkan band Rosemary dan Pemuda Harapan Bangsa (PHB) yang sengaja dipilih karena telah memiliki penggemar yang cukup banyak dikota Bandung ini. Serta menyuguhkan

siraman rohani disela acara musik yaitu tausiah dari ustadz dan terakhir adalah pembagian tajil secara gratis kepada para penonton dan masyarakat sekitar.

Acara ini merupakan salah satu bentuk kerjasama yang saling menguntungkan antara Oz Radio Bandung dengan pihak sponsor yaitu L.A Lights dimana tujuan utamanya yaitu sama-sama untuk membentuk citra positif dari masyarakat terhadap Oz Radio Bandung dan L.A Lghts. Acara ini merupakan strategi PR yang dijalankan oleh divisi *off air* dan OB Van dengan menghadirkan *special event* ditengah masyarakat guna untuk membangun kepercayaan masyarakat dan membentuk citra yang positif dari masyarakat dan dengan acara ini pihak sponsor pun bisa ikut serta terlibat dalam promosi produknya dengan membuka *stand* khusus penjualan produknya.

Gambar 2.3

Acara L.A NGORBIT



Sumber : Arsip Penulis 2012

2.2.2 Dekripsi Kegiatan Insidentil

Selama penulis melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan di Oz Radio Bandung ada beberapa kegiatan yang bersifat insidentil yang dikerjakan seperti berikut ini:

1. Membuat Surat Perizinan

Sebagai salah satu radio yang cukup populer kehadirannya dikota Bandung, Oz Radio dipercaya untuk menjadi *media partner* acara Cornetto Summer Ice Cream festival dimana Oz Radio melakukan seleksi *band* pada acara Cornetto Battle of The Bands ke sekolah-sekolah menengah atas dikota Bandung, dan melakukan pemilihan 3 band terbaik untuk diikut sertakan mengisi acara pada acara Cornetto Summer Ice Cream Festival di Senayan Jakarta. Dan dalam hal ini penulis ditugaskan untuk membuat surat perijinan kepada orang tua dan kepala sekolah finalis Cornetto Battle of The Bands yaitu SMAN 10 Bandung, SMAN 11 Bandung dan SMAN 12 Bandung yang terpilih untuk tampil pada acara Cornetto Summer Ice Cream Festival di Senayan Jakarta.

2. Rapat Internal dan *Briefing*

Dalam setiap organisasi atau perusahaan salah satu hal yang penting dalam mengkomunikasikan suatu proyek atau pekerjaan yang akan dilakukan bersama dalam suatu perusahaan adalah melalui rapat, baik rapat management maupun rapat internal antar divisi guna tercapainya suatu kerjasama agar menghasilkan suatu pekerjaan yang baik. Pada awal penulis melaksanakan PKL, penulis langsung diberikan arahan oleh divisi *off air* dan PR untuk turut serta terlibat dalam *event* Cornetto Summer Ice Cream Festival di Senayan Jakarta. Penulis ditugaskan menjadi *Liaison Officer* (LO) dari salah satu pemenang acara Cornetto Battle of The Bands yaitu SMAN 10 Bandung. Dalam *briefing* penulis diberi arahan mengenai acara dan *rundown* acara yang akan berlangsung dan penulis ikut terlibat dalam

technical meeting bersama para pemenang Cornetto Battle of The Bands sebelum berangkat ke Jakarta.

