BAB II

PELAKSANAAN PKL

2.1 Aktivitas Kegiatan Selama PKL

Selama Praktek Kerja di Harian Umum Galamedia, Jl. Belakang Factory No. 2b-2c Banceuy Bandung, kegiatan yang rutin di lakukan selama praktek kerja lapangan tidak sama tiap minggunya. Hal ini disebabkan karena tiap minggunya mempunyai kegiatan yang berbeda-beda. Kegiatan pada saat minggu pertama adalah membuat surat undangan, mengantarkan surat undangan, mengirim surat undangan melalui mesin *fax* dan *e-mail*, serta mengkonfirmasi peserta melalui pesawat telepon perihal *fax delivery* surat undangan yang telah dikirimkan. Namun, pada saat Praktek Kerja terdapat beberapa kegiatan rutin yang biasa dilakukan. Kegiatan itu seperti memotong OTI (Order Transaksi Iklan), memberikan cap, dan menyerahkan pada bagian administrasi iklan, serta mengirim *press release via email* ke Pikiran Rakyat, dan Harian Umum Cirebon.

Sedangkan kegiatan yang bersifat insidentil yaitu pengarahan dan perkenalan (adaptasi), mengikuti program-program yang di buat oleh Gala Traininig, seperti turut serta dalam *Event* yang bertemakan " Undang-Undang Keterbukaan Informasi " yang diperuntukkan untuk para humas instansi-instansi pemerintahan, menjadi penerima tamu dalam *workshop* "Manajemen Pengupahan, Strategi & Implementasi", serta

menjadi panitia dalam acara "*Teaching Revolution"* sebagai penanggung jawab sponsor acara tersebut.

2.1.1 Jadwal Kegiatan Selama PKL

Tabel 2.1

Pekerjaan Yang Dilaksanakan Setiap Hari

No.	Hari/ Tanggal	Jenis Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
1.	Kamis, 01 Juli 2010	• Pengarahan kegiatan *Event* "Undang-Undang Keterbukaan Informasi" dan pengenalan tempat (adaptasi), dengan berkeliling kantor Harian Umum Galamedia.		√
2.	Jumat, 02 Juli 2010	• Pengarahan dan pemberitahuan pelaksanaan *Event* "Undang-Undang Keterbukaan Informasi" (*Briefing* tahap I). • Membuat daftar *(List)* calon peserta untuk daerah Bandung.		√ √

		• Menyiapkan surat undangan untuk beberapa instansi-instansi. • *Briefing* mengenai teknis penjemputan peserta dari luar kota Bandung (ke stasiun, bandara, dll) • *Briefing* teknis pembukaan pada saat acara, yang dijadwalkan akan dibuka oleh Gubernur Jawa Barat. • Membuat *List* untuk surat undangan yang akan dibuat pada hari Senin.		√ √ √
3.	Senin, 05 Juli 2010	• Mencacat nomor telephone penting peserta yang akan diundang pada acara workshop "Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik" serta alamat *email*. • Mencatat *account facebook* untuk dijadikan teman dari *facebook* acara workshop "Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik". • Mengantar surat undangan ke Pemda Kota Cimahi ke bagian Hukum dan		√ √ √

		Humas. • Mengantar surat undangan workshop "Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik" ke Dinas Transmigrasi & Perluasan Tenaga Kerja di Lembang.		√
4.	Selasa, 06 Juli 2010	• Menemui Sekertaris *Vice President Public Relations* PT. KAI, perihal permohonan maaf yang belum tertanda tangani oleh Ketua Pelaksana. • Meng-*upgrade facebook* dan *twitter* acara workshop "Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik".		√ √
5.	Rabu, 07 Juli 2010	• *Briefing* untuk revisi undangan ke Kab. Natuna, Batam, dan Dep.Kominfo Kep. Riau. • Membuat undangan. • Mengirim surat undangan melalui mesin *fax* ke Dinas Komunikasi dan Informatika Batam & Kab. Natuna.		√ √ √

