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 35 hari dimulai dari tanggal 10 Juli 2012 hingga 13 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 melakukan berbagai kegiatan seperti membantu pelaksanaan acara OZ Radio Bandung dalam berbagai *event*. Kegiatan-kegiatan yang penulis lakukan 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 bersifat tidak sering atau disebut juga hanya dibutuhkan saat saat tertentu dan 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 Summer Ice Cream Festival*		✓ ✓
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 12 Bandung untuk acara Cornetto Summer Ice Crem Festival di Jakarta		✓

			• Mengatur jadwal *check sound* dan mengatur penginapan hotel di Jakarta.		✓
5	Sabtu, 14 Juli 2012	08.00-23.00	• Membantu persiapan acara Cornetto Summer Fest di Senayan Jakarta. • Menjadi LO band SMAN 12 Bandung dan membantu pelaksanaan kegiatan acara *Cornetto Summer Ice Cream 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	Mengantarkan surat kepada staf karyawan		✓ ✓
9	Kamis, 19 Juli 2012	09.00-17.00	Mengirimkan Email kepada beberapa perusahaan		✓ ✓
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	Menyebar jadwal informasi acara buka bersama		✓
19	Rabu,		Menjadi LO Band PHB (Pemuda	✓	

	1 Agustus 2012	10.00-19.00	Harapan Bangsa) pada acara *L.A Lights* NGORBIT di Cimahi Mall		
20	Kamis, 2 Agustus 2012	10.00-19.00	*Branding* pada pelaksanaan acara Sore Santai di jalan Perintis Kemerdekaan.	✓	
21	Jumat, 3 Agustus 2012	10.00-19.00	Branding pada pelaksanaan acara *L.A Lights* NGORBIT di Festival Citylink	✓	
22	Minggu, 5 Agustus 2012	00.00-05.00	*Branding* pada pelaksanaan 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	Branding pada pelaksanaan acara *L.A Lights* NGORBIT di IKOPIN Jatinangor	✓	
24	Rabu, 8 Agustus 2012	10.00-18.00	Branding dan Menyebarkan brosur Berburu Pahala Simpati di sekitaran jalan Trunojoyo dan jalan Supratman		✓
26	Kamis, 9 Agustus 2012	10.00-19.00	*Branding* pada acara Sore Santai di Dago Oz Area		✓
27	Jumat, 10 Agustus 2012	10.00-19.00	Branding pada pelaksanaan acara *L.A Lights* NGORBIT di Miko Mall Kopo	✓	

28	Sabtu, 11 Agustus 2012	00.00-05.00	*Branding* pada pelaksanaan acara SAOZ di Dago Oz Area	✓	
29	Minggu, 12 Agustus 2012	00.00-05.00	*Branding* pada pelaksanaan acara SAOZ di Dago Oz Area	✓	
30	Senin, 13 Agustus 2012	11.00-18.00	Briefing pelaksanaan acara Oz Berbagi yaitu pembagian sembako ke panti asuhan dan mesjid di Kota Bandung.		✓

Sumber : Arsip Penulis 2012

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Selama penulis melaksanakan praktik kerja lapangan di Divisi *Off-Air* dan *Public Relations* Oz Radio Bandung, penulis melakukan dua jenis kegiatan yaitu kegiatan yang bersifat rutin dan kegiatan yang bersifat insidentil, diantaranya adalah:

1.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

1. *Branding*

Selama penulis melaksanakan PKL di Oz Radio Bandung, penulis sering melakukan kegiatan *branding*. Kegiatan *branding* ini selalu dilakukan Oz Radio Bandung pada saat ada *event* tertentu, akan tetapi *special* pada bulan suci Ramadhan kegiatan ini dilakukan lebih sering daripada biasanya. *Branding* dilakukan diluar kantor pada program acara Sore Santai dan Sahur Bareng Oz (SaOZ) dengan menyuguhkan *live on-air* siaran radio menggunakan OB Van dengan memasang beberapa *banner* Oz Radio Bandung di beberapa tempat strategis yang bisa menjangkau khalayak luas. Kegiatan ini merupakan

