# BAB II

# PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

## 2.1 Aktifitas Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan

Dalam pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung penulis dituntut agar aktif dan memahami segala aktifitas apa saja yang dilakukan oleh Humas di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung. Kegiatan Praktek Kerja Lapangan yang dilaksanakan di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung yang dilaksanakan selama 18 hari jam kerja (tidak termasuk hari libur). Selama 18 hari penulis melakukan peliputan berita, penyeportiran foto-foto liputan, dan mencari data mengenai Pemerintah Kota Bandung yang bersifat kegiatan rutin. Sedangkan kegiatan insidental yaitu membuat ucapan terima kasih untuk Bapak Walikota dan Wakil Walikota atas masa jabatannya, menulis bahan untuk *press release*, mengetik *press release,* serta membuat disain spanduk.

Adapun daftar kegiatan yang dilaksanakan selama Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung. Dapat dilihat dalam Tabel 2.1 mengenai aktivitas atau kegiatan penulis adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.1**
**Kegiatan Praktek Kerja Lapangan**

| No | Hari/Tanggal | Kegiatan | Sifat | |
|---|---|---|---|---|
| | | | Rutin | Insidental |
| **1.** | Rabu<br>17 Juli 2013 | 1. Adaptasi dan perkenalan lingkungan kerja. | | ✓ |
| | | 2. Peliputan Sosialisasi Pertanggungjawaban Bansos dan Hibah. | ✓ | |
| **2.** | Kamis<br>18 Juli 2013 | 1. Membuat bahan Press Release | | ✓ |
| | | 2. Mengetik Press Release | | ✓ |
| **3.** | Jumat<br>19 Juli 2013 | 1. Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung | ✓ | |
| | | 2. Memasukan Foto-foto Liputan dalam File | ✓ | |
| **4.** | Senin<br>22 Juli 2013 | 1. Penyeportiran Foto-foto Liputan | ✓ | |
| | | 2. Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung | ✓ | |
| **5.** | Selasa<br>23 Juli 2013 | 1. Penyeportiran Foto-foto Liputan Tanggal 17 Juli | ✓ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **6.** | Rabu<br>24 Juli 2013 | 1. Penyeportiran Foto-foto Liputan Tanggal 19-24 Juli | ✓ | |
| **7.** | Kamis<br>25 Juli 2013 | 1. Mengatur Foto Liputan dari Tanggal 17- 24 Juli | ✓ | |
| **8.** | Jum'at<br>26 Juli 2013 | 1. Peliputan Rapat Paripurna Mengenai Pertanggungjawaban Pelaksanaan APBD Tahun Anggaran 2012 | ✓ | |
| | | 2. Membuat bahan Press Release | | ✓ |
| **9.** | Senin<br>29 Juli 2013 | 1. Penyeportiran Foto-foto Liputan. | ✓ | |
| | | 2. Mengetik Press Release | | ✓ |
| | | 3. Membuat Ucapan Terima Kasih Untuk Bapak Walikota dan Wakil Walikota Atas Masa Jabatannya | | ✓ |
| **10.** | Selasa<br>30 Juli 2013 | 1. Penyeportiran Foto-foto Liputan | ✓ | |
| **11.** | Rabu | 1. Peliputan Penyerahan | ✓ | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | 31 Juli 2013 | Bingkisan Petugas Operasional Kebersihan | | |
| | | 2. Membuat dan Mengetik Press Release | | ✓ |
| | | 3. Membuat Disain Spanduk | | ✓ |
| **12.** | Kamis 1 Agustus 2013 | 1. Membuat Disain Spanduk | | ✓ |
| **13.** | Jum'at 2 Agustus 2013 | 1. Membuat Disain Spanduk | | ✓ |
| **14.** | Senin 12 Agustus 2013 | 1. Acara Halal Bihalal | | ✓ |
| | | 2. Peliputan Acara Halal Bihalal | ✓ | |
| **15.** | Selasa 13 Agustus 2013 | 1. Membuat Bahan Release | | ✓ |
| | | 2. Mengetik Press Release | | ✓ |
| **16.** | Rabu 14 Agustus 2013 | 1. Pencarian data yang berkenaan dengan Pemerintah Kota Bandung | ✓ | |
| **17.** | Kamis 15 Agustus 2013 | 1. Penyeportiran Foto-foto Liputan | ✓ | |
| **18.** | Jum'at 16 Agustus 2013 | 1. Pencarian data yang berkenaan dengan Pemerintah Kota Bandung | ✓ | |

*Sumber: Catatan Penulis, Juli-Agustus 2013*

## 2.2 Deskripsi Kegiatan Rutin dan Insidental Beserta Contoh Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Dalam pelaksanaan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Divisi Hubungan Masyarakat Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung, penulis melakukan dua jenis kegiatan yaitu kegiatan yang bersifat rutin dan insidental. Untuk lebih jelas penulis akan menjelaskan sebagai berikut.

