BAB II

PELAKSAAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktifitas Praktek Kerja Lapangan

2.1.1 Kegiatan selama Praktek Kerja Lapangan

Pada hari pertama PKL penulis melakukan perkenalan dan interview dari kepala divisi produksi RRI yaitu bapak Ade Irosadi selaku kepala seksi pengembangan berita, di bidang pengembangan berita kegiatan yang harus penulis lakukan yaitu ikut berpartisipasi di dalam sebuah siaran radio dari salah satu program yang dimiliki RRI seperti Kejar Jakarta, O.M.G (Opini Mahasiswa Jakarta), Jawara (Jawaban Wakil Rakyat) dan lain-lain, di seksi pengembangan berita penulis di berikan kesempatan untuk melaksanakan kegiatan PKL di seksi Programa 1 atau disebut dengan PRO 1 yaitu bagian penyiaran yang berisi siaran-siaran yang bersifat informatif dan hiburan yang sehat untuk keluarga, di PRO 1 penulis mengikuti program acara O.M.J yang di siarkan pada hari senin dan kamis pukul 15-00 s/d 16-00 .

Di dalam melaksanakan kegiatan PKL penulis melakukan Kegiatan rutin yaitu kegiatan yang wajib untuk dilakukan selama melaksanakan kegiatan PKL dan juga ada kegiatan insidentil yaitu kegiatan yang dimana penulis tidak selalu melakukan kegiatan tersebut dan bersifat dadakan atau spontanitas saja di lakukan.

Dan untuk lebih jelasnya penulis mendeskripsikan kegiatannya dengan menggunakan tabel.

Adapun jadwal kegiatan yang di lakukan yaitu sebagai berikut :

TABEL 2.1

JADWAL KEGIATAN PELAKSANAAN PKL

NO.	HARI/TGL	KEGIATAN	SIFAT	
			Rutin	Insidentil
1	Senin 02-08-10	- Perkenalan & interview dari kepala divisi pengembangan berita bapa ade irosadi serta penjelasan mengenai tata cara pelaksanaan PKL dan pemilihan bidang untuk melakukan PKL. - Mendengarkan materi dari bapak assh mengenai program acara kejar jakarta		✓ ✓
2	Selasa 03-08-10	- Materi mengenai proses kegiatan penyampaian reportase hasil liputan di lapangan untuk berita.		✓
3	Rabu 04-08-10	- Siaran program acara jawara dengan tema, “Jakarta identik dengan kemacetan”.		✓

4	Kamis 05-08-10	- Siaran program acara O.M.J dengan tema, “lemahnya daya saing ekonomi indonesia”. - Siaran program acara jawara dengan tema, “kenaikan bahan pokok menjelang ramadhan semakin tak terkendali”	✓	✓
5	Senin 09-08-10	- Siaran program acara O.M.J dengan tema, “maraknya ledakan tabung LPG”.	✓	
6	Kamis 12-08-10	- Siaran program acara O.M.J dengan tema, “trend korupsi kian meningkat”	✓	
7	Senin 16-08-10	- Libur (memantau siaran pidato presiden dari rumah)		✓
8	Kamis 19-08-10	- Siaran program acara O.M.J dengan tema, “makna kemerdekaan”	✓	
9	Senin 23-08-10	- Siaran program acara O.M.J engan tema, “ pemberian remisi untuk korupsi”.	✓	
10	kamis 26-08-10	- Mencari data perusahaan mengambil form nilai.		✓

11	Senin 30-08-10	- Pengembalian data perusahaan - Siaran program acara O.M.J dengan tema, “hubunga Indonesia dengan Malaysia semakin memanas”.	✓	✓
12	Kamis 02-09-10	- Meminta tanda tangan untuk nilai dan -- perpisahan pada karyawan beserta staff RRI.		✓

Sumber : Arsip penulis, Jakarta 2010

2.2 Deskripsi kegiatan Rutin Praktek Kerja Lapangan di Radio Republik Indonesia dan Contoh Kegiatan

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan penulis melakukan kegiatan rutin yang di berikan oleh pembimbing PKL di Radio Republik Indonesia Jakarta pusat dan kegiatan tersebut diantaranya adalah :

