BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktifitas Kegiatan Selama Pelaksanaa Kerja Lapangan

Selama berlangsungnya Praktek Kerja Lapangan (PKL) di *Ninetyniners* Radio 100 FM (99ers radio 100 FM), penulis melakukan berbagai kegiatan baik berupa kegiatan yang sifatnya rutin dan kegiatan insidentil. Kegiatan rutin adalah kegiatan yang dilakukan selama setiap hari kerja, sedangkan kegiatan insidentil adalah kegiatan yang dilakukan pada waktu atau acara tertentu saja.

Berhubungan dengan penulis yang memperdalam pada konsentrasi ilmu Humas di Universitas Komputer Indonesia Bandung (UNIKOM), maka penulis dtemptakan di bagian *Public Relations* selama 2 (dua) minggu pertama dan di bagian *script writer* 2 (dua) minggu kedua. Penulis juga banyak menerima pengarahan-pengarahan kerja, baik dari pembimbing PKL, dan juga dari segenap staf-staf pegawainya, agar tugas yang diberikan kepada penulis bisa terlaksana dengan baik.

Berikut ini adalah aktifitas rutin maupun insedentil penulis selama pelaksanaan PKL di *Ninetyniners* Radio yang telah penulis lakukan selama 1 bulan mulai dari tanggal 11 Juli - 13 Agustus 2011, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1

Aktifitas Praktek Kerja Lapangan di *Ninetyniners* Radio

Tanggal 11 Juli – 13 Agustus 2011

NO	HARI/TANGGAL	KEGIATAN	RUTIN	INSIDENTIL
1	**Senin, 11 Juli 2011**	• Pengenalan crew – crew radio *Ninetyniners* Radio • Belajar membuat MO (*marketing Order*)		√ √
2	**Selasa, 12 Juli 2011**	Membaca Koran	√	
3	**Rabu, 13 Juli 2011**	Mempelajari surat-surat kerjasama		√
4	**Kamis, 14 Juli 2011**	Membuat *Marketing Order* (MO)		√
5	**Jumat, 15 Juli 2011**	Membuat surat kerjasama		√
6	**Sabtu, 16 Juli 2011**	• Mempersiapkan data-data kerja sama • Kegiatan *Funky Mobile*	√	√

NO	HARI/TANGGAL	KEGIATAN	RUTIN	INSIDENTIL
7	**Senin, 18 Juli 2011**	Menerima surat untuk *PR*	√	
8	**Selasa, 19 Juli 2011**	Mengunjungi perdivisi untuk bertanya-tanya mengenai tugas masing-masing		√
9	**Rabu, 20Juli 2011**	• Membaca Koran • Mendengarkan dan memperhatikan bagaimana cara berkomunikasi tiap penyiar radio mempunyai karakter berbeda-beda	√ √	
10	**Kamis, 21 Juli 2011**	Mengikuti *PR* *Ninetyniners* Radio untuk bertemu *partner* kerja sama		√
11	**Jumat, 22 Juli 2011**	Membuat *design* kupon makan untuk *event 9coustic*		√

NO	HARI/TANGGAL	KEGIATAN	RUTIN	INSIDENTIL
12	**Sabtu, 23 Juli 2011**	• *Briefing* untuk *event 9coustic* • Kegiatan *Funky Mobile*	√	√
13	**Senin, 25 Juli 2011**	Belajar membuat *script*		√
14	**Selasa, 26 Juli 2011**	*Event 9 Coustic*		√
15	**Rabu, 27 Juli 2011**	Membuat *script*	√	
16	**Kamis, 28 Juli 2011**	Membuat *Roundown* quis		√
17	**Jumat, 29 Juli 2011**	Mengerjakan *19 request chart*		√
18	**Sabtu, 30 Juli 2011**	• Membuat *Rowndown insertion* • Kegiatan *Funky Mobile*	√	√
19	**Senin,1 Agustus 2011**	• Membuat *script* • Membaca Koran dan majalah	√ √	
20	**Selasa, 2 Agustus 2011**	• Membuat *Question list*		√

NO	HARI/TANGGAL	KEGIATAN	RUTIN	INSIDENTIL
		• Membuat *script*	√	
21	**Rabu, 3 Agustus 2011**	Mengumpulkan data kebutuhan untuk laporan PKL		√
22	**Kamis, 4 Agustus 2011**	Membuat *Script*	√	
23	**Jumat, 5 Agustus 2011**	Mengerjakan *19 request chart*		√
24	**Sabtu, 6 Agustus 2011**	• Mengetik *company Profil* dan *Job Desk* • Kegiatan *Funky Mobile*	√	√
25	**Senin, 8 Agustus 2011**	Melanjutkan mengetik *company Profil* dan *Job Desk*		√
26	**Selasa, 9 Agustus 2011**	Membuat surat kerja sama		√
27	**Rabu, 10 Agustus 2011**	Membuat list-list pihak yang bekerja sama dengan *Ninetyniners* Radio		√

NO	HARI/TANGGAL	KEGIATAN	RUTIN	INSIDENTIL
28	**Kamis, 11 Agustus 2011**	Membuat *script*	√	
29	**Jumat, 12 Agustus 2011**	Mengumpulkan data kebutuhan untuk laporan PKL		√
30	**Sabtu, 13 Agustus 2011**	Berpamitan kepada *crew-crew* radio		√

Sumber : Daftar Hadir Praktek Kerja Lapangan

2.2 Deskripsi Kegiatan Rutin

Kegiatan rutin merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama PKL di *Ninetyniners* Radio. Adapun contoh kegiatan rutin yang dilakukan punulis selama PKL *Ninetyniners* Radio, sebagai berikut :

1. **Membaca Koran**

   Membaca Koran adalah kegiatan rutin yang dilakukan untuk mengetahui berita terbaru dan teraktual, terutama mengenai hiburan. Adapun Koran yang di baca oleh penulis adalah :

   - Pikiran Rakyat
   - Seputar Indonesia
   - Kompas Media Indonesia
   - Bisnis Indonesia

- Gala Media
- Koran tempo

Tujuan dari membaca koran tersebut adalah supaya penulis mengetahui berita-berita yang teraktual yang terjadi di Bandung, Indonesia maupun mancanegara, untuk menambah informasi dan wawasan, dan juga mengetaui tentang *Public Relations.*

2. Mendengarkan dan Memperhatikan style Penyiar Ninetyniners Radio

Sebagai penyiar radio harus mempunyai gaya bicara khas masing-masing. Disini penulis mengambil kesimpulan bagaimana cara berkomunikasi dengan baik agar para pendengar tertarik untuk mendengarkan. Sebagai seorang *PR* dituntut harus mampu berbicara, karena itu penting apabila pada saat mengobrol dengan rekan kerjasama ataupun pada saat berhadapan dengan publik.

3. *Funky Mobile*

kegiatan *Funky Mobile* adalah kegiatan rutin yang dilakukan setiap malam minggu. Dimana kegiatan ini adalah menggunakan kendaraan mobil yang dilengkapi peralatan siaran dan audio yang memadai. Kegiatan ini bertujuan untuk menunjukan eksistensi dari *Ninetyniners Radio.*

4. Menerima Surat yang Ditujukan Untuk PR *Ninetyniners* Radio

Menerima surat yang masuk ke Divisi *PR* baik dalam maupun luar perusahaan. Tujuannya adalah agar penulis dapat mempelajari, mengarsipkan dan menyimpan dengan rapih surat-surat yang masuk yang ditujukan ke Divisi *PR*, serta dapat mengetahui dan memahami apa saja dan bagaimana bentuk-bentuk kerjasama *Ninetyniners* Radio dengan pihak lain.

5. Membuat *Script*

Suatu kegiatan untuk mempersiapkan dan menulis naskah untuk keperluan siaran sesuai dengan kebutuhan dengan format *Ninetyniners* Radio juga mencari sumber berita dan narasumber yang dianggap perlu untuk dijadikan bahan pembuatan naskah.

Contoh *script* program *triple one* dapat dilihat pada halaman 43 sampai dengan 45 berikut:

Contoh *script* program *triple one*:

TRIPLE ONE

Host by : Funky Dj Indra Ansara
Script by : Funky Producer Bibo Shafwan PKL Gerri

11.00 OPENING
11.15 ONE TIME TOO MANY

Events :

- **1923** - Ankara menggantikan Konstantinopel sebagai ibu kota Turki.
- **1943** - Perang Dunia II: Pemerintahan baru Italia memihak kepada Sekutu dan menyatakan perang terhadap Jerman.
- **1944** - Perang Dunia II: Ibu kota Latvia, Riga, diambil alih Tentara Merah.
- **1977** - Empat orang Palestina membajak sebuah penerbangan Lufthansa dan meminta pelepasan anggota Faksi Pasukan Merah.

