BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 AKTIVITAS KERJA SELAMA PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung penulis diwajibkan aktif serta dapat memahami aktivitas yang dilakukan oleh Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung, yaitu di Seksi Peliputan dan Dokumentasi, dan UPTD (Unit Pelaksanaan Teknis Dinas) Radio Sonata.

Penulis melakukan dua jenis kegiatan, yakni rutin dan insidental yang dilakukan di dua tempat selama Praktek Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung, dimana dilakukan di Seksi Peliputan dan Dokumentasi, dan di UPTD Radio Sonata. Kegiatan rutin merupakan kegiatan yang sehari-hari dilakukan oleh penulis selama Praktek Kerja Lapangan. Selama Praktek Kerja Lapangan di Seksi Peliputan dan Dokumentasi penulis melakukan kegiatan yang meliputi : Peliputan berita, membuat *press release* dan mengetik *press release*. Sedangkan di UPTD Radio Sonata penulis melakukan kegiatan yang meliputi : pembuatan tema siaran, mengatur *playlist* lagu, mencari artikel dan tips. Kegiatan insidental merupakan kegiatan yang sewaktu-waktu penulis lakukan selama Praktek Kerja Lapangan yang meliputi : Pembuatan *script* (*Rundown*), Mendesain sertifikat Sonata *Ambassador,* Membuat konsep iklan.

Adapun rincian tugas yang dilakukan oleh penulis selama Praktek Kerja Lapangan dapat dilihat pada tabel 2.1 dibawah ini :

Tabel 2.1

Kegiatan Kerja Lapangan

No.	Hari/ Tanggal	Jam Kerja	Uraian Kegiatan	Jenis Kegiatan	
				Rutin	Insidental
1	Senin 04 Juli 2011	08.00 – 15.45	• Meliput Kegiatan PPID dan KIM • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓
2	Selasa 05 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Rapat Paripurna • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓
3	Rabu 06 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Kegiatan Walikota di SUS Gedebage • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓
4	Kamis 07 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Kegiatan PKK • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓

No.	Hari/ Tanggal	Jam Kerja	Uraian Kegiatan	Jenis Kegiatan	
				Rutin	Insidental
5	Jumat 08 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Pelepasan Siswa/i SMA Kota Bandung ke Amerika • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓
6	Senin 11 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Pelantikan Direktur Air Limbah PDAM Tirtawening Kota Bandung • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓
7	Selasa 12 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Rapat Paripurna (menjawab pandangan umum beberapa fraksi mengenai APBD 2010) • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓
8	Rabu 13 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Acara Perayaan Ulang Tahun Ikatan Bidan Indonesia Cabang		✓

No.	Hari/ Tanggal	Jam Kerja	Uraian Kegiatan	Jenis Kegiatan	
				Rutin	Insidental
			Kota Bandung • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	
9	Kamis 14 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Acara Musda K3S • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓
10	Jumat 15 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Acara Bandung *Integrity Fair* • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓
11	Senin 18 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Acara Pembekalan Aparatur Satpol PP • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓
12	Selasa 19 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput acara *Suwon Youth Delegation* • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓

No.	Hari/ Tanggal	Jam Kerja	Uraian Kegiatan	Jenis Kegiatan	
				Rutin	Insidental
13	Rabu 20 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Acara *Cooperative Fair* dan Halal *Fair* • Membuat *Press Release* • Mengetik *Press Release*	 ✓ ✓	✓
14	Kamis 21 Juli 2011	08.00 – 16.00	• Meliput Acara Sosialisasi Pendataan Program Perlindungan Sosial 2011 • Meliput Sidang Paripurna		✓ ✓
15	Jumat 22 Juli 2011	08.00 – 12.30	• Standby di DISKOMINFO (tidak ada kegiatan)		✓
16	Senin 25 Juli 2011	09.00 – 15.30	• Perkenalan dengan *All Crew* Radio Sonata • Pengarahan Siaran • Pengarahan Vocal • Pengenalan Alat-alat Siaran		✓ ✓ ✓ ✓

No.	Hari/ Tanggal	Jam Kerja	Uraian Kegiatan	Jenis Kegiatan	
				Rutin	Insidental
			• Pengajaran *Mixing* • Pengajaran Cara Memasukkan Lagu ke *Playlist* • Pengajaran Cara Menerima *Request* Lagu via Telepon • Pengajaran Mengecek *Request* via SMS • Pengajaran Cara Membaca *Request* Lagu via SMS		✓ ✓ ✓ ✓ ✓
17	Selasa 26 Juli 2011	14.00 – 18.00	• Pembuatan *Script* Dinas Kesehatan • Mengecek *Headphone* dan Mic • Siaran • Membacakan *Request* Lagu dari *Listeners* via SMS		✓ ✓ ✓ ✓

