BAB II

PELAKASANAAN PKL

2.1. Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan Di Republic of Entertainment

Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di Republic of Enrtertainment Bandung, selama melakukan kegiatan kerja peraktek penulis melakukan kegiatan rutin dan kegiatan di luar dari rutinitas tersebut. Berhubungan dengan penulis yang memperdalam pada konsentrasi ilmu Humas di Universitas Komputer Indonesia Bandung, maka penulis dtemptakan pada bidang promosi untuk suatu event

Selama penulis melakukan praktek kerja lapangan di Republic of Entertainment secara rutin melakukan kegiatan pengumpulan, pengolahan dan penyusunan data. Penulis juga banyak menerima pengarahan-pengarahan kerja , baik dari Pembimbing PKL , dan juga dari segenap staf-sataf pegawainya, agar tugas yang diberikan kepada penulis bisa terlaksana dengan baik

Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan rutin oleh penulis maupun yang tidak, selama penulis melakukan kerja praktek di Republic of Entertainment, kegitan tersebut sbb :

Tabel 2.1
Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan
Tanggal 26 Juli – 28 Agustus 2010

NO	Hari / tanggal	Kegiatan	Keterangan
1	Senin, 26 Juli 2010	Pengenalan kepada seluruh staf dari Repulic of Entertainment	Insidentil
2	Selasa, 27 Juli 2010	Mempersiapkan data-data untuk event	Insidentil
3	Rabu, 28 Juli 2010	Pembagian jobdesc untuk event	Insidentil
4	Kamis, 29 Juli 2010	Cek email, angkat telepon dan kirim fax	
5	Jumat, 30 Juli 2010	Pemeriksaan arsip-arsip yang dibutuhkan selama event	Insidentil
6	Sabtu, 31 Juli 2010	Briefing terakhir, semua staf dari Republic of Entertainment	Rutin
7	Minggu, 1 Agustus 2010	Event Dago Walking Day 4,di Simpang Dago	Insidentil
8	Senin, 2 Agustus 2010	• Evaluasi tentang event yang sudah berlangsung • Menundang pihak KUMKN untuk ikut serta	Insidentil Rutin

		di event pameran kulit	
9	Selasa, 3 Agustus 2010	Mengetik surat permohonan izin kepada pihak-pihak yang bersangkutan, lembar partisipan, undangan komunitas. Pembagian jobdesc	Insidentil
10	Rabu, 4 Agustus 2010	Cek list booth yang sudah fix ikut bergabung dengan event	Insidentil
11	Kamis, 5 Agustus 2010	• Pematangan izin dari gedung sate tempat berlangsungnya event • Tecnichal meeting dgn KUMKM	Insidentil
12	Jumat, 6 Agustus 2010	Briefing terakhir	Rutin
13	Sabtu, 7 Agustus 2010	Event hari pertama Pameran Kulit Jawa Barat,di Gedung Sate Bandung	Insidentil
14	Minggu, 8 Agustus 2010	Event hari kedua Pameran Kulit Jawa Barat,di Gedung Sate Bandung	Insidentil
15	Senin, 9 Agustus	Evaluasi tentang event yang	Rutin

	2010	sudah berlangsung	
16	Selasa, 10 Agustus 2010	Cek email, angkat telepon dan kirim fax	Rutin
17	Rabu, 11 Agustus 2010	Cek email, angkat telepon dan kirim fax	Rutin
18	Kamis, 12 Agustus 2010	Cek email, angkat telepon dan kirim fax	Rutin
19	Jumat, 13 Agustus 2010	JUMSIH (jumat bersih) staf secara bergotong royong membersihkan area sekitar kantor	Rutin
20	Sabtu, 14 Agustus 2010	Cek email, angkat telepon dan kirim fax	Rutin
21	Minggu, 15 Agustus 2010	Libur	Libur
22	Senin, 16 Agustus 2010	mengumpulkan data laporan PKL	Rutin
23	Selasa, 17 Agustus 2010	Cek email, angkat telepon dan kirim fax Mengumpulkan data laporang PKL	Rutin
24	Rabu, 18 Agustus 2010	Izin kegiatan kampus	Izin

25	Kamis, 19 Agustus 2010	Izin kegiatan kampus	Izin
26	Jumat, 20 Agustus 2010	JUMSIH (jumat bersih) staf secara bergotong royong membersihkan area sekitar kantor	Rutin
27	Sabtu, 21 Agustus 2010	Cek email, angkat telepon dan kirim fax	Rutin
28	Minggu, 22 Agustus 2010	Libur	Libur
29	Senin, 23 agustus 2010	Diadakannya kegiatan coffe morning, agar suasana kekeluargaan terasa	Insidentil
30	Selasa, 24 Agustus 2010	Mengumpulakan data laporan PKL	Rutin
31	Rabu, 25 Agustus 2010	Mengumpulakan data laporan PKL	Rutin
32	Kamis, 26 Agustus 2010	Mengumpulakan data laporan PKL	Rutin
33	Jumat, 27 Agustus 2010	JUMSIH (jumat bersih) staf secara bergotong royong membersihkan area sekitar kantor	Rutin

34	Sabtu, 28 Agustus 2010	Mengucapkan terima kasih kepada seluruh staf dari Republic of Entertainment atas kerjasamanya selama ini	Insidentil

2.2. Deskripsi kegiatan PKL

2.2.1. Deskripsi Kegiatan PKL Rutin

1. Cek email

Tugas penulis yang mencek email, email tentu setiap jamnya harus diperiksa, ini sudah menjadi kegiatan yang lumrah bagi penulis, karena dimana kita ketahui bahwa di jaman yang serba cyber seperti saat ini pertukaran informasi sebagian besar terjadi disini.