		• *Scan* lembar pengesahan undangan workshop "Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik" untuk dikirim ke Kab. Natuna *via email*. • *Print* surat undangan yang akan dikirim ke PT. Telkom Flexy, PT. Bank Mandiri (Persero), Ketua Bazda Amil Zakat Prop. Jawa Barat, serta menyusun dan memasukkan dalam map-map dan amplop. • Menelpon salah satu undangan yang berada di Batam, untuk menanyakan perihal *fax delivery* dan konfirmasi peserta yang akan mengikuti acara workshop "Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik".		√ √ √
6.	Kamis, 08 Juli 2010	• Melakukan *follow-up* untuk peserta workshop "Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik" pada tanggal 14-15 Juli 2010 di Hotel Golden Flower, Bandung.		√

		• Adapun rute yang harus didatangi yaitu: Kab. Bandung Barat, Kota Cimahi, PKS Jabar, dan PDIP Jabar.		√
7.	Jumat, 09 Juli 2010	• Mengetik surat undangan workshop "Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik". • Mengirim surat undangan workshop melalui *fax* ke Dinas Komunikasi dan Informasi Batam.		√ √
8.	Senin, 12 Juli 2010	• Menghubungi peserta dan pembicara lewat telephone, *email*, atau sms *short message service*) untuk konfirmasi tempat berlangsungnya workshop.		√
9.	Selasa, 13 Juli 2010	• Menyerahkan kwitansi pembayaran peserta sebagai serah terima dari pihak panitia workshop "Undang-Undang		√

		Keterbukaan Informasi Publik" ke Pemda Kota Cimahi, DPR Daerah Pusat Bandung (Fraksi PKS dan Fraksi PDI P), dan DPW PKS Jabar. • Tanda tangan serah terima uang muka pembayaran penyewaan *Ball Room*, Kamar Tamu untuk Hotel Golden Flower.		√
10.	Rabu, 14 Juli 2010	• Persiapan Workshop hari pertama. • Menerima Tamu dari: – Kab. Natuna – DPW PKS Jabar – Pemda Kota Cimahi – Kab. Bandung Barat – Fraksi PDI P		√ √
11.	Kamis, 15 Juli 2010	• Persiapan Workshop hari kedua, – Registrasi hari kedua peserta workshop. • Menerima tamu undangan peserta workshop "Undang-Undang		√ √

		Keterbukaan Informasi Publik". • Mengikuti workshop. • Penutupan.		√ √
12.	Jumat, 16 Juli 2010	• Menjadi *guide* peserta dari Kab. Natuna untuk mengunjungi pusat perbelanjaan di daerah Jl. Otista. • Evaluasi pelaksanaan workshop "Undang-Undang Keterbukaan Informasi Publik" yang berlangsung pada tanggal 14-15 Juli 2010. • *Briefing* untuk acara hari selanjutnya, yaitu workshop "Manajemen Pengupahan, Strategi & Implementasi".		√ √ √
13.	Sabtu, 17 Juli 2010	• Menjadi penerima tamu pada acara workshop "Manajemen Pengupahan, Strategi & Implementasi" di Hotel Nalendra Cihampelas.		√
14.	Senin, 19 Juli 2010	• Memotong, memberi cap, dan menyusun OTI (Order Transaksi Iklan) Harian Umum Galamedia dari tanggal	√	

		17, 18 dan 19 Juli 2010		
15.	Selasa, 20 Juli 2010	• Menyusun data Universitas swasta yang ada di Provinsi Jawa Barat untuk arsip data. • Mengetik data peserta palatihan HRD pada bulan Juni 2010, untuk pengiriman SK Galamedia ke rumah masing-masing peserta.	√	√
16.	Rabu, 21 Juli 2010	• Memotong, memberi cap, dan menyusun OTI (Order Transaksi Iklan) Harian Umum Galamedia. • Mengirim undangan melalui mesin *fax*, untuk calon peserta guru-guru SMP & SMA yang ada di Bandung, Cimahi, Sukabumi, Bogor, Cianjur, dan Garut.	√	√
17.	Kamis, 22 Juli 2010	• Memotong, memberi cap, dan menyusun OTI (Order Transaksi Iklan) Harian Umum Galamedia. • Mengirim undangan melalui mesin	√	√

