BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktifitas Praktek Kerja Lapangan di PT.Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung)

Penulis melaksanakan aktifitas Praktek Kerja Lapangan (PKL) di bagian *Music director* PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung) selama kurang lebih 1 setengah bulan. Banyak pengalaman dan pengetahuan baru yang didapatkan dalam melaksanakan aktifitas Praktek Kerja Lapangan (PKL), baik itu kegiatan rutin maupun kegiatan insidentil sehingga sangat bermanfaat untuk menambah wawasan bagi penulis.

Kegiatan rutin adalah kegiatan yang terus-menerus atau secara rutin dilakukan penulis selama Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung). Sedangkan kegiatan insidental adalah kegiatan yang dilakukan sewaktu-waktu atau dilakukan di waktu tertentu secara khusus yang dilakukan penulis selama Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung).

Adapun daftar aktifitas yang dilakukan selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di bagian *Music Director* PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung) adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Selama Praktik Kerja Lapangan (PKL)

No.	HARI/ TANGGAL	KEGIATAN	SIFAT	
			Insidental	Rutin
1	Senin 9 Juli 2012	• Pengenalan dan pengarahan alat dan rekan kerja • Siaran bareng di acara sore-sore • Belajar posting berita, lagu, dan informasi melalui twitter dan facebook	✓ ✓ ✓	
2	Selasa 10 Juli 2012	• Membuat playlist • Posting berita, lagi dan informasi melalui media twitter dan facebook. • Meretweet dan mereply requestan dan pertanyaan I-Listeners melalui twitter • Memindahkan lagu yang lama dan yang baru sesuai tahun,	✓	✓ ✓
3	Rabu 11 Juli 2012	• Membuat playlist untuk kokok pagi dan sore-sore • Posting facebook dan twitter		✓ ✓

4	Jumat 13 Juli 2012	• Menentukan playlist yang akan diputar untuk acara sore-sore dan *"kokok pagi'* melalui *request sms*, twitter dan facebook. • Memindahkan lagu lagu yang baru dan lama sesuai dengan tahun • Membuat playlist *'cepot bareng urban (ceban)'*	✓	✓ ✓
5	Senin 16 Juli 2012	• Membuat playlist • Menyambut tamu • Posting facebook dan twitter	✓	✓ ✓
6	Selasa 17 Juli 2012	• Membuat playlist • Posting facebook dan twitter		✓ ✓
7	Rabu 18 Juli 2012	• Meeting mingguan • Membuat playlist • Memindahkan lagu lagu yang baru dan lama sesuai dengan tahun	✓	✓ ✓
8	Kamis 19 Juli 2012	• Membuat playlist untuk acara *'sore sore'* dan *'kokok pagi'*		✓

		• Posting lagu yang sedang diputar melalui twitter		✓
9	Jumat 20 Juli 2012	• Membuat dan menentukan playlist untuk acara weekend • Posting facebook dan twitter		✓ ✓
10	Senin 23 Juli 2012	• Menerima dan menyambut tamu • Membuat playlist • Diajarin cara memindahkan sms untuk dibacakan penyiar	✓ ✓	✓
11	Selasa 24 Juli 2012	• Pindahin sms untuk dibacakan penyiar • Mencatat requestan lagu • Membuat playlist		✓ ✓ ✓
12	Senin 30 Juli 2012	• Membuat playlist • Posting acara dan lagu di twiter dan facebook • Menentukan dan memindahkan lagu	✓	✓ ✓
13	Selasa 31 Juli 2012	• Memindahkan lagu lagu yang lama dan memasukkan lagu lagu yang baru	✓	

		• Menelepon I-Listeners untuk rating dari acara *'kokok pagi'* dan *' insert ceban'* • Membuat rekapan requestan lagu untuk *chart*	✓	✓
14	Rabu 1 Agustus 2012	• Membuat playlist • Meeting mingguan • Menelepon I-Listeners	✓	✓ ✓
15	Kamis 2 Agustus 2012	• Menelepon I-Listeners untuk rating acara *'kokok pagi'* dan *'insert ceban'* • Membuat playlist	✓	✓
16	Jumat 3 Agustus 2012	• Menelepon I-Listeners • Membuat playlist untuk *weekend* • Live broadcast dan buka bersama di hotel Amarossa	✓ ✓	✓
17	Senin 6 Agustus 2012	• Membuat playlist • Menelepon I-Listeners untuk rating acara '*kokok pagi'* • Posting acara dan lagu pada acara *'sore sore'*	✓	✓ ✓