Birthdays :

- 1925 - **Margaret Thatcher**, Perdana Menteri Britania Raya (86 tahun)
- 1941 - **Paul Simon**, penyanyi dan musisi Amerika Serikat (Simon & Garfunkel) (70 tahun)
- 1947 - **Putera Sampoerna**, pengusaha Indonesia (64 tahun)
- 1971 - **Sacha Baron Cohen**, komedian Inggris (40 tahun)
- 1979 - **Wes Brown**, pemain sepak bola Inggris (32 tahun)

11.30 ONE IN A MILLION

4 Gangster Wanita yang Paling Menakutkan di Dunia

1. **Sandra Avila Beltran (dipenjara 2007-sampai sekarang)**
   Dengan julukan seperti "Ratu Pasifik," Beltran lahir dan dibesarkan untuk menjadi "GodMother" Meksiko. Pamannya adalah Godfather penyelundupan narkoba Meksiko. Dia mendapat julukan itu karena dia memfasilitasi hubungan antara kartel Valle del Norte Kolombia dan kartel Sinaloa, dan membantu mengembangkan rute penyelundupan di sepanjang Pantai Pasifik Meksiko. Sandra sendiri dipenjara saat menghadapi tuduhan kejahatan terorganisir, pencucian uang dan konspirasi untuk lalu lintas obat.
2. **Rosetta Cutolo (dipenjara 1993-sampai sekarang)**
   Wanita ini menjadi gangster karena rasa peduli dan berduka ketika saudaranya ditangkap kepolisian Italia. Dia kemudian meneruskan bisnis yang digeluti saudaranya itu. Dia menjadi daftar tersangka yang paling dicari di Italia karena dia termasuk dalam daftar nama keluarga Raffaele Cutolo, Nuova Camorra Organizzata (NCO), yaitu gangster yang paling ditakuti di Italia. Setelah menyerbu markas polisi Italia di tahun 1981, dia menghabiskan 10 tahun sebagai buronan sampai akhirnya menyerah.
3. **Maria Licciardi (dipenjara, 2001-sampai sekarang)**
   Dari tahun 1993 hingga 2001, Maria Licciardi adalah kepala marga Licciardi, dan "Capo di Tutti Capi" gangster dari Napoli. Di bawah membimbingnya, keluarga Licciardi menjadi lebih terorganisir, dan lebih menguntungkan dalam segala usaha mereka. Mungkin kontribusinya yang paling penting, adalah memperkenalkan prostitusi di Camorra. Padahal sebelum itu, ada beberapa jenis kode etik yang melarang mafia mendapatkan uang dari porstitusi. Hal ini mungkin tampak bertentangan dengan memikirkan seorang wanita sebagai salah satu untuk memecah penghalang prostitusi. Tapi seperti Mary Wollstonecraft pernah berkata, ketika Anda bos, akan melakukan tindakan bodoh seperti dia.
4. **Griselda Blanco (status tidak diketahui sampai sekarang)**
   Ketika berusia 11, dia menculik anak dari orang kaya yang tinggal bersebelahan dengan tempat dia tinggal denggan harapan mendapatkan tebusan. Ketika orang tua anak yang diculiknya menyatakan tidak mau memberikan uang tebusan, dia menembak anak itu. Setelah pindah ke New York dari Kolombia di era 70-an dan memulai karirnya dalam penyelundupan narkoba, Blanco pindah ke Miami untuk menghindari dakwaan. Di sanalah dia meletakkan dasar bagi Miami untuk menjadi ibukota kokain dari Amerika Serikat. Blanco diyakini telah mendalangi lebih dari 200 pembunuhan selama karirnya, termasuk (kemungkinan besar) ketiga suaminya. Pada tahun 1988, ia ditangkap oleh DEA di California dan menghabiskan 16 tahun penjara. Ketika dia dibebaskan pada tahun 2004, ia dideportasi kembali ke Kolombia dan belum pernah terlihat sejak itu.

12.45 1234

Adele, telah meraih nominasi terbanyak untuk tahun ini pada American Music Awards. Adele menjadi nominator pada kategori Artist of the Year, Favorite Female Artist, Favorite Adult Contemporary Artist, dan Favorite Album untuk 21, yang telah meraih album dengan penjualan tertinggi untuk tahun 2011. Gelaran American Music Awards ke-39 ini akan diadakan pada 20 November di Nokia Theatre, Los Angeles.

Justin Bieber, akan merilis album natal perdananya pada 1 November mendatang dengan tajuk Under the Mistletoe. Album tersebut akan diisi dengan kombinasi lagu-lagu natal tradisional dan juga sejumlah lagu baru betema musim natal yang mayoritas ditulis sendiri oleh Bieber. Single perdana "Mistletoe" akan diluncurkan di seluruh dunia pada 18 Oktober dengan sebuah video klip yang disutradarai oleh Roman White. Pada album ini Bieber berkolaborasi dengan beberapa musisi ternama, seperti Mariah Carey, Usher, Boyz II Men, Busta Rhymes, dan The Band Perry.

Sekumpulan boneka dari serial film **The Muppets** berencana untuk meng-cover lagu **Nirvana** yang berjudul Smells Like Teen Spirit. The Muppets Barbershop Quartet rencananya akan merilis lagu ini pada Februari 2012 dan juga akan menyertakannya dalam soundtrack film The Muppets edisi terbaru, Selain lagu Nirvana, The Muppets juga meng-cover lagu dari Cee Lo Green yang berjudul Forget You.

Lagu **Paranoid Android**-nya **Radiohead** dinobatkan sebagai lagu terbaik selama 15 tahun terakhir ini oleh majalah NME. Lagu yang dirilis pada tahun 1997 ini menggeser lagu Rebellion dari Arcade Fire dan Hey Ya! dari Outkast di peringkat 2 dan 3. Selain itu, diperingkat 4 dan 5 ada lagu 'Last Night' dari The Strokes dan 'Mr. Brightside' dari The Killers.

12.55 Closing

2.3 Deskripsi Kegiatan Insidentil

Kegiatan insidentil merupakan kegiatan yang tidak rutin atau hanya pada saat tertentu yang dilakukan oleh penulis. Adapun contoh kegiatan insidentil adalah sebagai berikut :

1. **Pengenalan dengan staf *ninetyniners* Radio**

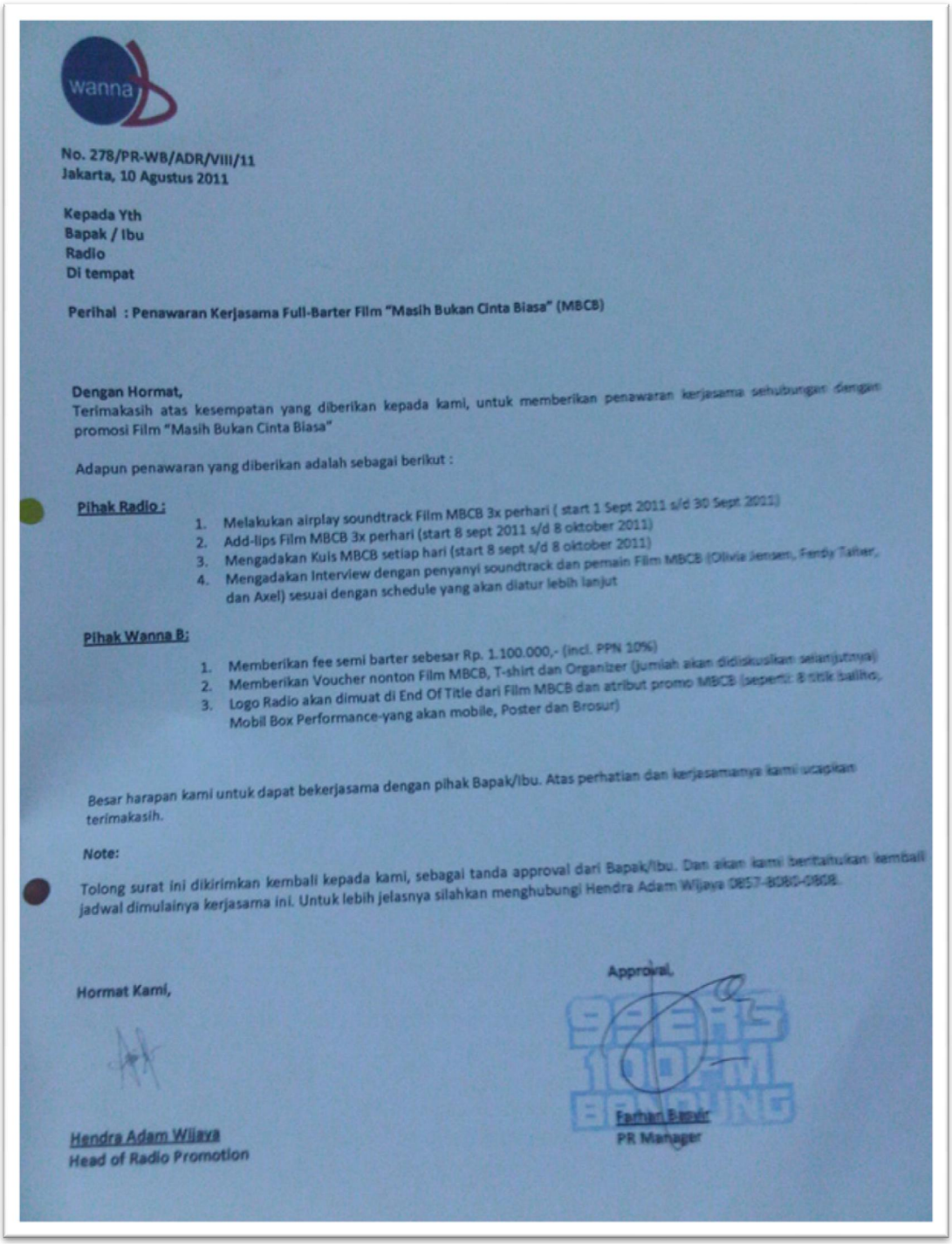
   Sudah merupakan sebuah ketentuan, agar penulis maupun staf tidak merasa canggung, karena pada saatnya nanti akan bekerasama. Saat melakukan peraktek kerja lapangan, dan yang pertama kali harus dimiliki oleh mahasiswa etika dan moral yang harus sudah di miliki oleh mahasiswa yang melakukan PKL sehingga bisa dipandang masyarakat yang di sekitar lingkungan, agar kehadirannya juga bisa diterima baik oleh lingkungan sekita tempat dia PKL.

2. **Mempelajari Surat-surat Kerjasama**

   Surat-surat kerja sama penting bagi suatu perusahaan karena dengan adanya surat kerja sama terlampir menandakan adanya kesepakatan antara kedua belah pihak. Penulis mempelajari surat-surat kerja sama untuk di pelajari untuk nantinya membuat surat kerja sama.