No.	Hari/ Tanggal	Jam Kerja	Uraian Kegiatan	Jenis Kegiatan	
				Rutin	Insidental
18	Rabu 27 Juli 2011	09.00 – 12.00	• Pembuatan Tema Siaran • Meng-*Update* Status Radio Sonata di *Facebook* dan *Twitter*	✓	✓
19	Kamis 28 Juli 2011	14.00 – 18.00	• Pembuatan Tema Siaran • Membuat Jadwal Kegiatan Penyiar • Mengatur *Headphone* dan Mic • Mengatur *Playlist* Lagu • *Take Voice Over*	✓ ✓	✓ ✓ ✓
20	Jumat 29 Juli 2011	09.00 – 13.30	• Pembuatan Tema Siaran • Mengatur *Playlist* Lagu • Mendesain Sertifikat Sonata *Ambassador*	✓ ✓	✓
21	Senin 01 Agustus 2011	09.00 – 13.00	• Pembuatan Tema Siaran • Mengatur *Playlist* Lagu • Mengatur *Headphone* dan Mic • Pembuatan *Script*	✓ ✓	✓ ✓

No.	Hari/ Tanggal	Jam Kerja	Uraian Kegiatan	Jenis Kegiatan	
				Rutin	Insidental
			(*Rundown*) PIANKA • Mencari Tips Berpuasa	✓	
22	Selasa 02 Agustus 2011	09.00 – 13.00	• Pembuatan Tema Siaran • Mengatur *Playlist* Lagu • Mengatur *Headphone* dan Mic • Mencari Tips Berpuasa	✓ ✓ ✓	✓
23	Rabu 03 Agustus 2011	14.00 – 18.30	• Persiapan Siaran • Siaran di luar Studio Sonata (Masjid Al-Lathief)		✓ ✓
24	Kamis 04 Agustus 2011	09.00 – 14.00	• Pembuatan Tema Siaran • Mengatur *Playlist* Lagu • Mencari Artikel Pengertian Islam	✓ ✓	✓
25	Jumat 05 Agustus 2011	14.00 – 18.00	• Pembuatan Tema Siaran • Mengatur *Playlist* Lagu Pembuka Siaran • *Download* Lagu Terbaru	✓ ✓	✓

No.	Hari/ Tanggal	Jam Kerja	Uraian Kegiatan	Jenis Kegiatan	
				Rutin	Insidental
26	Senin 08 Agustus 2011	09.00 – 13.30	• Pembuatan Tema Siaran • Mengatur *Playlist* Lagu • Membuat Konsep Iklan (Rumah Djajan Surapati) • Mencari Tips Berpuasa	✓ ✓ ✓	 ✓
27	Selasa 09 Agustus 2011	09.00 – 13.00	• Mengatur *Playlist* Lagu • Mendampingi Penyiar (udjo) *On Air* • Mencari Tips Berpuasa	✓ ✓	 ✓
28	Rabu 10 Agustus 2011	09.00 – 13.00	• Pembuatan Tema Siaran • Pembuatan *Script* (*Rundown*) BPOM • Mencari Tips Berpuasa	✓ ✓	 ✓
29	Kamis 11 Agustus 2011	09.00 – 12.00	• Radio *Off Air*		✓
30	Jumat 12 Agustus 2011	09.00 – 13.00	• Radio *Off Air* • Pembuatan Laporan KKN selama di Radio Sonata		✓ ✓

Sumber : Agenda Penulis/ Juli – Agustus 2011

1.1.1 DESKRIPSI KEGIATAN RUTIN DAN CONTOH KEGIATAN SELAMA PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Selama pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan di kehumasan Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung, penulis ditugaskan untuk melaksanakan beberapa kegiatan rutin yang harus dilakukan di Seksi Peliputan dan Dokumentasi dan UPTD Radio Sonata, yang meliputi :

- **Peliputan Berita**

  Penulis ditugaskan langsung kelapangan untuk meliput acara-acara yang di hadiri oleh Walikota Bandung, Wakil Walikota, Sekda, DPRD Kota Bandung dan PKK (yang di ketuai oleh isteri Walikota Bandung). Saat peliputan berita, penulis diharuskan menulis apa saja yang di katakan oleh Walikota, Wakil Walikota, Sekda, dan Ketua PKK, sebagai bahan untuk membuat *press release*. Selain itu penulis juga mendokumentasikan acara tersebut berupa foto-foto Walikota, Wakil Walikota, Sekda, DPRD dan Ketua PKK.

- **Membuat *Press Release***

  Press Release merupakan tulisan yang dibuat oleh Humas yang memuat berita-berita terbaru tentang Pemerintah Kota