18	Selasa 7 Agustus 2012	• Menelepon I-Listeners untuk rating acara *'insert ceban'* dan *'kokok pagi'* • Memindahkan lagu lama dan baru	✓ ✓	
19	Rabu 8 Agustus 2012	• Meeting mingguan • Live broadcast dan Buka puasa bersama anak yatim di hotel Hilton	✓	✓
20	Kamis 9 Agustus 2012	• Membuat playlist • Siaran bareng penyiar pada acara 'sore sore'	✓	✓
21	Jumat 10 Agustus 2012	• Memindahkan dan membacakan sms dari I-Listeners • Retweet dan reply di twitter dan facebook • Membuat playlist	✓	✓ ✓
22	Senin 13 Agustus 2012	• Membuat playlist untuk *'insert ceban'* • Membuat playlist • Menerima tamu	✓	✓ ✓

23	Selasa 14 Agustus 2012	• Siaran bareng di penyiar • Membuat playlist • Menerima dan menyambut tamu	✓ ✓	✓
24	Rabu 15 Agustus 2012	• Membuat playlist untuk acara lebaran • Buka bersama dan perpisahan bersama I-Radio & Hard rock	✓	✓

Sumber : Arsip penulis, 2012

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL), adapun kegiatan-kegiatan seorang PR perusahaan ditangani oleh divisi lain, contohnya divisi *music director* yang dimana penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang diberikan kepercayaan untuk belajar dan mendapatkan pengalaman untuk menangani bagian Musik pada setiap on air. Berikut penjelasan beberapa kegiatan yang bersifat rutin selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL), diantaranya:

2.2.1. Deskripsi Kegiatan Rutin PT. Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung)

Kegiatan rutin merupakan tugas keseharian yang dilakukan penulis selama PKL, yaitu membuat daftar *(playlist)* lagu yang akan diputar pada saat on air setiap harinya dan juga membuat, memposting di media seperti facebook dan twitter, terdiri dari:

1. **Membuat *playlist***

   Salah satu fungsi seorang PR adalah melayani keinginan publik, maka dari itu membuat *playlist* adalah salah satu kegiatan yang dikerjakan oleh seorang *music director.* Penulis membuat *playlist* untuk acara ‘sore-sore’, ‘kokok pagi’, sore-sore weekend’, dan ‘insert ceban’. Dimana penulis membuat urutan lagu lagu apa saja yang harus dan pantas diputar pada jam-jam yang telah ditentukan, misalnya acara ‘kokok pagi’, penulis harus mampu memberikan lagu lagu yang membuat semangat agar para pendengar (I-Listeners) mendapatkan semangat dari lagu lagu yang diputarkan, serta untuk acara pada bulan suci, harus diputarkan lagu lagu yang berhubungan dengan rohani islam, penulis juga membuat urutan, edisi dan pada jam berapa saja ‘insert ceban’ diputar, karena itu cerita humor, agar pendengar tidak bosan jadi harus ada selingan yang diberikan untuk tetap dapat tertawa meski ceritanya sama. Pada hari lebaran *playlist* yang dibuat sangat berbeda dari playlist biasanya, karena untuk hari lebaran *playlist* adalah full lagu

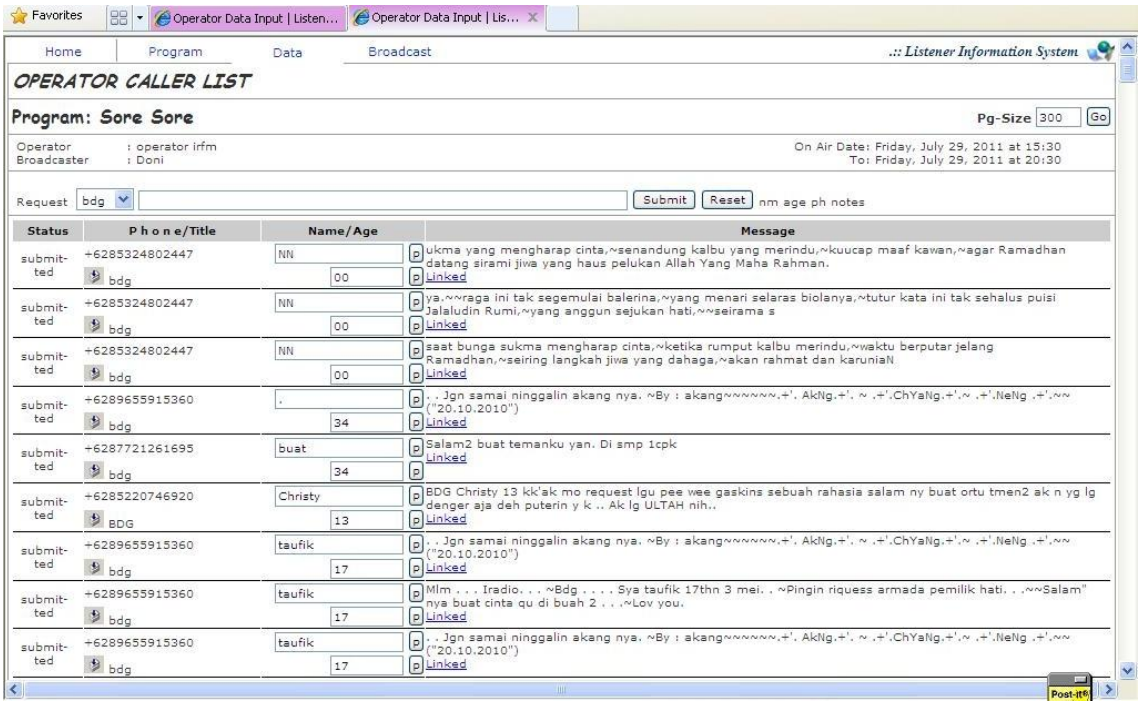
lagu rohani islam, yang acaranya juga *taping*, jadi lagu yang diputar dengan apa yang penyiar ucapkan harus tepat dan sama.

