BAB II

PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

2.1. Aktivitas Kegiatan PKL

Penulis melaksanakan Kerja Praktek Lapangan di bagian *Public Relations* di OZ Radio Bandung 103.1 FM, dimaksudkan untuk mengetahui lebih lanjut tentang kegiatan-kegiatan apa saja yang ada di bagian *Pubic Relations* dan *Off Air*, juga membantu dan mengikuti pembuatan program kerja dan aktivitas yang sudah berjalan pada bagian *Public Relations* dan *Off Air*.

Kegiatan penulis lakukan selama melakukan praktek kerja lapangan di bagian *Public Relations* dan *Off Air* di Oz Radio Bandung 103.1 FM antara lain adalah kegiatan rutin dan kegiatan insidentil. Kegiatan rutin adalah kegiatan yang biasa dilakukan setiap hari. Dan kegiatan insidentil adalah kegiatan yang dilakukan sekali-kali hanya ketika ada event-event tertentu saja, tidak setiap hari dilakukannya.

Berikut adalah jadwal kegiatan selama penulis melakukan PKL :

Tabel 2.1

Kegiatan Pelaksanaan Kerja Lapangan (PKL)

No	HARI/TANGGAL	KEGIATAN	RUTIN	INSIDENSIL
1	Selasa 10 Juli 2012	Membuat surat perizinan dari Oz Radio ke sekolah SMAN 11 Bandung dan ke orang tua		✓
2	Rabu 11 Juli 2012	*Technical meeting* dan persiapan band dari SMA 10,11,12 Bandung untuk acara Cornetto		✓
3	Kamis 12 Juli 2012	*Briefing* untuk hari H dan pembagian *job desk* untuk di lapangan		✓
4	Jumat 13 Juli 2012	Berangkat dari Oz Radio menuju senayan, menjadi LO band SMAN 11, *check sound* dan persiapan band		✓
5	Sabtu 14 Juli 2012	Persiapan *rundown* acara untuk perform band SMAN 11 di *calssic stage* dan *check out* dari hotel		✓
6	Senin 16 Juli 2012	Survey *venue* untuk acara NGORBIT ke Cijerah Trade Centre (CTC)		✓
7	Selasa 17 Juli 2012	*Technical meeting* untuk acara NGORBIT dan survey ke taman Cibeunying		✓
8	Rabu 18 Juli 2012	*Briefing* keseluruhan untuk acara NGORBIT		✓
9	Kamis 19 Juli 2012	*Briefing* untuk pembuatan proposal “indomaret Point”		✓
10	Jumat 20 Juli 2012	Membuat proposal acara *grand launching* “indomaret Point”		✓

11	Senin 23 Juli 2012	*Technical meeting* dan membuat games untuk acara NGORBIT		✓
12	Selasa 24 Juli 2012	*Technical meeting* untuk acara NGORBIT mengenai *rundwon* acara		✓
13	Rabu 25 Juli 2012	Membuat *rundown* acara yang berbeda untuk acara NGORBIT		✓
14	Kamis 26 Juli 2012	Acara sore santai di Dago OZ area dan *branding*	✓	
15	Jumat 27 Juli 2012	Acara "Sticker Hunt Circle K" di Jalan Pasir Kaliki Bandung		✓
16	Minggu 29 Juli 2012	Acara SAOZ (Sahur bareng OZ) di pasar simpang dago	✓	
17	Senin 30 Juli 2012	Acara NGORBIT pertama di Superindo Ujung berung bersama Rosemary dan PHB. Menjadi LO Ustad	✓	
18	Selasa 31 Juli 2012	Menemani staff PR ke acara OZ clusive di PVJ		✓
19	Rabu 1 Agustus 2012	Acara NGORBIT ke dua di Cimahi Mall bersama Rosemary dan PHB. Menjadi Lo Ustad	✓	
20	Kamis 2 Agustus 2012	Acara sore santai di depan stasiun bandung Prade dan *branding*	✓	
21	Jumat 3 Agustus 2012	Acara NGORBIT ke tiga di Festifal City Link bersama Rpesemary dan PHB.	✓	
22	Minggu 5 Agustus 2012	Acara SAOZ (Sahur bareng OZ) di Dago OZ area	✓	
23	Senin 6 Agustus 2012	*Flyering* berburu pahala simpati ke daerah kampus UNIKOM dan Dago		✓