1. Siaran program acara O.M.J

Kegiatan yang penulis lakukan di RRI yaitu melakukan siaran di program acara O.M.J yang di temani oleh Ibu Soraya P Yusuf selaku pembimbing juga *host* atau pembawa acara di program acara O.M.J dan di temani oleh pengarah acara Ibu Sita serta bapa operator di ruang studio siaran, O.M.J yaitu program yang mengangkat tema mengenai opini atau pendapat dari para mahasiswa yang ada di Jakarta mengenai beragam permasalahan yang terjadi di Indonesia dan

khususnya di Jakarta, opini tersebut membahas mengenai kebijakan pemerintah yang ada saat itu dan permasalahan yang di alami rakyat, selain memberikan opini O.M.J juga merupakan sarana untuk mahasiswa dalam memberikan solusi kepada pemerintah dalam menangani permasalahan yang ada, di program acara O.M.J penulis melaksanakan PKL sebagai penyiar radio dalam hal ini penulis sebagai mahasiswa yang memberikan opini atau narasumber dan tentunya penulis tidak melakukannya sendiri karena penulis di temani oleh pembawa acara / host dari program acara O.M.J yaitu Ibu Soraya Putri Yusuf selain itu penulis juga di temani oleh rekan dari Unikom yang ikut bersama melaksanakan PKL di RRI.

2. Mencari narasumber

Selain menjadi narasumber penulis dalam melaksanakan kegiatan PKL di RRI penulis juga di berikan tugas untuk mencari narasumber dari pihak luar untuk memberikan opininya di program acara O.M.J, pada hari petama penulis melakukan siaran program acara O.M.J penulis melibatkan pihak luar sebagai narasumber dan orang pertama yang dilibatkan yaitu dari pihak HIMA Unikom yaitu Fitrah ketua dari Himpunan Mahasiswa Unikom khususnya di bidang keilmuan komunikasi.

Gambar 2.1

contoh kegiatan siaran (opening acara)



Sumber : Arsip penulis, Jakarta 2010

2.3 Deskripsi Kegiatan Insidentil Kerja Praktek Lapangan di Radio Republik Indonesia dan Contoh Kegiatan

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di RRI penulis juga melakukan kegiatan Insidentil yang diberikan oleh kepala bagian pengembangan berita dan pembimbing PKL di RRI Jakarta, Kegiatan Insidentil tersebut antara lain :

1. Mendengarkan materi

Sebelum memulai melakukan kegiatan praktek kerja lapangan penulis di berikan arahan mengenai kegiatan yang akan di lakukan pada saat melakukan praktek kerja lapangan. Penulis juga di berikan materi mengenai jenis kegiatan yang yang dilakukan oleh bagian produksi, serta di berikan materi mengenai proses pengolahan berita mulai dari peliputan berita, reportase berita, pengeditan berita, sampai dengan penyiaran berita.

2. Siaran dalam program acara Jawara

Selain menjadi narasumber di program acara O.M.J penulis juga di berikan kesempatan untuk menjadi narasumber di program acara lain yaitu Jawara yaitu singkatan dari “JAwaban WAkil RAkyat”, Jawara merupakan salah satu program acara yang di siarkan di seksi PRO 1 yang mengangkat permasalahan yang sedang terjadi terkait dengan kebijakan pemerintah pada saat itu, Jawara adalah program acara yang sangat kental dengan unsur politik, dalam kegiatan ini penulis bertindak sebagai narasumber juga di temani oleh anggota dewan DPRD khususnya wilayah jakarta yang juga bertindak sebagai narasumber.

2.4 Definisi *Public Relation*

Public Relations adalah salah satu bidang spesialisasi dalam komunikasi yang menitik beratkan kepada usaha menumbuhkan saling pengertian dan kerja sama antar publik pada suatu intansi atau perusahaan.

Public relations Menurut Cutlip dan center (S.M. Cutlip & A.H. Center, 1994:98) :

> *"public relations* adalah suatu usaha yang terencana untuk mempengaruhi pendapat dan kegiatan melalui pelaksanaan yang bertanggung jawab dalam masyarakat berdasarkan komunikasi dua arah yang saling memuaskan."