2. Memindahkan dan mengurutkan sms

Memindahkan dan mengurutkan sms ini adalah salah satu cara membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran yang merupakan salah satu dari fungsi PR juga,dengan kita mengurutkan sms dengan baik dan benar agar penyiar dapat membaca dengan berurutan tanpa terlewat sama saja memuaskan pendengar, karena dapat diperlakukan secara adil agar tidak ada kerugian yang dirasakan oleh pendengar dan menimbulkan citra yang negatif. Penulis memindahkan sms sesuai dengan ketentuannya, karena I-Listeners mengirimkan sms ada yang merequest dan kirim salam, ada juga yang memberikan jawaban dari kuis yang diberikan oleh I-radio, dan juga penulis memindahkan sms apa saja yang harus dibacakan oleh penyiar, apabila ada kata kata yang sulit dibaca, penulis memperbaiki tulisan itu, dan yang tidak bisa terbaca sama sekali dihilangkan.

Gambar 2.1

Request dari I-Listeners



Sumber : Arsip PT.Gema Dwipa Intinada, 2012

3. Rapat *(meeting)* mingguan

Dalam setiap organisasi atau perusahaan salah satu hal yang penting dalam mengkomunikasikan suatu proyek atau pekerjaan yang akan dilakukan bersama dalam suatu perusahaan adalah melalui rapat, baik rapat management maupun rapat internal antar divisi guna tercapainya suatu kerjasama agar menghasilkan suatu pekerjaan yang baik. Yang dimana salah satu fungsi PR adalah Melayani keinginan publik dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama. Tetapi dijalankan pula oleh divisi lainnya, teruta,a oleh *music director,* agar terciptanya citra yang posistif

dengan evaluasi yang dilakukan melalui rapat. Rapat di PT. Gema Dwipa Intinada (I-radio Bandung) ini dilaksanakan setiap hari rabu setiap minggunya, yang dimana pada rapat ini semua penyiar, anggota dan ketua setiap divisi berkumpul untuk membicarakan apa yang akan dilakukan untuk seminggu kedepan, setiap divisi mengutarakan apa yang akan dilakukan untuk seminggu kedepan, di setiap rapat dibahas tentang kekurangan dan kelebihan dalam setiap acara *broadcasting.* Dimana penulis memberitahukan lagu mana yang harus diputar, dan juga memberitahu kepada penyiar apabila ada kesalahan dalam pemutaran lagu pada saat *broadcasting.*

4. Memposting lagu dan kegiatan

Dalam komunikasi suatu informasi adalah penting, apalagi jika informasi tersebut tidak perlu didapat dengan cara yang sulit. Selama on air penulis memposting lagu, kegiatan dan informasi melalui media seperti twitter dan facebook yang sama saja menjalankan salah satu fungsi PR yaitu menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. Dimana penulis bekerja menggunakan media dengan menjawab semua pertanyaan pertanyaan yang ditanyakan oleh pendengar, lalu *meretweet request* lagu dan kirim salam yang diminta oleh pendengar. Agar citra dari PT.Gema dwipa intinada (I-radio bandung) ini tetap baik, sudah seharusnya menjawab pertanyaan pertanyaan yang mereka ajukan, karena tidak memungkinkan

dijawab semuanya, atau memutarkan lagu yang mereka request kita dapat putar semua, maka kita menjawab lewat twitter atau facebook, ataupun hanya memberikan retweet dan like dari mereka ajukan, yang terkadang penulis memberikan jawaban melalui siaran, yaitu diberikan kepada penyiar yang sedang siaran untuk dijawab secara langsung.