2. Menggangkat telepon

Tugas penulis disini sebagai orang yang bisa menggantikan atau membantu apabila yang bersangkutan sedang tidak ada di tempat, karena ada keperluan yang mendadak, jadi sementara penulislah yang menggantikannya Seperti dalam mengangkat telepon, penulis dia ajarkan bagaimana bisa berbicara di telepon dengan baik dan benar. Atau berkomunikasi dengan sponsor event via telepon penulis harus benar-benar memperhatikan etika-etika yang terkandung di dalamnya

3. Kirim Fax

Kirim fax bagi penulis ini merupakan kegiatan yang tidak kalah pentingnya, karena pesan dari fax harus benar-benar sampai pihak/instansi yang dituju, begitupun sebaliknya fax yang kita terima harus benar sampai kepada pihak yang bersangkutan agar tidak terjadi salah komunikasi. Semua tugas ini penulis lakukan denga serius, karena semuanya membutuhkan ketelitian, dan informasi-informasi baik dari pihak interen maupun ekteren bisa membuat penulis semakin matang

4. Jumsih (Jumat Bersih)

Hari jumat merupakan hari dimana penulis dan stad-staf yang lain melakukan kegiatan bersih-bersih di aereal sekitar kantor, yang bertujuan menciptakan kondisi yang kondusif antara pekerja dengan tempatnya bekerja, maupun antara sesama staf

2.1.2. Deskripsi kegiatan Pkl yang Insidentil

1. Pengenalan kepada seluruh staf

Sudah merupakan sebuah ketentuan, agar penulis maupun staf tidak merasa canggung, karena pada saatnya nanti keduabelah pihak akan bekerasama. Saat melakukan peraktek kerja lapangan,dan yang pertama kali harus dimiliki oleh

mahasiswa etika dan moral yang harus sudah di miliki oleh mahasiswa yang melakukan pkl sehingga bisa di pandang masyarakat yang di sekitar lingkungan, agar kehadirannya juga bisa diterima baik oleh lingkungan sekita tempat dia PKL.

2. **Mempersiapkan data untuk event**

   Disini penulis mengumpulkan data-data yang memamg sekiranya akan diperlukan, dengan bimbingan dari pembimbing PKL di republic of Entertainment, yang bisa membuat penulis mengerti dokumen/file apa saja yang dibutuhkan dalam sebuah event

3. **Pembagian Jobdesc**

   Pembagian jobdesc diputuskan oleh operational managering, disini sesuai dengan konsentrasi ilmu humas maka penulis mendapatkan tugas agar bisa memberitahukan event yang akan berlangsung kepada radio-radio yang ada di bandung.

4. **Pemeriksaan arsip-arsip yang dibutuhkan selama event**

   Didampingi oleh pembimbing PKL penulis diarahkan untuk mengecek apakah dokumen yang dibutuhkan sudah beres, dan jika ada yang terlewat maka penulis membuatkannya yang baru

5. **Briefing terakhir, semua staf dari Republic of Entertainment**

Bertujuan agar semua yang sudah dipersiapkan tidak ada yang terlupa, dan event yang akan berlangsung bisa berjalan dengan lancer. Didalamnya terdapat obrolan-obrolan tetntang segala sesuatu yang belum dimengerti, agar tidak terjadi kesalahan komunikasi. Dan mengingatkan kembali selama event berlangsung semua divisi harus saling menyokong satu dengan yang lainnya

6. **Evaluasi tentang event yang sudah berlangsung**

   Hal yang sudah pasti dilakukan setiap berakhirnya event yang sudah berlangsung, karena dengan adanya evaluasi kita bisa memngetahui, bahwa event ini bisa dikatakan berhasil atau tidak, atau kita bisa mengetahui apakah event yang sudah berlangsung lebih baik atau tidak dari event serupa yang sudah pernah di adakan.

7. **Membuat undangan partisipasi ke pihak komunitas untuk ikut serta di event pameran kulit**

   Disini pihak Komunitas , merupakan patner dari republic of Entertainment dalam menyelenggarakan event-event. Peran serta Komunitas tersebut bisa menjadi daya tarik tersendiri selama event sedang berlangsung.

No : 050/AKU-GTKJB/IX/2010 Bandung, 03 Agustus 2010
Lampiran : -
Perihal : **Undangan Partisipasi**

Kepada Yth,
Ketua HARLEY DAVIDSON CLUB INDONESIA
Di
Tempat

Salam Budaya,

Dalam rangka menyambut Bandung 200 tahun dan mensosialisasikan Kerajinan berbahan kulit, Arena Kultural Universal bekerjasama dengan Dinas KUMKM JaBar menyelenggarakan Acara "Gelar Tematik Kulit Jawa Barat "yang akan menampilkan berbagai hal terkait dengan Kulit diantaranya: Seminar kulit, workshop kulit, dan display karya kulit kontemporer serta kulit lifestyle yang terkait dengan kehidupan sehari-hari. Acara tersebut akan dilaksanakan pada :

Hari/tanggal : Sabtu – Minggu/7 – 8 Agustus 2010
Waktu : 09.00 – 21.00
Tempat : Gedung Sate
Jln. Dipenogoro, Bandung

Kami menyediakan space untuk display motor Harley Davidson Club Indonesia serta booth untuk menjual merchandise. Demikian undangan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan Terimakasih.

Hormat Kami,
Republic_Entertainment

Dadang Johari
081 2211 4145

NB : Dress Code **KULIT**.

Jl.Pajajaran 80 E Bandung
Phone : 022 - 6038456 Fax 022 - 6035950
Email : republic@bdg.centrin.net.id
Web : http//www.republic-entertainment.com

No : 049/AKU-GTKJB/IX/201
Lampiran : -
Perihal : **Undangan Partisipasi**

Bandung, 3 Agustus 2010

Kepada Yth,
Ketua VOLKSWAGEN CLUB BANDUNG
Bpk. Denny F. Kusumah
Di
Tempat

Salam Budaya,

Dalam rangka menyambut Bandung 200 tahun dan mensosialisasikan Kerajinan berbahan kulit, Arena Kultural Universal bekerjasama dengan Dinas KUMKM JaBar menyelenggarakan Acara "Gelar Tematik Kulit Jawa Barat "yang akan menampilkan berbagai hal terkait dengan Kulit diantaranya: Seminar kulit, workshop kulit, dan display karya kulit kontemporer serta kulit lifestyle yang terkait dengan kehidupan sehari-hari. Acara tersebut akan dilaksanakan pada :

Hari/tanggal : Sabtu – Minggu/7 – 8 Agustus 2010
Waktu : 09.00 – 21.00
Tempat : Gedung Sate
Jln. Dipenogoro, Bandung

Kami menyediakan space untuk display mobil VolksWagen serta booth untuk menjual merchandise. Demikian undangan ini kami sampaikan, atas perhatiannya kami ucapkan Terimakasih.