24	Selasa 7 Agustus 2012	Acara NGORBIT ke empat di IKOPIN Jatinangor bersama Rosemary dan PHB. Menjadi LO Ustad	✓	
25	Rabu 8 Agustus 2012	Ke bengkel ambil mobil OB VAN bersama staff OB VA		✓
26	Kamis 9 Agustus 2012	Acara sore santai di Dago OZ area dan branding	✓	
27	Jumat 10 Agustus 2012	Acara NGORBIT ke lima di Miko Mall Kopo bersama Rosemary dan PHB.	✓	
28	Sabtu 11 Agustus 2012	Acara SAOZ (Sahur bareng OZ) di Dago OZ area	✓	
29	Minggu 12 Agustus 2012	Acara SAOZ (Sahur bareng OZ) di Dago OZ area	✓	
30	Jumat 17 Agustus 2012	Acara bagi – bagi sembako oleh OZ Radio Bandung		✓

Sumber : kegiatan penulis selama praktek kerja lapangan

2.2. Deskripsi Kegiatan

Penulis mendeskripsikan kegiatan selama PKL yang terdiri dari kegiatan rutin dan kegiatan insidental, sebagaimana tercantum dalam tabel 2.1. adalah sebagai berikut :

2.2.1. Deskripsi Kegiatan Rutin

Kegiantan rutin merupakan tugas keseharian yang dilakukan penulis selama PKL, yaitu membantu staf Divisi *PR & Off Air*, terdiri dari:

1. Event organizer dan branding

Selama melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di OZ Radio Bandung, penulis lebih banyak melakukan kegiatan di lapangan ketimbang di kantor perusahaan. Dimana sebelum penulis memulai aktivitas di lapangan, penulis terlebih dahulu diberikan pengarahan oleh koordinator *Off Air* OZ Radio Bandung.

Selama bulan ramadhan OZ Radio Bandung banyak menyelenggarakan event – event seperti halnya acara NGORBIT (Ngobrol Sambil Ngabuburit), Sore Santai, SAOZ (Sahur Bareng OZ) . Selama melaksanakan event penulis lebih banyak mengerjakan di bagian panggung acara dari mulai set panggung sampai *clean up* acara selesai, *branding*, *Liasion Officer* (LO) talent.

Gambar 2.1

Stand panggung untuk acara NGORBIT



Sumber : Arsip kegiatan penulis selama kegiata PKL 2012

Gambar 2.2

Acara NGORBIT di Ujung Berung



Sumber : Arsip kegiatan penulis selama kegiata PKL 2012

Gambar 2.3

Branding di acara sore santai



Sumber : Arsip kegiatan penulis selama kegiata PKL 2012

2.2.2. Dekripsi Kegiatan Insidentil

Kegiatan insidental merupakan tugas yang dikerjakan oleh penulis hanya sekali atau disesuaikan dengan kondisi. Yang termasuk kegiatan incidental selama PKL antara lain:

1. ***Briefing***

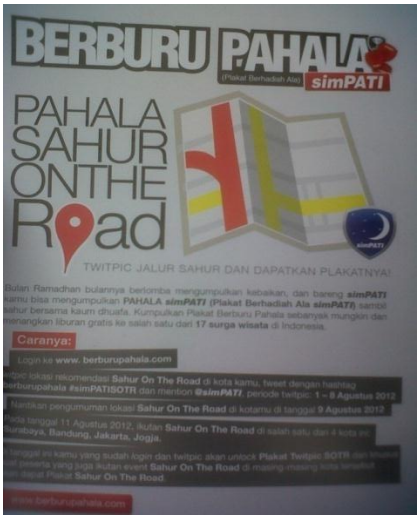
   Untuk suksesnya kelangsungan suatu event penulis dituntut untuk ikut aktif dalam *Briefing* untuk menuangkan ide – ide kreatif bersama asisten manager, *staff Off Air*, *staff marketing*, *staff* PR, *crew* OB Van, dan tim kreatif.