		fax, untuk calon peserta guru-guru SMP & SMA yang ada di Bandung, Cimahi, Sukabumi, Bogor, Cianjur, dan Garut. • Memotong bukti iklan dan diserahkan kepada bagian Administrasi Iklan.	 √	
18.	Rabu, 28 Juli 2010	• Mengetik data Universitas swasta yang ada di Provinsi Jawa Barat untuk arsip data. • Memotong, memberi cap, dan menyusun OTI (Order Transaksi Iklan) Harian Umum Galamedia. • Mengirim undangan melalui mesin *fax*, untuk calon peserta guru-guru SMP & SMA yang ada di Bandung, Cimahi, Sukabumi, Bogor, Cianjur, dan Garut. • *Briefing* persiapan acara *Training "Teaching Revolution"* yang akan dilangsungkan pada tanggal 01 Agustus 2010 di Widyatama.	√ √	 √ √

19.	Kamis, 29 Juli 2010	• Memotong, memberi cap, dan menyusun OTI (Order Transaksi Iklan) Harian Umum Galamedia. • Memotong bukti iklan dan memberi tanggal bukti iklan tersebut, lalu diserahkan kepada bagian Administrasi Iklan. • Mengirimkan *press release* ke Koran Pikiran Rakyat, perihal acara *Training "Teaching Revolution"* yang akan dilangsungkan pada tanggal 01 Agustus 2010 di Widyatama.	√ √ √	
20.	Jumat, 30 Juli 2010	• Mengirim *press release* ke Koran Pikiran Rakyat, Grand Pasundan Hotel, dan SMP 13 Bandung, perihal acara *Training "Teaching Revolution"* yang akan dilangsungkan pada tanggal 01 Agustus 2010 di Widyatama. • *Briefing* acara *Training "Teaching Revolution"* yang akan dilangsungkan pada tanggal 01 Agustus 2010 di	√	√

		Widyatama. • Pada *briefing* ditunjuk menjadi penanggung jawab pihak sponsor.		√
21.	Sabtu, 31 Juli 2010	• Menghubungi pihak sponsor perihal jumlah orang yang akan menjaga *stand* pada saat acara, konfirmasi perihal pemasangan spanduk atau umbul-umbul yang akan dipasang, konfirmasi *loading* barang atau produk yang akan dipajang satu hari sebelum acara, karena acara berlangsung pada pagi hari.		√
22.	Minggu, 01 Agustus 2010	• *Briefing* sebelum acara berlangsung. • Registrasi peserta. • Pengecekan jumlah orang dari pihak sponsor yang hadir. • *Briefing* setelah acara selesai berlangsung. • Membagikan sertifikat kepada peserta *"Teaching Revolution"*.		√ √ √ √ √

23.	Senin, 02 Agustus 2010	• Mengetik data Universitas swasta yang ada di Provinsi Jawa Barat untuk arsip data. • Mengirimkan *press release* ke Koran Pikiran Rakyat, perihal acara *Training "Teaching Revolution"* yang akan dilangsungkan pada tanggal 01 Agustus 2010 di Widyatama.	√ √	

Sumber : Hasil Laporan PKL di Harian Umum Galamedia, 2010.

2.1.2 Deskripsi Kerja Rutin Selama PKL

Dalam melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Harian Umum Galamedia, Jl. Belakang Factory No. 2b-2c Banceuy Bandung, penulis melakukan aktivitas rutin yakni kegiatan yang dilakukan setiap hari pada PKL. Kerja rutin tersebut antara lain :

1. **OTI (Order Transaksi Iklan)**

Kegiatan yang dilakukan penulis pada saat pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Harian Umum Galamedia secara rutin yaitu OTI (Order Transaksi Iklan). Yang dilakukan penulis yaitu memotong, memberi cap, dan menyusun sesuai urutan tanggal order transaksi iklan yang diterima oleh Harian Umum Galamedia.