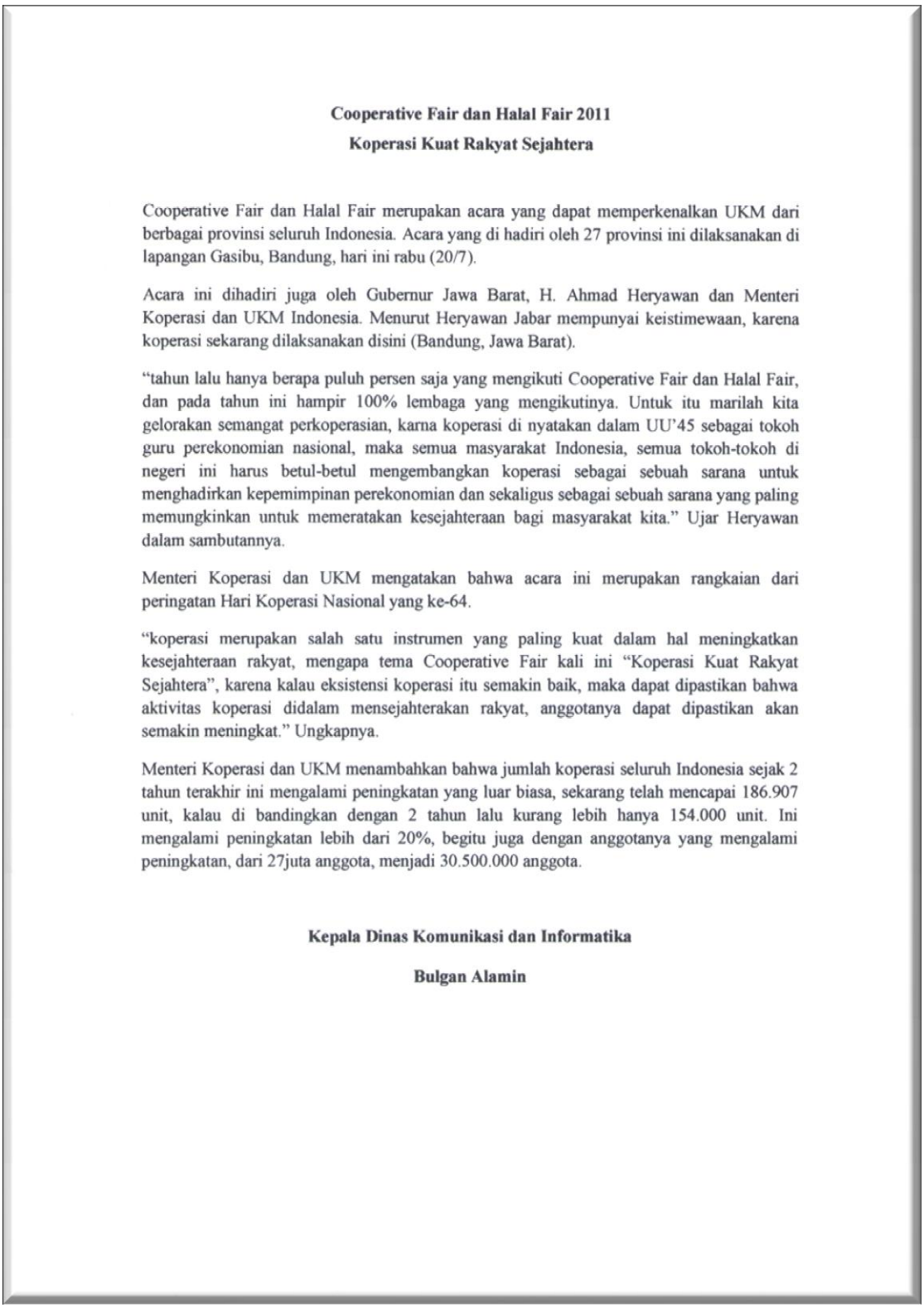
Bandung, baik kegiatan Walikota maupun kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan Kota Bandung. Selain itu *press release* yang dibuat oleh Humas ini juga memuat berita-berita tentang kebijakan-kebijakan baru Pemerintah Kota Bandung yang harus di informasikan ke masyarakat melalui media massa, agar masyarakat mengetahuinya. *Press release* yang sudah jadi nantinya langsung diberikan kepada wartawan untuk di informasikan.

Dalam membuat *press release* diharuskan memenuhi syarat 5W + 1H, *press release* dibuat dengan menggunakan kata-kata yang jujur dan mudah dimengerti, agar masyarakat yang membacanya mudah mengerti dengan apa yang terdapat dalam *press release* tersebut. Selain itu dalam *press release* harus terdapat keterangan lembaga yang disertai dengan tempat dan waktu terjadinya kegiatan, agar memudahkan wartawan untuk di baca, dan selanjutnya akan dimuat ke suratkabar untuk segera di publikasikan kepada masyarakat.

Berikut merupakan contoh *Press Release* yang penulis buat :

Gambar 2.1

Contoh *Press Release*



Cooperative Fair dan Halal Fair 2011

Koperasi Kuat Rakyat Sejahtera

Cooperative Fair dan Halal Fair merupakan acara yang dapat memperkenalkan UKM dari berbagai provinsi seluruh Indonesia. Acara yang di hadiri oleh 27 provinsi ini dilaksanakan di lapangan Gasibu, Bandung, hari ini rabu (20/7).

Acara ini dihadiri juga oleh Gubernur Jawa Barat, H. Ahmad Heryawan dan Menteri Koperasi dan UKM Indonesia. Menurut Heryawan Jabar mempunyai keistimewaan, karena koperasi sekarang dilaksanakan disini (Bandung, Jawa Barat).

