# BAB II

# PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

## 2.1 Aktivitas Kegiatan Selama PKL

Selama kegiatan Praktek Kerja Lapangan, penulis melakukan berbagai kegiatan baik berupa kegiatan yang sifatnya rutin (dilakukan selama setiap hari kerja) dan kegiatan insidentil (dilakukan pada waktu atau acara tertentu saja).

Berikut ini adalah jadwal pelaksanaan PKL yang telah penulis lakukan selama 1 bulan mulai dari tanggal 06 Juli s.d 04 Agustus 2009, yaitu sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

**Jadwal pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan**

| No | Hari/Tanggal | Jenis Kegiatan | Waktu (WIB) | Jenis Kegiatan | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | Rutin | Insidentil |
| 1. | Senin, 5 Juli 2010 | Perkenalan dengan staf radio ardan | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 2. | Selasa, 6 Juli 2010 | Membaca Koran | 08.00-12.00 | | ✓ |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 3. | Rabu, 7 Juli 2010 | Analisis Data hasil survey Radio | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 4. | Kamis, 8 Juli 2010 | Menyebarkan Angket ke SMU BPI 1, SMU 8 dan SMU 9 Bandung | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 5. | Jumat, 9 Juli 2010 | Menyebarkan angket ke SMU Pasundan 8 | 08.00-12.00 | | |
| 6. | Sabtu, 10 Juli 2010 | Libur | | | |
| 7. | Minggu, 11 Juli 2010 | | | | |
| 8. | Senin, 12 Juli 2010 | Rapat dengan pembimbing | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 9. | Selasa, 13 Juli 2010 | Membuat Kliping | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 10. | Rabu, 14 Juli 2010 | Menyebarkan Angket ke SMU BPK Penabur Bandung | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 11. | Kamis, 15 Juli 2010 | Analisis data hasil Survai Radio | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 12. | Jumat, 16 Juli 2010 | Menyebarkan Angket ke SMUN 23 dan SMUN 12 Bandung | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 13. | Sabtu, 17 Juli 2010 | Libur | | | |
| 14. | Minggu, 18 Juli 2010 | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 15. | Senin, 19 Juli 2010 | Membuat kliping | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 16. | Selasa 20 Juli 2010 | Membuat kliping | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 17. | Rabu, 21 Juli 2010 | Analisis data hasil Survai Radio | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 18. | Kamis, 22 Juli 2010 | Menyebarkan angket ke SMUN 1, SMU Pasundan 2 Bandung | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 19. | Jumat, 23 Juli 2010 | Analisis data hasil Survai Radio | 08.00-12.00 | | ✓ |
| 20. | Sabtu, 24 Juli 2010 | Libur | | | |
| 21. | Minggu, 25 Juli 2010 | | | | |
| 22. | Senin, 26 Juli 2010 | Mengambil Data | 08.00-12.00 | ✓ | |
| 23. | Selasa, 27 Juli 2010 | Mengambil Data | 08.00-12.00 | ✓ | |
| 24. | Rabu, 28 Juli 2010 | Mengambil Data | 08.00-12.00 | ✓ | |
| 25. | Kamis, 29 Juli 2010 | Mengambil Data | 08.00-12.00 | ✓ | |
| 26. | Jumat, 30 Juli 2010 | Mengambil Data | 08.00-12.00 | ✓ | |
| 27. | Sabtu, 31 juli 2010 | libur | | ✓ | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 28. | Senin. 01 Agustus 2010 | Mengambil Data | 08.00-12.00 | ✓ | |
| 29. | Selasa, 02 Agustus 2010 | Mengambil Data | 08.00-12.00 | ✓ | |
| 30. | Rabu, 03 Agustus 2010 | Mengambil Data | 08.00-12.00 | ✓ | |
| 31. | Kamis, 04 Agustus 2010 | Mengambil Data | 08.00-12.00 | ✓ | |

*Sumber: Company Program Radio Ardan  dari bagian Direktur Program Juli 2010*

### 2.1.1 Deskripsi dan Contoh Kegiatan Rutin

Kegiatan rutin merupakan kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama PKL (Praktek Kerja Lapangan) yang  di bantu oleh Program Direktur pada waktu tertentu yang dilakukan dalam kantor Radio Ardan.