Banyak para ahli komunikasi yang mengemukakan pengertian *public relations*, diantaranya adalah Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations*, yaitu:

> "Humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian." (Jefkins 1996:9)

Definisi di atas menjelaskan bahwa *public relations* merupakan suatu kegiatan komunikasi yang terencana dan memiliki tujuan-tujuan spesifik yang hendak dicapai. Publik sasarannya bukan hanya yang berada di dalam perusahaan, tetapi juga yang berada di luar perusahaan.

Public relations dalam bahasa Indonesia diterjemahkan sebagai hubungan masyarakat (humas). Rhenald Kasali dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Public Relations* mengemukakan pengertian humas sebagai berikut:

> "*Public relations* adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap publik, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur seseorang/sebuah

> perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan publik." (*Public Relations News* dalam Kasali 2000:7)

Definisi tersebut mengemukakan kedudukan *public relations* dalam menjalankan fungsi manajemen dalam perusahaan adalah sama pentingnya dengan pemasaran, keuangan, produksi, dan sumber daya manusia.

Public relations adalah: Interaksi dan menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan untuk kedua belah pihak, dan merupakan profesi yang profesional dalam bidangnya karena merupakan faktor yang sangat penting dalam pencapaian tujuan organisasi dengan secara tepat dan dengan secara terus menerus karena *public relations* merupakan kelangsungan hidup organisasi yang bersangkutan (Maria, 2002, p.7). Hal ini didukung oleh pendapat Alma yang mengatakan bahwa "*public relations* adalah kegiatan komunikasi yang dimaksudkan untuk membangun citra yang baik terhadap perusahaan" (2002, p.145). Sedangkan Marston mengatakan "*public relations* adalah suatu perencanaan dengan menggunakan komunikasi persuasif untuk mempengaruhi persepsi masyarakat" (1999, p.1). Scholz (1999,p.2) mengatakan bahwa "*public relations* adalah suatu perencanaan yang mendorong untuk mempengaruhi persepsi masyarakat melalui pelaksanaan tanggung jawab sosial berdasarkan suatu komunikasi timbal balik untuk mencapai keuntungan pada kedua belah pihak". Pengertian *public relations* secara umum dan khusus sebagai berikut:

1. Pengertian Umum *Public relations* adalah proses interaksi dimana *public relations* menciptakan opini publik sebagai input yang menguntungkan kedua belah pihak, dan menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik, bertujuan menanamkan keinginan baik, kepercayaan saling adanya pengertian, dan citra yang baik dari publiknya. *Crystallizing Public Opinion* menyebutkan bahwa *public relations*

adalah profesi yang mengurusi hubungan antara suatu perusahaan dan publiknya yang menentukan hidup perusahaan itu (Widjaja, 2001).

2. Pengertian khusus *public relations* adalah fungsi khusus manajemen yang membantu membangun dan memelihara komunikasi bersama, pengertian, dukungan, dan kerjasama antara organisasi dan publik, melibatkan masalah manajemen, membantu manajemen untuk mengetahui dan merespon opini publik, menjelaskan dan menekankan tanggung jawab manajemen untuk melayani minat publik, membantu manajemen untuk tetap mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif, berguna sebagai sistem peringatan awal untuk membantu mengantisipasi tren, dan menggunakan penelitian dan teknik suara yang layak dalam komunikasi sebagai alat utama (Maria, 2002).

2. Fungsi *Public Relations*

Public relation dalam suatu perusahaan dikatakan berfungsi apabila *public relations* itu menunjukkan suatu kegiatan yang jelas dan berbeda dari jenis kegiatan lainnya di dalam perusahaan.

Berikut pendapat F. Rahmadi dalam bukunya *Public Relations dalam Teoti dan Praktek*, mengenai fungsi utama *public relations*, yaitu:

> "Fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/organisasi." (Rahmadi 1993:21)

Seorang praktisi PR harus mampu menciptakan dan memelihara hubungan baik dengan publik internal dan eksternal. Fungsi ke dalam misalnya mengusahakan terciptanya lingkungan kerja dimana seluruh karyawan merasa tenang dan puas akan kebijakan-kebijakan perusahaan sehingga para karyawan bisa bekerja dengan baik. Fungsi ke luar misalnya dengan

memperhatikan dan melayani kepentingan publik eksternal agar kesan baik terhadap perusahaan tetap terjaga.