### 2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin Selama Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Selama penulis melaksanakan kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung, penulis ditugaskan untuk melaksanakan beberapa kegiatan yang rutin dilakukan, meliputi sebagai berikut :

1. **Meliput Berita**

   Penulis ditugaskan oleh pembimbing PKL dari Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung untuk meliput berita/kegiatan seputar di kantor Pemerintah Kota Bandung maupun kegiatan Bapak Walikota/Wakil Walikota, untuk dijadikan laporan atau bahan untuk penilaian penulis selama PKL di Pemerintah Kota Bandung Khususnya di bidang Kehumasan.

   Berbagai kegiatan atau acara yang dilakukan akan menjadi peliputan penulis bersama teman PKL, karena penulis dituntut oleh pembimbing di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota

Bandung untuk meliput semua kegiatan yang ada di lingkungan kantor Pemerintah Kota Bandung dan khususnya kegiatan bapak Walikota/ Wakil Walikota Bandung sebagai bahan pertimbangan penulis selama melakukan Kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung.

**Tabel 2.2**
**Contoh Jadwal Peliputan Sosialisasi Program Anti Korupsi Bagi Penerima Bansos/Hibah Dari Pemerintah Kota Bandung TA 2013**
**Bandung 17 Juli 2013**

| No. | Waktu | Materi | Penyaji | Moderator | Keterangan |
|---|---|---|---|---|---|
| 1. | 08.00-09.00 | REGISTRASI | - | PANITIA | - |
| 2. | 09.00-09.05 | PEMBUKAAN OLEH MC | MC/PROTOKOL | - | - |
| 3. | 09.05-09.10 | MENYANYIKAN INDONESIA RAYA | DIRIGEN | - | - |
| 4. | 09.10-09.15 | LAPORAN PANITIA | INSPEKTUR KOTA BANDUNG | - | - |
| 5. | 09.15-09.35 | SAMBUTAN WALIKOTA BANDUNG &PEMBUKAAN | WALIKOTA/WK WALKOT/PLT. SEKDA | - | - |
| 6. | 09.35-09.50 | SAMBUTAN | KAPER BPKP | | - |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | KEPALA PERWAKILAN BPKP PROV JABAR | PWK PROV JABAR | | |
| 7. | 09.50-10.00 | PEMBACAAN DO'A | INSPEKTORAT | - | - |
| 8. | 10.00-11.00 | PERAN PENERIMA BANSOS/HIBAH DALAM MEMERANGI KORUPSI | GANIS DIARSYAH (BPKP) | ENAN SUGANDI | - |
| 9. | 11.00-12.00 | PEMAPARAN ANTI KORUPSI OLEH KPK | KPK | ENAN SUGANDI | - |
| 10. | 12.00-13.00 | TANYA JAWAB | | ENAN SUGANDI | - |
| 11. | 13.00-13.05 | MENYANYIKAN BAGIMU NEGERI | DIRIGEN | - | - |
| 12. | 13.05-..... | PENUTUPAN | - | - | - |

*Sumber: Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung17 Juli 2013*

**2. Penyortiran Foto-foto Peliputan**

Penulis ditugaskan oleh pembimbing PKL untuk melakukan penyortiran foto-foto liputan dimana penulis harus dapat merapihkan foto-foto ke dalam folder komputer agar tertata dengan rapih sesuai tanggal liputan, jenis acara, seperti sosial, kesehatan, umum, religi, dan lain-lain. Dan penyeportiran foto liputan yang terbaik dipilih untuk *press release* dan diberikan kepada wartawan untuk di muat di media.

**3. Pencarian Berita Mengenai Kegiatan Pemerintah Kota Bandung**

Penulis dan rekan PKL disini ditugaskan untuk mencari data mengenai Pemerintah Kota Bandung dengan membaca dan menganalisis berita yang ada di setiap surat kabar yang telah disediakan di kantor bagian humas.

Penulis harus dapat mengumpulkan berita mengenai Pemerintah Kota Bandung yang mana dimuat dalam surat kabar harian, mingguan, majalah bulanan. Contoh surat kabar harian seperti Pikiran Rakyat, Kompas, Tribun Jabar, Radar Bandung, Seputar Indonesia, dan Galamedia.

### 2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidental dan Contoh Kegiatan Selama (PKL)

Selama penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan selama 18 hari di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung, ada beberapa kegiatan yang bersifat insidental yang dikerjakan.

1. **Membuat Press Release**

   Tujuan untuk membuat *Press Release* adalah agar si pembaca dapat mudah mengerti dalam penyampaian berita yang padat dan jelas maksud isi berita tersebut. Dari hasil peliputan berita dalam kegiatan bapak Walikota/Wakil Walikota akan dirangkum dan dijadikan *press release* yang dikerjakan didalam program *Microsoft Word* pada komputer yang ada di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Bandung, sebagai bahan Penilaian penulis selama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Pemerintah Kota Bandung.