   Contoh surat kerjasama dapat dilihat pada halaman 47 sampai dengan 51 berikut :

Contoh surat kerjasama :



wanna B

No. 278/PR-WB/ADR/VIII/11
Jakarta, 10 Agustus 2011

Kepada Yth
Bapak / Ibu
Radio
Di tempat

Perihal : Penawaran Kerjasama Full-Barter Film "Masih Bukan Cinta Biasa" (MBCB)

Dengan Hormat,
Terimakasih atas kesempatan yang diberikan kepada kami, untuk memberikan penawaran kerjasama sehubungan dengan promosi Film "Masih Bukan Cinta Biasa"

Adapun penawaran yang diberikan adalah sebagai berikut :

Pihak Radio :

1. Melakukan airplay soundtrack Film MBCB 3x perhari (start 1 Sept 2011 s/d 30 Sept 2011)
2. Add-lips Film MBCB 3x perhari (start 8 sept 2011 s/d 8 oktober 2011)
3. Mengadakan Kuis MBCB setiap hari (start 8 sept s/d 8 oktober 2011)
4. Mengadakan Interview dengan penyanyi soundtrack dan pemain Film MBCB (Olivia Jensen, Ferdy Taher, dan Axel) sesuai dengan schedule yang akan diatur lebih lanjut

Pihak Wanna B:

1. Memberikan fee semi barter sebesar Rp. 1.100.000,- (incl. PPN 10%)
2. Memberikan Voucher nonton Film MBCB, T-shirt dan Organizer (jumlah akan didiskusikan selanjutnya)
3. Logo Radio akan dimuat di End Of Title dari Film MBCB dan atribut promo MBCB (seperti: 8 title ballito, Mobil Box Performance-yang akan mobile, Poster dan Brosur)

Besar harapan kami untuk dapat bekerjasama dengan pihak Bapak/Ibu. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

Note:

Tolong surat ini dikirimkan kembali kepada kami, sebagai tanda approval dari Bapak/Ibu. Dan akan kami beritahukan kembali jadwal dimulainya kerjasama ini. Untuk lebih jelasnya silahkan menghubungi Hendra Adam Wijaya 0857-8080-0808.

Hormat Kami,

Hendra Adam Wijaya
Head of Radio Promotion

Approval,

Fachan Bawer
PR Manager

SURAT PERJANJIAN KERJASAMA

Bandung, 09 Agustus 2011

Pada hari Senin tanggal 09 bulan Agustus tahun 2011, yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ricardo Ginting
Jabatan :Wakil Ketua Divisi Humas Masa Pengenalan dan Adaptasi Kampus (MAPAK)
2011
Alamat : Jalan Dipati Ukur No. 35 Bandung
Telepon : 08996836120

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama MAPAK 2011 yang selanjutnya disebut sebagai PIHAK PERTAMA

Nama : Farhan Basyir
Jabatan : Manager PR
Alamat : BRI Tower Lt 14, Jln Asia Afrika No 57-59 Bandung.
Telepon/fax : 022-4222666

Dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama Radio 99ers yang selanjutnya disebut sebagai PIHAK KEDUA

Kedua belah pihak telah sepakat untuk mengadakan ikatan perjanjian kerja yang diatur melalui ketentuan- ketentuan sebagai berikut:

PASAL I
MASA BERLAKU PERJANJIAN

PARA PIHAK sepakat bahwa masa perjanjian ini berlaku sejak saat surat perjanjian ini ditandatangani sampai kedua belah pihak menyelesaikan kewajibannya masing- masing.

PASAL II
ACARA

Dalam perjanjian kerja ini PIHAK PERTAMA meminta PIHAK KEDUA untuk menjadi media partner dalam:
Nama acara : Masa Pengenalan dan Adaptasi Kampus (MAPAK) 2011

Tempat : Kampus UNPAD
Jalan Dipati Ukur No. 35 Bandung
Tanggal : 12,13,15 dan 16 Agustus 2011
Waktu : 07.00 - 15.00 WIB (12, 13, dan 15 Agustus 2011)
07.00 - 19.00 WIB (16 Agustus 2011)

Dimana PIHAK KEDUA bertindak sebagai media partner acara MAPAK 2011 yang diselenggarakan selama 4 (empat) hari.

PASAL III
HAK DAN KEWAJIBAN

PIHAK PERTAMA berkewajiban:

1) Mencantumkan logo 99ers pada spanduk, name tag dan media elektronik (twitter, facebook, dan blog)
2) Menyebutkan nama 99ers sebagai media partner dalam acara MAPAK 2011 oleh MC selama acara berlangsung.
3) Melaksanakan seluruh kewajiban dengan penuh tanggung jawab.

PIHAK KEDUA berkewajiban:

1) Menyiarkan review acara dan tugas- tugas mengenai acara MAPAK 2011 pada tanggal 11, 12, 14, dan 15 Agustus 2011 antara pukul 21.00- 22.00 dengan durasi maksimal 5 (lima) menit.
2) Melaksanakan seluruh kewajiban dengan penuh tanggung jawab

PASAL IV
ADDENDUM

Hal- hal yang tidak tercantum dalam perjanjian kerja ini akan dibahas terperinci dalam petunjuk pelaksanaan acara dan apabila kelak dikemudian hari ternyata hari terdapat kekurangan atau kekeliruan, akan diadakan perubahan atau perbaikan sebagaimana mestinya dengan tidak mengurangi nilai dan tujuan dari perjanjian kerja ini. Dan hal- hal yang menyangkut di luar perjanjian kontrak kerjasama ini harus melalui persetujuan dari pihak manajemen kedua belah pihak.

PASAL V
FORCE MAJEURE

Apabila terjadi force majeur seperti: bencana alam, banjir, kebakaran, dsb yang terjadi diluar kuasa PARA PIHAK, atau perselisihan dalam pelaksanaan perjanjian kerja ini sehingga salah

atu pihak tidak dapat memenuhi kewajibannya, maka PARA PIHAK akan menyelesaikan ecara musyawarah untuk mufakat. Dan apabila dengan jalan musyawarah untuk mufakat idak juga terselesaikan, maka kedua belah pihak menunjuk dan menetapkan Kantor Pengadilan Negeri dimana PIHAK PERTAMA berdomisili hukum tetap dan tidak berubah sebagai tempat penyelesaian.

PASAL VI
PENUTUP

Surat perjanjian ini dibuat rangkap 2 (dua) diatas kertas bermaterai cukup untuk masing-masing pihak, yang mempunyai kekuatan hukum yang sama dan ditandatangani oleh kedua belah pihak dalam keadaan sehat jasmani dan rohani tanpa adanya unsur paksaan dari pihak manapun.

Hormat Kami,
Bandung, 09 Agustus 2011

PIHAK KEDUA

Farhan Basyir

PIHAK PERTAMA



Ricardo Ginting

99ERS
100FM-BANDUNG

Bandung, 22 Juni 2011

Perihal : Surat Kerjasama

Dengan hormat,

Sebelumnya kami **Ninetyniners Radio 100 FM** mengucapkan terima kasih atas bekerjasama yang telah diberikan oleh pihak **BMX STREET COMPETITION INHOFFTANK 2011.** Menindak lanjuti pembicaraan yang sebelumnya telah kita lakukan mengenai kerjasama **Full Barter** yang akan dilaksanakan pada tanggal 17 Juli 2011.

Adapun rincian dari kerjasama yang kami tawarkan pada pihak **BMX STREET COMPETITION INHOFFTANK 2011** adalah sebagai berikut :

99ERS RADIO memberikan :

1. Adlibs iklan 3x sehari selama 7 hari sebelum acara berlangsung terhitung pada tanggal 10 Juli 2011 – 17 Juli 2011
2. Spot iklan 3x sehari selama 7 hari sebelum acara berlangsung terhitung pada tanggal 10 Juli 2011 – 17 Juli 2011

BMX STREET COMPETITION INHOFFTANK 2011 memberikan :

1. Mencantumkan logo 99ers di seluruh media publikasi (flyers, poster, baligho, spanduk, dll)
2. Penyebutan nama 99ers Radio 100 FM Bandung pada saat event berlangsung
3. Memberikan materi adlibs dan spot untuk publikasi

Demikian surat perincian kerjasama ini kami buat. Besar harapan kami kerjasama ini dapat berjalan dengan baik. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Fachan Basyir
PR Manager
99ers Radio Bandung

Menyetujui

Iman
Koordinator Media
BMX Street Competition Inhofftank

PT. RADIO SWARA MILIARD ARTHA
BRI Tower 14th Floor Jl. Asia Afrika No. 57 – 59 Bandung
Telp 022 4222 666 Fax 022 – 421 9990

3. Membuat Marketing Order (MO)

Marketing Order adalah bentuk kerjasama antara pihak radio dengan pihak lain. Adapun 2 (dua) macam bentuk MO, yaitu *semi barter* dan *full barter*. *Semi barter* adalah kerjasama dalam bentuk hanya sebatas radio memberikan dalam penayangan iklan pada saat *on air* dan tanpa ada biaya dan dalam penayangannya pun ada ketentuan-ketentuan tertentu, sedangkan *full barter* adalah bentuk kerjasama antara radio dengan parner kerja dengan biaya tertentu dan adapun ketentuan dan syarat untuk bekerjasama.