salah satu strategi PR Oz Radio Bandung yang bekerjasama dengan divisi *on-air, off-air* dan OB Van guna membentuk citra positif dari masyarakat serta merupakan suatu upaya guna mempertahankan *brand* dari Oz Radio mengingat Oz Radio merupakan salah satu radio yang sudah cukup populer di masyarakat dan memiliki citra yang baik sehingga dengan kegiatan acara ini akan menumbuhkan kepercayaan dari masyarakat dan menyadarkan masyarakat akan eksistensi dari Oz Radio Bandung. Kegiatan ini dilaksanakan pada sore dan dini hari dan memiliki keunikan sendiri dibandingkan dengan radio-radio lainnya seperti kegiatan pada acara SaOZ yang dilakukan dini hari pada waktu sahur. Dimana target yang dituju adalah masyarakat yang melakukan aktivitas pada dini hari seperti para pedagang kaki lima serta masyarakat yang mencari tempat untuk sahur.

Dalam kegiatan *branding* ini, penulis melakukan pekerjaan mulai dari menyiapkan segala kebutuhan acara, *setting* perlengkapan misalnya memasang *sound system*, memasang antena pemancar, pemasangan *banner* Oz Radio Bandung disekitar lingkungan acara, menyiapkan konsumsi untuk berbuka puasa maupun untuk sahur *crew* Oz Radio Bandung dan membereskan kembali segala perlengkapan.

Gambar 2.1

Branding pada acara Sore Santai



Sumber : Arsip Penulis 2012

2. *Event Organizer*

Event organizer merupakan salah satu kegiatan penyelenggaraan acara yang biasa dilakukan oleh Oz Radio Bandung guna membentuk citra positif dengan melakukan kerjasama dengan pihak sponsor ataupun menjadi media *partner*. Pada saat penulis melaksanakan PKL, Oz radio Bandung melakukan kegiatan rutin dengan membuat suatu acara *special* bulan Ramadhan yang bernama L.A Lights NGORBIT (Ngobrol Sambil Ngabuburit) yang dilaksanakan dibeberapa tempat yang memiliki sasaran khalayak banyak seperti di Superindo Ujungberung, Cimahi Mall, Festival City Link, IKOPIN Jatinangor dan Miko Mall Kopo. Acara ini merupakan *event off air* kerjasama Oz Radio Bandung dengan salah satu produk rokok L.A Lights yang melibatkan divisi *Off Air*, PR, Marketing, *team creative* dan OB Van.

Acara ini dilakukan pada sore hari saat ngabuburit 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. 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 strategi PR Oz Radio Bandung yang bekerjasama dengan L.A Lights yang dijalankan oleh divisi *off air* dan OB Van dengan menghadirkan *special event* ditengah masyarakat guna 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.

Dalam kegiatan *event* ini, penulis melakukan kegiatan mulai dari *setting stage*, pemasangan *banner* Oz Radio Bandung disekitar tempat acara, menjadi *Liaison Officer* (LO) dari band PHB, turut mengamankan para penonton pada acara tersebut, membagikan tajil kepada penonton

dan masyarakat sekitar serta membereskan kembali segala perlengkapan acara.

Gambar 2.2

Acara L.A NGORBIT



Sumber : Arsip Penulis 2012

1.2.2 Dekripsi Kegiatan Insidentil

1. Membuat Surat Perizinan

Sebagai salah satu radio yang populer kehadirannya dikota Bandung, Oz Radio dipercaya untuk menjadi *media partner* acara *Cornetto Summer Ice Cream Festival* dimana Oz Radio melakukan seleksi *band* ke sekolah-sekolah menengah atas *favourite* dikota Bandung, dan memilih 3 band terbaik untuk diikut sertakan mengisi acara pada acara *Cornetto Summer Ice Cream Festival* di Senayan Jakarta. Dalam acara ini penulis ditugaskan untuk membuat surat perijinan untuk orang tua dan kepala sekolah dari *band* terbaik untuk mengikuti acara *Cornetto Battle of The Band* di Jakarta antara lain SMAN 10 Bandung, SMAN 11 Bandung dan SMAN 12 Bandung.