Order transaksi iklan merupakan bukti pembayaran antara pemasang iklan dengan Harian Umum Galamedia. Iklan yang dipasang oleh pemasang iklan biasanya tidak semua langsung dibayar tunai, pembayaran dilunasi setelah iklan yang dipasang habis masa perjanjian. Iklan ini juga bisa diperpanjang masa penayangan di Harian Umum Galamedia jika pemasang merasa perlu memperpanjangnya.

Karena bukti order transaksi iklan yang dicetak ini panjang dan belum tersusun dengan rapi, maka penulis memotongnya sesuai ukuran kertas, memberi cap dari perusahaan Galamedia, menyusunnya sesuai dengan urutan tanggal pemasangan iklan lalu kemudian menyerahkan pada bagian administrasi iklan.

2. Menyusun dan Mengetik Data Universitas Swasta

Data yang diberikan perusahaan mengenai daftar Universitas Swasta yang ada di Propinsi Jawa Barat belum tersusun dengan rapi. Maka dari itu penulis menyusunnya sesuai dengan daerah masing-masing, mulai dari Bekasi, Tangerang, Cianjur, Sukabumi, Garut, Ciamis, Bandung, dan seluruh bagian Propinsi Jawa Barat. Seperti dapat diambil contoh pada Universitas Swasta dari daerah Bandung, universitasnya seperti : Unikom, Unisba, ITHB, Universitas Nurtanio, Universitas Maranatha, dan lain-lain.

Penyusunan data Universitas Swasta yang ada di Propinsi Jawa Barat ini untuk arsip data perusahaan Harian Umum Galamedia. Data-data yang ada merupakan alamat, nomor telepon, fakultas yang ada, serta tanggal berdirinya universitas tersebut, yang jika pada hari jadi universitas tersebut Harian Umum Galamedia dapat

memberikan tawaran pemasangan iklan atau pemasangan ucapan selamat kepada universitas yang bersangkutan.

Setelah data tersusun dengan rapi, data-data tersebut di *input* kedalam komputer perusahaan Harian Umum Galamedia. Dari data inilah yang nantinya akan dipergunakan perusahaan untuk menghubungi universitas guna tindak lanjut kerjasama yang akan dilakukan kedepannya.

3. Mengirim *Press Release*

Saat praktek kerja lapangan, penulis mendapat tugas mengirim *press release* acara-acara yang ada di Harian Umum Galamedia. *Press release* tersebut dikirimkan ke media massa, seperti surat kabar Pikiran Rakyat melalui mesin *fax*.

Acara yang akan dilakukan pada saat itu yaitu workshop "*Teaching Revolution*" yang akan dilangsungkan pada tanggal 01 Agustus 2010 di Widyatama. Perihal inilah yang dijadikan *press release* untuk dimuat pada surat kabar Pikiran Rakyat, selaku salah satu group Harian Umum Galamedia.

Menurut Dja'far Assegaf, *press release* adalah suatu naskah yang berisikan bahan-bahan informasi dari suatu badan resmi atau swasta untuk disiarkan ke media massa.

Menurut F Rahmadi, *press release* adalah siaran pers atau keterangan resmi tertulis dari instansi atau perusahaan mengenai suatu kebijakan, kejadian khusus atau

langkah-langkah yang harus diambil oleh instansi atau perubahan yang sengaja disiapkan untuk pers.

Press release yang dikirimkan ini sudah dibuat sebelumnya oleh salah satu staff Harian Umum Galamedia, penulis disini hanya bertugas mengirimkan melalui mesin *fax* saja.

2.1.3 Deskripsi Kerja Insidentil Selama PKL

Aktivitas yang dilakukan penulis selama PKL yang bersifat insidentil yaitu kegiatan yang dilakukan setiap hari (insidentil) artinya kegiatan tersebut dilakukan pada saat tertentu-tertentu saja, kegiatan tersebut antara lain **:**

1. **Pengarahan dan Perkenalan (Adaptasi)**

Kegiatan pertama penulis lakukan adalah pengarahan mengenai kerja praktek yang akan dimulai, mengenai peraturan-peraturannya, pengenalan tempat oleh staf pembimbing, pembimbing juga mengajak berkeliling Harian Umum Galamedia untuk pengenalan tempat. Dan pada hari pertama ini penulis diberikan pengarahan dan gambaran akan adanya *event* yang akan dilakukan oleh Harian Umum Galamedia, apa saja yang akan dan harus dilakukan oleh penulis nantinya.