Gambar 2.2

Postingan melalui facebook



Sumber: Arsip penulis 2012

Gambar 2.3

Postingan melalui twitter



Sumber: Arsip penulis 2012

2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidental

Selama penulis melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan di I-radio Bandung ada beberapa kegiatan yang bersifat insidentil yang dilakukan oleh *music director*, beberapa kegiatan PR juga dikerjakan, seperti berikut ini:

1. Memindahkan lagu lagu yang lama dan baru sesuai tahun.

Demi terciptanya citra yang positif oleh pendengarnya lagu-lagu yang putarkan juga harus baik dan terarah, agar pada saat ada yang *request* tidak kebingungan dimana keberadaan lagu itu, dan juga tahun rilis dan sebagainya. Penulis bekerja dengan cara mencari tahu kapan tahun lagu tersebut keluar, lalu mengurutkannya kedalam yang ditentukan, seperti ada *'current'* yang dimana lagu lagu tersebut baru masuk, jadi lagu tersebut berkisar selama setahun, lalu ada *'recurrent'* yang dimana lagu lagu tersebut keluar dibawah kurang dari 2-9 tahun, selanjutnya ada *'klasik'*, dimana lagu lagu tersebut sudah sangat lama melebih 10 tahun, lalu ada juga *'recycle'* yang dimana lagu lagu yang dinyanyikan oleh penyanyi lainnya

2. Siaran bareng penyiar

Di dalam radio citra yang positif juga tidak hanya didapat dari lagu-lagu yang diputar, tetapi melalui informasi yang diberikan oleh penyiar yang diwajibkan dapat menghibur dan menyenangkan, apabila seorang penyiar ini dapat merangsang pendengarnya, maka citra yang baik akan didapat oleh radio tersebut. Penulis pada waktu senggang diberikan kesempatan

untuk berbicara didepan public, yaitu dengan berbicara layaknya seperti seorang penyiar, biasanya waktu yang diberikan tidak banyak, hanya beberapa menit, tetapi di tempat itu dapat belajar banyak tentang bagaimana berbicara yang baik, dan agar didengar oleh pendengarnya baik juga, menghilangkan gugup dan ternyata harus cepat juga dalam menjawab beberapa pertanyaan yang akan dibicarakan pada saat siaran, dan diusahakan pembicaraan tidak membosankan pada saat siaran.

Gambar 2.4

Siaran bareng penyiar I-radio



Sumber : Arsip penulis, 2012

3. Menerima dan menyambut tamu

Kesuksesan sebuah acara radio juga ditentukan oleh seorang *music director* yang handal. Seorang *music director* harus mampu juga bekerjasama dengan sangat baik kepada semua artis atau tamu, agar tidak adanya kesalahan komunikasi, sama dengan fungsi dari seorang PR maka dari itu penulis disini sangat menerima dan menyambut dengan sangat baik apabila ada tamu atau artis demi membuat semakin baik citra yang dipunya oleh I-radio sendiri, selain memasukkan lagu lagu dari apa yang mereka punya, komunikasi yang dilakukan juga harus berjalan dengan baik. Sambutan dan senyuman yang hangat akan membuat seseorang merasa nyaman, begitu juga kepada tamu dan artis yang telah diberikan, penulis disini berusaha bekerja dengan sebaik baiknya demi menjaga citra dari PT.Gema Dwipa Intinada (I-radio Bandung) ini agar tetap baik dan semakin baik citranya, baik dimata para pendengar, artis atau sesama radio lainnya.

Gambar 2.5

Siaran bersama



Sumber : Arsip penulis 2012

4. Mengikuti kegiatan *Live broadcast*

Kegiatan *Broadcasting* tidak hanya dilakukan di dalam studio tetapi dilakukan di luar studio juga seperti contohnya *Live broadcast*. *Live broadcast* berhubungan dengan klien yang menjadi media partner dalam suatu *event* atau dalam suatu momen.

Contoh dari kegiatan *Live broadcast* adalah *interview* kepada pihak yang terkait disaat event/ momen sedang berlangsung, menginformasikan/ mempromosikan kepada para pendengar mengenai event/momen tersebut.

Pada bulan puasa, banyak *event* yang dilakukan PT. Gema Dwipa Intinada (I-radio Bandung) seperti buka bersama anak yatim, yang dimana I radio menjadi media partnernya.

Gambar 2.6

Live broadcast di Hotel Amarossa



Sumber : Arsip penulis 2012

Gambar 2.7

***Live broadcast* "nikmatnya berbagi"**



Sumber : Arsip PT.Gema Dwipa Intinada 2012

5. Menelepon I-Listeners

Agar sebuah radio tetap eksis dan mengetahui apa kekurangan yang dimiliki adalah dengan cara menanyakan kepada pendengarnya apa yang menjadi kelebihan agar tetap dipertahankan dan kekurangan untuk dihilangkan atau dikurangi. Disini penulis diberikan kepercayaan untuk menelepon I-Listeners yang pernah sms ke I-radio untuk frekuesi pendengar dalam mendengarkan acara I-radio, terutama pada acara 'kokok pagi' dan 'ceban', penulis ditugaskan untuk mengetahui seberapa tahukan pendengar I-radio mengetahui 'ceban' atau 'cepot bareng urban' dan juga

acara ‘kokok pagi’ setiap paginya, setiap I-Listeners ditanyakan satu lembar angket yang berisi kurang lebih tentang penyiarnya, acaranya, lagunya, humor/guyonannya, sampai pesan dan kesan. Disini penulis ditargetkan sebanyak 20 angket untuk ditanyakan kepada I-Listeners, agar I-radio mengetahui seberapa baikkah citra acara ‘kokok pagi’ dan ‘ceban’ di pendengarnya.