   Dalam membuat *Press Release* setidaknya harus memenuhi syarat 5W+1H yang memiliki *news value* (nilai berita) dan penyusunannya menggunakan piramida terbalik dengan kata-kata jujur dan mudah dimengerti. Proses pembuatan *press release* dilakukan setelah peliputan kegiatan atau sesudah peliputan kegiatan, biasanya dilakukan setelah istirahat atau waktu luang. Pembuatannya yaitu mengumpulkan bahan, pembicaraan yang ditulis, direkam melalui *handphone* dan diambil kata-kata yang pentingnya saja sesuai dari

narasumber, kemudian diketik melalui komputer di program *Microsoft Word.*

Contoh *Press Release :*

**SOSIALISASI PERTANGGUNGJAWABAN BANTUAN**




Pemerintah kota Bandung bekerjasama dengan BPKP (Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan), menyelenggarakan Sosialisasi Program Anti Korupsi yang bertemakan "Peran Penerimaan Bansos Dalam Memerangi Korupsi." Acara tersebut bertujuan untuk memberikan tata cara pertanggungjawaban dana Bansos dan Hibah kepada calon penerimanya. Kegiatan ini berlangsung di Gedung Serbaguna Pemerintah Kota Jalan Wastukancana No. 2 Bandung, Rabu (17/7).

Program sosialisasi ini dibuka oleh PLT Sekda Kota Bandung Yossi Irianto. Acara tersebut selain dihadiri oleh para calon penerima Bansos dan Hibah hadir pula para Pejabat publik Kota Bandung seperti, Kepala Dinas, Camat, dan Lurah. Program sosialisasi ini sebelumnya telah dilakukan kepada tokoh masyarakat, Pramuka, dan para tenaga dalam bidang pendidikan.

Dalam sambutannya Walikota Bandung Dada Rosada, yang dibacakan oleh Yossi Irianto, beliau memberikan apresiasi terhadap acara tersebut dan

berharap hal ini menjadi sarana untuk pertanggungjawaban dana sosial sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku juga dapat menindaklanjuti hasilnya dengan transparan.

Bapak Walikota mengingatkan bahwa korupsi adalah suatu wabah yang berbahaya, sebab dapat melemahkan demokrasi. Korupsi dapat terjadi karena kurangnya integrasi, adanya sikap lebih mementingkan kepentingan pribadi dibanding kepentingan daerah dan masyarakat. Tindak pidana korupsi ini pun tidak menutup kemungkinan terjadi dalam bantuan sosial dan hibah ini.

Berikut ini ada beberapa program yang telah dibuat oleh Walikota untuk menaggulangi korupsi seperti, Bandung Integrasi, Zona-zona Korupsi, Galeri Integrasi, Unit Pengaduan Masyarakat, Penetapan Arsip Daerah Mengenai Korupsi dan Penerapan Sistem Pengendalian Internal dan Eksternal.

Sementara menurut Inspektorat Kota Bandung Koswara, dampak korupsi sangat dirasakan oleh masyarakat. Pelaku korupsi pun tersembunyi, terdapat banyak pelaku dari urutan tindak pidana korupsi. Diharapkan agar masyarakat memiliki pengetahuan yang dapat memahami tawaran-tawaran yang datang termasuk korupsi atau tidak. Dan memiliki keberanian untuk melaporkan segala bentuk tindakan yang mengarah pada korupsi. Kegiatan rutin ini diselenggarakan berdasarkan peraturan Walikota Bandung nomor 891 tahun 2011. Bantuan sosial atau hibah ini merupakan bantuan berupa uang atau barang yang sifatnya tidak wajib, tidak memikat, dan tidak terus menerus.

Hal senada pun diungkapkan oleh Ganis Diarsyah selaku BPKB Jawa Barat, bahwa bantuan sosial ini tidak diberikan setiap tahunnya, mengingat tahap seleksi yang harus dilalui dalam upaya menghindari faktor sosial. Hibah ini rentan penyelewengan maka dari itu perlu suatu bentuk perencanaan untuk meminimalisir adanya tindakan pidana korupsi.

**KEPALA DISAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA**

**BULGAN ALAMIN**

**2. Perancangan Ucapan Terima Kasih Untuk Dimuat di Spanduk**

Penulis ditugaskan oleh pembimbing PKL untuk membuat sebuah kata-kata ucapan terima kasih atas sukses dan berhasilnya berbagai program di berbagai bidang yang telah diusung oleh Bapak Walikota dan Wakil Walikota semasa 2 periode jabatan beliau dalam membangun Kota Bandung, sehubungan dengan berakhirnya masa jabatan pada waktu itu. Penulis dan teman PKL membuat ucapan terima kasih sesuai dengan kinerja-kinerja Bapak Walikota dan Wakil Walikota atas jasa-jasanya untuk Kota Bandung.