"tahun lalu hanya berapa puluh persen saja yang mengikuti Cooperative Fair dan Halal Fair, dan pada tahun ini hampir 100% lembaga yang mengikutinya. Untuk itu marilah kita gelorakan semangat perkoperasian, karna koperasi di nyatakan dalam UU'45 sebagai tokoh guru perekonomian nasional, maka semua masyarakat Indonesia, semua tokoh-tokoh di negeri ini harus betul-betul mengembangkan koperasi sebagai sebuah sarana untuk menghadirkan kepemimpinan perekonomian dan sekaligus sebagai sebuah sarana yang paling memungkinkan untuk memeratakan kesejahteraan bagi masyarakat kita." Ujar Heryawan dalam sambutannya.

Menteri Koperasi dan UKM mengatakan bahwa acara ini merupakan rangkaian dari peringatan Hari Koperasi Nasional yang ke-64.

"koperasi merupakan salah satu instrumen yang paling kuat dalam hal meningkatkan kesejahteraan rakyat, mengapa tema Cooperative Fair kali ini "Koperasi Kuat Rakyat Sejahtera", karena kalau eksistensi koperasi itu semakin baik, maka dapat dipastikan bahwa aktivitas koperasi didalam mensejahterakan rakyat, anggotanya dapat dipastikan akan semakin meningkat." Ungkapnya.

Menteri Koperasi dan UKM menambahkan bahwa jumlah koperasi seluruh Indonesia sejak 2 tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang luar biasa, sekarang telah mencapai 186.907 unit, kalau di bandingkan dengan 2 tahun lalu kurang lebih hanya 154.000 unit. Ini mengalami peningkatan lebih dari 20%, begitu juga dengan anggotanya yang mengalami peningkatan, dari 27juta anggota, menjadi 30.500.000 anggota.

Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika

Bulgan Alamin

Sumber : Dokumentasi Penulis, Juli 2011

- **Mengetik *Press Release***

Saat mengetik *press release* penulis diwajibkan menggunakan syarat 5W + 1H agar pembaca mengerti dan mengetahui kegiatan-kegiatan Walikota maupun kegiatan-kegiatan yang berlangsung disekitar Pemerintah Kota Bandung. Selain itu penulis harus mengikuti format penulisan yang biasa Humas lakukan, seperti membuat judul untuk *press release* dan diakhir tulisan wajib menggunakan nama Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika, Bulgan Alamin.

- **Pembuatan Tema Siaran**

Setiap penyiar wajib mempunyai tema siaran setiap harinya dan harus berbeda-beda, karena tema siaran merupakan suatu hal yang dapat memikat pendengar untuk mengikuti acara siaran tersebut. Selama Praktek Kerja Lapangan di UPTD Radio Sonata penulis diharuskan membuat Tema Siaran untuk diserahkan kepada penyiar yang akan membawakan acara. Tema siaran yang diinginkan oleh masing-masing penyiar harus menarik *listener's* untuk ikut bergabung dalam acara tersebut. Kebetulan tema-tema siaran yang penulis berikan kepada penyiar selalu dibacakan, dan banyak *listener's* yang bergabung kedalam tema yang penulis cari. Selain itu penulis juga harus mencari tema sebanyak-banyaknya

untuk kemudian dipilih oleh penyiar yang cocok untuk tema hari ini dan untuk tema selanjutnya.

- **Mencari Artikel dan Tips**

  Selain membuat tema siaran, penulis juga di haruskan untuk mencari artikel dan tips-tips yang nantinya akan dibacakan oleh penyiar. Artikel serta tema yang harus di cari oleh penulis adalah sesuatu yang sangat menarik dan masyarakat belum banyak mengetahuinya, sehingga banyak manfaat dari artikel dan tips yang dibawakan oleh penyiar.

- **Mengatur Playlist Lagu**

  Mengatur *playlist* lagu merupakan pemilihan lagu-lagu dari *playlis*t lagu yang ada di komputer Radio Sonata. Disini penulis ditugaskan untuk memilih lagu-lagu terbaru ataupun lagu-lagu lama dan selanjutnya akan di putarkan oleh penyiar Radio Sonata. Selain lagu, penulis juga memasukkan iklan dari berbagai produk ataupun rumah makan yang ingin mempromosikan rumah makan mereka, agar masyarakat mengetahui lokasi rumah makan baru yang ada di Kota Bandung. Setiap harinya lagu-lagu tersebut diperbaharui kembali, tujuannya agar masyarakat tidak bosan untuk mendengarkan Radio Sonata.

1.1.2 DESKRIPSI KEGIATAN INSIDENTAL DAN CONTOH KEGIATAN SELAMA PRAKTEK KERJA LAPANGAN

Selama pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan di kehumasan Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung, penulis juga ditugaskan untuk melaksanakan beberapa kegiatan insidental atau tidak rutin yang harus dilakukan di UPTD Radio Sonata, yang meliputi:

- **Pembuatan *Script* (*Rundown*)**

  Script atau *Rundown* merupakan rangkaian pertanyaan yang diberikan oleh penyiar Radio Sonata kepada tamu siaran, seperti Artis yang akan mempromosikan *single* lagu terbaru dan Dinas-dinas Pemerintah Kota Bandung. *Script* dibuat sehari sebelum acara siaran, seperti program Halo Kang Dada yang disiarkan setiap hari Rabu dari jam 10.00 s/d jam 12.00, dan program Jelang Sore "*Interview* Artis/ Band" yang disiarkan setiap hari Senin jam 16.00 s/d jam 17.00