2. ***Flyering***

   Pendataan yang disertai pembagian brosur dan dokumentasi. Penulis mengunjungi tempat – tempat yang strategis dan mempersuasif calon konsumen untuk ikut serta dalam kegiatan "berburu pahala simpati"

Gambar 2.4

Flyer acara berburu pahala simpati



Sumber : Arsip kegiatan penulis selama kegiata PKL 2012

3. Survey Venue

Dalam menetukan tempat yang strategis untuk event penulis terlebih dahulu melakukan *survey venue*. Seperti halnya *survey* yang di lakukan ke CTC (Cijerah Trade Centre), Dalam hal ini penulis mendatangi penanggung jawab dari *venue* tersebut, dalam lingkup polsek daerah mana, dan dokumentasi lengkap *venue.*

4. Membantu pelaksanaan Oz Radio Berbagi

Pada tanggal 17 Agustus 2012 Oz Radio melaksanakan kegiatan sosial bagi – bagi sembako yang berupa beras sejumlah 2 ton, pembagian beras dilakukan ke segala penjuru daerah Bandung. Dalam kegiatan ini penulis ditempatkan untuk membantu daerah wilayah Bandung tengah. Kegiatan ini melibatkan seluruh *crew* beserta *staff* Oz Radio

Gambar 2.5

Bagi – bagi sembako ke panti sosial asuhan anak



Sumber : Arsip kegiatan penulis selama kegiata PKL 2012

2.3. Deskripsi PR dan *Off Air*

Pengertian *Public Relations* pada dasarnya berfungsi untuk menghubungkan pihak atau pihak-pihak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan. Pada dasarnya publik dalam *Public Relations* biasanya dikategorikan sebagai *publik internal* dan *public eksternal*. *Public internal* adalah publik yang berada di dalam lingkungan organisasi perusahaan yang meliputi seluruh *staff* perusahaan yaitu karyawan, pimpinan, para pemegang saham, dan pihak manajemen. Sedangkan *public eksternal* adalah publik yang berada di luar lingkungan organisasi perusahaan yang meliputi instansi-instansi pemerintah, pelanggan, distributor, pemasok bank, media atau pers komunitas dan lain sebagainya.

Definisi *Public Relations* menurut (*British) Institute Of Public Relations (IPR)* dalam Jefkins pada bukunya "*Public Relations*" adalah sebagai berikut :

"*Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya".(1996:8)

Dari definisi di atas bahwa *Public Relations* merupakan " Upaya yang terencana dan berkesinambungan", ini berarti *Public Relations* adalah suatu rangkaian kegiatan yang di organisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya itu berlangsung

secara berkesinambungan dan teratur. Jadi, *Public Relations* sama sekali bukanlah kegiatan yang sifatnya sembarangan atau dadakan.

Definisi *Public Relations* menurut *Canfield* dalam bukunya "*Dasar-dasar Public Relations"*, adalah sebagai berikut :

"*Public Relations* adalah falsafah dan fungsi manajemen yang diekspresikan melalui kebijaksanaan dan kegiatan untuk melayani kepentingan publik melakukan komunikasi bagi publiknya untuk menciptakan pengertian dan goodwill dari punliknya".(1999:30)

Dari definisi tersebut dapat dilakukan suatu kesimpulan bahwa pada dasarnya *Public Relations* menekankan pada "falsafah manajemen". Hal Ini menunjukan bahwa *Public Relations* adalah suatu yang dilakukan dalam hal-hal yang tidak menyimpang dari suatu kebenaran, kejujuran serta pelayanan yang baik bagi publik, mempunyai etika yang baik dalam melakukan kegiatan komunikasi bagi publiknya, dan juga merupakan upaya untuk menanamkan kepercayaan publik terhadap OZ RADIO Bandung khususnya masyarakat Bandung.

Public Relations di Indonesia sampai saat ini dikenal dengan sebutan "*Hubungan masyarakat*" atau *Humas* baik itu di perusahaan, organisasi, Institusi Negara maupun di instusi Pendidikan.