Penulis pula diberikan kepercayaan dan kesempatan untuk turut serta dalam rapat internal antar divisi pada Oz Radio Bandung. Pada saat divisi *off air* menerima suatu orderan dari divisi marketing ataupun PR maka sebelum penyelenggaraan kegiatan atau orderan tersebut harus mengkomunikasikannya terlebih dahulu melalui suatu rapat internal. Dan dalam hal ini, penulis turut serta dalam rapat internal yang dilakukan oleh divisi *Off Air*, PR, Marketing, OB Van dan *Team Creative* mengenai kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan selama bulan Ramadhan diantaranya adalah kegiatan *branding* pada acara Sore Santai dan SAOZ, serta *special event* bulan Ramadhan yang merupakan kerjasama dengan pihak L.A Lights yaitu acara L.A Lights Ngobrol sambil Ngabuburit (NGORBIT). Dalam kegiatan rapat tersebut, selain penulis bisa mengamati bagaimana komunikasi yang berjalan baik antar divisi, penulis juga diberikan kesempatan untuk turut serta menuangkan berbagai ide dan gagasan demi kelancaran acara tersebut.

3. Menjadi *Liaison Officer* (LO)

Dalam suatu kegiatan *event* yang cukup besar di Jakarta, Oz Radio Bandung dan Oz Radio Jakarta diberikan kepercayaan untuk *menjadi Media Partner* dalam acara Cornetto Summer Ice Cream Festival. Dalam kegiatan ini penulis ikut serta dilibatkan dalam kegiatan acara yaitu membantu pelaksanaan acara dan menjadi *Liaison Officer* (LO) untuk salah satu band pemenang Cornetto Battle of The Bands dari SMAN 10 Bandung yaitu After Rain Band. Tugas dari LO ini adalah bertanggung jawab terhadap segala kebutuhan artis yang akan tampil di suatu *event* yang akan selenggarakan. Mulai dari menyiapkan transportasi sang artis, mengurus penginapannya, hingga hal-hal lain yang dibutuhkan oleh artis. Dan dalam hal ini penulis diberikan tugas dan tanggungjawab untuk mengurus segala

kebutuhan dan persiapan dari band SMAN 10 Bandung. Dimana penulis mengatur *rundown* penampilan band tersebut mulai dari saat *checksound* hingga pada saat tampil serta menyiapkan kebutuhan band tersebut mulai dari menyiapkan transportasi, konsumsi, penginapan dan juga membantu persiapan pada saat akan tampil.

Acara yang berlangsung satu hari dari pukul 10.00 hingga pukul 23.00 ini melibatkan sejumlah artis dan *talent-talent* yang sudah cukup terkenal. Sebelum acara dimulai, pihak penyelenggara Cornetto Summer Ice Cream Festival mengadakan konferensi *pers* terlebih dahulu dengan berbagai media. Dan penulis diberikan kepercayaan untuk turut serta membantu persiapan konferensi *pers* tersebut dengan mengatur pengisi acara yang akan hadir pada acara konferensi *pers* dan mendokumentasikan kegiatan tersebut

Gambar 2.4

Konferensi *Pers* Acara Cornetto Summer Ice Cream Festival



Sumber : Arsip Penulis 2012

Gambar 2.5

Acara Cornetto Summer Ice Cream Festival



Sumber : Arsip Penulis 2012

4. Perizinan dan *Survei Venue*

Pada saat akan menyelenggarakan suatu kegiatan acara atau *event* hal yang sangat penting untuk diperhatikan adalah lokasi dimana acara tersebut akan berlangsung. Berdasarkan hasil rapat yang terjalin mengenai rencana kegiatan acara L.A Lights Ngorbit yang akan dilaksanakan oleh Oz Radio Bandung maka berdasarkan keputusan bersama dipilihlah beberapa alternatif pilihan tempat yang dianggap srategis untuk melaksanakan kegiatan acara tersebut. Dan penulis diberikan tugas untuk melakukan survei tempat apakah tempat tersebut tepat untuk *event* acara Ngorbit atau tidak. Penulis mendokumentasikan hasil *survei* dan mendatangi beberapa pihak terkait yang bertanggung jawab pada tempat-tempat tersebut. Apabila tempat tersebut dianggap sudah tepat maka penulis melakukan perizinan dengan pihak tersebut dan melaporkan hasilnya kepada kepala divisi *Off Air* maupun PR. Adapun tempat-tempat yang penulis kunjungi yaitu Superindo Ujung Berung, Taman Cibeunying dan Lapangan Supratman.