2. **Membuat dan Mengirimkan Surat Undangan**

Hari setelah pengarahan dan perkenalan mengenai kerja praktek yang akan dilakukan, penulis mendapat tugas pertama dengan membuat surat undangan. Tentunya dengan pengarahan dari staff Harian Umum Galamedia dalam pembuatan surat undangan tersebut.

Surat undangan yang dibuat ini merupakan surat undangan yang ditujukan kepada beberapa instansi pemerintahan atau Badan Umum Milik Negara. Undangan ini perihal permohonan rekomendasi peserta untuk mengikuti acara workshop "Persiapan Badan Publik dalam Implementasi UU No.14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik". Acara ini akan dilaksanakan pada tanggal 14-15 Juli 2010 di Hotel Golden Flower, Jl Asia Afrika No. 15-17, Bandung.

Setelah undangan selesai dibuat, penulis mendapat tugas untuk mengirimkan undangan tersebut kepihak yang bersangkutan. Undangan yang dikirimkan melalui email, mesin fax dan juga mengatarkan langsung ke alamat yang dituju. Adapun surat undangan yang harus dikirimkan secara langsung terdapat dalam wilayah sekitar Bandung, dan yang dikirim melalui mesin fax dan email berada diluar kota Bandung.

Undangan yang dikirimkan secara langsung ini ditujukan ke Pemda Kota Cimahi ke Bagian Hukum & Humas, ke Dinas Transmigrasi & Perluasan Tenaga Kerja di Lembang, PT Kereta Api Indonesia (KAI) Bandung, DPR D Pusat Bandung Fraksi PKS dan PDI P, Pemerintah Daerah Kabupaten Bandung Barat ke Kabag Hukum Pemerintah Kabupaten Bandung Barat dan Kabag Humas Pemerintah Kabupaten Bandung Barat, dan DPW PKS Jawa Barat.

Adapun undangan yang dikirimkan melalui email yaitu ditujukan kepada Walikota Denpasar, dengan u.b. (untuk bagian) Sekda Kota Denpasar dan u.p. (untuk perhatian) Kabag Humas Kota Denpasar, serta kepada Gubernur Bali, dengan u.b. (untuk bagian) Sekda Propinsi Bali dan u.p. (untuk perhatian) Ka. Biro Humas, dan

ke Pemerintah Daerah Kabupaten Natuna. Sedangkan surat undangan yang dikirimkan melalui mesin *fax* yaitu ditujukan kepada Kepala Dinas Kominfo Batam dan Dinas Kominfo Kepulauan Riau.

3. Konfirmasi Peserta

Selain membuat dan mengirimkan surat undangan, kegiatan yang selanjutnya yang dilakukan oleh penulis yaitu menghubungi peserta. Hal ini dilakukan oleh penulis untuk mengetahui jumlah peserta yang akan hadir pada saat acara. Selain itu, penulis menghubungi peserta dan juga pembicara untuk pemberitahuan pemindahan lokasi acara yang semula bertempat di Hotel Banana Inn, Setia Budhi menjadi di Hotel Golden Flower, Jl. Asia Afrika No. 15-17, Bandung. Konfirmasi dilakukan melalui pesawat telepon, *email* dan juga pesan singkat (*short message service/*sms).