2.3.1 Fungsi *Public Relations*

Secara umum PR sebagai fungsi manajemen dan sedikit tentang keberadaan PR dalam sebuah perusahaan sudah di bahas sebelumnya. Berikut ini secara khusus akan dibahas apa peran, fungsi, model komunikasi, aktifitas serta kompetensi yang dibutuhkan bagi seorang PR

2.3.2 Peran *Public Relations* dalam Organisasi

Sebetulnya memformulasikan apa peran PR dalam organisai bukanlah hal yang mudah. Beberapa penulis mencoba memetakan bahwa pada dasarnya peran PR dalam sebuah organisasi adalah sebagai berikut:

1. *Communication Tehnician*

Beberapa praktisi memasuki dunia PR ini sebagai teknis. Pada tahap ini kemampuan jurnalistik dan komunikasi sangat diperlukan. PR diarahkan untuk berperan menulis, menulis *news letter*, menulis in *house journal*, menulis *news release*, menulis *feature*, dll. Biasanya praktisi dalam peran ini tidak hadir pada saat manajemen menemui kesulitan. Mereka tidak dilibatkan dalam manajemen sebagai pengambil keputusan. Peran mereka lebih ke arah penulisan tools dan mengimplementasikan program. Mereka sebagai *"the last to know"*

2. *Expert Prescriber*

Praktisi PR sebagai pendefinisi problem, pengembang program dan memeiliki tanggungjawab penuh untuk mengimplementasikannya. Mereka sebagai pihak yang pasif. Manajer yang lainnya menyerahkan tugas komunikasi sepenuhnya ke tangan si "komunikasi" ini sehingga mereka dapat mengerjakan pekerjaan mereka yang lainnya. Tampaknya bangga

karena PR semacam ini dianugerahi kepercayaan tinggi tetapi karena tidak adanya keterlibatan top manajemen dalam peran PR maka PR seolah terisolir dari perusahaan. Ia sibuk sendiri dengan pekerjaannya. Di pihak manajemen mereka juga menjadi sangat tergantung kepada PR nya. Mereka menjadi minim komitmen kepada tugas – tugas PR, padahala seperti diketahui seharusnya tugas PR harusnya dilakukan oleh semua orang yang ada dalam sebuah perusahaan,

Dalam hal diffusi peran dan fungsi PR sehingga mereka paham spirit perlunya PR bagi perusahaan menjadi rendah dan tidak akan tersosialisasi bahkan terburuk akan hilang kepercayaan top manajemen akan fungsi PR bagi sebuah organisasi. Hal ini akan terjadi apabila top manajemen banyak merasa dikecewakan oleh PR yang dianggap mereka sebagai pakar.

3. *Communication Facilitator*

PR sebagai pendengar setia dan broker informasi. Mereka sebagai penghubung, interpreter dan mediator antara organisasi dan publiknya. Mereka mengelola *two way communication* dengan cara membuka rintangan komunikasi yang ada/yang terjadi. Tujuannya dalam hal ini adalah untuk menyediakan kebutuhan dua belah pihak akan informasi, membuat kesepakatan yang melibatkan minat keduabelah pihak.

Para pelaku dengan peran ini menempatkan dirinya sebagai sumber informasi dan sebagai kontak antara organisasi dan publiknya. Sebagai wasit dari interaksi, memantapkan agenda yang akan didiskusikan antara dua belah pihak, menyimpulkan pandangan, bereaksi terhadap kasus,

membantu partisipan mendiagnosa masalah, membantu menyelesaikan masalah yang berhubungan dengan komunikasi. Mereka menjadi *boundary spanner* antara perusahaan dan publiknya. Mereka bekerja di bawah asumsi bahwa *two way communication* mampu meningkatkan kualitas pengambilan keputusan organisasi dan publik dalam hal prosedur, kebijakan, serta tindakan lain yang berhubungan dengan minat kedua belah pihak.

4. Problem Solving Facilitator

Mereka berkolaborasi dengan manajer lain untuk mendefinisikan dan memecahkan masalah. Mereka menjadi bagian dalam manajemen stratejik perusahaan. Bergabung dengan konsultan mulai dari awal direncanakan program hingga evaluasinya. Membantu manajemen menerapkan PR sebagai tahapan fungsi manajemen yang sama dengan kegiatan manajemen yang lain.

PR berfungsi sebagai bagian penting penganalisis situasi, memiliki peran yang intens dalam pengembangan prosedur, kebijakan, produk dan aksi perusahaan. Mereka juga memiliki power mengubah sesuatu yang seharusnya diubah. Mereka harus terlibat dalam segala bentuk perubahan organisasi.