Contoh Ucapan Terima Kasih :

1. TERIMA KASIH KEPADA BAPAK WALIKOTA DADA ROSADA DAN WAKIL WALIKOTA AYI VIVANANDA ATAS PROGRAM CIKAPUNDUNG BERSIH SEBAGAI BENTUK KEPEDULIAN TERHADAP LINGKUNGAN.
2. DENGAN MANAJEMEN DAN PEMBINAAN YANG BAIK DALAM BIDANG OLAHRAGA SEHINGGA BANDUNG MENGHASILKAN PARA ATLET BERPRESTASI, TERIMA KASIH BAPAK DADA DAN BAPAK AYI.
3. KAMI SEGENAP WARGA KOTA BANDUNG MENGUCAPKAN TERIMA KASIH SEBESAR-BESARNYA ATAS PROGRAM BAWAKU PENDIDIKAN, KESEHATAN, DAN KEMAKMURAN YANG DIUSUNG OLEH BAPAK WALIKOTA DAN BAPAK WAKIL.

4. TERIMA KASIH KEPADA BAPAK DADA DAN BAPAK AYI ATAS PENATAANNYA PADA TUJUH SEKTOR INDUSTRI DAN PERDAGANGAN.
5. TERIMA KASIH KEPADA WALIKOTA DADA ROSADA DAN WAKIL WALIKOTA AYI VIVANANDA ATAS PROGRAM 4 IN 1 UNTUK PELAYANAN MASYARAKAT KOTA BANDUNG DALAM HAL LALU LINTAS.

**3. Membuat Disain Spanduk**

Penulis ditugaskan oleh pembimbing PKL untuk membuat disain spanduk dalam program *Photoshop cs*, dimana didalamnya penulis harus dapat mendisain spanduk yang kreatif dan bagus. Sebelum membuat disain, penulis harus mengumpulkan bahan terlebih dahulu seperti, mencari background yang sesuai dengan disain yang akan dibuat, lalu mencari foto-foto di folder komputer untuk di jadikan pelengkap dalam disain. Adapun contoh disain spanduk yang penulis buat, dapat dilihat di dalam Gambar 2.1 sebagai berikut:

**Gambar 2.1**
**Spanduk Tujuh Sektor Industri dan Perdagangan**




**Gambar 2.2**
**Spanduk Bandung Sebagai Kota Kreatif**




## 2.3 Deskripsi Mengenai Humas

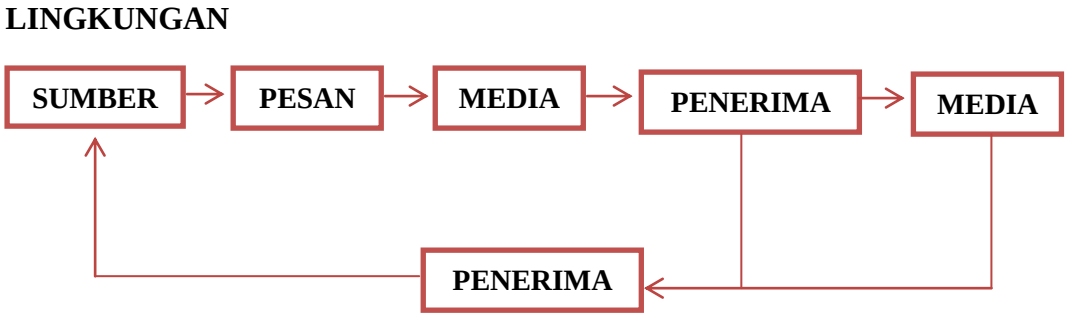
Humas (Hubungan Masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisasi yang nonkomersial. Istilah *Public Relations* atau dikenal dengan sebutan Humas (Hubungan Masyarakat) ini merupakan aktivitas atau kegiatan di dalam suatu instansi atau perusahaan, atau pun lembaga yang berhubungan dengan khalayak, untuk mencapai suatu

tujuan dan saling pengertian diantara dua belak pihak dengan mengharapkan tidak ada pihak yang dirugikan.

*Public Relations* dan komunikasi merupakan suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, dalam melaksanakan kegiatan dan fungsi *Public Relations* berpusat pada komunikasi. Sehingga setiap aktivitas yang kita lakukan dengan komunikasi baik langsung maupun tidak, verbal maupun non-verbal, karena dengan komunikasi kita bisa menciptakan persamaan pengertian informasi, ide, pemikiran, dan sikap kita terhadap orang lain. Dalam proses komunikasi terdapat komponen-komponen yang terlibat didalamnya seperti model komunikasi dibawah ini:

**Gambar 2.3**

**MODEL KOMUNIKASI DAVID K. BERLO (1960)**




*Sumber: Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*

1. Sumber/*Source/Sender/Encoder*, yaitu orang yang menyampaikan pesan tersebut yang biasanya disebut dengan komunikator.
2. Pesan/*Message/Content,* yaitu informasi yang disampaikan oleh komunikator.
3. Media/*Channel,* yaitu merupakan saluran atau alat penyalur informasi.
4. Penerima*/Aundience/Receiver,* yaitu orang yang menerima pesan atau yang disebut dengan komunikan.
5. Pengaruh/*Effect,* yaitu dampak dari isi pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan.