#### 2.1.1.1 Menerima Surat-Surat yang Masuk ke Humas Radio Ardan

Menerima surat yang masuk ke Humas Radio Ardan baik dalam maupun luar perusahaan. Tujuannya adalah agar penulis dapat mengetahui, mempelajari, mengarsipkan dan menyimpan dengan rapih surat-surat atau data-data yang masuk yang ditujukan ke Humas Radio Ardan, serta dapat

mengetahui dan memahami apa saja dan bagaimana bentuk-bentuk kerjasama Humas Radio Ardan dengan pihak lain atau organisasi lain.

#### 2.1.1.2 Membaca Koran

Membaca Koran adalah kegiatan rutin yang dilakukan untuk mengetahui berita terbaru dan teraktual, terutama mengenai hiburan, dan mengenai perusahaan Radio Ardan Bandung. Untuk dijadikan sebuah kliping Adapun Koran yang di baca oleh penulis yaitu :

1. Pikiran Rakyat,
2. Tribun Jabar,
3. Seputar Indonesia,
4. Kompas,
5. Bisnis Indonesia,
6. Media Indonesia,
7. Gala Media
8. Koran tempo.

Tujuan dari membaca Koran tersebut adalah supaya penulis terbiasa dengan mengetahui berita-berita yang teraktual untuk mengetahui perkembangan perusahaan Radio Ardan Bandung, menembah informasi dan wawasan, baik itu mengenai Public Relations maupun tentang situasi dan kondisi yang sedang terjadi di Indonesia maupun mancanegara.

#### 2.1.1.3 Mengkliping Koran

Kliping berita adalah kumpulan berita yang berupa tulisan atau pun gambar tentang Hiburan umumnya yang berhubungan dengan Radio Ardan pada khususnya, adapun koran-koran yang dikliping pada saat PKL adalah :

1. Pikran Rakyat,
2. Tribun Jabar,
3. Seputar Indonesia,
4. Kompas,
5. Bisnis Indonesia,
6. Gala Media
7. Koran tempo,
8. Media Indonesia.

Maksud dari mengkliping Koran adalah untuk mengetahui berita-berita yang beredar di khalayak terutama mengenai hiburan, dengan tujuan untuk masukan manajemen Perusahaan.

### 2.1.2 Deskripsi dan contoh kegiatan Insidentil

Kegiatan insidentil merupakan kegiatan yang tidak rutin (insidentil) yang di lakukan oleh *Public Relations Officer* dan *Crew Off Air* dibantu oleh Program Direktur pada waktu tertentu dan dilaksanakan di luar kantor Humas Radio Ardan. Adapun contoh kegiatannya yaitu

#### 2.1.2.1 Melakukan suatu Survai/Penelitian tentang Radio ke Sekolah Menengah Atas di Bandung.

Melakukan suatu Survai/Penelitian terntang radio ke Sekolah Menengah Atas di Bandung yang telah dipilih untuk dijadikan sebagai objek penelitian yaitu sebanyak 10 Sekolah Menengah Atas dengan rincian mahasiswanya yaitu 96 siswa laki-laki dan 96 siswi perempuan. Kemudian siswa dan siswi dari 10 sekolah tersebut dipilih secara acak yaitu masing-masingnya siswa laki-laki sebanyak 6 orang dan siswa perempuan sebanyak 6 orang. Maksud dari penelitian tersebut adalah menanyakan kepada siswa/siswi dari SMA-SMA yang telah dipilih tentang hal berikut:

1. Durasi mendengarkan Radio
2. Waktu mendengarkan Radio
3. Music seperti apa yang mereka sukai
4. Dan gaya siaran yang mereka sulai di Radio

Berikut ini adalah contoh angket suvai Radio yang disebarkan kepada 192 Siswa yang dipilih secara acak dan berasal dari 10 Sekolah Menengah Atas yang berada di kota Bandung disebarkan:

**Tabel 2.4**

**Contoh Angket**

| | | |
|---|---|---|
| **Umur** | **16** | |
| **Jenis Kelamin** | **L** | **P** |
| **Kelas** | **2 IPA 1** | |
| **Sekolah** | **SMA 2 BANDUNG** | |