2. Rapat dan *Briefing*

Setiap organisasi atau perusahaan menggunakan *Briefing* atau rapat untuk mengkomunikasi kan beberapa informasi yang berhubungan dengan perusahaan tesebut. Baik dari rapat kecil anggota divisi sampai rapat besar per divisi, hal ini biasanya digunakan untuk mendapat kan sebuah kerja sama yang baik antara staf dan karyawan perusahaan. Dalam hal ini penulis melakukan hal tersebut, dimana penulis dari awal pertama sudah di berikan arahan dalam mengerjakan tugas yang terdapat pada rapat internal divisi *off-air* dan PR, dan di dalam rapat internal pertama itu penulis juga langsung dilibatkan untuk memberikan tenaganya 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 12 Bandung. Dalam *briefing* penulis diberi arahan mengenai *Job Desc*, 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 juga 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. 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.

2. Menjadi *Liaison Officer* (LO)

Pada suatu kegiatan acara di Jakarta, Oz Radio Bandung dan Oz Radio Jakarta diberikan kepercayaan untuk *menjadi Media Partner* pada 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 12 Bandung yaitu *24th Monday* Band. 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 12 Bandung. Dimana penulis menyiapkan kebutuhan band tersebut mulai dari menyiapkan transportasi, konsumsi, penginapan, mengatur *rundown* penampilan band tersebut mulai dari saat *checksound*, pada saat tampil hingga selesai tampil.

Gambar 2.3

Acara *Cornetto Summer Ice Cream Festival*



Sumber : Arsip Penulis 2012

3. Perizinan dan *Survei Venue*

Penentuan lokasi adalah hal penting dalam menyelenggarakan sebeuh suatu kegiatan atau *event*, dimana lokasi tersebut juga di pilih sesuai dengan kebutuhan perusahaan dalam menentukan target. Berdasarkan hasil rapat mengenai rencana kegiatan acara L.A Lights Ngorbit yang akan dilaksanakan oleh Oz Radio Bandung maka 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.

4. Membuat Susunan Acara

Penulis di beri kesempatan untuk membuat sebuah sususanan acara dimana acara tersebut akan diadakan pada *event* L.A Lights Ngorbit dan diberikan tugas untuk membuat konsep acara yang menarik dalam *event* tersebut.mulai dari pembukaan acara sampai penutupan acara.

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.

Penulis diberikan kesempatan untuk memberikan suatu 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. dan dalam hal ini penulis mempunyai tema *Classic of Elegant with Indomaret Point*.

6. *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 2.5

Brosur Berburu Pahala Simpati



Sumber : Arsip Penulis 2012

7. Membantu 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 2.4

Sticker Hunt Circle K



Sumber : Arsip Penulis 2012

2.3 Deskripsi *Public Relations* Oz Radio Bandung

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 sebuah komunikasi perusahaan yang bertujuan memperkenalkan dan mengangkat citra positif organisasi atau perusahaan secara internal atau eksternal. Bidang *Public Relations* adalah suatu profesi yang sangat luas dalam berhubungan 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*

Komunikasi memiliki beberapa fungsi. Menurut Effendy ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. Menyampaikan informasi (*to inform*)

Memberikan informasi kepada khalayak mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi merupakan sarana pendidikan dimana dengan komunikasi orang lain akan mendapatkan sebuah ilmu pengetahuan dari seorang komunikator begitu juga sebaliknya komunikator dapat ilmu pengetahuan dari umpan balik yang diterima dari komunikan.

3. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsi lainnya adalah komunikasi dapat berfungsi sebagai alat mempengaruhi orang lain yang cukup efektif dimana seseorang komunikator dapa tmempengaruhi komunikan melalui proses penyampaian pesan. dan dapat merubah tingkah laku atau prilaku seorang komunikan sesuai apa yang diharapkan komunikator (Wendy, 1997:36).