Pengertian Hubungan Masyarakat dijelaskan oleh beberapa pakar atau ahli dengan beberapa definisi yang satu sama lainnya berbeda, namun pada umumnya menjurus kepada pembentukan citra yang positif.

Definisi kamus terbitan *Institute of Public Relations (*IPR*)* dalam buku Teori dan Profesi Kehumasan, 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."

Definisi *Public Relations* menurut *"The International Public Relations Association"* (IPRA) dikutip dari buku Hubungan Masyarakat bahwa :

> "*Public Relations is a management function, of a continuiting and planned character, through which public and private organizations*

> *and institutions seek to win and retain the understanding, sympathy, and support of those with whom they are or my be concerned- by evaluating public opinion about themselves, in order to correlate, as fat as possible, their own policies and procedures, to achtieve by planned and widespread information more productive cooperation and more efficient fulfilment of their common interest.*"
> (Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum diantara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin kebijaksanaan dan tata cara mereka yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien).

Definisi IPRA tersebut dapat dinilai sebagai definisi yang lengkap, yang menunjukkan ciri khas dan meliputi faktor-faktor yang memang harus ada pada humas. Dilihat dari definisi-definisi tersebut, maka Humas Merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan *trust* (kepercayaan), etika, dan kejujuran/kebenaran yang merupakan tiga unsur terpenting dalam melakukan segala program kegiatan sehingga tercipta hasil yang baik, sesuai dengan harapan yang dikehendaki.

Humas harus bisa menciptakan hubungan yang baik dengan berbagai pihak, baik itu perusahaan dalam ruang lingkup internal maupun ruang lingkup eksternal. Humas harus mempunyai perencanaan, program kerja, penelitian dan penilaian sehingga kegiatan akan terstruktur dan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diharapkan.

### 2.3.1 Ciri-Ciri Humas

Adapun ciri-ciri Hubungan Masyarakat (Humas) dalam buku Hubungan Masyarakat, yakni :

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

Dilihat dari ciri-ciri Humas tersebut dapat kita ketahui bahwa Humas mempunyai tujuan untuk menumbuhkan citra yang positif dengan adanya dukungan serta pengertian dari khalayak maupun organisasi yang bersangkutan.

### 2.3.2 Fungsi Humas

Mengenai konsep fungsional humas, Scott M. Cutlip dan Allen Center yang dikutip dari buku Hubungan Masyarakat, yakni :

1. Memudahkan dan menjamin arus opini yang bersifat mewakili dari publik-publik suatu organisasi, sehingga

kebijaksanaan beserta operasionalisasi organisasi dapat dipelihara keserasiannya dengan ragam kebutuhan dan pandangan publik-publik tersebut.

2. Menasehati menajemen mengenai jalan dan cara menyusun kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi untuk dapat diterima secara maksimal oleh publik.
3. Merencanakan dan melaksanakan program-program yang dapat menimbulkan penafsiran yang menyenangkan terhadap kebijaksanaan dan operasionalisasi organisasi.

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

A. Marketing

Marketing merupakan semua ativitas 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.

B. Publisitas

Publisitas merupakan salah satu kegiatan utama dari *Public Relations*/Humas dalam hal 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 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.

C. Dokumentasi

Untuk bahan penelaahan terhadap perkembangan organisasi/instansi/perusahaan diperlukan data otentik dari organisasi/instansi/perusahaan itu sendiri. Data dimaksud biasanya dijumpai dalam bentuk laporan bulanan atau tahunan, statistik, foto, selembaran, film, slide, pita rekaman pidato atau diskusi-diskusi dan rapat kerja, serta catatan tertulis lainnya. Semua benda-benda itu merupakan dokumen penting yang berharga bagi organisasi/instansi/perusahaan yang bersangkutan.

Sebagai sumber segala keterangan, *Public Relations/*Humas perlu mencari, mengumpulkan, menyimpan, mengamankan, dan memelihara dokumen-dokumen tersebut. Bahkan jika diperlukan, mempelajari dan

mempergunakannya, disamping menjaga dokumen-dokumen yang perlu dirahasiakan.

Dari hal yang telah disampaikan di atas dapat diketahui bahwa fungsi seorang humas tidaklah mudah. Jadi disamping menjaga citra perusahaan atau organisasi seorang humas juga harus dapat berkomunikasi yang baik dan moral perilaku dari individunya sendiri.

### 2.3.3 Publik Dalam Kegiatan *Public Relations/*Hubungan Masyarakat

Publik dalam *Public Relations/*Humas merupakan khalayak sasaran dari kegiatan *Public Relations/*Humas. Publik disebut juga *Stakeholders,* yakni kumpulan dari orang-orang atau pihak-pihak yang berkepentingan terhadap organisasi/instansi/perusahaan.