  Berikut contoh *Script* (*Rundown*) yang biasa penulis buat untuk program acara Halo Kang Dada serta *Interview* Artis :

Gambar 2.2

Contoh *Script* (*Rundown*)

Acara Halo Kang Dada

Program	Halo Kang Dada
Hari/Tanggal	Rabu, 10 Agustus 2011
Waktu	10.00 – 12.00 WIB
Tempat	Studio 2 Radio Sonata SE 88.1 FM Jl. R.E Martadinata No 157 Gedung Pramuka Lt.2 Bandung Telp 7234621
Materi	Dialog Interaktif
Tamu Siaran	BPOM
Durasi	60 Menit
Eksekusi	10.30 – 11.30 WIB
Announcer	Udjo
Produser	Zulfikar Azhari
Script	Febry, Paramitha dan Randi

RUNDOWN :

SESI Pertama :

- Opening
- Perkenalan
- Langkah awal apa saja yang harus dipersiapkan oleh BPOM terlebih dahulu selama bulan ramadhan ?
- Seberapa penting pengawasan BPOM terhadap makanan selama bulan ramadhan ini ?
- Upaya apa sajakah yang dilakukan oleh BPOM selama bulan Ramadhan ?
- Permasalahan apa saja yang sering terjadi pada saat BPOM melakukan pemeriksaan mendadak ?
- Bagaimana cara menangani para pedagang atau penyuplai makanan yang masih memasarkan makanan kadaluarsa ?

SESI Kedua :

- Sejauh ini apakah masyarakat sudah terpenuhi akan bahan-bahan makanan ?
- Sudah berapa kali BPOM melakukan sidak ?
- Pengawasannya sudah dilakukan dimana saja ?
- Kendala yang paling sulit yang pernah dialami oleh BPOM ?

SESI Ketiga :

- Adakah program khusus yang dilakukan BPOM selama bulan Ramadhan ?
- Antisipasi dari BPOM sendiri untuk pedagang "nakal" yang masih memasarkan makanan kadaluarsa ?
- Sangsi apa yang diberikan oleh BPOM untuk para pedagang "nakal" ?

SESI Keempat :

- Harapan dari BPOM selama bulan ramadhan ?
- Pesan apa yang mungkin dapat diberikan BPOM untuk masyarakat, agar masyarakat dapat lebih berhati-hati terhadap makanan yang akan dikonsumsi ?
- Closing

Sumber : Dokumentasi Penulis, Agustus 2011

Acara Jelang Sore (*Interview* Artis)

Program	Jelang sore
Hari/Tanggal	Senin, 1 Agustus 2011
Waktu	16.00 – 17.00 WIB
Tempat	Studio 1 Radio Sonata SE 88.1 FM Jl. R.E Martadinata No 157 Gedung Pramuka Lt.2 Bandung Telp 7234621
Materi	Live Interview
Tamu Siaran	PIANKA
Durasi	60 Menit
Eksekusi	16.00 – 17.00 WIB
Announcer	Jojo
Produser	Zulfikar Azhari
Script	Febry Valentina dan Paramitha Wienanda

RUNDOWN :

SESI Pertama :

- Opening
- Perkenalan (kenalkan kepada pendengar siapa tamu)
- Apa kabar PIANKA ?
- Apa kesibukannya sekarang ?
- Kenapa memberi nama PIANKA ? apakah ada filosofi tersendiri ?
- Kenapa memutuskan untuk membuat Group Vocal ?
- Aliran musik seperti apa yang PIANKA ambil ?
- Siapa yang punya ide merilis lagu "OMG" dan siapa penciptanya ?
- Judul lagu "OMG" ini menceritakan tentang apa ? di ambil dari kisah nyata atau bukan ?

SESI Kedua :

- Banyak prestasi yang sempat di raih, ada apa saja ?
- Sempat ikut serta dalam ajang pencarian bakat di salah satu TV di Malaysia, bisa di ceritakan?
- Sempat masuk berapa besar dalam ajang tersebut ?
- Sudah melakukan promo lagu "OMG" kemana saja ?
- Sudah adakan pembuatan clip buat lagu terbaru nya "OMG" ?
- Adakah artis pendukung dari pembuatan clip lagu "OMG" ?
- Adakah kesulitan dalam proses pembuatan rilis lagu ini ?
- Dari mana saja dukungan penggarapan rilis lagu "OMG" ?

SESI Ketiga :

- Quizz (KALAU ADA)
- Rencana ke depan buat PIANKA apa ?
- Harapan dari PIANKA dengan rilis lagu "OMG" ?