Contoh Marketing Order (MO) dapat dilihat pada halaman 53 berikut :

Contoh Marketing Order (MO) :

NINETYNINERS RADIO 100 FM **BRI TOWER 14th FLOOR** **JL. ASIA AFRIKA 57 - 59** **BANDUNG 40112**			**MEDIA ORDER** **PUBLIC RELATIONS** **PT. RADIO SWARA MILLIARD ARTHA** **NO :149/A&P-PR/100/VII/11**				
CLIENT **ADDRESS** **TELP/FAX** **PRODUCT** **ORDERED BY** **EVENT**			Keep In Touch Project Jl Dr Sutami No 58 Bandung 022 201 3899 Full Barter Rahman Ginanjar " Promo Event COLORFUL NIGHT WITH DANIEL SUHALEKA IN PARIS VAN JAVA " 15 Juli - 24 Juli **Date** 2011 **Location** Bandung				
ADLIBS	**Prime Time**	15 Juli - 24 Juli 2011		1x		10
	Regular Time	15 Juli - 24 Juli 2011		2x		20
SPOT	**Prime Time**	15 Juli - 24 Juli 2011		1x		10
	Regular Time	15 Juli - 24 Juli 2011		2x		20
AIRPLAY	**Rundown on Shcedule**		**Frequency/day**		**Total**	
INSERT	**Bumper**					
	Quis	ROS				
	Phoner					
	Talkshow					
	Interview Artis					
FUNKY MOBILE	**Prime Time**		**Time**			
	Reguler Time					
BARTER			**Date**	**15 Juli 2011**		
			PR MANAGER	**President Director**		
LOGO	**Flyer**	0	1. Placement logo 99ers di semua media promosi 2. Memberikan 2 Free Tickets for Management, 2 Ticket untuk Quis dan 2 ID Press 3. Memberikan kompensasi sebesar 10% dari penjualan tiket di 99ers Radio Bandung 4. Bekerja sama dengan baik			
	Standing Banner	0				
	T-shirt	0				
	Spanduk	0				
	Form Pendaftaran	0				
	Poster	0		**Farhan Basyir**	**Lisa Marlina**	
	Umbul2	0		**Ordered by**		
PRODUCTION COST		**Rp** -				
AIRTIME CHARGE		**Rp** -				
FUNKY MOBILE COST		**Rp** -				
TOTAL		**Rp** -				
PPN 10%		**Rp** -	**Rahman Ginanjar**			
GRAND TOTAL		**Rp** -	**Keep In Touch Project**			

4. Membuat surat kerjasama

Penulis diberikan kesempatan untuk membuat surat kerjasama dengan panduan contoh surat kerjasama yag sudah ada. Surat kerjasama ini sangat penting untuk bukti bahwa kedua belah pihak setuju bekerja sama dengan ketentuan-ketentuan tertentu yang telah disepakati.

Berikut adalah contoh surat kerjasama yang dibuat oleh penulis dapat dilihat pada halaman 55:

Contoh surat kerjasama :

Bandung, 15 Juli 2011

Kepada Yth.
Marketing & Promotion
Dago Plaza
Jl. Ir. H. Djuanda
Bandung

Up. Yuni Artha

Dengan hormat,

Sebelumnya kami 99ERS Radio 100 FM Bandung mengucapkan terimakasih atas kerjasama yang telah dan akan terjalin. Menyambung pembicaraan sebelumnya mengenai kerjasama Full Barter Promo antara 99ERS Radio 100 FM Bandung dengan **Dago Plaza** untuk event **9Coustic** pada tanggal, **26 April 2011**, berikut kerjasama yang kami tawarkan :

99ers Radio Bandung :

- Menyediakan 9 musisi lokal dan nasional, baik itu band atau solois sebagai pengisi acara dengan detail : **Mocca, Cokelat, Utopia, Helena (Idol), Karen (Idol), Lia (AFI), Cassandra, Nuarra dan Nadya Fatira.**
- Memberikan promosi spot & adlibs bersama untuk event 9Coustic dengan frekuensi High Rotation mulai dari H – 14.
- Announcment by FDJ selama event berlangsung
- Placement logo Dago Plaza di media promo yang diproduksi
- Announcment Dago Plaza di berbagai promo di social network (twitter, web & FB)

Dago Plaza :

- Menyediakan total 200 pax makanan dengan detail 100 pax dengan nominal @ Rp. 50.000,- untuk talent/pengisi acara, 50 pax dengan nominal @ Rp. 35.000,- untuk crew dan 50 pax dengan nominal @ Rp. 20.000,- untuk para undangan dari perwakilan pelajar/mahasiswa, perwakilan komunitas pendengar 99ERS dan komunitas lainnya.
- Menyediakan sound system tambahan min. 2.000 watt
- Mengurus seluruh perizinan kepolisian untuk event 9Coustic.

Untuk konfirmasi persetujuan , mohon ditandatangan pada kolom yang tersedia dan dikirimkan balik melalui Fax. 022 - 4219990 atau dapat menghubungi Farhan Basyir di 0816608067 / 082116343000
Demikian surat kerjasama ini kami sampaikan , atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,	Menyetujui,
Farhan Basyir	Yuni Artha
PR Manager 99ERS Bandung	**Dago Plaza**

5. Mengunjungi Perdivisi *Ninetyniners* Radio

Penulis melakukan kunjungan ke tiap divisi, bertujuanan untuk berinteraksi, saling mengenal satu sama lain dengan karyawan-karyawan *Ninetyniners* Radio dan bertanya-tanya seputar tugas mereka masing-masing.

6. Mengikuti PR *Ninetyniners* Radio bertemu dengan *Klien*

Kesempatan yang diberikan kepada penulis adalah mengikuti PR *Ninetyniners* Radio bertemu klien/partner kerja. Disini penulis bisa melihat langsng proses negosiasi antara kedua belah pihak, dan pengalaman penulis yang didapat adalah bagaimana kita saat berinteraksi dengan rekan kerja pada saat negosiasi.

7. Membuat *design* Kupon Makan untuk *Event 9coustic*

Kupon ini adalah untuk dipergunakan untuk artis dan *crew Ninetyniners* pada saat *event 9coustic*. Penulis diberi tugas untuk membuat design kupon makan. Contoh kupon yang dibuat oleh penulis :





8. Mengikuti *Event 9coustic*

Waktu yang tepat disaat penulis melaksanakan PKL di *Ninetyniners* Radio, karena penulis berkesempatan mengikuti atau andil dalam *event* yang dibuat oleh *Ninetyniners* Radio. Penulis diberi kesempatan sebagai *user* untuk mengantarkan para artis untuk masuk ruangan atupun pada saat artis akan tampil dipanggung.

Gambar 2.1

***Event 9Coustic Ninetyniners* Radio**



Sumber : Arsip dokumen *Ninetyniners* Radio, Agustus 2011

9. Membuat *Rundown* Quis

Rundown adalah merupakan panduan yang dijadikan acuan seorang program atau pengarah acara dalam menjalankan sebuah acara. Penulis disini membuat *rundown* quis untuk para pendengar setia *Ninetyniners* Radio.

Contoh rundown quis Mio suka-suka :

28 Juli 2011 at FITM

99ERS BANDUNG
RUNDOWN QUIZ MIO SUKA-SUKA

Timeline : 28 Juli – 3 Agustus 2011
Frekuensi : 2x/hari
Program : Funky In The Morning (06.00 – 09.00) dan Funky Hour (16.00 – 19.00)
Time : 08.00 – 08.15 dan 20.00 – 20.15 WIB
Hadiah : **Rp.250.000 + Merchandise**

00.00 – 00.01 : SPOT PRODUCT
00.01 – 00.02 : BUMPER IN
00.02 – 00.04 : EXPLAINING QUIZ

*Yamaha Mio akan mengadakan kegiatan seru khususnya untuk para Ladies. Acara ini berlangsung selama 3 (tiga) hari. Dan kali ini **99ERS bersama Yamaha MIO** bakal bagi-bagi hadiah berupa cash money sebesar Rp.250.000 untuk satu pemenang beruntung yang berhasil menjawab pertanyaan yang akan kita kasih.*
*Caranya gampang banget! Kita akan memberikan dua pertanyaan pilihan seputar Yamaha Mio dan kegiatan Mio Suka Suka yang akan berlangsung di kota **Bandung.** Kamu cukup kirim jawabannya via sms ke **0811209990 dengan format : MioSukaSuka <spasi> Nama Lengkap <spasi> Umur <spasi> Jawaban (Cukup hurufnya aja) misal AA.***
*Peserta yang mengirimkan **SMS terbanyak** dengan **jawaban yang benar** maka dia lah **pemenangnya!***

00.03 – 00.05 : ADLIBS MIO SUKA SUKA

99ERS, INI ADA EVENT SERU YANG BISA BIKIN WEEKEND KAMU JADI SEMAKIN LUAR BIASA!!
YAMAHA MIO SUKA-SUKA KALI INI MAMPIR DI KOTA BANDUNG!
KAMU DATENG AJA KE ACARA MIO SUKA-SUKA
DI **YAMAHA BERLIAN JL. MERDEKA, HARI JUMAT TANGGAL 14 OKTOBER 2011**
BAKAL ADA PENAMPILAN DARI TOO WEAK TO DANCE, NIXIE, DAN KEREENZ DANCERS
MULAI JAM 3 SORE
JUGA **HARI MINGGU TANGGAL 16 OKTOBER 2011 DI BLOSSOM, CAR FREE DAY DAGO**
MULAI JAM 6 PAGI
BAKAL ADA PENAMPILAN DARI CLOSE HEAD, CARDIO, DAN DE'LITTLE DANCERS
BAKAL ADA GAMES-GAMES SERU DENGAN TOTAL HADIAH JUTAAN RUPIAH!

NGGA CUMA ITU 99ERS,
ACARA PUNCAK DARI AJANG PEMILIHAN LADY MIO
BAKALAN DI GELAR HARI SABTU TANGGAL 15 OKTOBER 2011
DI DAGO PLAZA.
ACARA INI DIMERIAHKAN OLEH DJ PERFORMANCE, DANCERS, CATWALK BY LADY MIO DAN CHERRYBELLE!!
DISINI BAKAL ADA JUGA NAIL ART, TAROT READER, GANTI STRIPING, DAN PHOTO BOOTH.