**Tabel 2.5**

**Umum**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **1.** | **Berapa lama anda mendengarkan radio dalam 1 hari ?** | | | |
| | a. < 1 jam | b. 1-2 jam | c. 3-4 jam | d. > 5 jam |
| **2.** | **Jam berapa anda biasanya mendengarkan radio ?** | | | |
| | a. 06.00-09.00 | b. 09.00-12.00 | c. 12.00-15.00 | d. 15.00-18.00 |
| | e. 18.00-21.00 | f. 21.00-24.00 | g. 00.00-03.00 | |

**Tabel 2.6**

**Musik di Radio**

| | | |
|---|---|---|
| **1.** | **Apa yang membuat anda senang mendengarkan musik mancanegara di sebuah Radio ?** | |
| | a. Lagu-lagunya baru | d. Lagu-lagunya beragam (tidak monoton) |
| | b. Lagu-lagunya anda kenal | e. Lainnya |
| | c. Lagu-lagunya tidak ada di Radio lain | |
| **2.** | **Apa yang membuat anda senang musik Indonesia di sebuah Radio ?** | |
| | a. Lagu-lagunya baru ada di Radio lain | d. Lagu-lagunya tidak di potong (durasinya panjang) |
| | b. Lagu-lagunya anda kenal (tidak monoton) | e. Lagu-laugunya beragam |
| | c. Lagu-lagunya tidak ada di Radio lain | f. Lainnya |
| **3.** | **Jenis musik apa yang anda sukai?** | |
| | a. Rock | d. HipHop/RnB |
| | b. Pop | e. Disco |
| | c. Jazz | f. Lainnya |
| **4.** | **Apa yang membuat anda menyukai sebuah lagu baru?** | |
| | a. Musisinya terkenal | d. Liriknya mengena dengan anda |
| | b. Jenis musiknya anda suka | e. temanya |
| | c. Easy Listening | f. Lainnya |
| **5.** | **Melalui program apa anda mengikuti perkembangan lagu baru di sebuah radio?** | |
| | a. Request Show | d. Special Program |
| | b. Morning Show | e. Penyiarnya berkesan gaul |
| | c. Chart Show | f. Lainnya |

**Tabel 2.7**

**Gaya Siaran di Radio**

| | | |
|---|---|---|
| **1.** | **Apa yang membuat Anda menyukai gaya siaran penyiar di sebuah Radio ?** | |
| | a. Penyiarnya suka bercanda | d. Penyiarnya berkesan romantic |
| | b. Penyiarnya gak banyak Omong ( to the point) | e. Penyiarnya berkesan gaul |
| | c. Penyiarnya suka mengundang interaksiLagu-lagunya unik (tidak ada di Radio lain) | f. Lainnya |
| **2.** | **Apa yang membuat Anda menyukai materi kata dari seorang penyiar ?** | |
| | a. Bahasanya efektif | d. Menggunakan ungkapan bahasa daerah |
| | b. Bahasanya upto date | e. Menggunakan ungkapan gaul |
| | c. Bahasanya selalu lucu | f. Lainnya |
| **3.** | **Apa yang membuat Anda menyukai siaran Tandem?** | |
| | a. Kedua penyiarnya suka bercanda | d. Kedua penyiarnya membuat anda terkesan dekat |
| | b. Kedua penyiarnya gak terlalu banyak omong | e. Kedua penyiarnya suka melakukan hal yang mengejutkan |
| | c. Kedua penyiarnya suka mengundang interaksi | f. Lainnya |
| **4.** | **Apa yang membuat anda menyukai gaya siaran menjelang/sesudah tengah malam dari seorang penyiar?** | |
| | a. Penyiarnya berkesan Romantis | d. Penyiarnya suka mengundang interaksi |
| | b. Penyiarnya nggak banyak omong | e. Penyiarnya berkesan dewasa |

| | | |
|---|---|---|
| | c. Penyiarnya suka suara yang membuai | f. Lainnya |
| **5.** | **Apa yang membuat anda menyukai gaya siaran request dari seorang penyiar?** | |
| | a. Penyiarnya suka bercanda | d. Penyiarnya berkesan akrab |
| | b. Penyiarnya gak banyak Omong ( to the point) | e. Penyiarnya berkesan gaul |
| | c. Penyiarnya suka mengundang interaksi | f. Lainnya |

*Sumber: Company Program Radio Ardan dari bagian Direktur Program Juli 2010*

Adapun SMA-SMA yang dijadikan sebagai objek penelitian dalam penelitian tersebut antara lain adalah sebagi berikut:

1. SMA 1 : Jl. H. Djuanda No. 39
2. SMA 2 : Jl. Cihampelas No. 173
3. SMA 5/3 : Jl. Belitung No. 8
4. SMA 20 : Jl. Citarum no. 23
5. SMA 8 : Jl. Solontongan No. 3
6. SMA 23 : Jl. Malangbong Raya, Antapani
7. SMA 19 : Jl. Dago Pojok
8. SMA 9 : Jl. Suparmin No. 1A
9. SMA 7 : Jl. Lengkong Kecil No. 53
10. SMA 12 : Jl. Sekejati Kiara, Condong

Tujuan dilakukannya penelitian tersebut adalah agar Radio Ardan dapat melakukan suatu evaluasi/atau mengukur tingkat keberhasilan hasil kerja selama 6 bulan ke belakang. Hasil dari melakukan penelitian tersebut, akan dijadikan sebagai referensi dalam menyusun kembali suatu program siaran yang memeng disukai oleh pendengar, dan juga oleh pendengar merasa puas dengan apa yang dilakukan oleh Radio Ardan.

## 3.1 Analisis Kegiatan Selama PKL

### 3.1.1 Analisis Tentang *Public Relations*

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

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

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

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

Definisi *Public Relations* menurut Coulsin-Thomas

"Usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa public relation dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi." (Coulsin-Thomas, 2002).

Dari definisi tersebut dapat dilakukan suatu kesimpulan bahwa pada dasarnya *Public Relations* adalah suatu yang dilakukan dalam hal-hal yang tidak menyimpang dari suatu kebenaran, kejujuran serta pelayanan yang baik bagi publik, mempunyai etika yang baik dalam melakukan kegiatan komunikasi bagi publiknya, dan juga merupakan upaya untuk menanamkan kepercayaan publik terhadap PT. Radio Ardan Swaratama atau Radio Ardan Bandung khususnya masyarakat Bandung.

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)

### 3.1.2 Fungsi *Public Relations*

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

Menurut *Cutlip dan Center*, dalam bukunya "*Effective Public Relations*" mengemukakan bahwa fungsi *Public Relations* itu mengandung tiga unsur, yaitu :

1. "*To ascertain and evaluate public opinion as it relatestohi organizations*" (menjamin dan menilai opini public yang ada dari organisasi).
2. "*To counsel executives on ways of dealing with public opinion as it exits*" (untuk memberikan nasehat/penerangan pada manajemen dalam hubungannya dengan opini public yang ada).
3. "*To use communication to influence public opinion*"(untuk menggunakan komunikasi dalam rangka mempengaruhi opini publik).(1987:54)

*Effendy*, dalam bukunya "Hubungan Masyarakat" mengemukakan fungsi Public Relations, yaitu :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan public, baik public ektsern atau intern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada public dan menyalurkan opini public kepada organisasi.
4. Melayani public dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum (1986:36)

Dengan demikian S.Steinberg tujuan *Public Relations* pada dasarnya berfungsi menghubungkan publik-publik yang berkepentingan di dalam suatu perusahaan. Publik disini merupakan bagian dari publik internal maupun publik eksternal.

### 3.1.3 Tujuan Public Relations

Tujuan utama *Public Relations* adalah "Menetapkan dan saling pengertian" (Jefkin 1955-9). 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.

### 3.1.4 *Internal Public Relations* (Hubungan dengan Pihak Internal)

*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. Tujuan dari adanya hubungan ini untuk mempererat hubungan antara pimpinan dan karyawan atau bawahan, antara sesama pegawai dan publik intern, sehingga akan menimbulkan kegairahan kerja. Hal itu dapat di tempuh melalui komunikasi yang berkesinambungan.

Di sinilah letak peran PRO, 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.

Kasali dalam bukunya "Manajemen 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
2. Manager dan Top Executive, yaitu orang-orang yang memegang perusahaan.
3. Karyawan, yaitu orang-orang di dalam perusahaan yang tidak memegang jabatan struktural.
4. Keluarga karyawan

Kasali (1994:65)

Terciptanya suatu hubungan yang harmonis harus dibangun oleh komunikasi yang baik yang bersifat dua arah (*Two way communication*), yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan atau sebaliknya. Dalam hal ini

*Public Relations* harus menjembatani komunikasi antara pimpinan dan bawahan atau sebaliknya.