SESI Keempat :

- Pesan Atau Himbauan Untuk Pendengar
- Bisa nyanyikan sedikit lagu terbarunya "OMG"
- Closing

Sumber : Dokumentasi Penulis, Agustus 2011

- **Mendesain Sertifikat Sonata *Ambassador***

  Penulis ditugaskan untuk mendesain sertifikat Sonata *Ambassador*. Sonata *Ambassador* merupakan kegiatan pelatihan siaran yang diselenggarakan oleh Radio Sonata. Sertifikat ini dibuat untuk memberikan tanda bukti bahwa peserta telah mengikuti pelatihan Sonata *Ambassador.*

- **Membuat Konsep Iklan**

  Penulis ditugaskan untuk membuat sebuah konsep iklan yang nantinya akan dibuat sebuah iklan komersial oleh produser Radio Sonata, untuk menginformasikan kepada para pendengar Radio Sonata. Konsep iklan ini haruslah penulis buat semenarik mungkin, untuk menarik minat para *listener's*.

1.2 ANALISIS MENGENAI *PUBLIC RELATIONS*

Istilah *Public Relations* atau yang biasa dikenal dengan sebutan Humas (hubungan masyarakat) merupakan aktivitas atau kegiatan didalam suatu perusahaan ataupun lembaga yang berhubungan dengan khalayak atau orang banyak untuk mencapai suatu tujuan dan saling pengertian diantara dua belah pihak dengan mengharapkan tidak adanya pihak lain yang merugikan.

Public Relations merupakan gabungan dari dua buah kata, yakni "*Public" dan "Relations".* Kata *Public* dalam bahasa indonesia ialah publik yang secara umum dapat diartikan sebagai sekelompok orang yang memiliki

minat dan perhatian yang sama terhadap suatu hal. Sedangkan *Relations* dalam bahasa indonesia ialah hubungan-hubungan, dalam artian lain kegiatan *Public Relations* ini melibatkan berbagai macam hubungan.

Pengertian Hubungan Masyarakat dijelaskan oleh beberapa pakar dengan beberapa definisi yang berbeda-beda, akan tetapi maksud dari definisi-definisi tersebut umumnya menjurus pada pembentukan citra positif perusahaan.

Definisi Hubungan Masyarakat menurut Guru Besar Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, Prof. Dr. Soleh Sumirat, M.S dalam bukunya dasar-dasar *Public Relations* menyimpulkan bahwa :

> "*Public Relations* atau Hubungan Masyarakat adalah tindakan pencitraan yang dilakukan untuk menarik simpati masyarakat terhadap suatu organisasi atau perusahaan."

Definisi menurut (*British*) *Institute of Public Relations* (IPR) dalam buku *Public Relations*, yakni :

> "Humas 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."

Dilihat dari definisi-definisi tersebut, maka Humas merupakan suatu proses yang kontinyu dari usaha manajemen untuk memperoleh *good will* dan pengertian dari publik pada umumnya, termasuk *stake holder* internal. Ke dalam, mengadakan perbaikan dan pembenahan melalui *corporate culture building* (membangun budaya lembaga) berbentuk disiplin, motivasi, peningkatan pelayanan dan produktivitas kerja yang diharapkan untuk

terciptanya *sense of belonging* terhadap lembaga. Sedangkan ke luar, berupaya menciptakan kepercayaan dan citra lembaga (*corporate image*) yang sekaligus memayungi dan mempertahankan citra produknya (*product image*).

1.2.1 Ciri-ciri Humas

Setiap profesi pastinya memiliki ciri-ciri yang dapat membedakan antara profesi satu dengan profesi lainnya, begitu juga dengan Humas.

Adapun ciri-ciri Hubungan Masyarakat (Humas) menurut Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy dalam buku Hubungan Masyarakat, yaitu:

1. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik,
2. Humas merupakan penunjangan tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi,
3. Publik yang menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik ekstern dan publik intern,
4. Operasionalisasi humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologi, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun pihak publik.

Dari ciri-ciri diatas, dapat disimpulkan bahwa humas mempunyai tujuan untuk menciptakan hubungan yang baik dengan

publik eksternal dan publik internal, serta menumbuhkan citra positif perusahaan, dengan adanya dukungan dari khalayak maupun organisasi yang bersangkutan.

1.2.2 Fungsi Humas

Pakar Ilmu Komunikasi Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, MA secara ringkas menjelaskan fungsi dan tugas kehumasan antara lain sebagai berikut :

1. Fungsi dan tugas PR dalam sebuah organisasi/ perusahaan atau kelembagaan adalah harus mampu menunjang manajemen dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan,
2. Fungsi dan tugas PR dalam sebuah organisasi/ perusahaan atau kelembagaan adalah membina secara terus-menerus hubungan yang harmonis baik dengan publik internal maupun publik eksternal,
3. Praktisi kehumasan bertugas komunikasi dua arah, dalam artian menyebarkan informasi dan lembaga dan menyalurkan opini publik kepada lembaga tempat dimana bekerja,
4. Demi kepentingan umum, praktisi kehumasan bertugas untuk melayani publik sekaligus memberi nasihat dan masukan kepada pimpinan organisasi/ lembaga tempat ia bekerja.

Fungsi *Public Relations*/ Humas dapat juga diuraikan sebagai berikut :

- **Marketing**

  Marketing merupakan semua aktivitas organisasi/ instansi/ perusahaan yang dilakukan dalam rangka menyalurkan barang atau jasa kepada konsumen atas dasar pengertian akan kegunaannya terhadap tempat, waktu, perpindahan hak milik, bentuk dan kepuasan masing-masing pihak yang terlibat dalam proses penyaluran yang dimaksud. Semua kegiatan tersebut pada dasarnya ditujukan untuk melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen akan barang atau jasa.