6. Membantu Pekerjaan Staff Divisi Lain di I Radio Bandung

Membantu pekerjaan-pekerjaan bidang lainnya apabila dibutuhkan oleh divisi lainnya seperti: membantu produser mencari bahan yang akan disiarkan,mengabadikan setiap moment yang ada pada saat *live broadcast, ,* serta memfotokopi data data yang akan diarsipkan, dan juga membantu melayani penyiar dalam keperluannya, misalnya pada saat listrik padam, penulis membantu memberitahu divisi IT untuk melakukan hal apa saja, dan setiap hal yang dibutuhkan oleh divisi lainnya.

2.3. Deskripsi bagian atau divisi

2.3.1. Deskripsi penyiaran radio

Istilah siaran radio berasal dari kata *radio broadcast* yang berarti penyampaian informasi kepada khalayak berupa suara yang berjalan satu arah dengan memanfaatkan gelombang radio sebagai media. Kalimat broadcasting berlaku pada dunia pertelevisian dan radio. Dimana dunia *broadcasting* ini selalu menarik perhatian bagi masyarakat khususnya untuk kalangan remaja. Jenis produksi yang diproses oleh perusahaan *broadcasting* antara lain : Profile Perusahaan *(Corporate Profile)*, Program Televisi *(TV Programme)*, Musik Video *(Video Clip)*, Iklan Televisi (TV *Comercial)*.

Aktivitas penyiaran tidaklah semata merupakan kegiatan ekonomi, tetapi juga memiliki peran sosial yang tinggi sebagai medium komunikasi. Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses penyampaian ide, gagasan dan atau opini dari seseorang yang disebut komunikator yang ditujukan kepada sejumlah sasaran dalam hal ini adalah komunikan. Secara umum, *broadcasting* merupakan sajian program acara dalam proses komunikasi yang bertujuan untuk membujuk atau menggiring orang untuk menghibur dan mengambil tindakan yang menguntungkan bagi pihak penyiaran. Berikut ini adalah beberapa pengertian *broadcasting* (penyiaran) menurut:

1. Ben H. Henneke, seorang ahli radio siaran mengartikan Broadcasting (Penyiaran) adalah :

   "*Radio Announcing is nothing more than an attempt to communicate information may reach millions, it is directed to to the individual listener and the communication is complete only when the listener hears, comprehends, is interested and then act upon what he hears"*

   (Penyiaran tidak lain adalah hanya suatu usaha untuk mengkomunikasikan informasi untuk memberitahukan sesuatu. Meskipun informasi tersebut dapat mencapai jutaan pendengar, namun ditujukannya pada pendengar secara perorangan dan komunikasi tersebut sempurna bila pendengar mendengarkan, mengerti, dan merasa tertarik, lalu melakukan apa yang ia dengar itu)

2. J. B. Wahyudi (1996) Broadcasting (penyiaran) adalah:
   - Proses komunikasi suatu titik ke audiens, yaitu suatu proses pengiriman informasi dari seseorang atau produser (profesi) kepada masyarakat melalui proses pemancaran elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi.
   - Penyiaran yang merupakan padanan kata broadcasting yaitu semua kegiatan yang memungkinkan adanya siaran radio dan televisi yang meliputi segi ideal, perangkat keras dan lunak yang menggunakan sarana pemancaran atau transmisi, baik di darat maupun di antariksa dengan

menggunakan gelombang elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi untuk dipancarkanluaskan dan dapat diterima oleh khalayak melalui pesawat penerima radio atau televisi dengan atau tanpa alat bantu.

3. Menurut Undang-Undang Nomor 32, Tahun 2002 Penyiaran yang disebut *broadcasting* memiliki pengertian sebagai kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan atau sarana transmisi di darat, di laut, dan di antariksa dengan menggunakan *spectrum* frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetikyang merambat melalui udara, kabel dan atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangakat penerima siaran.

Dari ketiga pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa Penyiaran *(Broadcasting)* adalah proses pengiriman informasi atau pemancarluasan siaran ke berbagai lokasi melalui proses pemancaran elektromagnetik, untuk dapat diterima secara serentak oleh masyarakat (khalayak) dengan meggunakan perangkat penerima siaran seperti radio, televisi, komunikasi data pada jaringan dan media lainnya.

Dengan demikian menurut definisi di atas maka terdapat lima syarat mutlak yang harus dipenuhi untuk dapat terjadinya penyiaran. Jika salah satu syarat tidak ada maka tidak dapat disebut penyiaran. Kelima syarat itu jika diurut berdasarkan apa yang pertama kali harus diadakan adalah sebagai berikut:

a. Harus tersedia spektrum frekuensi radio.
b. Harus ada sarana pemancaran (transmisi)
c. Harus adanya perangkat penerima siaran *(receiver)*.
d. Harus adanya siaran (program atau acara)
e. Harus dapat diterima secara serentak/bersamaan

2.3.1.1. *Broadcasting* (penyiaran) dalam Ilmu Komunikasi

Broadcasting merupakan sub disiplin ilmu komunikasi terapan *(applied communication)* yang khusus mempelajari pengemasan pesan melalui media massa elektronik seperti televisi, radio dan internet.