Melalui peran ini mereka menjadi paham spirit setiap program baik motivasi maupun tujuan mengapa program harus dilaksanakan, mereka mensupport perubahan strategis organisasi, keputusan yang sifatnya taktis dan memiliki komitmen pada perubahan dan mampu menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan dalam rangka pencapaian tujuan program.

Mereka dimasukkan sebagai tim manajemen karena mereka mampu menunjukkan kemampuan dan nilai dalam membantu manajemen menangani serta menyelesaikan permasalahan

Adalah keliru sama sekali apabila kita menilai *Public Relations* suatu instansi menyatakan pendapat bahwa ada yang aktif bahkan berlebih-lebihan, dan ada yang kurang aktif bahkan tidak dapat bekerja sama sekali. Yang menjadi pokok persoalannya adalah mendudukan peranan *Public Relations* cukup ditonjolkan dan diturut sertakan dalam setiap kegiatan aparat instansi lainnya, dan tidak kalah pentingnya apakah memiliki *staff Public Relations* yang cukup terlatih dan cukup berpengalaman.

2.3.3 Pengertian *Off Air*

Off Air Radio memang sebuah media yang berskala menengah ke bawah, maka dari itu dengan adanya siaran Radio kita bisa mengetahui bagaimana peran radio dalam membentuk para khalayak yang mendengarnya. Radio mempunyai kata sandi atau bisa juga di sebut dengan istilah seperti *Off Air*, arti dari kata *Off Air* ini bersifat *Off* adalah kegiatan yang bersifat di luar ruangan yang tidak terikat dengan kegiatan siaran radio, dan biasanya kegiatan tersebut diadakan di luar ruangan atau di lapangan dan di tujukan untuk mempromosikan radionya, yang biasa disebut *Off Air*. Kegiatan *Off Air* di sini menunjukkan bagaimana pihak penyiaran radio mengenalkan stasiun radionya kepada khalayak banyak.

2.3.4 Peran *Off Air*

Untuk mematangkan sebuah rencana dengan melalui suatu manajemen komunikasi yang baik di dalam department *off air* maupun antara department *off air* dengan department yang lain dan antara department *off air* dengan pihak-pihak terkait di luar Radio OZ, seperti pihak sponsor yang meminta dilaksanakannya *event*.

2.4. Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Kegiatan selama pelaksanaan Praktek Kerja lapangan, sesuai dengan aturan yang disepakati oleh pemohon dan pembimbing. Pemohon diarahkan agar dapat ikut aktif dalam seluruh kegiatan PR dan *Off Air* yang sudah menjadi ketentuan OZ Radio Bandung, baik itu kegiatan *event organizer* dan *branding*.

Dalam hal ini *Public Relations* OZ Radio mempunyai tugas yang sangat luas dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak. Peranan dari *Public Relations* OZ Radio dalam system komunikasi timbal balik merupakan alat yang tepat untuk memperlancar dan memahami dalam penyampaian pesan dan informasi. Peranan komunikasi itu sendiri adalah sebagai unsur yang absolut dalam meningkatkan koordinasi maupun semangat jaringan kerja yang harus terus dipelihara.

Fungsi *Public Relations* OZ Radio Bandung antara lain:

1. Sebagai pembentuk Citra positif perusahaan
2. Membatu pencapaian tujuan dan Misi OZ Radio

3. Menjadi penghubung antara kedua publiknya (internal dan eksternal) dengan cara komunikasi timbal balik
4. Menyusun rencana serta program peningkatan dan pengembangan hubungan perusahaan baik internal maupun eksternal sehingga terbentuk citra perusahaan positif
5. Menyampaikan pesan kepada publik internal atau karyawan serta menampung aspirasi karyawan untuk disampaikan kepada manajemen
6. Menyampaikan pesan perusahaan kepada publik eksternal serta memantau opini publik dalam rangka menjaga serta meningkatkan citra perusahaan.

Peranan PR sangat penting dalam system hubungan komunikasi timbal balik yang merupakan alat yang tepat untuk memperlancar dan memahami dalam penyampaian pesan dan informasi yang dilakukan *Public Relations* dalam melakukan kegiatannya baik itu internal maupun eksternal.