- **Publisitas**

  Publisitas merupakan salah satu kegiatan utama dari *Public Relations*/ Humas dalam memberi keterangan dan penerangan kepada publiknya. Publisitas merupakan salah satu bentuk persuasi sebagai teknik penyampaian informasi yang mengandung nilai serta unsur-unsur berita yang disusun sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian dalam mendahului upaya persuasi lainnya. Dengan publisitas, petugas *Public Relations*/ Humas harus memberikan informasi atau keterangan, baik kepada publiknya maupun masyarakat, agar mereka memperoleh cukup pengetahuan tentang organisasi/ instansi/ perusahaan yang bersangkutan.

Informasi dapat diberikan melalui berbagai bentuk komunikasi serta menggunakan berbagai media ataupun langsung, yang sifatnya pemberitahuan dengan tujuan membangkitkan perhatian, simpati dan kepercayaan masyarakat pada kegiatan dan kebijaksanaan organisasi/ instansi/ perusahaan.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa fungsi seorang humas tidaklah mudah seperti apa yang oranglain pikirkan. Disamping menjaga citra positif perusahaan/ organisasi, seorang humas juga dituntut harus bisa berkomunikasi dengan baik kepada publik internal maupun eksternal dan menjaga moral perilaku dari individunya sendiri.

1.2.3 Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat

Hubungan Masyarakat memiliki ruang lingkup yang luas dalam menghadapi permasalahan-permasalahan dalam suatu organisasi yang berhubungan dengan kegiatan organisasi, baik dalam publik internal maupun publik eksternal.

Menurut Morissan (2008) ruang lingkup humas dapat dibagi menjadi enam bidang pekerjaan, yaitu:

1. Publisitas;
2. Pemasaran;
3. *Public Affairs*;
4. Manajemen Isu;

5. Lobi;
6. Hubungan Investor.

Ruang lingkup *Public Relations/* Humas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Publisitas

   kegiatan menempatkan berita mengenai seseorang, organisasi atau perusahaan di media massa. Dengan kata lain publisitas adalah upaya orang atau organisasi agar kegiatannya diberitakan media massa. Publisitas lebih menekankan pada proses komunikasi satu arah, sedangkan humas adalah komunikasi dua arah. Publisitas merupakan salah satu alat dalam kegiatan humas, namun humas tidak akan dapat berbuat banyak tanpa publisitas.

2. Pemasaran

   Untuk menarik dan memuaskan klien atau pelanggan dalam jangka panjang dalam upaya mencapai tujuan ekonomi perusahaan. Tanggung jawab utama pemasaran adalah membangun dan mempertahankan pasar bagi barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan. Proses hubungan antara perusahaan dan pelanggannya ini sering disebut dengan istilah *marketing relations* atau hubungan pelanggan.

3. *Public Affairs*

Cutlip-Center-Broom (Morissan, 2008) mendefinisikan *public affairs* sebagai bidang khusus publik yang membangun dan mempertahankan hubungan dengan pemerintah dan komunitas lokal agar dapat mempengaruhi kebijakan publik. Definisi ini menunjukkan bahwa terdapat dua pihak yang menjadi fokus perhatian *public affairs* yaitu pemerintah dan masyarakat. Organisasi atau perusahaan harus menjalin hubungan yang harmonis dengan pemerintah karena pemerintah mengeluarkan peraturan yang harus dipatuhi oleh perusahaan.

4. Manajemen Isu

Upaya organisasi atau perusahaan untuk melihat kecenderuangan isu atau opini publik yang muncul di tengah masyarakat dalam upaya organisasi memberikan tanggapan atau respon yang sebaik-baiknya. Sebagaimana dikutip Morissa (2008), Cutlip-Center-Broom mengemukakan bahwa manajemen isu meliputi dua tindakan mendasar yaitu: (1) melakukan identifikasi awal terhadap isu yang memiliki potensi merugikan organisasi atau perusahaan, (2) memberikan tanggapan terhadap isu untuk meminimalisir konsekuensi dari munculnya isu.

Pada praktiknya, banyak perusahaan besar yang membentuk unit tersendiri yang menangani manajemen isu, namun banyak pula

yang membentuk semacam gugus tugas (*task forces*) dengan cara merekrut personel dari bagian humas. Mereka bertugas memberikan tanggapan terhadap berbagai kekhawatiran publik terhadap operasi perusahaan khususnya yang terkait dengan isu lingkungan.

5. Lobi

Setiap organisasi atau perusahaan berkepentingan terhadap hukum atau peraturan baru yang akan memengaruhi kehidupan organisasi bersangkutan. Produk hukum baru seperti undang-undang atau peraturan lain adakalanya membawa perubahan situasi yang menguntungkan, namun lebih sering membawa perubahan situasi yang dapat merugikan organisasi. Suatu perubahan yang menguntungkan biasanya tidak menimbulkan keributan atau kegaduhan, namun perubahan yang dinilai merugikan akan menimbulkan reaksi.