5. Membuat Proposal

Proposal merupakan salah satu media humas yang berfungsi memberikan rencana konsep sebuah kegiatan secara jelas yang dikomunikasikan kepada pihak sponsor. Dalam salah satu kesempatan pihak Oz Radio Bandung diberikan kepercayaan untuk menjadi *media partner* dan diberi kepercayaan untuk menjalankan suatu kegiatan acara yang akan dilakukan oleh pihak *clien* yaitu Indomaret. Pihak Oz Radio Bandung diberikan kepercayaan penuh untuk menjalankan acara grand launching "Indomart Point" yang merupakan salah satu cabang dari minimarket Indomaret yang hadir dalam konsep yang berbeda. Namun sebelum penyelenggaraan acara tersebut pihak Oz Radio Bandung diminta untuk membuat konsep berupa proposal kegiatan acara yang kemudian diserahkan kepada pihak *client* yaitu pihak Indomaret.

Penulis diberikan kesempatan untuk menuangkan ide dan gagasan mengenai konsep acara tersebut dalam suatu proposal kegiatan acara, namun sebelumnya penulis diberikan arahan mengenai hal-hal apa saja yang diinginkan oleh pihak *client*. Kemudian proposal kegiatan acara tersebut diserahkan kepada kepala divisi *off air* melalui email.

6. Membuat Susunan Acara

Sebelum suatu kegiatan atau event dilaksanakan, maka terlebih dahulu adalah membuat susunan acara, sehingga acara akan berlangsung dengan lancar dan efektif. Penulis pun diminta membuat susunan acara untuk acara L.A Lights Ngorbit dan diberikan tugas untuk membuat konsep game kreatif dan menarik yang akan diberikan oleh *MC* pada acara tersebut kepada para penonton untuk kemudian diberikan hadiah yang menarik dari pihak sponsor.

7. Membantu Pelaksanaan Acara Circle K *Stiker Hunt*

Dalam kesempatan kerjasama antara Oz Radio Bandung dengan minimarket Circle K penulis turut serta membantu pelaksanaan acara *I am Rock Stiker Hunt* yaitu suatu acara dimana pihak Circle K mempercayakan tim Oz Radio Bandung untuk membagi-bagikan voucher belanja kepada pengendara sepeda motor yang terdapat stiker khusus dari Circle K yang didapat berdasarkan syarat-syarat tertentu. Acara ini dilakukan oleh pihak marketing dan OB Van Oz Baby Cruiser. Dan kegiatan yang dilakukan penulis yaitu melakukan pendataan dan pendokumentasian kepada pengendara motor yang mendapatkan voucher belanja dari Circle K dan pada puncak acara tersebut penulis turut serta membantu dalam pelaksanaan final acara Circle K *Stiker Hunt* di Circle K jalan Aceh Bandung.

Gambar 2.6

Sticker Hunt Circle K



Sumber : Arsip Penulis 2012

8. *Flyering*

Flyering adalah salah satu aktifitas promosi dengan membagi-bagikan brosur atau *leaflet* yang biasanya berisi informasi dan promosi tertentu yang bersifat sementara yang disebarkan di tempat-tempat tertentu. Karena Oz Radio Bandung merupakan media partner dari provider Simpati,

dalam perjanjian kerjasamanya pihak Oz Radio diminta untuk turut serta membagikan brosur mengenai informasi dan promosi pada acara Berburu Pahala Simpati dan pihak Oz Radio Bandung harus mampu mengajak calon konsumen untuk turut serta dalam kegiatan Berburu Pahala Simpati, maka pada saat melaksanakan PKL, penulis pun turut melaksanakan kegiatan *flyering* yang dilakukan bersama divisi PR dan OB Van Oz Baby Cruiser dibeberapa tempat yang cukup banyak didatangi masyarakat sehingga memudahkan untuk pembagian brosur. Tempat-tempat tersebut adalah seputaran jalan Dipatiukur, jalan Ir.H.Djuanda (Dago), jalan Trunojoyo dan jalan Supratman.