Pembagian (klasifikasi) publik dalam kegiatan *Public Relations*/Humas menurut Kasali dalam buku Manajemen *Public Relations* : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia adalah sebagai berikut :

1. Publik Internal dan Publik Eksternal
2. Publik Primer, Sekunder, dan Marjinal
3. Publik Tradisional dan Publik Masa Depan
4. *Proponents, Opponents,* dan *Uncommitted*
5. *Silent Majority* dan *Vocal Minority*.

Publik dalam *Public Relations/*Humas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Publik Internal dan Publik Eksternal

   Publik Internal adalah publik yang berada di dalam organisasi/badan/perusahaan. Misalnya para karyawan, satpam, penerima telepon, *supervisor*, *klerk*, manajer, para pemegang saham, dan sebagainya. Sedangkan publik eksternal adalah mereka yang berkepentingan terhadap organisasi/badan/perusahaan dan berada di luar perusahaan, misalnya penyalur, pemasok, bank, pemerintah, komunitas, dan pers.

2. Publik Primer, Sekunder, dan Marjinal

   Tidak semua elemen dalam *stakeholders* perlu diperhatikan organisasi, badan atau perusahaan. Organisasi/badan/perusahaan perlu menyusun suatu kerangka prioritas. Yang paling penting disebut publik primer, yang kurang penting disebut publik sekunder, dan yang tepat dapat diabaikan adalah publik marjinal. Urutan-urutan dan prioritas publik setiap organisasi/badan/perusahaan berbeda-beda. Urutan-urutan tersebut juga memungkinkan untuk berubah dari tahun ke tahun.

3. Publik Tradisional dan Publik Masa Depan

Karyawan dan konsumen adalah publik tradisional, sedangkan mahasiswa, peneliti, konsumen potensial, pejabat pemerintah (madya) adalah publik masa depan.

4. *Proponents, Opponents,* dan *Uncommitted*

Diantara publik terdapat kelompok yang menentang organisasi/badan/perusahaan (*opponents*), yang memihak (*proponents*) dan ada yang tidak peduli (*uncommitted*). Organisasi/badan/perusahaan perlu mengenal publik yang berbeda-beda ini agar dapat dengan jernih melihat permasalahan.

5. *Silent Majority* dan *Vocal Minority*

Dilihat dari aktivitas publik dalam mengajukan *complaint* atau mendukung organisasi/badan/perusahaan, dapat dibedakan antara yang vocal (aktif) dan yang *silent* (pasif).

### 2.3.4 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 eksternal. Oleh karena itu Humas harus memiliki perencanaan terlebih dahulu, kemudian adanya program yang terstruktur.

Menurut Rudy dalam bukunya Komunikasi & Hubungan Masyarakat International bahwa Humas memiliki bidang-bidang cakupan atau ruang lingkup sebagai berikut:

1. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relations*).

   Hal ini mencakup kegiatan-kegiatan seperti memberi informasi kepada pelanggan atau nasabah, menjelaskan prosedur, tata cara, waktu, menyampaikan pesan-pesan, laporan berkala (melalui brosur, jurnal, surat dan sebagainya), menyelenggarakan acara bersama pelanggan dan menciptakan suasana kenyamanan/kemudahan bagi urusan para pelanggan dan melayani pelanggan atau tamu.

2. Hubungan dengan Masyarakat/Penduduk (*Community Relations*).

   Hal ini mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk/masyarakat yang sekurang-kurangnya meliputi penduduk di sekitar lokasi pabrik/perusahaan/toko atau di sekitar kantor organisasi/lembaga yang bersangkutan.

3. Hubungan dengan Pers/Media Massa (Press Relations).

   Hal ini mencakup kegiatan membuat *clippings* (guntingan berita dari koran, majalah dan lain-lain) serta menganalisa pendapat umum (opini publik) atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu (*specifc groups opinion*), menyampaikan informasi dan pertanyaan resmi melalui media massa, menyelenggarakan acara jumpa pers (*press*

*conference*) atau menyusun dan mengedarkan keterangan pers (*press release*), membina hubungan komunikasi dua arah dengan wartawan dan redaksi media massa (Surat kabar, TV, Radio, Majalah, Tabloid, dan lain-lain).

4. Hubungan dengan Instansi-instansi Pemerintah (*Government Relations*).

   Hubungan ini mencakup kegiatan pembinaan dan penyelenggaraan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi-instansi pemerintah (pemerintah daerah, provinsi, kabupaten, kota, pihak kepolisian, dinas tenaga kerja, dinas perindustrian, dinas pariwisata, dan lembaga lainnya), upaya-upaya perolehan informasi aktual dari berbagai instansi pemerintah dan sebaliknya menyampaikan informasi kepada instansi terkait.