Hormat Kami,
Republic_Entertainment

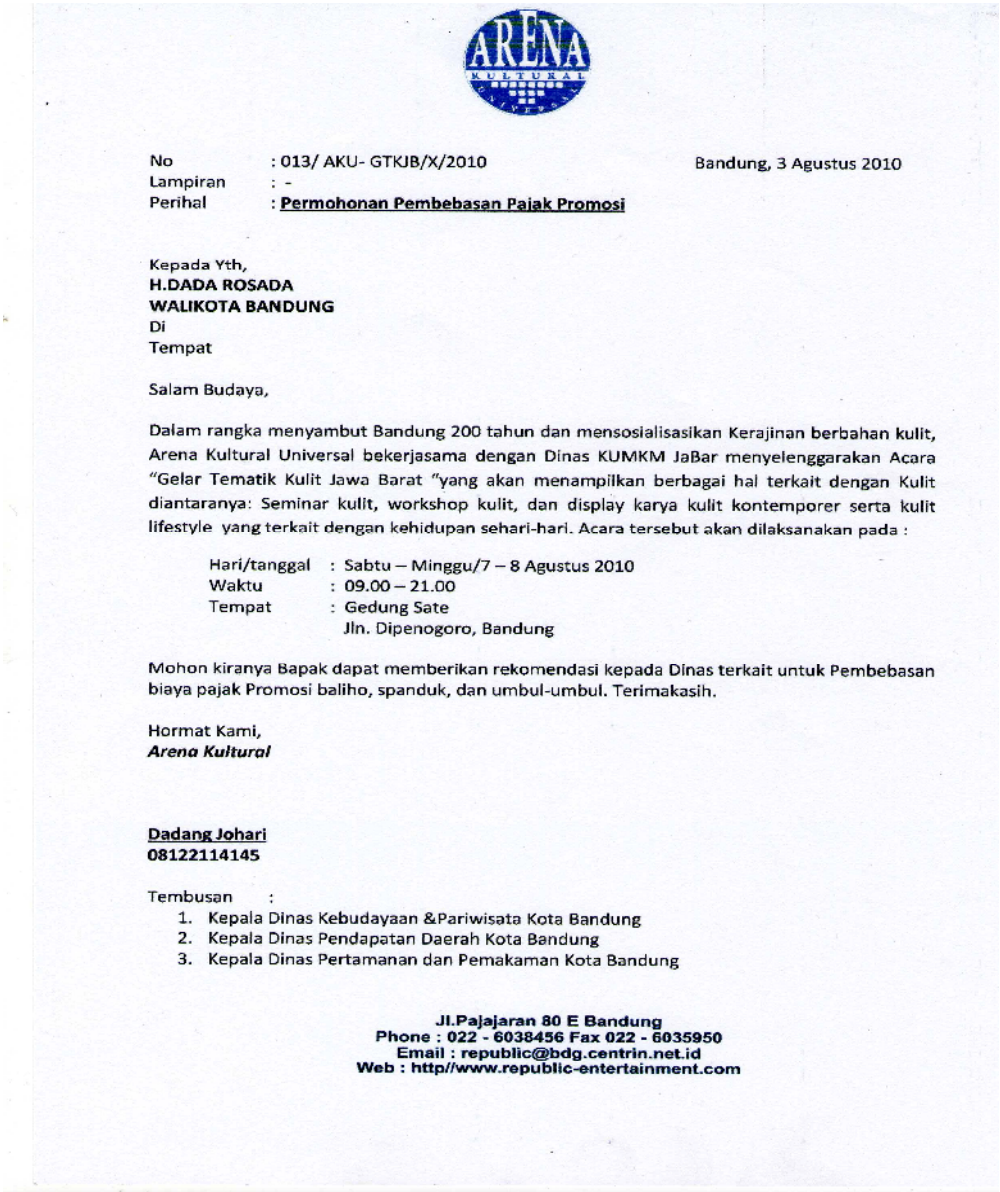
Dadang Johari
081 2211 4145

NB : Dress Code **KULIT**.

Jl.Pajajaran 80 E Bandung
Phone : 022 - 6038456 Fax 022 - 6035950
Email : republic@bdg.centrin.net.id
Web : http//www.republic-entertainment.com

8. Mengetik surat permohonan izin kepada pihak-pihak yang bersangkutan

Mengetik surat yang diajukan kepda petinggi-petinggi daerah agar event bisa terealisai, disini petinngi tersebut bisa seorang walikota, petinggi Kepolisian. Dll. Berikut contoh surat yang dibuat oleh penulis :



No : 013/ AKU- GTKJB/X/2010 Bandung, 3 Agustus 2010
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Pembebasan Pajak Promosi**

Kepada Yth,
H.DADA ROSADA
WALIKOTA BANDUNG
Di
Tempat

Salam Budaya,

Dalam rangka menyambut Bandung 200 tahun dan mensosialisasikan Kerajinan berbahan kulit, Arena Kultural Universal bekerjasama dengan Dinas KUMKM JaBar menyelenggarakan Acara "Gelar Tematik Kulit Jawa Barat "yang akan menampilkan berbagai hal terkait dengan Kulit diantaranya: Seminar kulit, workshop kulit, dan display karya kulit kontemporer serta kulit lifestyle yang terkait dengan kehidupan sehari-hari. Acara tersebut akan dilaksanakan pada :

Hari/tanggal : Sabtu – Minggu/7 – 8 Agustus 2010
Waktu : 09.00 – 21.00
Tempat : Gedung Sate
Jln. Dipenogoro, Bandung

Mohon kiranya Bapak dapat memberikan rekomendasi kepada Dinas terkait untuk Pembebasan biaya pajak Promosi baliho, spanduk, dan umbul-umbul. Terimakasih.