Flyering ini tidak hanya sekedar membagikan brosur tetapi penulis harus menjelaskan program kegiatan secara jelas dan mempersuasi calon konsumen untuk ikut dalam kegiatan Berburu Pahala Simpati dengan *login* melalui akun twitter atau facebook yang kemudian didata oleh penulis dan hasil pendataan tersebut diserahkan kepada kepala divisi *off air* yang kemudian diserahkan kepada pihak *client* yaitu Simpati.

Gambar 2.7

Brosur Berburu Pahala Simpati



Sumber : Arsip Penulis 2012

9. Membantu Pekerjaan Staff Divisi Lain di Oz Radio Bandung

Membantu pekerjaan-pekerjaan bidang lainnya diluar bidang kehumasan dan kegiatan *off air* apabila dibutuhkan oleh divisi lainnya seperti: membuat absensi bulan Agustus untuk seluruh karyawan Oz Radio Bandung, mengantar staff divisi keuangan untuk mengambil uang keperluan perusahaan ke ATM BCA, menerima tamu di *front office* untuk melayani pengiriman paket atau surat, pengambilan hadiah *quiz* maupun melayani tamu apabila ada keperluan kepada staff Oz Radio dan kemudian menghubungi staff tersebut, serta membantu dalam memberikan surat kepada *staff-staff* untuk divisi lainnya.

10. Membantu Pelaksanaan Oz Berbagi

Kegiatan yang setiap tahun dilakukan oleh Oz Radio Bandung menjelang hari raya Idul Fitri yaitu melakukan pembagian zakat kepada pihak-pihak yang membutuhkan, dan pada tahun ini Oz Radio memberikan zakat berupa beras. Dalam kesempatan ini penulis ikut serta dalam kegiatan bagi-bagi zakat yang diberi nama acara Oz Berbagi. Sekitar 2 Ton beras dibagikan kepada pihak-pihak yang membutuhkan dengan disebar dibeberapa bagian dikota Bandung. Dan penulis ditempatkan untuk membagi zakat ini disekitar Bandung Tengah. Acara ini melibatkan seluruh karyawan Oz Radio Bandung, penulis beserta crew Oz Radio Bandung membagikan zakat ini dengan memberikan kepada kaum duafa dijalan-jalan raya, menitipkan kepada mesjid-mesjid dan memberikan kepada beberapa panti asuhan.

Gambar 2.8

Acara Oz Berbagi



Sumber : Arsip Penulis 2012

2.3 Deskripsi *Public Relations*

2.3.1 Definisi *Public Relations*

Dalam organisasi, kita bisa mengenal istilah humas atau hubungan masyarakat. Humas adalah nama lain untuk *Public Relations* (PR) merupakan bagian terpenting dari komunikasi yang bertujuan memperkenalkan dan mengangkat citra positif organisasi atau perusahaan secara internal atau eksternal. Bidang *Public relations* adalah suatu bidang yang sangat luas yang menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. *Public relations* mengandalkan strategi dimana agar perusahaan disukai dan dipercaya oleh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan, dalam hal ini disebut dengan stakeholders. Stakeholders adalah mereka yang berkepentingan di dalam perusahaan dalam hal ini mereka juga disebut target publik terdiri atas pemegang saham, manajemen, karyawan, konsumen, pers, akademisi dan lain sebagainya. Mereka

semua dapat membentuk opini di dalam masyarakat dan dapat mengangkat atau menjatuhkan citra perusahaan.

Secara etimologis, public relations terdiri dari dua kata, yaitu *public* dan *relations*. *Public* berarti publik dan *relations* berarti hubungan-hubungan. Jadi, *public relations* berarti hubungan-hubungan dengan publik.