Dalam *broadcasting* juga memperdalam ilmu kemasyarakatan, artinya bagaimana cara kita untuk terjun langsung dan berhadapan denga masyarakat luas. Ruang lingkup *broadcast* meliputi:

a. Presenter
b. Kameramen
c. Wartawan media
d. Dunia perfilman, seperti: sutradara, produser, editing dll.

2.3.1.2. Fungsi penyiaran radio

Adalah menyampaikan informasi dari stasiun pemancar ke seluruh stasiun penerima dengan tranmisi tanpa kabel (*wireless).* (Sri Sartono. 2008:hal 117)

2.3.1.3. Sistem penyiaran radio

Pada siaran radio, yang ditransmisikan dan dipancarkan adalah hanya sinyal suara *(audio).* (Sri Sartono. 2007: hal 27)

Dari deskripsi diatas dapat kita lihat bersama bahwa penyiaran termasuk dalam ranah komunikasi, yang dimana fungsi dari penyiaran itu sendiri adalah menyampaikan informasi, dan informasi termasuk dalam komunikasi. Dalam komunikasi kita mengenal seorang yang menjembatani suatu informasi baik dari internal ke eksternal, dan juga sebaliknya, biasanya kita kenal dengan *public relations.*

2.3.2. Deskripsi *Public relations*

Public Relations (PR) atau disebut dengan istilah Hubungan Masyarakat (humas) memiliki posisi yang sangat penting dalam sebuah organisasi, terutama bila organisasi tersebut sering berinteraksi dengan masyarakat luas. PR sangat menentukan pencitraan organisasi tersebut di mata masyarakat luas. Hal tersebut disebabkan karena PR-lah yang merupakan salah satu *front liner* penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat. PR menentukan kesan positif sebuah organisasi di mata masyarakat. Dan hubungan dengan masyarakat akan menentukan bagaimana organisasi tersebut bersosialisasi di tengah-tengah masyarakat. Dengan kata lain, PR juga berperan dalam membangun hubungan, khususnya hubungan komunikasi, antara organisasi dengan masyarakat luas. Untuk itu, di dalam sebuah PR sangat penting untuk bisa mengelola manajemen komunikasi.

Aktivitas *public relations* sehari-hari adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way trafic communications*) antara lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi, dsb, demi kemajuan lembaga atau citra positif lembaga bersangkutan. Jadi, kegiatan *public relations* tersebut sangat erat kaitannya dengan pembentukan opini publik dan perubahan sikap dari masyarakat.

Public Relations adalah keseluruhan upaya yang dilangsungkan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara

niat baik dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.

Pengertian humas menurut Dr. Rex Harlow, dari San Fransisco, Amerika tersebut yang menjadi acuan para anggota IPRA (*Internal Public Relations Association*) (1978). Adalah :

"Hubungan masyarakat merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan public secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan bersama."

Humas sebagai alat manajemen secara struktural merupakan bagian integral dari suatu kelembagaan atau organisasi. Artinya humas bukanlah merupakan fungsi terpisah dari fungsi kelembagaan atau organisasi tersebut, tetapi bersifat melekat pada manajemen perusahaan. Sehingga menjadikan humas dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi atau lembaga yang diwakilinya dengan publiknya. Peranan humas turut menetukan sukses atau tidaknya misi, visi, dan tujuan bersama dari organisasi /instansi/ lembaga tersebut.

Peranan umum humas dalam manajemen suatu organisasi itu terlihat dengan adanya beberapa aktivitas pokok kehumasan yaitu :

- Mengevaluasi sikap atau opini public
- Mengidentifikasi kebijakan & prosedur organisasi atau perusahaan atau instansi dengan kepentingan publiknya,
- Merencanakan & melaksanakan penggiatan aktivitas humas.

Humas atau *Public Relations* akan sangat dipengaruhi faktor-faktor lingkungan dimana *Public Relations* itu dipraktekkan.

Edward L. Berneys dalam buku *Public Relations* menyatakan PR memiliki tiga macam arti:

1. Memberi informasi kepada masyarakat
2. Persuasi yang dimaksudkan untuk mengubah sikap dan tingkah laku masyarakat terhadap lembaga demi kepentingan kedua belah pihak.
3. Usaha untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan antar lembaga dengan sikap perbuatan masyarakat dan sebaliknya.

Melvin Sharpe (dalam Kasali, 2005: 8-9) menyebut lima prinsip hubungan harmonis:

1. Komunikasi yang jujur untuk memperoleh kredibilitas
2. Keterbukaan dan konsistensi terhadap langkah-langkah yang diambil untuk memperoleh keyakinan orang lain
3. Langkah-langkah yang fair untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *goodwill*
4. Komunikasi dua arah yang terus menerus untuk mencegah keterasingan dan untuk membangun hubungan
5. Evaluasi dan riset terhadap lingkungan untuk menentukan langkah atau penyesuaian yang dibutuhkan masyarakat.