4. Menjadi Penerima Tamu & Registrasi Peserta

Merupakan kegiatan insidentil yang dilakukan penulis, dimana penulis dilibatkan dalam acara yang diadakan oleh Gala Traininig, seperti acara workshop. Pada acara di minggu kedua penulis melakukan kerja praktek, penulis dilibatkan dalam acara workshop yang bertemakan "Persiapan Badan Publik dalam Implementasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik dengan Propinsi Jawa Barat sebagai Percontohan Nasional". Workshop ini diadakan oleh Gala Training dibawah naungan Harian Umum Galamedia yang juga bekerjasama dengan ISAI (Institut Sekolah Arus Informasi). Dalam workshop yang dilaksanakan dua hari di Hotel Golden Flower, Bandung pada tanggal 14-15 Juli 2010 ini penulis ditugaskan untuk

menjadi penerima tamu sekaligus registrasi peserta. Selain itu, penulis juga dilibatkan dalam persiapan workshop yang dilakukan sehari sebelum pelaksanaan workshop.

Pada tanggal 17 Juli 2010, penulis dilibatkan kembali dalam acara workshop yang diadakan Gala Training. Workshop ini bertemakan "Manajemen Pengupahan, Strategi & Implementasi", yang diadakan di Hotel Nalendra Jl. Cihampelas No. 225-229, Bandung. Peserta workshop ini berasal dari perusahaan-perusahaan swasta yang ada di Bandung. Selanjutnya pada tanggal 01 Agustus 2010, penulis kembali diikut sertakan dalam acara workshop yang bertemakan "*Teaching Revolution*", pengadaan workshop ini bekerja sama dengan STEC (Super Tenses English Center). Peserta dari acara workshop ini berasal dari guru-guru yang ada di Bandung, mulai dari guru SMP, guru SMA sampai guru yang mengajar di tempat bimbingan belajar. Workshop ini dilaksanakan di Auditorium Kampus Widyatama.

5. Menjadi *Guide* Peserta Workshop yang Berasal dari Luar Daerah

Sebagai tuan rumah yang baik, penulis diberi kepercayaan untuk menjadi *guide* atau pemandu wisata beberapa peserta workshop acara "Persiapan Badan Publik dalam Implementasi UU No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik", yang berasal dari Kabupaten Natuna, Kepulauan Riau. Karena hotel tempat menginap peserta berada di pusat Kota Bandung yaitu di jalan Asia Afrika, maka penulis mengajak untuk berkeliling ke pusat perbelanjaan yang terkenal di Bandung (Pasar Baru) dan juga ke Alun-alun kota Bandung, yang berada tidak jauh dari tempat peserta menginap.

6. Menjadi Penanggung Jawab Sponsor

Pada acara workshop yang diadakan di Auditorium Kampus Widyatama, penulis diberi kepercayaan untuk menjadi penanggung jawab sponsor pada acara tersebut. Disini penulis bertanggung jawab untuk meng *up-date* pihak sponsor dari toko busana muslim Famous, Astra Daihatsu, FIF, dan juga AJI (Pelatihan Otak Tengah). Selain itu penulis, satu hari sebelum acara berlangsung menghubungi pihak-pihak sponsor untuk menanyakan beberapa pertanyaan, pertanyaan yang diajukan yaitu seperti :

a. Maaf, dari pihak sponsor yang akan hadir untuk menjaga *stand* berapa personil ?
b. Apakah dari pihak sponsor akan menggunakan spanduk atau umbul-umbul tidak ? Jika akan menggunakan, sebaiknya tidak lebih dari lima spanduk atau umbul-umbul.
c. Untuk *loading* barang harus dilakukan satu hari sebelum acara berlangsung pada pukul 15.00 wib, jika tidak bisa boleh pada hari berlangsungnya acara. Namun, harus pagi-pagi pada pukul 06.30 wib. Hal ini dikarenakan acara dimulai pada pukul 09.00 wib dan *stand* akan berada didalam ruangan acara workshop.

Selain menghubungi pihak-pihak sponsor, penulis juga membuat ID dari sponsor yang sudah ada. Untuk kemudian ID tersebut dipasangkan atau dilabelkan pada *stand-stand* tempat para sponsor akan menaruh barangnya. Dan pada saat hari

pelaksanaan workshop, penulis juga bertanggung jawab untuk mendistribusikan konsumsi kepada pihak sponsor.

2.2 Analisis Tentang Humas

Public Relation (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 perwajahan 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.