Menurut (*British*) *Institute of Public Relations* (IPR) (Jefkins, 2004: 9)

> "*Public Relations* 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".

Dari definisi diatas maksudanya adalah "upaya yang terencana dan berkesinambungan", ini berarti humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.

Sedangkan tujuan utamanya adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian, maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan. Dengan adanya kata "saling", maka itu berarti organisasi juga harus memahami setiap kelompok atau individu yang terlibat dengan khalayak atau publik.

Public relations News mendefinisikan :

> "Humas adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap public, mengidentifikasikan kebijakan dan prosedur seseorang atau sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan public".

Karena banyaknya definisi dari *public relations* itu, maka para The International *Public relations* (IPRA), bersepakat untuk merumuskan sebuah definisi dengan harapan dapat diterima dan dipraktekan bersama. Definisi Humas menurut IPRA adalah :

> "Humas adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan bersinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembagalembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya – dengan jalan menilai pendapat umum di

> antara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara merekam yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien."

Secara sederhana, penulis juga dapat mengemukakan bahwa PR atau Humas merupakan sesuatu kegiatan komunikasi dua arah (*two way communication*) antar suatu perusahaan atau organisasi dengan publik maupun sebaliknya. Publik disini mencakup intern dan ekstern yang mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi guna memperoleh opini publik yang positif bagi perusahaan (citra atau *image* positif). Secara umum, PR dapat diartikan sebagai "penyambung lidah" perusahaannya dalam hal mengadakan hubungan timbal balik dengan pihak luar dan dalam perusahaan. Jadi, tidak hanya bertugas sebagai *a channel of information* (saluran informasi) dari perusahaan kepada publiknya, melainkan juga merupakan saluran informasi dari publik kepada perusahaan. Informasi yang datang dari publik merupakan opini publik sebagai umpan balik dari informasi yang diberikan oleh perusahaan.

2.3.2 Fungsi Public Relations

Fungsi Humas menurut Cultip Center and Canfield oleh Ruslan Rosady dalam bukunya "*Manajemen PR dan Media Komunikasi*", fungsi humas yaitu :

1. Menunjang aktivitas utama manajeman dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajeman organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, perserpsi, dan tanggpan masyarakat terhadap organiasasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (2006 : 19).

Pada *Public Relations* melekat dua aspek yang hakiki yang mutlak harus ada. Kedua aspek tersebut adalah :

1. Sasaran *Public Relations* adalah publik intern (*Internal Public*) dan Public Ekstren (*External Public*)

   Publik intern adalah orang-orang yang berada di dalam organisasi, antara lain para karyawan. *Publik ekstern* adalah orang-orang di luar organisasi yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi misalnya adalah *client* atau khalayak.
2. Kegiatan *Public Relations* adalah komunikasi dua arah timbal balik (*Reciprocal Two Way Traffic Communication)*

   Hal tersebut berarti bahwa dalam rangka penyampaian informasi, baik yang ditujukan kepada publik intern maupun ekstern, harus terjadi umpan balik (*Feedback*). Ini berarti bahwa kepala seorsng humas harus mengetahui efek atau akibat penyampaian informasinya itu, apakah ditanggapi publik secara positif atau secara negatif.

2.3.3 Tujuan Public Relations

Tujuan utama aktivitas *Public Relations* menurut Davis adalah untuk mempengaruhi sikap manusia secara individu atau kelompok ketika saling berhubungan, dengan melakukan dialog terhadap sesama golongan, ketika persepsi, opini dan sikapnya dianggap penting bagi kesuksesan sebuah perusahaan.