Lebih lanjut dikatakan oleh Rumanti bahwa terdapat empat Unsur Falsafah PR, yaitu sebagai berikut :

1. PR sebagai upaya mempengaruhi kemauan individu, golongan, atau masyarakat yang menjadi sasaran dengan maksud mengubah pikiran, pendapat publik secara umum oleh pemerintah
2. PR ditujukan untuk mendorong atau memajukan usaha usaha bidang ekonomi. Falsafah ini dipakai oleh badan usaha ekonomi yang mencari keuntungan
3. PR dengan menggunakan pengetahuan yang luas dan bijaksana bisa dipergunakan dalam pencapaian tujuan
4. Misi PR yang perlu disampaikan kepada masyarakat diintegrasikan dengan kebutuhan publik. (Rumanti, 2002: 25)

PR merupakan suatu profesi yang menghubungkan antara lembaga atau organisasi dengan publiknya yang ikut menentukan kelangsungan hidup lembaga tersebut. Karena itu PR berfungsi menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen, memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. PR pada dasarnya menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan baik dengan publik. Dalam PR dibedakan dua macam publik yang menjadi sasaran yakni publik internal dan eksternal.

Peranan praktisi humas dalam organisasi merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman akan fungsi *public relations* dan komunikasi organisasi disamping sebagai sarana pengembangan pencapaian profesionalitas dari praktisi humas.

Secara sederhana tugas praktisi kehumasan adalah menjadi penghubung antara lembaga publik dengan masyarakat luas, agar tercapai saling pengertian, kerjasama dan

sinergi yang positif antara berbagai pihak yang ada. Dalam konteks lembaga lembaga publik seperti pemerintah, sejatinya peran melayani dan mengembangkan dukungan publik guna mencapai tujuan organisasi-lah yang sangat penting dimainkan oleh praktisi kehumasan.

Pada konteks ini, maka praktisi humas harus bisa membentuk nilai-nilai, pemahaman, sikap sikap, sampai perilaku dari publik agar sejalan dengan kebutuhan organisasi. Melalui pengemasan pesan-pesan komunikasi publik yang lebih banyak berisikan tentang apa dan siapa serta apa manfaat keberadaan organisasi. Pesan-pesan ini dapat dikomunikasikan melalui media massa atau media lain yang dipilih sesuai dengan target sasaran.

Peranan serta Kinerja Humas pada PT.Gema Dwipa Intinada (I-radio Bandung) memang tidak terlihat jelas. Hal ini dapat terlihat karena tidak adanya humas yang melembaga atau disebut *Method of Communication* melainkan peranan humas dalam perusahaan untuk menjaga citra dimiliki oleh setiap divisi.

Meskipun tidak ada humas yang melembaga tetapi kegiatan yang dilakukan oleh seorang *music director* juga melingkupi kegiatan yang dikerjakan seorang humas, seperti halnya menerima dan menyambut tamu agar tidak adanya kesalahan komunikasi, dan juga dapat menjaga citra dalam suatu perusahaan itu sendiri.

2.4 Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Adapun ruang lingkup tugas seorang PR dalam organisasi antara lain meliputi:

a. Membina hubungan ke dalam (*Internal Public Relations*)

Public internal yaitu khalayak yang menjadi bagian dari *music director* s di PT Gema Dwipa Intinada (I-radio Bandung), berada dalam intansi

yang tidak berhubungan langsung dengan masyarakat seperti membuat *playlist* yang tidak bertatap muka dengan para pendengarnya, yang hanya denga me*request* melalui sms, twitter dan facebook. Dalam Internal Public Relations, seorang PR harus dapat melakukan komunikasi yang baik dengan instansi satu dengan yang lainnya. Adapun internal Public Relations yang dilakukan adalah:

1. Merencanakan dan mengatur perputaran penayangan musik per satuan waktu dalam operasional keseharian siaran (*airlay*) termasuk tangga lagu mingguan, bulanan, tahunan, serta program-program acara musik lainnya.
2. Merencanakan dan mengatur perputaran penayangan musik per satuan waktu dalam operasional keseharian siaran (*airlay*) termasuk tangga lagu mingguan, bulanan, tahuan, serta program-program acara musik lainnya.
3. Mencari dan melaksanakan pengadaan materi musik beserta informasinya secara berkala untuk kepentingan program dari berbagai sumber yang memungkinkan.
4. Menerima dan menyeleksi musik yang masuk untuk kemudian disesuaikan kepentingan dengan format *station*.
5. Membantu melayani kebutuhan semua kru (penyiar dan reporter) dan pihak internal terkait lain, yang membutuhkan bahan-bahan program berupa materi musik beserta informasinya.