Kegiatan lobi sering mengundang kritik karena dinilai rawan dengan penyuapan. Undang-undang lobi di Amerika Serikat (*Federal Regulation of Lobbying Act*) mewajibkan para lobyis untuk mendaftarkan setiap rencana mereka untuk melakukan lobi. Mereka diwajibkan untuk mengumumkan sumber pendapatan dan pengeluaran mereka selama melakukan lobi. Publik pun diberi kesempatan untuk mengawasi kegiatan lobi.

6. Hubungan Investor

Menurut Cutlip-Center-Broom, hubungan investor merupakan bidang khusus humas yang bekerja pada perusahaan publik. Tugas hubungan investor sangat sering berkaitan dengan masalah-masalah keuangan sehingga bidang ini sering pula disebut dengan *financial relations*. Menurut Cutlip dan rekan tugas hubungan investor adalah meningkatkan nilai saham perusahaan dan mengurangi biaya modal (*cost of capital*) dengan cara meningkatkan kepercayaan pemegang saham dan dengan membuat saham perusahaan menjadi menarik bagi para investor individu dan investor institusi serta para analisis keuangan.

Cutlip merinci tugas investor *relations* sebagai berikut : (1) mengikuti perkembangan bursa saham, (2) menyediakan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada masyarakat keuangan, (3) memberikan saran kepada manajemen terkait dengan saham perusahaan, (4) memberikan jawaban terhadap berbagai pertanyaan bidang keuangan.

1.3 ANALISIS KEGIATAN HUMAS DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung sudah melembaga, karena di bawah dinas. Dan terdapat beberapa bagian, mulai dari : Kepala Dinas, Bidang Hubungan Masyarakat dan Seksi Peliputan dan Dokumentasi, dan UPTD Pelayanan Informasi.

Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung dibagi menjadi dua bagian, yaitu Humas Internal dan Humas Eksternal. Humas Internal yang dimaksud disini adalah humas yang berhubungan langsung dengan para wartawan mengenai pemberitaan Kota Bandung. Setiap wartawan yang ingin bergabung dengan Dinas Komunikasi dan Informatika harus mendaftar terlebih dahulu kepada humas internal. Disini tugas humas internal yaitu mendata dan mengecek kontribusi wartawan yang sudah mendaftar tersebut terhadap berita mengenai seputar Kota Bandung.

Sedangkan Humas Eksternal yang dimaksud adalah humas yang terjun langsung ke lapangan pada acara-acara yang dihadiri oleh Walikota, Wakil Walikota Bandung. Tugas humas eksternal adalah untuk meliput, mendokumentasikan dan mencatat semua rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh Walikota dan Wakil Walikota Bandung, yang nantinya akan dibuat menjadi *press release* untuk dijadikan sebuah berita untuk para wartawan yang sudah bergabung dengan Dinas Komunikasi dan Informatika yang akan dimasukkan kedalam koran dan dipublikasikan kepada masyarakat.

Oleh karena itu hubungan antara humas internal dan eksternal sangat erat sekali kaitannya, karena tugas yang dilakukan humas eksternal yang terjun langsung kelapangan dan mencatat kegiatan Walikota dan Wakil Walikota tersebut untuk dijadikan sebuah berita dan menghasilkan sebuah *press release* yang kemudian akan diberikan kepada para wartawan, yang nantinya akan dijadikan sebuah berita yang akan diterbitkan dikoran, dan kemudian berita yang terdapat dikoran mengenai Walikota dan Wakil Walikota tersebut digunting dan dijadikan kliping oleh humas eksternal.

Selain itu sebagai media elektronik Radio Sonata memberikan informasi-informasi yang akurat, yang menghadirkan narasumber dari dinas-dinas Pemerintah Kota Bandung, seperti Dinas BPOM, Dinas Kebersihan, Dinas Bina Marga, dll.

1.4 ANALISIS PELAYANAN DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA TERHADAP MAHASISWA

Praktek Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung yang dilakukan selama 1 bulan lebih telah memberikan pengalaman dan ilmu tambahan bagi penulis yang diberikan oleh pembimbing dan seluruh *staff* Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung. Mulai dari pengarahan yang baik sampai praktek dilapangan, sehingga penulis dapat lebih cepat dan mudah untuk memahami kegiatan-kegiatan yang dilakukan Humas di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung. Selain itu fasilitas yang diberikan kepada penulis

cukup memadai dam mempermudah proses pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan, misalnya komputer sebagai sarana membuat *press release* di Seksi Peliputan dan Dokumentasi, mencari artikel, mencari tips-tips, mencari lagu di UPTD Pelayanan Informasi.

Selama melakukan Praktek Kerja Lapangan penulis dituntut untuk mengetahui bahwa Humas Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung sangat berperan penting dalam menjembatani antar berbagai pihak, baik pihak internal maupun eksternal. Selama Praktek Kerja Lapangan penulis mendapatkan respon yang baik dari pembimbing dan seluruh *staff* Dinas Komunikasi dan Informatika, sehingga selama pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan penulis dapat melaksanakan tugasnya dengan baik.