SERU KAAANN??
JADI BURUAN CATET TANGGALNYA YAA.
DIJAMIN SELAMA 3 HARI YAMAHA MIO BAKAL NGASIH KAMU HADIAH-HADIAH YANG MENARIK!
JADI JANGAN SAMPAI NGGA DATENG!

"BELI MIO MU SEKARANG, DAAAN SUKA-SUKA DENGAN MIO MU.. !"

00.04 – 00.06 : GIVING QUESTION

Hari Keempat (14 Oktober 2011) à ***jawabannya A dan B***

1. **Motor Matik Yamaha ada 3 jenis, yang manakah yang benar?**
   A. **Mio, Mio Soul, Xeon (jawaban benar)**
   B. Man Mio, Lady Mio, Kid Mio
2. **Yamaha Mio memiliki beberapa varian warna, yang manakah yang benar?**
   A. Siver, Gold, Tembaga
   B. Merah, Putih, Hitam (jawaban benar)

00.06 – 00.07 : CLOSING

Ayo buruan Kamu kirim jawaban via sms ke 0811209990 dengan format :
MioSukaSuka <spasi> Nama Lengkap <spasi> Umur <spasi> Jawaban (Cukup hurufnya aja) misal AB.

Pemenang diumumkan diakhir acara dan Hadiah dapat di ambil langsung ke event Mio suka suka
di ***YAMAHA BERLIAN jl. Merdeka tanggal 14 Oktober 2011 jam 3 – 5 sore*** *dan*
di ***BLOSSOM Car Free Day DAGO tanggal 16 Oktober 2011 jam 6 – 9 pagi*** *dengan membawa Identitas Diri. Pemenang hanya bisa mengikuti 1x kuis.*

00.05 – 00.07 : BUMPER OUT
00.06 – 00.08 : SPOT PRODUCT

***Pengumuman pemenang diakhir program dan akan dihubungi langsung oleh 99ERS.**

10. Membuat *Request 19 Chart*

19 Request Chart adalah program tangga lagu dimana posisi dari 19 sampai yang teratas adalah 1, posisi tersebut di tentukan oleh banyaknya *request* dari pendengar *Ninetyniners* Radio.

Contoh *19 chart* :

Funky 19 request 34th edition
Saturday , 20th August 2011
Host by : funky dj evita al-azka
Script by funky randy pratama and PKL Gerri Music compiled by funky music director anggie gerhana
Amazing sound by adie

This is 34th editions of funky 19 request chart, on Saturday August 20th 2011
The funkies chart ever based on your power request
OUT OF CHART

Pitbull feat Ne Y & Afrojack & Nayer – Give me everything
(Planet Pit – J-records)

Budi – Do Re Mi
(single _ wanna be)

---

19. Pasto feat Milika – Salahkah aku terlalu mencintaimu
(single-Lemoesiek)
Last week : 14
Power Request : 490

NEW ENTRY !!
18. Maroon 5 Feat Cristhina Aguilera – Moves Like Jager
(Single - Octone)
Power Request : 521
Moves Like Jagger memang sudah dilansir sejak 21 Juni lalu, namun video klip single baru milik Maroon 5 ini baru beredar hari Senin kemarin 99ers. Nyatanya, dalam video yang beredar itu Adam Levine, sang vokalis, memang mereplika signature gerakan Mick Jagger, vokalis The Rolling Stones yang legendaris itu. Dalam video klip yang berdurasi kurang dari 5 menit itu Adam Levine tampil bertelanjang dada sambil bergerak-gerak a la Mick Jagger. Selain menyorot Adam Levine, video itu juga menampilkan potongan video Mick Jagger yang mungkin tak banyak diketahui orang 99ers

NEW ENTRY !!
17. The Kubs – Bahasa inggris
(24 hours music hits - seven)
Power request : 544
10 tahun Kuburan band ikut mewarnai panggung musik Indonesia 99ers. Pada tahun 2006 band ini menelurkan debut album " Greatest Hits Vol.2", tahun 2009 dengan album "Booming : Bee are The Kill Young Pen Think Gun Thank" (biar dekil yang penting ganteng) dengan hits single Lupa Lupa / Tapi Ingat 99ers. Setelah vacum cukup lama, band ini mucul kembali dengan nama baru yaitu The Kubs. Nama ini diharapkan bisa membawa suasana baru yang lebih fresh untuk para penikmat musik mereka 99ers.

16 Taura Taufany – Ku Akui
(single- +A Music)
Last week : 11
Power request : 570

15. One Republic - feat B.O.B – Good Life
(TBA - Interscope)
Last week : 18
Power Request : 617

14. Nixie – ternyata Kamu sayang sama aku
(single – nagaswara)
Last week : 17
Power Request : 675
Karena para personilnya yang merupakan model dan pemain sinetron, Banyak yang mengira nixie band hanya mengandalkan tampang saja 99ers, tapi single mereka yang berjudul "ternyata kamu sayang sama aku" membuktikan bahwa musikalitas mereka pun memang layak diacungi jempol 99ers.

13. Cherrybelle - Dilema
(single – catz records)
Last week : 8
Power request : 713
Girl band satu ini mulai merambah dunia akting 99ers, karena kabarnya mereka baru saja selesai shoting FTV yang akan ditayangkan di salah satu station Tv swasta 99ers. Tapi selain itu rupanya management mereka juga sedang gerah atas banyaknya komentar miring di fans page Cherrybelle 99ers.

12. Simple Plan feat Natasha Bedingfield – Jet Lag
(Get your heart on - Atlantic)
Last week : 7
Power request : 744

11. . cold play – every teardrop is a waterfall
(single – parlophone)
Last week : 5
Power request : 765

10. Adera – lebih Indah
(single – ega production)
Last week : 13
Power request : 789
Lebih Indah, adalah single yang dipilih untuk mengawali karier Adera di Industri tanah air 99ers. Lagu ini bercerita tentang titik balik dalam perjalanan manusia saat keluar dari kegelapan menuju hidup yang lebih indah. Lagu yang dikemas dengan groove dan kental muatan akustik, diperkuat suara khas Adera yang membuat lagu ini terdengar sangat lembut dan romantis, dan di 9coustic special ramadhan kemarin, adera sukses membius pemonton dengan lagu cover andalannya, ordinary people by john legend.

---

9. The Changcuters – Only love
(tugas akhir – sony music)
Last week : 4
Power request : 812

The Higest Jumper
8. Pee wee Gaskin – Selama engkau hidup
(ad astra per aspera – alfa record)
Last week : 15
Power request : 833
Band ini punya banyak sebutan untuk penggemar mereka 99ers, yaitu Party Dork, Dorkzilla, dan Tatiana. Kata Dork yang berarti orang aneh seringkali dipakai mereka untuk menunjukan siapapun bisa berkarya, bahkan orang aneh yang seringkali tak di anggap. Kacamata besar yang sering dipakai "dork" pun awalnya adalah aksesoris yang dianggap "cupu". Namun setelah doci pee wee gaskin memakai kacamata ini, imagenya pun berubah, menjadi kacamata yang dianggap "gaul" 99ers.

---

7. Lady gaga- the edge of glory
(born thus way – def jam)
Last week : 12
Power request : 856

---

6. cristhina perry – har of hearts
(lovestrong - atlantic)
Last week : 3
Power request : 877

---

5. Joe Jonas – See no more
(Fast Live – Hollywood Records)
Last week : 10
Power request : 890
Joe Jonas, punya kebiasaan aneh soal berpakaian 99ers. Mantan kekasih Demi Lovato dan Ashley Greene itu kerap mengenakan baju kotor setiap saat 99ers. Soal kebiasaan buruk lainnya, Joe mengungkapkan kalau ia dan dua saudaranya, Kevin Jonas serta Nick Jonas, dulunya sering membuat keusilan pada tetangga mereka.

4. last child - percayalah
(single – dr.m)
Last week : 9
Power request : 908

---

3. Raisa – Apalah (Arti Menunggu)
(selftitled - universal)
Last week : 1
Power request : 920

---

2. XO-IX –Cukuplah Sudah
(single – sonu music)
Last week : 6
Power request : 932
Meski terbilang baru dalam industri musik Indonesia, Boy band yang sudah memiliki penggemar bernama XOwners ini terbilang cukup berbakat, selain memiliki suara yang cukup bagus mereka juga memiliki daya tarik lumayan bagus. Selain berpenampilan ala boy band Asia, mereka juga memadukan dengan dance bernuansa Amerika. Dance yang mereka bangun di atas panggung terkadang cukup "ekstrim", sehingga kadang ada personil mereka yang cedera 99ers.

---

1. Paramore - Monster
(Transformer : Dark of The Moon - Warner)
Last week : 2
Power request : 967
Band yang baru saja menggelar konsernya di bali (17 agustus) dan Jakarta (19 agustus) kemarin, mengaku bangga bisa tampil di hari kemerdekaan Indonesia. Mereka merasa mendapat kehormatan karena tampil di hari yang bersejarah untuk Indonesia. Mereka juga sangat menikmati konser mereka di bali, karena sebelum tampil di hakarta, mereka mendapat waktu luang berlibur di bali yang mereka anggap sangat indah 99ers.