4. Menghibur (*to entertain*)

Fungsi komunikasi selain berguna, untuk menyampaikan komunikasi, pendidikan, dan mempengaruhi orang lain, juga dapat berfungsi untuk menyampaikan hiburan ataupun menghibur orang lain.

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 PR *Professional* 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 *Public Rrelations* Oz Radio Bandung sudah melakukan hal yang harus dilakukan oleh soerang *Public Rrelations* dan kinerja yang dilakukan 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

Public Rrelations merupakan suatu kegiatan yang bertujuan untuk memantapkan dan mengembangkan itikat baik (*good will*) dan pengertian timbal balik (*feedback*) antara suatu organisasi dengan masyarakat. *Public Relations* OZ Radio memiliki beberapa tugas yang diantara nya ada tugas yang sangat penting dan tugas yang hanaya sekedar tugas kantor biasa. dengan tugas tersebut dapat membuat jalinan yang baik dari berbagai pihak diantaranya pihak internal dan eksternal karena peranan yang diberikan *Public Relations* Oz Radio merupakan alat yang tepat untuk menyampaikan suatu pesan atau informasi. Dalam *Job descriptions* PR Oz Radio Bandung dapat terlihat bahwa PR Oz radio Bandung tersebut 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 dan pihak eksternal perusahaan, dimana dalam hal ini PR mampu menyampaikan segala bentuk pesan berbentuk 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 juga memiliki kemampuan komunikasi dan kerjasama yang baik sehingga membuat Oz Radio Bandung selalu diberikan kepercayaan untuk menjalin sebuah kerja sama antara beberapa pihak dan sasaran utama dari Oz Radio Bandung itu sendiri adalah pendengar dan

memperoleh keuntungan profit melalui berbagai kegiatan seperti *event*, menarik sponsor untuk turut mensponsori *event* 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.

Kegiatan *Branding* menjadi salah satu kegiatan yang rutin dilakukan dan sekaligus sangat berkaitan dengan kegiatan *Public Ralations*, selama Penulis melakukan praktik kerja Lapangan di Oz Radio, penulis melakukan kegiatan *branding* di berbagai *event* yang di selenggarakan oleh Oz Radio. *Event* tersebut antara lain SAOZ, L.A Ligth Ngorbit, dan Sore Santai Bareng Oz. Kegiaatan ini bertujuan untuk mengambil simpatisan dari khalayak agar mendapat kan citra positive dari khalayak. bersamaan dengan tujuan PR yaitu, membangun citra *positive*, kegiatan ini sebagai salah satu kegiatan yang sangat berkaitan dengan tugas PR.

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 sangat lah berguna bagi penulis, dari awal melaksanakan Praktik Kerja Lapangan hingga selesai melaksanakan Praktik Kerja Lapangan. Penulis merasakan suasana yang amat ramah dan nyaman yang di peroleh dari *staff* dan karyawan Oz Radio Bandung, oleh karena itu penulis sangat mudah dalam berbaur dan akrab dengan seluruh karyawan Oz Radio Bandung. keterbukaan dan memilik rasa kekeluargaan juga menjadi salah satu alasan penulis dapat cepat berbaur dan akrab dengan seluruh karyawan Oz Radio Bandung.

Pada saat penulis ditempatkan di divisi *Off Air* dan *Public Relations*, penulis disambut dengan baik oleh kepala divisi *Off Air* dan langsung diperkenalkan kepada para *staff* lainnya. Para *staff* tersebut tidak segan untuk menerima penulis sebagai bagian dari Oz Radio Bandung. Pada hari pertama Praktik Penulis langsung diberikan pengarahan mengenai peraturan peraturan dan mengenai program kerja yang akan dilakukan oleh Oz Radio Bandung.

Dalam beberapa hari kemudian Penulis langsung 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. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan Penulis selama PKL sangat memberikan pengalaman dan wawasan yang berharga didalam dunia kerja khususnya pada bidang kehumasan atau *Public Relations* yang tidak pernah penulis dapatkan sebelumnya.