3. Ruang Lingkup *Public Relations*

Ruang lingkup kegiatan *public relations* ada dua yaitu internal dan eksternal. Adapun tujuan dan tugas *public relations* berdasarkan ruang lingkup kegiatannya adalah:

1) *Internal Public Relations*

Kegiatan *public relations* secara umum terbagi di 2 wilayah, dalam dan luar organisasi/perusahaan. Publik yang tergolong bagian internal adalah para karyawan dan investor. Masing-masing membutuhkan penanganan yang khusus. Mari kita mulai dengan membahas hubungan karyawan.

2) *External Public Relations*

Hubungan dengan publik diluar perusahaan merupakan keharusan yang mutlak. Karena perusahaan tidak mungkin berdiri sendiri tanpa bekerja sama dengan perusahaan yang lain. Karena itu perusahaan harus menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik-publik khususnya dan masyarakat umumnya.

4. Strategi *Public Relations*

Perusahaan menggunakan metode hubungan masyarakat (*public realations*) untuk menyampaikan pesan dan mencipta sikap, citra dan opini yang benar. Hubungan masyarakat (humas) merupakan salah satu alat promosi / komunikasi yang penting. Selama ini, humas tidak lebih dari alat promosi / komunikasi yang paling sedikit digunakan, tetapi alat ini memiliki potensi besar untuk membangun kesadaran dan frekuensi di pasar, untuk memperkuat kembali posisi produk, dan untuk mempertahankan produk.

Banyak perusahaan menggunakan humas pemasaran (*marketing public realations*) untuk melakukan promosi perusahaan atau produk dan membuat citra perusahaan dan produk. Humas pemasaran mempunyai peran antara lain:

a. Membantu dalam meluncurkan produk baru
b. Membantu dalam melakukan penempatan posisi kembali produk yang sudah dewasa.
c. Membangun minat dalam sebuah kategori produk, misalnya Maspion mengajak untuk membeli produk buatan Indonesia.
d. Mempengaruhi kelompok target yang spesifik.
e. Membangun citra perusahaan sehingga mendukung produknya.

5. Karakteristik *Public Relations* :

a. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
b. Humas merupakan sarana penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen dari suatu organisasi.
c. Publik menjadi sasaran kegiatan humas adalah publik internal dan publik eksternal.
d. Operasionalisasi humas dalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegahnya terjadinya rintangan psikologis baik yang timbul dari pihak organisasi maupun dari pihak publik.

Metode hubungan masyarakat dan publisitas yang utama ialah publikasi, kegiatan penting, sponsor kegiatan, berita, acara, kegiatan pelayanan masyarakat, media identitas perusahaan, hubungan karyawan, penempatan produk pada program acara televisi atau film dan pelayanan informasi telepon maupun internet.

2.5 Analisa Kegiatan penulis Selama Praktek Kerja Lapangan

Penulis dalam melaksanakan kegiatan PKL yaitu di bagian divisi produksi, yaitu terdiri dari subbagian yang diantaranya adalah bagian pengembangan berita, bagian liputan dan redaksi, penulis dalam hal ini memilih untuk melaksanakan kegiatan PKL di subbagian pengembangan berita yaitu melakukan kegiatan berupa siaran.

Berdasarkan kutipan yang terdapat di atas Menurut *Cutlip* dan *center* (*S.M. Cutlip & A.H. Center, 1994:98)* :

> *"public relations* adalah suatu usaha yang terencana untuk mempengaruhi pendapat dan kegiatan melalui pelaksanaan yang bertanggung jawab dalam masyarakat berdasarkan komunikasi dua arah yang saling memuaskan."