This the end of Funky 19 Request Chart!
Thanks a lot for all the labels for supporting our programme :

SONY BMG – WARNER – UNIVERSAL – EMI – AQUARIUS MUSIKINDO – INDOSEMAR SAKTI - BULLETIN – AVANTE – CEEPEE PRODUCTION – PROSOUND – TRINITY – PROGRAM – MALTA - MUSICA STUDIO - FORTE – NAMORA – HAI MUSIC – INDIE – JADE PRODUCTION – ALFA RECORDS

Ninetyniners Funky 19 Request Chart team on board :
All Songs compiled by Funky MD anggie gerhana
Script by Funky Producer randy pratama
Sound by Adi
Me, Funky DJ evita as your host signing out!
Keep on requesting guys!
Keep Funky, Be Your Self No Matter What They Say

11. Membuat *Question List*

Question List adalah pertanyaan-pertanyaan yang d ajukan untuk bintang tamu *Ninetyniners* Radio pada saat on *air*.

Contoh *Question List* :

QUESTION LIST VIERRA *45 Minutes*



CUT 1

1. Ceritain donk gimana awal ceritanya VIERRA terbentuk ? Dan filosofi dari nama VIERRA sendiri apa nih ?
2. VIERRA sendiri udah punya 2 buah album, yang pertama album "MY FIRST LOVE" dan album kedua yang berjudul " LOVE, LOVE, LOVE" dirilis tahun 2011. Nah, apa sih yang paling menonjol perbedaannya album pertama dan album terbaru (album kedua) VIERRA ?
3. Single pertamanya dari album Vierra Love,Love,Love ini kan judulnya " Takut ", siapa yang nyiptain dan kenapa dikash judul Takut ?
4. Selama ini , apa sih yang bikin personil Vierra semangat buat manggung, latihan, rekaman dan lain lain ?
5. Buat para personil Vierra nih, masing masing terinfluence dari musisi siapa aja ?

CUT 2

6. Oia, lagu lagu Vierra apa aja sih yang pernah dibikin soundtrack film ?

7. Launching album Love,Love,Love ini kan dilaksanain tanggal 23 februari nih, dimana sih ? dan apa yang bikin spesial di hari perilisan ?

8. Ada berapa Track di album Love, Love, Love dan lagu mana nih yang bakalan dibikin second single ?

9. Sampe sekarang, videoklip dari lagu mana nih yang paling berkesan saat pembuatan ?

10. Cover dari album Love,Love,Love ini di desain sama siapa ?

CUT 3

11. Selama manggung , VIERRA ceritain donk pengalaman yang ngga terlupakan buat Vierra !

12. Konser musisi luar negeri siapa yang pengen banget ditonton ? masing masing personil jawab yaaa.....

14. Harapan masing masing personil VIERRA dalam dunia musik buat kedepannya apa ? dan Next projek kalian dari VIERRA ?

15. Last Message

12. Mengumpulkan Data Untuk Keperluan laporan PKL

Selama PKL, penulis meminta izin kepada *PR Ninetyniners Radio* untuk meminta data ataupun mendokumentasikan menggunakan kamera untuk keperluan pada saat menyusun laporan PKL.

2.4 Analisis Tentang *Public Relations*

2.4.1 Definisi *Public Relations*

Public Relations dapat diartikan sebagi hubungan-hubunangan publik atau hubungan antar publik. Secara harfiah, *Public* berarti sekelompok orang yang mempunayai minat dan kepentingan yang sama pada sesuatu hal. Sedangkan *relations* dalam bentuk jamak memiliki arti hubungan-hubungan. *Public Relations* menyangkut kepentingan setiap organisasi atau perusahaan, baik itu organisasi atau perusahaan yang bersifat komersial maupun non komersial. Kehadirannya tidak bisa dicegah terlepas dari kita menyukainya atau tidak. Sebernarnya apa yang biasa disebut sebagai *Public Relations* atau *Humas* terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi atau perusahaan yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya.

Istilah "*Public Relations*" yang biasa disingkat dengan PR, juga lazim disebut Purel atau Hubungan Masyarakat (Humas) berasal dari kata *Public* dan *Relations*. Istilah Public dalam Bahasa Inggris pada dasarnya tidak mempunyai arti yang sama dengan istilah "Masyarakat" atau "*Society*", akan tetapi pengertian *Publik* disini adalah sekelompok orang yang menaruh minat dan kepentingan yang sama terhadap suatu hal. Demikian pula dengan terjemahan istilah *Relations* dengan "Hubungan" pada dasarnya kurang tepat, sebab istilah "*Relations"* mempunyai istilah jamak (menggunakan huruf S). Sehingga istilah

Relations mempunyai arti hubungan yang timbal balik atau *Two-way Communication.*

Untuk menciptakan suatu hubungan yang baik antara instansi/lembaga maupun karyawan/*staff* perlu adanya suatu pengertian antara satu dengan lainnya, dan pada akhirnya akan menciptakan hubungan yang erat dari masyarakat, pemerintah, dan pihak-pihak lain sehingga terbentuk hubungan masyarakat yang bisa menimbulkan kepercayaan dalam membina suatu hubungan yang harmonis.

Menurut J.C., Seidel, *Public Relations Director, Division of Houshing, State of New York,* mengemukakan bahwa:

> "*Public Relations* adalah proses yang berkelanjutan dari usaha-usaha *management* untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para pelanggannya, pegawainya dan publik umumnya, kedalam dengan mengadakan analisa- analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan".
> (Abdurrachman, 1999:24)

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.

Menurut *Institute of Public Relations* Frank Jefkins 2004 mendefinisikan public relations sebagai berikut :

> "*Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik *(goodwill)* dan saling pengertian antara suatu perusahaan dengan segenap khalayaknya".
>
> (Jefkins, 2004 : 9-10)

Pengertian *Public relations* secara umum adalah proses interaksi dimana *Public Relations* menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. *Crystallizing Public Opinion* menyebutkan bahwa public relation adalah profesi yang mengurusi hubungan antara suatu perusahaan dan publiknya yang menentukan hidup perusahaan itu. (Widjaja, 2001)

Public relations adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk

membantu mengantisipasi tren, dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utam.(Maria, 2002)

Menurut John D. Millet, dalam bukunya, *Management in Public Services the quest for effective performance,* yang artinya peran *Public Relations* dinas instansi atau lembaga kepemerintahan terdapat beberapa hal dalam melaksanakan tugas atau kewajiban utamanya, yaitu sebagai berikut:

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan inspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration).*
2. Kegiatan untuk memberikan nasihat atau sumbang saran dalam menaggapi untuk apa sebaiknya dapat dilakukan dilakukan instansi/lembaga pemerintah seperti yang diekhendaki oleh pihak publiknya *(advising the public about what is should desire).*
3. Kemampuan untuk mengusahakan terciptanya hubungan memuaskan yang diperoleh dari antara hubungan public dengan para pejabat pemerintahan *(ensuring satisfactorycontac between public and government official).*
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu lembaga/instansi pemewrintahan yang bersangkutan *(informing and about what agency doing).*

   (Ruslan, 2002: 94)

Sedangkan Dimock dan Koening memaparkan tugas dan kewajiban dari pihak Humas lembaga pemerintahan, sebagai berikut:

1. Berupaya memberikan penerangan atau informasikepada masyarakat *(public services)*, kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pihak pemerintah dalam melaksanakan program kerja pembangunan tersebut.

2. Mampu menanamkan keyakinan dan kepercayaan, serta mengajak masyarakat dalam partisipasinta untuk melaksanakan program pembangunan diberbagai bidang, seperti sosial, ekonomi, hukum dan politik serta menjaga stabilitas keamanan dan ketertiban nasional.
3. Keterbukaan dan kejujuran dalam memberikan pelayanan serta pengabdian dari aparatur pemerintah bersangkutan perlu dijaga atau dipertahankan dalam melaksanakn tugas dan kewajibannya masing-masing secara konsisten serta profesional

   (Ruslan, 2002: 94)

Kegiatan kehumasan adalah merupakan bagian dari kegiatan Komunikasi Informasi dan Edukasi (KIE), yang dilaksanakan secara terencana dan berkesinambungan untuk membangun atau menegakkan citra positif dari lembaga dan program-program yang dijalankan, agar dapat dipahami dan didukung oleh segenap khalayak dengan dasar saling pengertian.

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.

Balck dan Sharpe menyatakan bahwa :

"Praktek humas adalah suatu seni sekaligus ilmu untuk mencapai keserasian dengan lingkungan melalui saling pengertian yang di dasarkan pada kebenaran dan informasi yang lengkap."

(Black,1988:5)

2.4.2 Tujuan *Public Relations*

Tujuan utama *Public Relations* adalah "Menetapkan dan saling pengertian" (Jefkin 1995-9). Maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak yang berkepentingan, seta berusaha menciptakan kondisi yang menyenangkan sehingga dapat menciptakan, meningkatkan dan memelihara citra positip masyarakat dengan komunikasi yang timbal balik.

Tujuan utama dari Public Relations adalah mempengaruhi perilaku orang secara individu maupun kelompok saat saling berhubungan, melalui dialog dengan semua golongan, dimana persepsi, sikap dan opininya penting terhadap suatu kesuksesan sebuah perusahaan.(Davis, 2003)

Menurut Rosady Ruslan (2001 :246) tujuan public relation adalah sebagai berikut:

a) Menumbuhkembangkan citra perusahaan yang positif untuk public eksternal atau masyarakat dan konsumen.
b) Mendorong tercapainya saling pengertian antara public sasaran dengan perusahaan.
c) Mengembangkan sinergi fungsi pemasaran dengan public relation.
d) Efektif dalam membangun pengenalan merek dan pengetahuan merek.
e) Mendukung bauran pemasaran.

2.4.3 Fungsi *Public Relations*

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 *publik eksternal*. *Publik 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 *publik 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.