6. Di bawah pengarahan *station manager*, melakukan koordinasi dengan bagian *production house* untuk membantu memproses dan melaksanakan suatu hasil karya produksi tertentu, yang terkait dengan bidang kerjanya.
7. Bertanggung jawab penuh atas pengaturan, pengelolaan dan dokumentasi segala material, aktivitas serta hal-hal yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya.
8. Membuat laporan bulanan kepada *station manager*.

b. Membina hubungan ke luar (*Eksternal Public Relations*)

Publik Eksternal yaitu khalayak / publik yang berada diluar organisasi/instansi/perusahaan yang harus diberikan penerangan/informasi untuk dapat membina hubungan baik. Adapun internal Public Relations yang dilakukan adalah:

1. Membina kerjasama dan hubungan baik dengan pihak luar manapun yang berkaitan dengan kepentingan perbendaharaan musik, pengembangan program, dan citra perusahaan.
2. Wajib mengikuti forum formal maupun informal yang diadakan oleh station manager ataupun perusahaan.

Mengingat I-radio Radio Bandung telah memiliki citra yang positif sebagai radio swasta di Bandung yang memutarkan 100% lagu Indonesia, maka *music director* I-radio Bandung harus selalu dituntut untuk selalu membentuk

dan mempertahakan citra perusahaan sehingga I Radio Bandung bisa terus bersaing dengan radio-radio lainnya. Dan hal-hal yang dilakukan oleh *music director* I Radio Bandung dalam mempertahankan dan membentuk citra perusahaannya tidak hanya melalui *live on air* studio yang dilakukan oleh penyiar radio tapi dengan melakukan pemutaran lagu yang sesuai dengan keinginan pendengarnya, seperti setiap *request* yang diminta pendengarnya diputarkan, dan juga tetap memiliki kerjasama yang baik kepada pihak manapun, terutama artis dan media lainnya..

2.5 Analisis Pelayanan Perusahaan Kepada Mahasiswa PKL

Pada saat mengajukan surat Praktek Kerja Lapangan, penulis diterima dengan baik oleh PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung). Begitu pula ketika penulis ditempatkan di bagian *Music Director* dan para staf bagian lainnya menyambut dengan baik, ramah, dan penuh kehangatan.

Ketika penulis memasuki kawasan PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung) untuk menyerahkan surat Praktek Kerja Lapangan, penulis harus memberi tahu terlebih dahulu kepada bagian *recepcionist.* Peraturan ini berlaku bagi siapa pun yang ingin memasuki area radio, kecuali pegawai PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung). Awalnya, penulis tidak langsung diterima untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, tetapi harus menunggu sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan. Setelah diterima untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, penulis akhirnya

melakukan beberapa kegiatan atau aktifitas Praktek Kerja Lapangan yang ditempatkan di bagian *Music director*.

Hari pertama melaksanakan Praktek Kerja, penulis disambut dengan hangat oleh *Program Director* sekaligus pembimbing penulis. Dalam melaksanakan kegiatannya, penulis diwajibkan untuk mengenakan pakaian yang sama oleh staf yang lain, yaitu setiap hari senin diwajibkan pakai batik, sedangkan hari selasa sampai kamis pakai kemeja bebas dan celana panjang dan rapi, lalu hari jumat memakai kaos tapi sopan dan celana panjang. Selain itu, penulis diharuskan mengenakan tanda pengenal mahasiswa yang melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT. Radio Gema Dwipa Intinada (I-Radio Bandung). Hal ini sudah menjadi ketentuan dari pihak perusahaan.

Setiap harinya, penulis melakukan beberapa kegiatan *music director* yang telah diarahkan oleh pembimbing sangat jelas sehingga penulis cepat menerima dan mengerjakan tugas yang telah diberikan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dimulai dari pukul 09.00-18.00 WIB. Sedangkan setiap bulan puasa, dimulai pukul 08.00-16.00. Pihak perusahaan memberikan waktu istirahat kepada mahasiswa yang sedang melaksanakan Praktek Kerja Lapangan, disamakan dengan pegawai yang bekerja di sana, yaitu selama satu jam dari pukul 12.00-13.00 WIB.

Banyak sekali diskusi-diskusi yang diberikan pihak perusahaan secara insidental atau di sengaja kepada penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan. Seperti, penulis diminta ide nya tentang apa saja bahan-bahan yang mau di On-Air kan atau bahkan diskusi tentang keseharian, lagu lagu yang *up to*

date, dan hal apapun yang selalu bisa untuk di diskusikan setiap waktunya berkaitan tentang radio.

Penulis sangat dilibatkan dalam segala kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak perusahaan. Hal ini menjadikan penulis menambah wawasan dalam keilmuan komunikasi khususnya tentang *broadcasting* yang tidak pernah penulis dapatkan diluar sebelumnya. Selain itu, menambah pengalaman dengan dilibatkannya penulis pada berbagai kegiatan yang diselenggarakan.