Sementara itu, Rosady Ruslan berpendapat bahwa ada 5 tujuan *public relations*, yaitu:

1. Menciptakan citra organisasi yang baik dan positif bagi masyarakat dan konsumen
2. Memicu terjadinya sikap saling mengeti makna antara masyarakat dan perusahaan
3. Mengembangkan keselarasan fungsi antara pemasaran dan *public relations*.
4. Membangun pengenala dan pengetahuan tentang merek secara efektif
5. Mendukung bauran pemasaran

PR merupakan fungsi manajemen dan dalam struktur organisasi PR merupakan salah satu bagian atau divisi dari organisasi ataupun perusahaan. Karena itu, tujuan dari PR sebagai bagian struktural organisasi tidak terlepas dari tujuan organisasi itu sendiri. Inilah yang oleh Oxley (Iriantara, 2004: 57) disebut sebagai salah satu prinsip *public relations*, yang menyatakan "Tujuan public relations jelas dan mutlak memberi sumbangan pada objektif organisasi secara keseluruhan". Oxley menyatakan tujuan *public relations* itu sendiri adalah mengupayakan dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan publiknya.

Dari serangkaian tujuan PR yang telah disebutkan diatas maka pada umumnya PR menekankan tujuan pada aspek citra. "Citra" dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah "*image*", yang berarti "*The Picture in our head*" (gambar yang ada didalam kepala kita). Gambaran yang dimaksudkan merupakan gambaran yang positif maupun negatif.

Humas atau *public relations* adalah salah satu profesi yang bermodalkan komunikasi yang baik. Karena seorang PRO harus bisa membangun relasi yang baik dengan klien ataupun relasi dengan masyarakat luas. *Public Relations* merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik organisasi yang bersifat komersil (perusahaan) atau organisasi yang *non komersil.* Karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

Berdasarkan definisi, penjelasan dan analisis singkat mengenai PR diatas, penulis menilai bahwa PR Oz Radio Bandung sudah berjalan dengan baik sesuai dengan tugas dan fungsinya. Tugas-tugas tersebut meliputi tugas yang saling berkesinambungan yaitu menyusun serta menjalankan program-program demi terciptanya hubungan baik serta untuk selalu membentuk citra yang positif bagi perusahaannya.

2.4 Analisis Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Praktik *Public Relations* pada prinsipnya adalah merupakan suatu kegiatan yang terencana dan suatu usaha yang terus menerus untuk dapat memantapkan dan mengembangkan itikad baik (*goodwill*) dan pengertian yang timbal balik (*mutual understanding*) antara suatu organisasi dengan masyarakat.

Public Relations Oz Radio mempunyai tugas yang sangat luas dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak. Peranan *Public Relations* Oz Radio dalam system komunikasi timbal balik merupakan alat yang tepat untuk memperlancar dan memahami dalam penyampaian pesan dan informasi. *Job descriptions* PR Oz Radio Bandung sudah sangat jelas dimana PR Oz Radio Bandung sendiri sudah melembaga dan memiliki *staf-staf* khusus yang membantu segala bentuk kegiatan aktifitas PR.

Public Relations Oz Radio mampu melaksanakan fungsinya sebagai penghubung antara pihak internal perusahaan dan pihak eksternal, dimana dalam hal ini PR mampu mengkomunikasikan segala bentuk masalah-masalah internal perusahaan dengan para karyawan serta mampu menjalin kerjasama dengan pihak eksternal perusahaan yaitu *client* dan masyarakat dengan baik.

Public Relations Oz Radio sendiri memiliki kemampuan komunikasi dan kerjasama yang baik sehingga hal tersebut membuat Oz Radio Bandung selalu dipercaya untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak luar dimana sasaran utama dari Oz Radio Bandung itu sendiri adalah khalayak sebagai pendengar dan memperoleh keuntungan profit melalui berbagai kegiatan seperti *event*, menarik sponsor untuk turut mensponsori *event* dan melakukan iklan di Oz Radio Bandung.