Menurut Cutlip dan Center serta Canfield seperti yang dikutip Onong Uchjana Effendy, fungsi Humas adalah sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik intern maupun ekstern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dan organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

   (Effendy,2002:36)

Menurut Maria, *Public Relations* merupakan satu bagian dari satu nafas yang sama dalam organisasi tersebut, dan harus member identitas organisasinya dengan tepat dan benar serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik

menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas dan benar terhadap organisasi tersebut.

Hal ini sekedar memberikan gambaran tentang fungsi public relation yaitu:

1. Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling adanya pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
2. Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
3. Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik, sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan. Sangat penting bagaimana organisasi memiliki warna, budaya, citra, suasana, yang kondusif dan menyenangkan, kinerja meningkat, dan produktivitas bisa dicapai secara optimal.
4. Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya, sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai input bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

2.4.4 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 communicationnya* 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

> men*support* 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 *PR* 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 *PR* 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.

Dari kasus – kasus yang ada sebetulnya tampak bahwa *PR* adalah sebuah fungsi komunikasi yang terencana, tetapi memang kenyataannya masih banyak salah pandang mengenai hal ini.

Salah Pengertian tentang *Public Relations*

1. *Public Relations* adalah *Personal Relation*

   Untuk menjadi *PR* harus memiliki kemampuan membina hubungan secara pribadi. Hal ini tidak seluruhnya salah tetapi bukan itu saja tugas dari seorang *PR*.

2. *Public Relations* adalah Propaganda

   Memang awal mula akar dari *PR* dari perang. Pada masa perang memang *PR* digunakan untuk mengirim pesan yang salah untuk mematahkan semangat lawan. Propaganda dilakukan sepihak dan untuk kepentingan kemenangan satu pihak.

3. *Public Relations* adalah Publisitas

   Hal ini tampak pada lembaga pemerintah. Lembaga pemerintah lebih banyak menggunakan *PR* nya untuk hal ini. *PR* tidak lebih digunakan sebagai "*press relations*" yang tugasnya hanyalah mempublikasikan kebijakan pemerintah, menyusun jadwal temu wartawan serta membawa wartawan turut kunjungan ke daerah-daerah.

4. *Public Relations* adalah iklan gratis

   Berita yang dimuat di media dianggap sebagai iklan gratis sehingga banyak praktisi pemasaran berupaya memanfaatkan publikasi pers untuk mendapatkan keuntungan beriklan secara

gratis. Padahal seperti diketahui bukan itu tujuan *PR* dan bukan itu pula tujuan berita.

5. *Public Relations* adalah menjual senyum

   Untuk menjadi *PR* harus cantik, pandai ha ha hi hi. Jika hanya ini yang dilakukan oleh *PR* maka sebuah perusahaan pasti akan kehilangan pamornya, apalagi di masa krisis. Pandangan seperti ini bahkan *PR* seperti yang no 1 masih banyak terjagi bahkan seperti baru-baru ini (sekitar 1 tahun yang lalu), media massa pernah mengangkat isue bahwa PR disamakan dengan *hostess*, dan frekuensi munculnya isu itu cukup sering. Memang media yang menayangkan hal itu bukan media terkemuka tetapi paling tidak masih ada tertancap di benak pembuat berita bahwa *PR* hanyalah sebatas senyum dan obral kemampuan personal.

2.4.5 Kegiatan *Public Relations*

Kegiatan Humas harus dikerahkan kedalam dan keluar. Kegiatan-kegiatan yang ditujukan kedalam disebut *Internal Public Relations* dan kegiatan-kegiatan yang ditujukan keluar disebut *External Public Relations*.

- ***Internal Public relations***

  Internal Public Relations adalah publik yang menjadi bagian dari unit usaha/badan/perusahaan atau instansi itu sendiri. *Internal*

Public Relations merupakan salah satu kegiatan yang berhubungan dengan publik yang ada di dalam perusahaan.

Untuk menciptakan suasana menyenangkan dan bagi keuntungansuatu lembaga, komunikasi yang bersifat *"two-way communication"* penting sekali dan mutlak harus ada, yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan antara bawahan dengan pimpinan, yang merupakan *"feed back"*, yang berdasarkan pada *"good human relations"* sesuai dengan prinsip semua public relations. Secara tidak langsung seorang *PR*harus bisa menciptakan suasana kondusif di perusahaan tempat dia bekerja, dengan begitu akan berdampak positif bagi lingkungan dimana dia bekerja. Suasana hangat akan tercipta bisa membuat motivasi karyawan meningkat, yang akan bisa meningkatkan kualitas sebbuah perusahaan.

Di sinilah letak peran *PR*, ia harus dapat mengadakan kontak pribadi dengan karyawan, secara timbal balik. *Internal Public Relations* yang baik adalah yang memperlakukan setiap karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membeda-bedakan tingkat, pendidikan dan lain-lain. Tapi bertindak adil, tidak memihak suatu golongan, jujur dan bijaksana. Sebab tiap anggota mulai dari pimpinan sampai dengan pesuruh merupakan bagian dari keseluruhan perusahaan tersebut.

Tugas seorang *PR* untuk menyelenggarakan komunikasi yang sifatnya persuasif dan informatif. Seorang *PR* harus mengadakan analisa mengenai apa yang telah dilaksanakan didalam internal *public relations*, mengadakan survey tentang *"attitudes"* para karyawan terhadap instansinya, kebijaksanaan instansi dan kegiatan-kegiatannya. Kegiatan dokumentasi dalam *event* perusahaan merupakan salah satu pekerjaan seorang *PR*.

Menurut Oemi Abdurrachman komunikasi yang informative dan persuasif dapat dilaksanakan dengan :

1. Tertulis, yaitu menggunakan surat-surat, papers, buletin, brosur, koran prusahaan dan lain-lain.
2. Lisan, yaitu dengan mengadakan briefing, rapat-rapat, diskusi, ceramah.
3. Conselling, dengan meyediakan beberapa anggota staf yang telah mendapat latihan atau pendidikan untuk memberikan nasehat-nasehat kepada karyawan, turut memecahkan masalah-masalah pribadi mereka atau mendiskusikannya bersama-sama.

   (Abdurrachman, 2001:35)

Kasali (1994:65) dalam bukunya *"Manajement Public relations"*, menyatakan bahwa "Publik internal adalah masyarakat yang berada pada organisasi dan melakukan aktifitas di dalam organisasi atau perusahaan yang berhubungan dengan kelangsungan hidup organisasi atau perusahaan tersebut, yang terdiri atas":

1. Pemegang saham dan pemilik perusahaan *Manager* dan *Top Executive*, yaitu orang-orang yang memegang perusahaan.
2. Karyawan, yaitu orang-orang di dalam perusahaan yang tidak memegang jabatan struktural.
3. Keluarga karyawan

- ***External Public Relations***

External Public Relations merupakan suatu kegiatan *Public Relations* yang berhubungan dengan masyarakat luar atau kegiatan yang ditujukan kepada public yang berada di luar perusahaan. Salah satu tujuan *Public Relations* itu sendiri adalah untuk mengeratkan hubungan dengan orang-orang di luar badan atau instansi hingga terbentuklah opini public yang *favourable* terhadap badan itu. Tugas penting *External Public Relations* adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang bersifat informative dan persuasive, yang ditujukan kepada public di luar badan itu. Informasi tersebutharus diberikan dengan jujur, berdasarkan fakta dan harus teliti. Sebab public mempunyai hak yang untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut kepentingannya.

Komunikasi yang diselenggarakan *Eksternal Public Relations* harus timbale balik juga (*feedback*), sebab seorang pemimpin yang baik bukan hanya pandai memberikan informasi, tapi harus juga pandai menerima informasi-informasi.

Kasali (1994:75) dalam bukunya "*Manajement Public Relations"* menyatakan bahwa :

"Publik eksternal adalah masyarakat yang berada di luar organisasi namun keberadannya turut mempengaruhi aktivitas organisasi, yang terdiri atas:

1. Masyarakat adalah pihak yang membeli produk atau jasa suatu perusahaan.
2. Bank, merupakan pihak yang menyediakan dana untuk dipergunakan sebagai modal.
3. Pemerintah, yaitu sebagai penentu kebijakan.
4. Pesaing, sebagai alat untuk mengukur efisiensi perusahaan dari keadaan yang ditawarkan oleh pesaing.
5. Komunitas, yaitu masyarakat yang tinggal, hidup dan berusaha disekitar perusahaan.
6. Media massa atau pers yang merupakan hubungan timbale balik untuk membantu penyebaran informasi bagi masyarakat mengenai perusahaan dan bagi pers sendiri untuk mendapatkan informasi untuk menjadi bahan berita."

Bentuk kegiatan *External Public Relations* dianataranya adalah sebagai berikut:

1. *Press Relations*, merupakan suatu kegiatan *Public Relations* dalam rangka mengatur dan membina hubungan baik dengan pers.
2. *Government Relations*, merupakan kegiatan *Public Relations* dalm rangka mengatur dan memelihara hubungan baik dengan pemerintah pusat dengan jawatan-jawatan resmi yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan perusahaan.

3. *Community Relations*, merupakan kegiatan *Public Relations* dalam rangka mengatur dan memelihara hubungan baik dengan masyarakat setempat, yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.
4. *Supplier Relations*, merupakan kegiatan *Public Relations* dalam rangka mengatur dan memelihara hubungan baik dengan para pemasok agar segala kebutuhan perusahaan dapat diterima dengan baik.
5. *Customer Relations*, merupakan kegiatan *Public Relations* dalam rangka mengatur dan memelihara hubungan baik dengan pelanggan, sehingga hubungan itu selalu dalam situasi bahwa pelangganlah yang sangat membutuhkan dan bukan sebaliknya.

Berdasarkan serangkaian uraian di atas bahwa *External Public Relations* merupakan keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations* untuk membina hubungan yang baik dengan pihak yang berada di luar perusahaan sehingga dapat menciptakan suatu opini publik dan citra yang positif bagi perusahaan itu sendiri.