### 3.1.5 *External Public Relations* (Hubungan dengan Public Eksternal)

*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 (adanya *feedback*), sebab seorang pemimpin yang baik bukan hanya pandai memberikan informasi, tapi harus juga pandai menerima informasi-informasi.

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.

### 3.1.6 Analisis Tentang Aktivitas PR yang dilakukan selama PKL

Humas Radio Ardan mempunyai tugas yang sangat luas dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak. Peranan Humas Radio Ardan dalam sistem komunikasi timbal balik merupakan alat yang tepat untuk memperlancar dan memahami dalam penyampaian pesan dan informasi. Peranan komunikasi itu sendiri adalah sebagai unsur dalam meningkatkan koordinasi maupun semangat jaringan kerja yang harus terus dipelihara, Humas Radio Ardan sebagai bentuk komunikasi yang sangat diperlukan dalam melakukan dan peranan dan fungsi dalm mencapai tujuannya.

Adapun fungsi Humas Radio Ardan Bandung antara lain:

1. Sebagai pembentuk Citra positif perusahaan
2. Membantu pencapaian tujuan dan Misi Radio Ardan
3. Menjadi penghubung antara kedua publiknya (internal dan eksternal) dengan cara komunikasi timbal balik

4. Menyusun rencana serta program peningkatan dan pengembangan hubungan perusahaan baik internal maupun eksternal sehingga terbentuk citra perusahaan positif
5. Melaksanakan evaluasi terhadap rencana dan program Divisi PR Humas Radio Ardan serta perolehan umpan balik dari masyarakat baik formal maupun informal
6. Memberikan rekomendasi kepada piminan perusahaan dalam rangka pembinaan tenaga kerja untuk membentuk identitas perusahaan yang diinginkan
7. Menyampaikan pesan kepada publik internal atau karyawan serta menampung aspirasi karyawan untuk disampaikan kepada manajemen
8. Menyampaikan pesan perusahaan kepada publik eksternal serta memantau opini publik dalam rangka menjaga serta meningkatkan citra perusahaan.

Humas Radio Ardan mempunyai sasaran antara lain:

1. Menyampaikan perkembangan perusahaan kepada publik internal
2. Intensifikasi penyampaian informasi kepada publik eksternal secara berkesinambungan guna meningkatkan opini yang positip bagi perusahaan melalui promosi iklan-iklan, penerbitan laporan

tahunan dan pameran-pameran Public Realations perlu mengalami eksvansi mekanisme kerja yang diarahkan kepada keberhasilan tujuannya, sehingga PR bukan hanya sebagi senjata perusahaan dalam menjaga citra perusahaan secara berkesinambungan. Keberadaan Humas Radio Ardan sangat penting dalam membangun opini-opini publik yang menguntungkan bagi Humas Radio Ardan. Operasional PR Radio Ardan sangat jelas mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengkomunikasian dan evaluasi program kerja PR melalui berbagai macam kegiatan di Radio Ardan.

Bertolak dari kegiatan Public Relations di atas, peranan PR sangat penting dalam sistem hubungan komunikasi timbal balik yang merupakan alat yang tepat untuk memperlancar dan memahami dalam penyampaian pesan dan informasi yang dilakukan Public Relations dalam melakukan kegiatannya baik itu internal maupun eksternal.

Kegiatan dalam bentuk eksternal yaitu dengan melakukan promosi ke berbagai perusahaan baik surat kabar, 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 Radio Ardan.

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

### 3.1.7 Analisis Pelayanan Humas Radio Ardan kepada Mahasiswa PKL

Pelayanan Humas Radio Ardan sangat baik dan antusias sekali kepada mahasiswa yang PKL antara lain;

1. Memperkenalkan mahasiswa PKL kepada staff Radio Ardan
2. Mengajak mahasiswa PKL untuk ikut serta dalam acara atau kegiatan yang dilaksanakan Radio Ardan
3. Memberikan tempat kerja untuk mahasiswa yang melaksanakan PKL

Dengan contoh di atas sangat terlihat sekali Humas Radio Ardan sangat antusias dalam memberikan pelayanan yang positif kepada mahasiswa PKL.