5. Hubungan dengan Karyawan/Pegawai (*Employee Relations*).

   Hal ini mencakup kegiatan pembinaan hubungan kedalam (pimpinan dengan karyawan dan sesama bawahan) yang memang terkesan tumpang tindih dengan fungsi dan tugas Bagian Kepegawaian (Personalia). Adapun yang secara spesifik sebenarnya merupakan ruang lingkup Kehumasan, yaitu menyampaikan kebijakan organisasi/perusahaan kepada karyawan dan sebaliknya menampung serta memantau aspirasi karyawan untuk disampaikan kepada pimpinan. Dengan demikian, diharapkan tercipta suasana harmonis/selaras dalam kegiatan organisasi atau perusahaan.

6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait (*Skateholder Relations*).

   Hal ini mencakup kegiatan yang menunjang atau terus-menerus berhubungan dengan kegiatan organisasi-perusahaan atau lembaga (seperti agen-agen *supplier*, distributor) dan juga mencakup hubungan dengan para pemegang saham (*Skateholder Relations*).

### 2.3.5 Hubungan Antara *Public Relations* dengan Kegiatan Peliputan dan Dokumentasi

Selain bidang *marketing* dan *publishing,* seorang *Public Relations*/Humas juga harus mampu melaksanakan pekerjaan yang mencakup bidang peliputan. Bidang kerja peliputan berita dan dokumentasi ini berguna untuk penelaahan terhadap perkembangan organisasi/instansi/perusahaan.

Peliputan berita dan dokumentasi merupakan salah satu kegiatan *Public Relations*/Humas yang berkaitan dengan pengumpulan, menganalisa, pelaksanaan lingkup peliputan dan dokumentasi, dan kemudian mengevaluasi perkembangan dari kemajuan organisasi/instansi/perusahaan, aktivitas-aktivitas, dan program acara tertentu baik komersial maupun non komersial yang telah dimuat atau dipublikasikan di berbagai media massa.

### 2.3.6 Definisi Dokumentasi dan *Press Release*

Pengertian dokumentasi (*documentation*) dalam arti luas adalah kegiatan yang berkaitan dengan menghimpun, mengolah, menyeleksi, dan menganalisis kemudian mengevaluasi seluruh data, informasi, dan dokumen tentang suatu kegiatan, peristiwa, atau pekerjaan tertentu yang dipublikasikan

baik melalui media elektronik maupun cetak, dan kemudian disimpan secara teratur sistematis.

Pengertian *Press Release* adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh humas suatu organisasi/instansi/perusahaan yang disampaikan kepada pengelola media massa (surat kabar, majalah, tv, radio, media online dll) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

Pengertian dokumentasi menurut Martono yang dikutip Ruslan dalam buku Manajemen *Public Relations* & Media Komunikasi adalah :

1. Asal kata Dokumen tersebut dari bahasa Belanda *Document*, dan sama dengan pengucapan dalam bahasa Inggris, sedangkan bahasa Latin ditulis *Documentum.*
2. Pada dasarnya dokumen tertulis atau tercetak, dan dapat digunakan sebagai suatu bukti keterangan tertulis.
3. Bentuk dapat berupa surat, akta penting, piagam penghargaan, dan rekaman foto atau elekronik dan lain sebagainya.
4. Dokumen yang memiliki nilai hukum terkuat adalah dokumen asli dan sah, dan dapat disimpan dalam jangka tertentu serta dilindungi hukum.
5. Dokumen berguna untuk sumber keterangan, penyelidikan ilmiah, alat bantu bukti keabsahan mengenai suatu keterangan tertentu. (2007:229-230)

Dalam bidang kehumasan (PR *Activities*), dokumentasi dan peliputan merupakan alat bantu yang memiliki beberapa manfaat, yaitu :

a. Sebagai bahan informasi terkini yang dapat diedarkan ke bagian lain yang dianggap mempunyai hubungan kepentingannya masing-masing.
b. Sebagai bahan referensi tertentu berupa data atau informasi penunjang, misalnya untuk penyusunan naskah pidato, (*PR Speech Writing*), *PR House Journal* dan lain-lain.
c. Sebagai pedoman atau acuan untuk mengantisipasi langkah-langkah suatu kejadian atau event tertentu, yang tengah dihadapi atau di masa yang akan datang.
d. Khususnya peliputan berita berperan sebagai sumber mencari informasi dan menyusun ataupun menyiapkan bahan untuk berita.
e. Dapat juga dokumentasi dan peliputan berita tersebut sebagai tolak ukur tentang sejauh mana keberhasilan dalam membina, memonitoring, dan mengevaluasi program peliputan dan dokumentasi sebagai bahan pertanggungjawaban kepada pimpinan.
f. Sebagai media komunikasi eksternal melalui peliputan berita dan dokumentasi.

## 2.4 Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan Humas Dinas Komunikasi dan Informatika

Humas merupakan bagian yang sangat intim didalam sebuah organisasi atau perusahaan. Humas memiliki peran dalam menjaga citra yang positif dimasyarakat. Humas tidak lain bertugas sebagai layaknya tangan kanan sebuah perusahaan. Humas yang baik akan dapat menciptakan citra yang baik pula dalam suatu perusahaan.