Tugas penting *External Public Relations* adalah mengadakan komunikasi yang efektif, yang sifatnya informatif dan persuasif, yang ditujukan kepada publik di luar instansi tersebut. Informasi harus diberikan dengan jujur, berdasarkan fakta dan harus teliti. Sebab publik mempunyai hak untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya tentang sesuatu yang menyangkut kepentingannya. Publik kadang-kadang sangat kritis.

Oleh karena itu sikap yang *correct* dan ramah merupakan salah satu syarat dalamberkomunikasi dengan publik, tanpa terpengaruh oleh *"appearance", "personality",* kata-kata mereka dan sebagainya. Penilaian publik terhadap suatu lembaga bukan saja soal pelayanannya, kegiatan-kegiatannya, dan para anggotanya, tapi juga mengenai keseluruhan yang meliputi badan tersebut.

Menurut Oemi Abdurrachman komunikasi dengan *external public* dapat diselenggarakan diantaranya dengan :

1. Kontak Pribadi *(Personal contact)*

   Unsur yang penting dalam hubungan ini adalah perlakuan terhadap perorangan-perorangan yang berhubungan dengan badan atau instansi. Di dalam *"government public relations"* hal ini perlu mendapatkan perhatian yang serius dan harus ditekankan kepada para karyawan, bahwa *"government public relations"* itu tidak cukup hanya dengan memberikan penjelasan-penjelasan pada seseorang baik secara lisan maupun secara tertulis. Yang sangat penting adalah perlu adanya perhatian terhadap reaksi tiap individu sebagai seorang warga negara terhadap para karyawan tentang bagaimana mereka melaksanakan kewajibannya.

2. *Press release*

   Dalam menyiapkan *press release* hendaknya diperhatikan soal-soal teknis mengenai penyusunan dan pengetikan "message" dan distribusinya. Formula *"who, what, where, when, why, how"* tidak boleh dilupakan dalam penyajian press release.

3. *Press relations*

   Penting sekali dalam hubungan masyarakat bagi seorang pelaksana *PR* untuk mempunyai hubungan yang baik dengan para pemimpin atau wakil surat-surat kabar, majalah-majalah, kolumnis-kolumnis, penulis-penulis*feature*, pemimpin radio dan televisi dan sebagainya.tetapi perlu dicatat, hubungan pribadi antara seorang *PR* dengan petugas-petugas pers tadi tidak berarti bahwa *PR* itu harus mendapatkan pelayanan yang istimewa dari mereka. Hubungan pribadi harus dipelihara dan harus berdasarkan integritas profesi. Seorang *PR* harus melakukan semua media sama.

4. *Press conference & press briefing*

   Dalam keadaan-keadaan tertentu dan mengenai pengumuman-pengumuman tertentu, dianjurkan untuk menyelenggarakan *pers conference* daripada hanya memberikan *press release* saja. *Pers conference* hanya diselenggarakan bila ada peristiwa-peristiwa penting saja disuatu instansi atau badan sepertin perusahaan akan mengadakan suatu event yang butuh untuk dipublikasikan oleh rekan-rekan media. Instansi dapat mengadakan *pers conference* atas inisiatifnya sendiri atau atas permintaan wakil-wakil pers sendiri.

5. *Publicity*

   Pada hakekatnya *publicity* adalah berita yang ditulis dalam surat-surat kabar atau majalah-majalah atau yang disiarkan melalui radio atau televisi, yang penuh dengan *Human Interest* dan menarik perhatian publik mengenai kegiatan-kegiatan atau pernyataan-pernyataan orang-orang yang *prominently involved.*

6. Radio dan Televisi

   Dengan radio dan transistor, merupakan satu-satunya penghubung antara manusia dengan dunia, satu-satunya saluran untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan hiburan tanpa mengenal jarak dan illiteracy (buta huruf).

7. Film

   Ini dapat berupa film dokumentasi, hiburan yang berisi informasi-informasi, pendidikan dan sebagainya. Pada dewasa ini film banyak digunakan dalam *public relations*, bukan saja untuk internal public tapi juga untuk *external public.*

8. Media Komunikasi dan Informasi

   Selain dengan menggunakan media yang telahdikemukakan di atas, masih banyak cara-cara lain untuk menyebarkan suatu informasi dan mengadakan hubungandengan publik. Diantaranya dengan menggunakan kartu pos bergambar, telepon, ceramah, mengadakan kunjungan- kunjungan dan sebagainya. (Abdurrachman, 2001: 40).

2.5 Analisis Tentang Kegiatan *Public Relations Ninetyniners* Radio 100 FM

Selama penulis melakukan kegiatan pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) kurang lebih selama 1 (satu) bulan di posisikan dibagian PR 2 minggu pertama dan *script writer* 2 minggu ke 2. *Public Relations Ninetyniners* Radio 100 FM (99ers radio 100 FM) mempunyai tugas yang sangat luas dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak. *PR Ninetyniners* Radio sebagi bentuk komunikasi yang sangat diperlukan dalam melakukan dan peranan dan fungsi dalm mencapai tujuannya seperti :

- Menyusun rencana serta program peningkatan dan pengembangan hubungan perusahaan baik internal maupun eksternal sehingga terbentuk citra perusahaan positif
- Mewakili perusahaan yang menyakut dengan strategi promosi dan pengembangan pasar.
- Mengentertaint mitra bisnis, Artis, *EO*, dan wartawan.
- Mensupervisi pelaksanaan kegiatan promosi dan *publicity* yang dilakukan PR, serta pelaksanaan produksi acara *off air* untuk kepentingan *klien* & citra Perusahaan.
- Memberikan rekomendasi kepada pimpinan perusahaan dalam rangka pembinaan tenaga kerja untuk membentuk identitas perusahaan yang diinginkan
- Menyampaikan pesan kepada publik internal atau karyawan serta menampung aspirasi karyawan untuk disampaikan kepada manajemen
- Menyampaikan pesan perusahaan kepada publik eksternal serta memantau opini publik dalam rangka menjaga serta meningkatkan citra perusahaan.

Peranan *PR* di *Ninetyniners* Radio sangat berarti bagi kelancaran dan kemajuan perusahaan baik itu peranan kegiatan di internal maupun eksternal. Kegiatan dalam bentuk eksternal yaitu dengan melakukan promosi ke berbagai perusahaan baik surat kabar, televisi, 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 *Ninetyniners* Radio.

Setelah menjalani 2 minggu di bagian *PR,* penulis di *rolling* ke bagian divisi produser dibagian *scrip writer. Script Writer* adalah orang yang menyusun dan mengedit naskah untuk sebuah dialog iklan ataupun berita. Pekerjaan sebagai *Script Writer* tidaklah mudah, terutama untuk sebuah radio, dimana sifat radio yang didengar dan tidak dapat diulang maka seorang *Script Writer* harus mampu menyusun sebuah naskah dialog atau pun naskah iklan dengan semenarik mungkin agar mampu ditangkap oleh pendengar dengan baik.

Menjadi seorang *Script writer* diutamakan adalah orang yang kreatif, memiliki daya pikir dan pengetahuan yang luas, karena setiap naskah haruslah dengan tema yang berbeda, sehingga dengan kemampuan yang disebutkan diatas akan mampu membuat sebuah naskah yang baik. Di sini penulis melihat adanya hubungan antara *PR* dengan bagian *Script writer,* dimana seorang PR dituntut harus bisa menulis dan mempunyai daya wawasan yang kreatif. Seperti membut *press release* diharuskan dengan tulisan yang menarik agar tulisan menarik bagi wartawan dan dimuat di berita surat kabar. Dan juga untuk membuat iklan berupa tulisan, diharuskan tulisan itu bisa memikat para pembaca.

2.6 Analisis Tentang Pelayanan *Ninetyniners* Radio Kepada Mahasiswa PKL

Masa Praktek Kerja Lapangan (PKL) adalah suatu kegiatan dimana mahasiswa PKL diberi suatu pelatihan yang nantinya dapat berguna baik itu bagi mahasiswa sendiri maupun perusahaan yang nantinya dimana mahasiswa itu akan bekerja. Bukan merupakan suatu kegiatan yang dianggap sebagai tambahan tenaga oleh perusahaan. Dengan adanya pemberian pelatihan yang baik tentunya ini akan memberikan suatu umpan balik yang positif bagi perusahaan dimana mahasiswa tersebut menjalankan PKL. Dengan adanya Praktek Kerja Lapangan yang diharapkan mampu meningkatkan keterampilan, pengetahuan, serta pembentukan tingkah laku mahasiswa PKL, maka diharapkan hal tersebut akan memberikan peranan terhadap peningkatan kinerja untuk mahasiswa yang melakukan PKL sehingga dapat bekerja dengan baik dan profesional.

Selama Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan di *Ninetyniners* Radio Bandung, yang dirasakan adalah sambutan seluruh karyawan *Ninetyniners* Radio yang ramah dan penuh dengan kekeluargaan, maka karena itu penulis pun tidak merasa kaku dan canggung untuk berinteraksi dengan rekan-rekan kerja disana. Para staff di *Ninetyniners* Radio Bandung pandai untuk mengajak orang baru seperti penulis untuk berbaur, karena menurut mereka ini cara lain untuk membuat rasa kekeluargaan dalam dunia kerja terlaksana dan memberikan pembelajaran pada mahasiswa PKL, yaitu melatih mahasiswa PKL supaya bisa bekerja dengan baik, tujuannya supaya mahasiswa PKL termotivasi secara kuat karena agar mahasiswa

PKL dapat merasakan bagaimana situasi-situasi pekerjaan yang nyata didalam dunia kerja.