Hormat Kami,
Arena Kultural

Dadang Johari
08122114145

Tembusan :
1. Kepala Dinas Kebudayaan &Pariwisata Kota Bandung
2. Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung
3. Kepala Dinas Pertamanan dan Pemakaman Kota Bandung

Jl.Pajajaran 80 E Bandung
Phone : 022 - 6038456 Fax 022 - 6035950
Email : republic@bdg.centrin.net.id
Web : http//www.republic-entertainment.com

No : 014/AKU- GTKJB/X/2010 Bandung,3 Agustus 2010
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Pembebasan Pajak Promosi**

Kepada Yth,
H.DADA ROSADA
WALIKOTA BANDUNG
Di
Tempat

Salam Budaya,

Dalam rangka menyambut Bandung 200 tahun dan mensosialisasikan Kerajinan berbahan kulit, Arena Kultural Universal bekerjasama dengan Dinas KUMKM JaBar menyelenggarakan Acara "Gelar Tematik Kulit Jawa Barat "yang akan menampilkan berbagai hal terkait dengan Kulit diantaranya: Seminar kulit, workshop kulit, dan display karya kulit kontemporer serta kulit lifestyle yang terkait dengan kehidupan sehari-hari. Acara tersebut akan dilaksanakan pada :

Hari/tanggal : Sabtu – Minggu/7 – 8 Agustus 2010
Waktu : 09.00 – 21.00
Tempat : Gedung Sate
Jln. Dipenogoro, Bandung

Mohon kiranya Bapak dapat memberikan rekomendasi kepada Dinas terkait untuk Pembebasan biaya pajak Promosi baliho, spanduk, dan umbul-umbul. Terimakasih.

Hormat Kami,
Arena Kultural

Dadang Johari
08122114145

Tembusan :
1. Kepala Dinas Kebudayaan &Pariwisata Kota Bandung
2. Kepala Dinas Pendapatan Daerah Kota Bandung
3. Kepala Dinas Pertamanan dan Pemakaman Kota Bandung

Jl.Pajajaran 80 E Bandung
Phone : 022 - 6038456 Fax 022 - 6035950
Email : republic@bdg.centrin.net.id
Web : http//www.republic-entertainment.com

No : 003/AKU- GTKJB/X/2010
Lampiran : 3 (tiga) lembar
Perihal : **PERMOHONAN IJIN**

Bandung, 3 Agustus 2010

Kepada Yth,
KASATINTELKAM
KAPOLRESTABES BANDUNG
Di
Tempat

Salam Budaya,

Dalam rangka menyambut Bandung 200 tahun dan mensosialisasikan Kerajinan berbahan kulit, Arena Kultural Universal bekerjasama dengan Dinas KUMKM JaBar menyelenggarakan Acara "Gelar Tematik Kulit Jawa Barat "yang akan menampilkan berbagai hal terkait dengan Kulit diantaranya: Seminar kulit, workshop kulit, dan display karya kulit kontemporer serta kulit lifestyle yang terkait dengan kehidupan sehari-hari. Acara tersebut akan dilaksanakan pada :

Hari/tanggal : Sabtu – Minggu/7 – 8 Agustus 2010
Waktu : 09.00 – 21.00
Tempat : Gedung Sate
Jln. Dipenogoro, Bandung

Sehubungan hal tersebut, mohon kiranya dapat memberikan ijin untuk acara tersebut.
Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya kami ucapkan Terimakasih

Hormat Kami,
Arena Kultural

Dadang Johari
08122114145

Jl.Pajajaran 80 E Bandung
Phone : 022 - 6038456 Fax 022 - 6035950
Email : republic@bdg.centrin.net.id
Web : http//www.republic-entertainment.com

No : 004/ AKU- GTKJB/X/2010
Lampiran : 3 (tiga) lembar
Perihal : **REKOMENDASI**

Bandung, 3 Agustus 2010

Kepada Yth,
Kapolres Bandung Tengah
Di
Tempat

Salam Budaya,

Dalam rangka menyambut Bandung 200 tahun dan mensosialisasikan Kerajinan berbahan kulit, Arena Kultural Universal bekerjasama dengan Dinas KUMKM JaBar menyelenggarakan Acara "Gelar Tematik Kulit Jawa Barat "yang akan menampilkan berbagai hal terkait dengan Kulit diantaranya: Seminar kulit, workshop kulit, dan display karya kulit kontemporer serta kulit lifestyle yang terkait dengan kehidupan sehari-hari. Acara tersebut akan dilaksanakan pada :

Hari/tanggal : Sabtu – Minggu/7 – 8 Agustus 2010
Waktu : 09.00 – 21.00
Tempat : Gedung Sate
Jln. Dipenogoro, Bandung

Besar harapan kami Bapak dapat merekomendasikan ijin untuk kegiatan ini. Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya kami ucapkan Terimakasih