Maka kegiatan siaran dalam hal ini juga terkait dengan kegiatan *PR* atau hubungan masyarakat karena sifat dari siaran itu sendiri merupakan sebuah komunikasi yang terencana yaitu silakukan secara sistematis dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat dengan memperhatikan segala aspek agar dapat di terima di masyarakat agar dampak yang timbul akibat penyampaian pesan tersebut dapat di pertanggung jawabkan oleh penyiar itu sendiri, dan tujuan dari kegiatan siaran itu sendiri merupakan kegiatan dalam mengupayakan merubah pendapat atau opini dari para pendengarnya, dan kegiatan yang dilakukan merupakan kegiatan dua arah yang melibatkan penyiar sebagai komunikator dan masyarakat sebagai komunikan, radio berperan sebagai media yang di salurkan melalui *channel* yaitu glombang udara, dan *feedback* yang di hasilkan yaitu berupa pesan singkat atau SMS yang isinya opini dari masyarakat, selain itu di dalam kegiatan siaran tentunya terkait erat dengan adanya pencitraan masyarakat baik itu terhadap stasiun radio terkait ataupun dari individu yaitu penyiar itu sendiri.

Di dalam kegiatan siaran tentunya juga harus melibatkan pihak tertentu yang memiliki keterkaitan dengan informasi yang di butuhkan agar informasi yang di sampaikan dapat di

percaya, seperti pada saat membahas mengenai kebijakan pemerintah pada saat itu maka sebagai narasumber RRI mengundang salah satu anggota dewan atau DPRD yaitu bapak Aria Bima dari fraksi PDI.P dalam menyampaikan pendapatnya di dalam sebuah dialog interaktif, selain itu juga ketika membahas mengenai masalah yang di alami oleh masyarakat pada saat itu maka sebagai narasumber di undang juga mahasiswa ataupun aktifis dari pihak luar seperti saudara Fitrah dari pihak himpunan mahasiswa Unikom yang di singkat dengan HIMA, dan juga aktivis petisi 28 yaitu saudara Gigi.

Tugas serta tanggung jawab sebagai seorang penyiar sangat berat berkaitan dengan kepercayaan masyarakat mengenai kebenaran informasi yang di sampaikan oleh seorang penyiar, penyiar juga dapat mempengaruhi pola fikir seseorang sehingga seorang penyiar tentunya harus memiliki sikap netral sehingga tidak mempengaruhi seseorang untuk berpihak terhadap seseorang, golongan, atau pihak tertentu, karena tujuan dari kegiatan siaran tersebut adalah menyampaikan informasi yang bermanfaat dan yang sebenar-benarnya.

2.6 Analisa Pelayanan Radio Republik Indonesia kepada Mahasiswa Praktek Kerja Lapangan

Dalam melaksanaakan kegiatan PKL di RRI penulis mendapatkan begitu banyak ilmu yang bermanfaat berkaitan dengan bidang keilmuan yang dimiliki penulis, suasana yang nyaman pada saat melakukan kegiatan PKL membuat penulis dapat melaksanakan tugas yang di berikan pembimbing dengan baik, serta tidak mengalami kesulitan yang besar.

Pada saat pertama melaksanakan kegiatan PKL sebagai seorang penyiar penulis manghadapi hambatan karena saat itu adalah pertama kalinya penulis melakukan siaran dan hal

tersebut membuat penulis menjadi sedikit gugup karena tidak mengerti apa yang harus di lakukan, tetapi hambatan tersebut tentunya dapat diatasi dengan di bantu oleh pembimbing yang baik hati sehingga penulis selalu di berikan masukan serta support yang sangat membantu untuk memulihkan kembali kepercayaan diri penulis.

Sikap yang ramah sangat di rasakan di lingkungan PKL sehingga penulis sangat terbantu pada saat membutuhkan sesuatu seperti mendapatkan data perusahaan, penulis juga merasakan keakraban yang ada staff ataupun karyawan RRI.

Dengan dilibatkan dalam tugas perusahaan, dan melaksanakan tugas-tugas yang diberikan kepada penulis, maka penulis memperoleh ilmu pengetahuan dan pengalaman baru yang tentunya dapat dijadikan pembelajaran yang sangat berkesan dan berguna dimasa yang akan datang.