Kesuksesan suatu perusahaan tidak lepas dari keterampilan seorang *Public Relations,* dimana ia yang menjadi ujung tombak dari maju mundurnya suatu perusahaan. Ini pula yang membuat posisinya menjadi sangat penting dalam suatu perusahaan, dapat diketahui diberbagai instansi pemerintah, perusahaan swasta, badan organisasi baik besar maupun kecil selalu terdapat dinas khusus yang mengurus *Public Relations.*

Dinas Komunikasi dan Informatika pemerintah Kota Bandung membina kerjasama antar publik, seperti hubungan Internal antar Kepala Dinas dan Staf, staf dengan staf, serta hubungan dengan eksternal antara atau *community relations* yaitu hubungan dengan pers serta masyarakat Kota Bandung pada umumnya, dari kegiatan diatas jelas bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung mempunyai kegiatan internal dan eksternal.

Humas internal disini maksudnya ialah humas yang berhubungan langsung dengan para wartawan untuk masalah pemberitaan mengenai Kota Bandung, jadi setiap wartawan yang ingin bergabung dengan DISKOMINFO

harus mendaftarkan terlebih dahulu kepada humas bagian internalnya sehingga nanti tugas humas bagian internal mendata dan mengecek kontribusi wartawan tersebut terhadap berita mengenai Walikota, Wakil Walikota, Sekretaris Daerah Bandung, Dinas Komunikasi dan Informatika dan juga berita mengenai seputar Kota Bandung.

Humas eksternal disini ialah humas yang terjun langsung kelapangan pada saat acara yang dihadiri oleh Walikota dan Wakil Walikota Bandung. Humas bagian eksternal disini memiliki tugas untuk meliput, mendokumentasikan, dan mencatat semua rangkaian acara kegiatan apa saja yang dilakukan oleh Walikota dan Wakil Walikota Bandung. Yang nantinya akan dibuat menjadi sebuah *Press Release* untuk dijadikan sebuah berita untuk para wartawan nantinya yang akan dimasukkan kedalam koran.

Sub-bagian yang pekerjaannya berhubungan dengan kegiatan yang dilakukan oleh para Pejabat Pemerintah Provinsi Jawa Barat, seperti kegiatan Walikota Bandung, Wakil Walikota Bandung, Sekretaris Daerah, Istri Walikota dan Istri Wakil Walikota. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para Pejabat Pemerintah Kota Bandung tersebut, diliput oleh tim liputan Humas pada Sub-Bagian Peliputan dan Dokumentasi.

Jadi tugas bagian antara Humas bagian Internal dan Eksternal sangat berhubungan erat karena tugas yang dilakukan Humas bagian eksternal yang terjun langsung kelapangan untuk membuat suatu berita yang menghasilkan sebuah *press release* yang nantinya menjadi konsumsi untuk para wartawan dan wartawan mulai menjadikan sebuah berita yang akan diterbitkan dikoran

nantinya, berita yang terdapat dikoran tersebut digunting dan dijadikan kliping oleh Humas bagian internal tersebut.

Dengan demikian Dinas Komunikasi dan informatika Pemerintah Kota Bandung dapat mengetahui *feedback* atau umpan balik atas informasi yang diberikan kepada masyarakat. Penulis terkadang dilibatkan dalam berbagai tugas-tugas dilapangan, seperti meliputi kegiatan "Rapat Paripurna Mengenai Pertanggungjawaban Pelaksanaan APBD Tahun Anggaran 2012", dll. Peliputan kegiatan ini berguna untuk dokumentasi dan pembuatan *press release*.

Dalam pembuatan *press release* penulis diberikan pengarahan bagaimana menyimak apa yang disampaikan oleh narasumber, merekamnya dengan *handphone*, dan bagaimana membuat *press release* yang baik dan benar. Walaupun demikian arahan yang diberikan pembimbing merupakan satu tambahan ilmu yang berguna bagi penulis.

## 2.5 Analisis Pelayanan Dinas Komunikasi dan Informatika Terhadap Mahasiswa/wi

Meskipun Praktek Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung dilakukan hanya dalam waktu 18 hari, penulis mendapatkan banyak sekali tambahan ilmu dan pengalaman yang diberikan oleh pembimbing PKL dan seluruh staf Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung. Adapun fasilitas yang diberikan kepada penulis cukup memadai dan mempermudah proses pelaksanaan

Praktek Kerja Lapangan, misalnya saja komputer sebagai sarana pemasukan data yang sudah terpasang internet, ini memudahkan penulis dalam melakukan tugas.

Selama mengikuti kegiatan Praktek Kerja Lapangan penulis dituntut untuk mengetahui bahwa humas sangat berperan penting dalam menjembatani antara berbagai pihak, baik pihak internal maupun pihak eksternal. Selain itu pula, penulis mendapatkan respon yang baik dari pembimbing Praktek Kerja Lapangan, sehingga pada pelaksanaannya penulis dapat melaksanakan tugasnya dengan baik.