Dalam upayanya mempersuasi pihak eksternal untuk terlibat kerjasama dengan Oz Radio Bandung, apabila PR mendapatkan suatu proyek iklan atau *event* maka akan langsung mengkomunikasikannya dengan pihak internal perusahaan untuk sama-sama dikerjakan. Dalam hal *event* yang juga merupakan salah satu bentuk strategi PR dalam hal pembentukan opini guna mendapatkan citra positif dari masyarakat biasanya PR berkerjasama dengan pihak *off air* selaku penyelenggara acara. Sebelum *event* tersebut

dimulai pihak *off air* dan PR melakukan konsep kegiatan agar dapat mendapatkan citra positif dari masyarakat, disinilah peran PR juga sangat besar karena PR dituntut untuk kreatif dan mampu memberikan inovasi agar menarik minat khalayak.

Mengingat OZ Radio Bandung telah memiliki citra yang positif sebagai radio swasta di Bandung, maka PR Oz Radio Bandung harus selalu dituntut untuk selalu membentuk dan mempertahakan citra perusahaan sehingga Oz Radio Bandung bisa terus bersaing dengan radio-radio lainnya. Dan hal-hal yang dilakukan oleh PR Oz Radio Bandung dalam mempertahankan dan membentuk citra perusahaannya tidak hanya melalui *live on air* studio yang dilakukan oleh penyiar radio tapi dengan melakukan berbagai kegiatan *off air* seperti event berbagai acara, menjadi sponsor dalam berbagai kegiatan acara, bekerjasama dengan media-media lainnya seperti media cetak dan televisi, melakukan kegiatan layanan publik seperti melakukan aksi-aksi sosial, melakukan media identitas yaitu membuat identitas dari Oz Radio mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat seperti dari logo dan slogan yang menjadi ciri khas.

2.5 Analisis Pelayanan Oz Radio Bandung Kepada Mahasiswa PKL

Pelayanan yang diberikan Oz Radio Bandung kepada penulis sejak awal melaksanakan Praktik Kerja Lapangan hingga selesai sangatlah baik. Penulis merasakan suasana ramah dan menyenangkan yang didapat dari para karyawan Oz Radio Bandung. Penulis dapat dengan mudah berbaur dan akrab dengan para karyawan Oz Radio Bandung karena para karyawan sangatlah terbuka kepada penulis dan seluruh karyawan memiliki rasa kekeluargaan antara yang satu dengan yang lainnya. Pada saat penulis ditempatkan di divisi *Off Air* dan *Public Relations*, penulis disambut hangat oleh kepala divisi *Off Air* dan langsung dikenalkan kepada para *staff* lainnya. Para *staff* tersebut tidak segan menerima penulis sebagai bagian dari Oz Radio Bandung dan penulis langsung diberikan pengarahan mengenai peraturan dan mengenai program kerja yang akan dilakukan oleh Oz Radio Bandung.

Penulis diberikan kesempatan untuk ikut terlibat dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh divisi *off air* dan PR baik itu *event organizer*, *branding, flyering* dan aktivitas lainnya. Pihak *off air* maupun PR selalu memberikan kesempatan untuk penulis melakukan pekerjaan layaknya seorang *staff* Oz Radio Bandung yang sudah berpengalaman dengan dibimbing dan diberikan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat sehingga penulis mampu mengerjakan tugas dengan baik.

Pihak Oz Radio Bandung tidak pernah membeda-bedakan antara *staff* dan juga penulis selaku mahasiswa PKL, penulis diperlakukan sama dengan *staff* lainnya. Peraturan yang dibuat untuk staff harus dipatuhi pula oleh penulis misalnya pada suatu waktu harus menggunakan pakaian dengan tema tertentu penulis harus mengikuti ataupun peraturan seperti denda ketika berbicara hal-hal yang kurang sopan itu pun berlaku untuk mahasiswa PKL.

Segala bentuk kegiatan yang dilakukan selama PKL sangat memberikan pengalaman dan wawasan pada penulis didalam dunia kerja khususnya pada bidang kehumasan yang tidak pernah penulis dapatkan sebelumnya.