Kegiatan dalam bentuk eksternal yaitu dengan melakukan promosi ke berbagai perusahaan baik surat kabar, televise, radio dan media lainnya dan juga melakukan berbagai kerjasama dengan berbagai pihak dalam menjalankan program-program *Public Relations*. Sedangkan kegiatan yang dilakukan dalam bentuk internal yaitu mengevalausi program kerja *Public Relations*, mengadakan acara-acara bagi publik internal OZRADIO.

Meskipun *Public Relations* adalah bekerja secara maksimal dalam membentuk citra OZRADIO serta membangun opini-opini publik yang dapat mnguntungkan bagi OZRADIO itu sendiri, tetaplah OZRADIO pun tidak luput dari kesalahan, namun itu semua adalah suatu proses menuju suatu kesempurnaan di dunia kerja *Public Relations*.

Off Air merupakan salah satu divisi di OZ Radio Bandung, yang berhubungan langsung dengan PR dan marketing. Konsep kegiatan *Off Air* yang OZ Radio punya merupakan kesatuan dalam sebuah station format. Dengan kinerja tim yang handal, kreatifitas yang tak terbatas, hingga eksekusi yang patut diperhitungkan. Kegiatan *Off Air* juga merupakan kegiatan produksi program – program on air seperti siaran pendidikan, informasi umum, dan hiburan, mendapatkan pendanaan dari pemasangan iklan sponsor sebagai produk yang ditawarkan.

Selain bertujuan untuk meningkatkan awarness, penjualan secara tidak langsung yang dikemas dengan kegiatan entertainment yang menarik menjadi sebuah ciri khas kegiatan *Off Air*. *Off Air* OZ Radio telah bertransformasi menjadi event department yang dapat mengerjakan event berdasarkan permintaan klien atau sponsor ataupun *event creative independent*.

Kemampuan komunikasi yang baik secara lisan maupun tulisan yang dimiliki oleh *staf off air* juga sangat memperlancar proses komunikasi yang terjadi di dalam perusahaan, baik antara management dengan staff maupun antara staff itu sendiri, juga dengan para manager departement dan staff lainnya.

Pengemasan event-event internal yang sudah dimiliki hendaknya dikerjakan dan dikelola lebih baik lagi sehingga dapat membantu *Off Air* dalam mempertahankan dan meningkatkan kesadaran publik internal akan pentingnya keberadaan *Off Air* di perusahaan dalam membentuk citra perusahaan baik kedalam maupun keluar perusahaan.

Tidak hanya memiliki kelebihan tetapi Departement *Off Air* Radio OZ juga memiliki beberapa kekurangan seperti kurangnya pelaksana harian dalam menyelesaikan tugas-tugas di bagian *Off Air*, sehingga setiap tugas dalan proses pelaksanaannya tidak terlaksana dengan baik dan tepat waktu mengingat terlalu banyaknya tugas yang harus dikerjakan oleh seorang pelaksana saja. Maka kurangnya tenaga ahli sangat memperlihatkan sedikit lambatnya kinerja bagian ini, walaupun masih banyaknya hambatan yang masih dapat ditemui tetapi Departement Off-Air Radio OZ terlihat terus berupaya untuk meningkatkan kinerjanya agar dapat memberikan hasil yang terbaik dan maksimal. Tetapi hendaknya kekurangan-kekurangan yang ada harus diperhatikan untuk menghindari penurunan kualitas hasil kerja serta ketidak efisienan dan ketidak efektifan kinerja para staff *Off Air*.

2.5. Analisis Layanan Perusahaan Kepada Mahasiswa PKL

Pelayanan PR Oz Radio sangat baik dan antusias sekali kepada mahasiswa yang PKL antara lain;

1. Memperkenalkan mahasiswa PKL kepada *staff* Oz Radio
2. Memberi kesempatan mahasiswa untuk memberikan pendapat
3. Memperkenalkan cara kerja perusahaan Oz Radio
4. Mengajak mahasiswa PKL untuk ikut serta dalam acara atau kegiatan yang dilaksanakan Oz Radio
5. Memberikan tempat kerja untuk mahasiswa yang melaksanakan PKL

Dengan contoh di atas sangat terlihat sekali PR Oz Radio sangat antusias dan memberikan bekal pengalaman yang akan sangat berguna dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya dalam memberikan pelayanan yang positif kepada mahasiswa PKL.