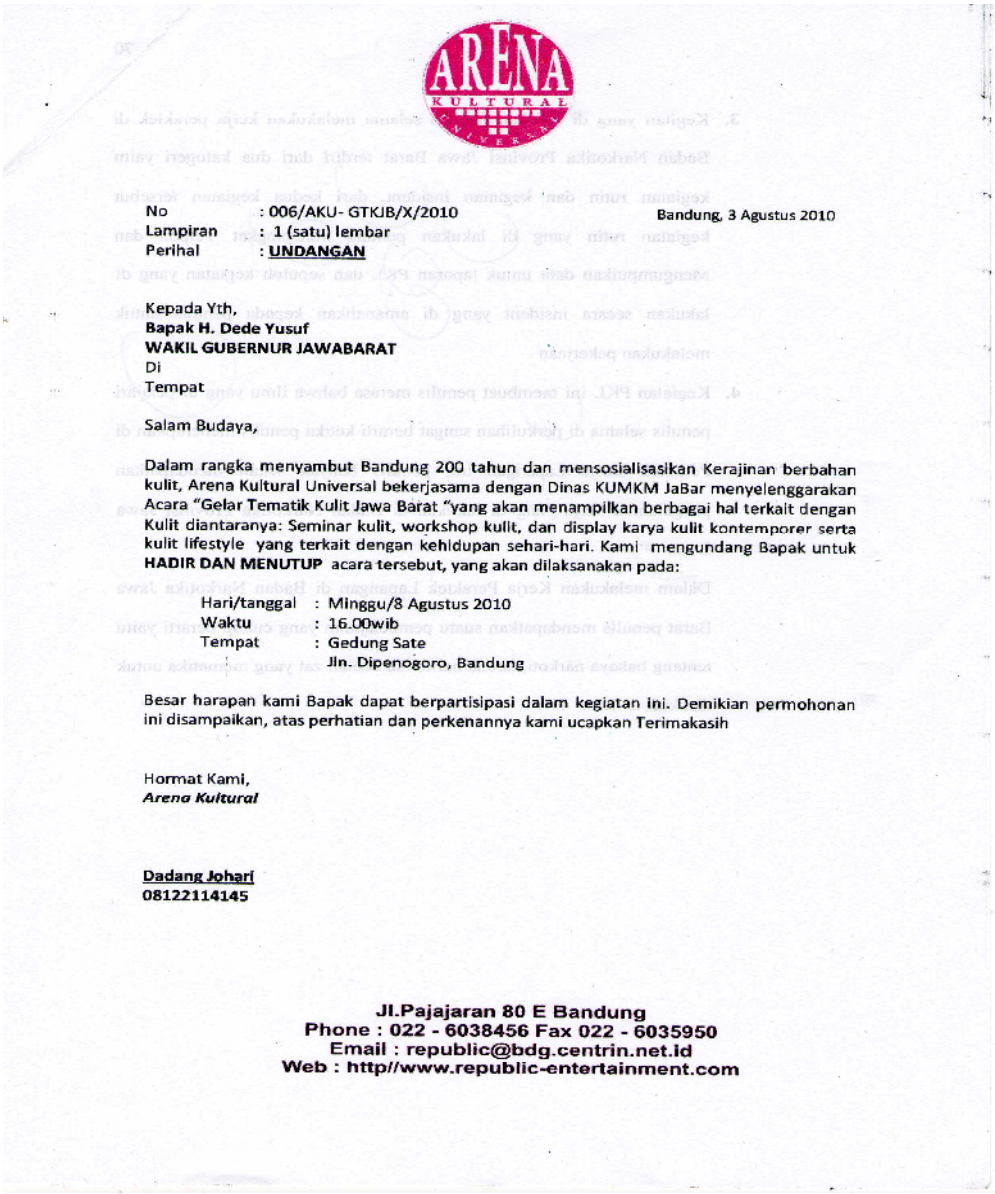
Hormat Kami,
Arena Kultural

Dadang Johari
08122114145

Jl.Pajajaran 80 E Bandung
Phone : 022 - 6038456 Fax 022 - 6035950
Email : republic@bdg.centrin.net.id
Web : http//www.republic-entertainment.com

9. Mengetik Undangan kepada Petinggi di kota Bandung

Dengan hadirnya para petinggi-petinggi di kota bandung kita mencoba merangkul berbagai kalangan agar bisa lebih peka terhadap kesenian atau kebudayaan yang kita punya. Dengan begitu para petinggi tersbut bisa menghimbau terhadap masyarakat di kota Bandung. Berikut contoh surat yang dibuat oleh penulis



ARENA KULTURAL

No : 006/AKU- GTKJB/X/2010
Lampiran : 1 (satu) lembar
Perihal : **UNDANGAN**

Bandung, 3 Agustus 2010

Kepada Yth,
Bapak H. Dede Yusuf
WAKIL GUBERNUR JAWABARAT
Di
Tempat

Salam Budaya,

Dalam rangka menyambut Bandung 200 tahun dan mensosialisasikan Kerajinan berbahan kulit, Arena Kultural Universal bekerjasama dengan Dinas KUMKM JaBar menyelenggarakan Acara "Gelar Tematik Kulit Jawa Barat "yang akan menampilkan berbagai hal terkait dengan Kulit diantaranya: Seminar kulit, workshop kulit, dan display karya kulit kontemporer serta kulit lifestyle yang terkait dengan kehidupan sehari-hari. Kami mengundang Bapak untuk **HADIR DAN MENUTUP** acara tersebut, yang akan dilaksanakan pada:

Hari/tanggal : Minggu/8 Agustus 2010
Waktu : 16.00wib
Tempat : Gedung Sate
Jln. Dipenogoro, Bandung

Besar harapan kami Bapak dapat berpartisipasi dalam kegiatan ini. Demikian permohonan ini disampaikan, atas perhatian dan perkenannya kami ucapkan Terimakasih

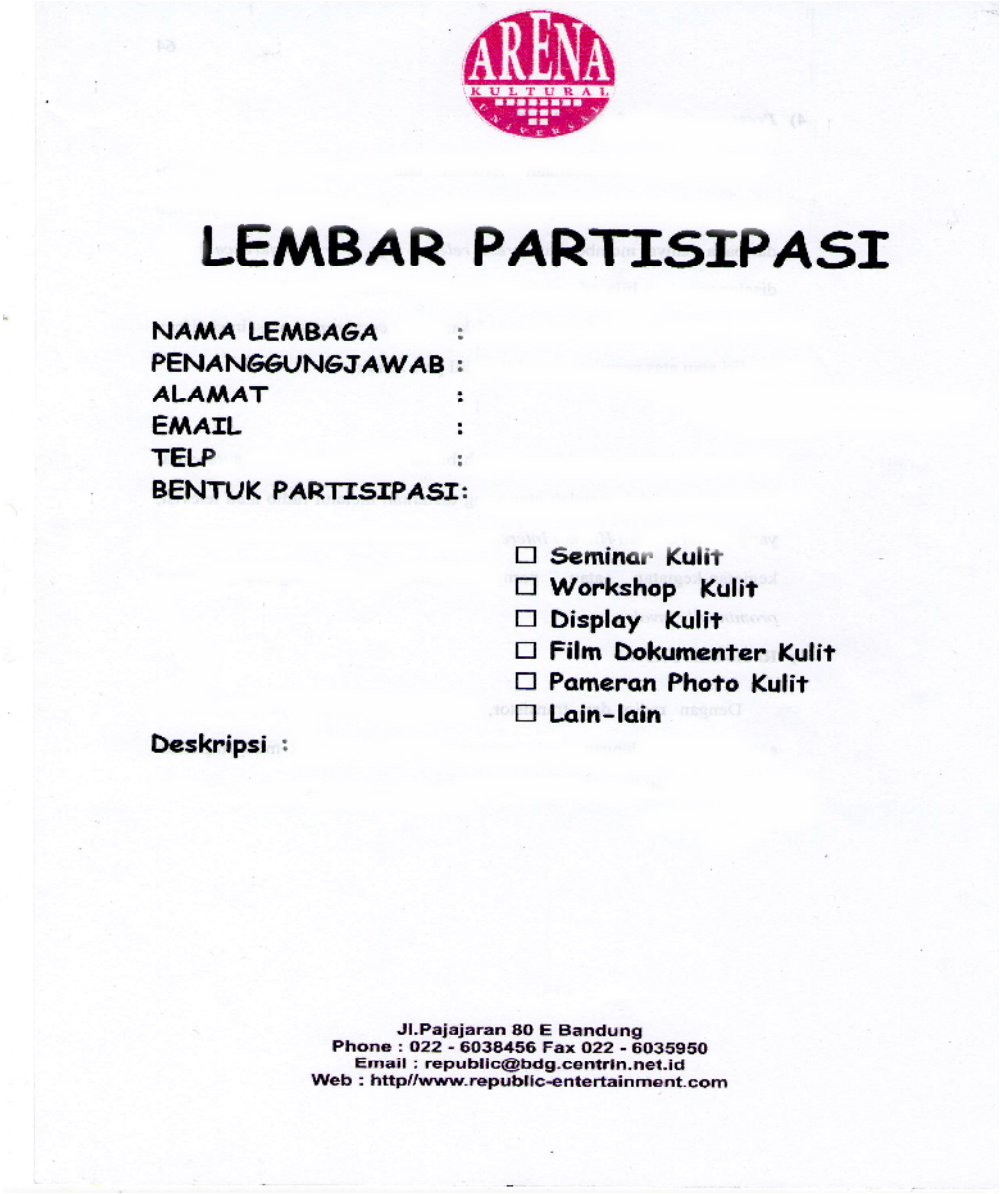
Hormat Kami,
Arena Kultural

Dadang Johari
08122114145

Jl.Pajajaran 80 E Bandung
Phone : 022 - 6038456 Fax 022 - 6035950
Email : republic@bdg.centrin.net.id
Web : http//www.republic-entertainment.com

10. Mengetik Undangan Partisipasi

Surat berbentuk formulir pendaftaran yang ditujukan kepada pihak KUMKM, untuk mengikuti event yang akan diselenggaran. Dengan pembuatan formulir ini bertujuan agar kita mengetahui siapa saja yang akan mengikuti event tersebut. Berikut contoh surat yang dibbuat oleh penulis



ARENA
KULTURAL

LEMBAR PARTISIPASI

NAMA LEMBAGA :
PENANGGUNGJAWAB :
ALAMAT :
EMAIL :
TELP :
BENTUK PARTISIPASI:

☐ Seminar Kulit
☐ Workshop Kulit
☐ Display Kulit
☐ Film Dokumenter Kulit
☐ Pameran Photo Kulit
☐ Lain-lain

Deskripsi :

Jl.Pajajaran 80 E Bandung
Phone : 022 - 6038456 Fax 022 - 6035950
Email : republic@bdg.centrin.net.id
Web : http//www.republic-entertainment.com

2.3. Analisa Tentang Humas

2.3.1. Definisi Humas

Dalam perkembangan zaman yang semakin terbuka saat ini, begitu juga dengan perkembangan masyarakatnya. Suatu instansi/lembaga harus memiliki kesadaran bahwa keberadaannya tidak terlepas dari keberadaan instansi/lembaga lain, masyarakat, pemerintah, maupun karyawan yang berada didalamnya instansi oleh sebab itu perlu adanya komunikasi yang erat dari instansi/lembaga terhadap segala yang ada di sekelilingnya.

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

> Menurut J.C., Seidel, *Public Relations Director, Division of Houshing, State of New York,* mengemukakan bahwa:
> "*Public Relations* adalah proses yang berkelanjutan dari usaha-usaha management untuk memperoleh *goodwill* dan pengertian dari para pelanggannya, pegawainya dan publik umumnya; kedalam dengan mengadakan analisa-analisa dan perbaikan-perbaikan terhadap diri sendiri, keluar dengan mengadakan pernyataan-pernyataan. (Abdurrachman, 1993:24").

Menurut pengertian diatas, dapat dianalisis bahwa hubungan masyarakat merupakan hasil pencerminan sebagaimana

dirasakan seseorang atau publik, sebagai hasil kegiatan suatu organisasi ataupun instansi. Hubungan Masyarakat merupakan suatu kebijaksanaan (policy) dari suatu instansi/lembaga, dan kebijaksanaan ini dapat menjadi “baik” atau “buruk” tergantung dari bagaimana mengelola kebijaksanaan tersebut.

Berbicara mengenai *Public Relations,* dilihat dari sudut etimologi kata, maka istilah *Public Relations* merupakan gabungan dari dua kata, yaitu “*public*” dan “*relations*”. Publik secara universal yaitu “sekelompok orang yang mempunyai minat dan perhatian yang sama terhadap sesuatu hal”.(Yulianita, 1999:17), sedangkan Relations diterjemahkan dalam bahasa Indonesia adalah “hubungan-hubungan” dalam arti menyangkut banyak hubungan.(Yulianita, 1999:21). Untuk lebih memperjelas pengertian mengenai pengertian *Public Relations* , berikut ini dikemukakan beberapa definisi dari para ahli.

> Definisi Public Relations menurut Frank Jefkins adalah “Fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik, dan melaksanakan program kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan dari publiknya.” (Yulianita, 1999:33).

Dari definisi diatas menunjukkan bahwa Humas merupakan “jembatan penghubung” antara publik dengan organisasi yang diwakilinya, dan melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan kepentingan organisasi maupun publiknya.

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

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan inspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*).
2. Kegiatan untuk memberikan nasihat atau sumbang saran dalam menaggapi untuk apa sebaiknya dapat dilakukan dilakukan instansi/lembaga pemerintah seperti yang diekhendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*).
3. Kemampuan untuk mengusahakan terciptanya hubungan memuaskan yang diperoleh dari antara hubungan publik dengan para pejabat pemerintahan (*ensuring satisfactory contact between public and government official*).
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan opleh suatu lembaga/instansi pemewrintahan yang bersangkutan (*informing and about what agency doing*). (Ruslan, 2002: 94)

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

1. Berupaya memberikan penerangan atau informasikepada masyarakat (*public services*), kebijaksanaan serta tujuan yang akan dicapai oleh pihak pemerintah dalam melaksanakan program kerja pembangunan tersebut.
2. Mampu menanamkan keyakinan dan kepercayaan, serta mengajak masyarakat dalam partisipasinta untuk melaksanakan program pembangunan di berbagai bidang, seperti sosial, ekonomi, hukum dan politik serta menjaga stabilitas keamanan dan ketertiban nasional.
3. Keterbukaan dan kejujuran dalam memberikan pelayanan serta pengabdian dari aparatur pemerintah bersangkutan perlu dijaga atau dipertahankan dalam melaksanakn tugas dan kewajibannya masing-masing secara konsisten serta profesional. (Ruslan, 2002: 94)

   Dalam bukunya *Praktik dan Solusi Public Relations dalam Situasi Krisis dan Pemulihan Citra*, Rusady Ruslan mengemukakan bahwa, Public Relations berfungsi mendekatkan (menarik) konsumen atau publik sasarannya kepada perusahaan, berupaya dalam mempengaruhi opini dan persepsi masyarakat dan menciptakan “citra” perusahaan.

Tujuan dari seorang Humas (PRO) diantaranya menciptakan citra perusahaan yang positif dan memperoleh opini publik yang *favourable* atau menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik, kegiatan humas harus dikerahkan baik kedalam dan keluar.

- Kegiatan yang ditujukan kedalam disebut *Internal Public*
- Kegiatan yang ditujukan keluar disebut *Eksternal Public*

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

2.3.2. Tujuan Humas

Mengenai tujuan Humas, didalam definisi-definisi yang telah diuraikan, banyak yang menunjukkan dengan jelas tujuan bidang ini. Untuk mencapai tujuan itu, diantaranya ialah mengembangkan *good will* dan memperoleh opini publik yang *favourable* atau menciptakan kerja sama berdasarkan hubungan yang harmonis dengan berbagai publik.

Secara umum, ada sekitar 14 tujuan humas. Dari sekian banyak hal yang bisa dijadikan tujuan kegiatan humas dari sebuah perusahaan, beberapa diantaranya yang pokok menurut M Linggar

Anggoro dalam bukunya Teori dan Profesi Kehumasan adalah sebagai berikut :

1) Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan-kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan.

2) Untuk menyebarluaskan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.

3) Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian atau salah paham dikalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.

4) Untuk menyebarluaskan aneka informasi mengenai aktifitas dan partisipasi para pimpinan perusahaan dalam kehidupan sosial sehari-hari.

5) Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas serta membuka pasar-pasar baru.

2.3.3. Fungsi Humas

Humas secara mendasar menjadi tanggung jawab dari *Top Management* (pimpinan puncak). Fungsi Humas dapat diharapkan sebagai “mata”, “telinga”, dan “tangan kanan” pimpinan puncak perusahaan.

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

1) Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi;
2) Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik intern maupun ekstern;
3) Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dan organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi;
4) Melayani publik dan menasihati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.(Effendy,2002:36)

Bagi Humas untuk lembaga pemerintahan, R. Umar Saleh seperti yang dikutip oleh Ali Syarief mengemukakan fungsi Humas tersebut adalah sebagai berikut :

1) Mempelajari hasrat, kehendak dan aspirasi masyarakat.
2) Memberikan nasehat apa yang sebaiknya dikehendaki oleh public.
3) Mengusahakan hubungan atau kontak yang memuaskan antara publik dengan petugas pemerintah.

4) Memberikan penerangan atau penjelasan apa yang dikerjakan oleh suatu dinas pemerintah.(Syarief, 1989:11).

Profesi Humas dengan berbagai kegiatan dan tantangan yang dihadapi dalam menjalankan tugasnya menyangkut unsur-unsur Citra baik (*good image*), itikad baik (*goodwill*), saling pengertian (*mutual understanding*), saling mempercayai (*mutual confidence*), saling menghargai (*mutual appreciations*) dan Toleransi (*tolerance*).

2.3.4. Kegiatan Humas

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

- ***Internal Public Relations***

Untuk menciptakan suasana menyenangkan dan bagi keuntungan suatu lembaga, komunikasi yang bersifat "*two-way communication*" penting sekali dan mutlak harus ada, yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan antara bawahan dengan pimpinan, yang merupakan "*feed back",* yang berdasarkan pada "*good human relations*" sesuai dengan prinsip semua *public relations.* Secara tidak langsung seorang humas harus bisa menciptakan suasana kondusif di perusahaan tempat dia bekerja, dengan begitu akan berdampak positif bagi

lingkungan dimana dia bekerja. Suasana hangat akan tercipta bisa membuat motivasi karyawan meningkat, yang akan bisa meningkatkan kualitas sebbuah perusahaan.

Oleh karena itu, adalah tugas seorang PRO (*Public Relations Officer*) untuk menyelenggarakan komunikasi yang sifatnya persuasif dan informatif. Seorang PRO harus mengadakan analisa mengenai apa yang telah dilaksanakan di dalam *internal public relations*, mengadakan *survey* tentang "*attitudes*" para karyawan terhadap instansinya, kebijaksanaan instansi dan kegiatan-kegiatannya. Kegiatan dokumentasi dalam event perusahaan merupakan salah satu pekerjaan seorang Humas

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

a. Tertulis, yaitu menggunakan surat-surat, *papers*, buletin, brosur, koran prusahaan dan lain-lain.

b. Lisan, yaitu dengan mengadakan briefing, rapat-rapat, diskusi, ceramah.

c. *Conselling*, dengan meyediakan beberapa anggota staf yang telah mendapat latihan atau pendidikan untuk memberikan nasehat-nasehat kepada karyawan, turut memecahkan masalah-masalah pribadi mereka atau mendiskusikannya bersama-sama. (Abdurrachman, 2001:35).

Adalah penting untuk memahami individu-individu, latar belakang dan sikap seperti yang mereka lakukan. Penting untuk memahami keinginan-keinginannya, harapan-harapannya dan ambisi-ambisinya, bahkan memahami prasangka-prasangkanya.

Dengan demikian, maka seorang PRO harus mengetahui dan memahami tentang segala sesuatu yang ada hubungannya dengan kepentingan atau kebutuhan para karyawan sebagai individu dan sebagai anggota kelompok dan kepentingan instansi atau lembaga.

Internal Public Relations yang baik adalah yang memperlakukan tiap karyawan dengan sikap yang sama, tanpa membeda-bedakan tingkat, pendidikan dan lain-lain. Salah satu usaha *Internal Public Relations* yang dapat menunjukkan perhatian terhadap kemajuan atau kepentingan karyawan diantaranya mengadakan *upgrading* atau memberi kesempatan pada mereka untuk mengikuti pendidikan lainnya yang secara psikologis dapat menaikkan martabat mereka. Adapun berbagai cara yang bisa membuat suasana dalam sebah erusahaan menjadi lebih kondusif seperti, diadakannya coffe morning dimana seluruh staf perusahaan bisa berbicara santai tanpa adanya ikatan hubungan antara bawahan dan atasan. Dengan adanya kegiatan seperti ini kita bisa melihat lebih mendalam karakter yang dimiliki oleh setiap individu dengan begitu kita

bisa lebih mengenal mereka. Atau malah dari obrolan santai menciptakan ide-ide yang bisa menguntungkan perusahaan

Berdasarkan teori di atas penulis mengambil kesimpulan bahwa dalam kegitan Humas di Republic of Entertainment sudah melakukan kegiatan kehumasanyang sesuai dengan prinsip-prinsip *Public Relation*. Yang didalam arti *Public Relation* itu sendiri Humas harus bisa menciptakan suasana kondusif di perusahaan tempat dia bekerja, yang artinya Humas Republic Entertainment sudah menciptakan suasana kondusif di perusahaannya dengan melakukan berbagai kegiatan seperti yang sudah penulis alami setelah melakukan kegiatan PKL di Republic of Entertainment. Seperti kegiatan coffe morning yang dilakukan setiap hari Jumat pada minggu ketiga ketika perusahaan tidak ada event, Melakukan dokomentasi selama event sedang berlangsung. Penulis disini mengikuti kegiatan event yang sudah dilakukan oleh Republic Entertainment. Yang pertama Dago Walking Day dan yang kedua Gelar Kriya Kulit Jawa Barat, selama event berlangsug penulis melakukan kegiatan Pengolahan Informasi yang berupa dokumen-dukumen dari klien yang sudah ikut ambil serta dalam kegiatan event yang kemudian dproses kembali agar informasi tidak mengalami salah pengertian

External Public Relations

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

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

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

1) Kontak Pribadi *(Personal contact)*

Unsur yang penting dalam hubungan ini adalah perlakuan terhadap perorangan-perorangan yang berhubungan dengan badan atau instansi. Di dalam "*government public relations*" hal ini perlu mendapatkan perhatian yang serius dan harus ditekankan kepada para karyawan, bahwa "*government*

public relations" itu tidak cukup hanya dengan memberikan penjelasan-penjelasan pada seseorang baik secara lisan maupun secara tertulis. Yang sangat penting adalah perlu adanya perhatian terhadap reaksi tiap individu sebagai seorang warga negara terhadap para karyawan tentang bagaimana mereka melaksanakan kewajibannya.

2) *Press release*

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

3) *Press relations*

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

4) *Press conference & press briefing*

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

5) *Publicity*

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

6) Radio dan Televisi

Dengan radio dan transistor, merupakan satu-satunya penghubung antara manusia dengan dunia, satu-satunya saluran

untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan hiburan tanpa mengenal jarak dan *illiteracy* (buta huruf).

7) Film

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

8) Media Komunikasi dan Informasi

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

Dari delapan definisi yang diangkat oleh Oemi Abburrachman proses komunikasi eksternal di Republic of Entertainment sangat berkaitan dengan teori tersebut, berdasarkan apa yang sudah dilakukan penulis alami dalam kegiatan yang dilakukan secara eksternal, penulis berusaha untuk bisa berkomunikasi dengan media maupun komunitas yang selama ini sudah menjadi partner kerja sama dalam setiap melakukan event. Kegiatan penulis tersebut berupa kontak pribadi dimana penulis secara pribadi melakukan hubungan

komunikasi, dalam kegiatan prees conferens, pembuatan prees realease sangat membantu bagi media tentang event apa yang akan kita lakukan,dengan begitu informasi bisa diolah dan disebarkan kepada masyarakat. Publicity juga merupakan salah satu kegiatan eksternal yang sudah penulis lakukan, ini bertujuan melakukan penyebaran informasi melalui media radio.

2.4. Analisis Aktivitas kegiatan Humas di Republic of Entertainment

Selama kegiatan PKL berlangsung penulis dapat menyimpulkan bahwa terdapat suatu perbedaan antara peranan humas di Republic of Entertainment dengan perusahaan yang lainnya yaitu terletak pada funsgsinya yang lebih fleksibel, karena masih *Methode of Communication* (belum melembaga). Hubungan dengan para staf yang penulis pelajari disini dengan diadakannya coffe morning pada hari-hari tertentu, diadakannya Jumsih dengan begitu para staf yang satu dengan yang lainnya bisa tetap menjaga hubungan mereka. Disadari atau tidak disadari kita bisa menciptakan suasana yang kondusif demi kemajuan perusahaan. Tetapi pada kesempatan ini banyak yang penulis pelajari tentang menjaga hubungan baik dengan media, memang tidak bisa dipungkiri media merupakan salah satu faktor bagaimana informasi bisa disampaikan kepada public, salah satunya dengan prees realese. Menjaga hubungan baik memang bisa dikatakan susah-susah gampang, dengan menjaga intensitas komunikasi kita kepada mereka ternyata sudah lebih dari cukup,

dalam membina sebuah hubungan baik. Sama halnya dengan menjaga hubungan dengan para komunitas yang tersebar di kota Bandung, intensitas komunikasi yang dilakukan oleh Humas ternyata bisa membina sebuah hubungan yang baik. Adapun demikian, semua hal ini dilakukan agar kita mendapat kemudahan dalam mendapatkan jasa yang ditawarkan oleh para komunitas tersebut. Dalam melakukan kegitan humas di Republic of Entertainment dalam melakukan aktivitas kerjanya dalam dua aspek yang berupa publik intern (*Internal Public*) dan publik ekstern (*Eksternal Public*).

Internal Public : Staf dan Pegawai yang berada di Republic of Entertainment

Eksternal Public : Masyarakat yang mencangkup skala nasional, komunitas, media, pihak sponsor, dan instansi yang terkait lainnya.

Seluruh Kegiatan aktivitas Public Relations yang merupakan komunikasi dua arah yang timbal balik ini berarti bahwa dalam menyampaikan informasi, baik Internal maupun Eksternal harus menciptakan umpan balik dengan demikian bagian Humas harus melakukan aktivitas Public Relations tersebut dengan cara mengetahui opini public, dimana opini public ini merupakan efek dari komunikasi yang diharapkan bisa menciptakan hubungan baik antara keduanya, tanpa terjadi kesalahpahaman karena informasi yang tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya.