BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini, akan dibahas mengenai data yang diperoleh dari pengumpulan data melalui kegiatan wawancara, wawancara yang dilaksanakan pada hari rabu tanggal 1 juni 2011 dengan informan 1 yaitu ekky selaku Public Relations Oz Radio 103,1 FM Bandung yang bertempat di kantor Oz Radio 103,1 FM Bandung dalam waktu 1 hari, kemudian wawancara dengan informan 2 yaitu Ayang KD selaku *marketing Communications* yang dilaksanakan pada hari rabu tanggal 1 juni 2011 yang bertempat di kantor Oz Radio 103,1 FM Bandung dalam waktu 1 hari. Hasil penelitian mengenai Strategi *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Wartawan Media Cetak, akan diuraikan dan dibahas pada bab ini.

Data didapatkan dari hasil wawancara, studi pustaka dan penelusuran data *online (internet searching)*, dan juga data-data yang berkaitan dengan fungsi *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung, sehingga peneliti dapat mendeskripsikan hasil penelitiannya. Pada bab ini akan diuraikan semua penjelasan tentang pertanyaan-pertanyaan penelitian yang didapat dari hasil wawancara yang dilaksanakan pada bulan juni 2011.

4.1 Deskripsi Informan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian maka peneliti akan mendeskripsikan data Informan. Data Informan sangat perlu diketahui karena data Informan mempengaruhi perilaku dari setiap Informan, seperti yang dikemukakan oleh HB Sutopo adalah:

> . "Dalam penelitian kualitatif posisi nara sumber sangat penting, sebagai individu yang sangat penting". Informan merupakan tumpuan pengumpulan data bagi peneliti dalam mengungkap permasalahan penelitian. HB Sutopo (2002:50)

Berdasarkan pada deskripsi informan, jumlah informan dalam penelitian ini adalah sebanyak dua orang. Data-data informan adalah sebagai berikut :

1. *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM dijabat oleh Eky. Jenis kelamin Laki-laki beragama Islam dengan pendidikan terakhir S1. Beliau sudah menjadi *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung selama 4 tahun.
2. *Marketing Communications* dijabat oleh Ayang KD. Jenis kelamin laki-laki beragama Islam dengan pendidikan terakhir S1. Beliau sudah menjadi *Marketing Communications* selama 5 tahun.

Saat ini *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dipimpin oleh Eky, yang juga bertindak sebagai informan dalam penelitian ini. Eky, yang memiliki masa jabatan selama kurang lebih 5 tahun, terhitung sejak tahun 2006. Beliau saat ini berusia 27 tahun. Pendidikan terakhir beliau S1 di Universitas Padjajaran (Unpad). Mengingat beratnya beban kerja dan

tanggung jawab yang diemban oleh beliau sebagai *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung, dimana kegiatannya termasuk kegiatan yang tidak mudah dan tidak ringan untuk dilaksanakan.

Dari proses wawancara yang berlangsung, maka peneliti memutuskan perlunya untuk menambahkan jumlah informan sebagai narasumber agar hasil yang didapatkan dari penelitian ini akan semakin lengkap dan akurat. Kemudian yang bertindak sebagai informan kedua adalah Ayang K.D yang saat ini bekerja sebagai *Marketing Communications*. Beliau saat ini berusia 34 tahun, pendidikan terakhir beliau S1 di Universitas Padjajaran (Unpad).

Hal tersebut dikarenakan pekerjaan yang dihadapi tidak hanya menuntut untuk dapat berkerja dengan baik, tapi juga menuntut bagaimana dapat menampilkan suatu tampilan/*image* yang sempurna kepada para publik yang bersangkutan mengenai Oz Radio 103,1 FM Bandung secara keseluruhan.

4.2 Deskripsi Hasil Penelitian

Untuk menganalisis mengenai Strategi *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung pada penelitian ini akan dijelaskan tentang :

4.2.1 Pencarian fakta yang dilakukan *Public Relations* Oz Radio 103.1 FM Bandung Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Wartawan Media Cetak

Pencarian fakta dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak merupakan fungsi dan tanggung jawab dari

Public Relations. Menjalin hubungan baik dengan wartawan merupakan aktivitas yang ditujukan untuk mempererat hubungan antara *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dengan mitra kerjanya.

Bertolak dari paparan diatas adapun tahap-tahap mengenai pencarian fakta dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak yaitu, persiapan pencarian fakta berupa data dokumentasi. Dalam hal ini persiapan pencarian fakta oleh *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung yaitu untuk menentukan pihak terkait. Pihak yang terkait disini diantaranya adalah *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM, *marketing communications*, dan seksi dokumentasi. Persiapan pencarian fakta tersebut dilakukan dengan cara menyiapkan bahan-bahan informasi yang akurat, objektif, dan sesuai dengan fakta dilapangan, misalnya menggelar konferensi pers secara periodik, pengiriman *press release* yang sesuai kebutuhan wartawan dan layak untuk menjadi sebuah berita.

Dalam hal ini adapun definisi menurut Eduard Depari menyatakan bahwa “Kedua belah pihak mempunyai kepentingan dan kepedulian yang sama terhadap informasi. Aktivitas PR dan pers tetap didasarkan pada prinsip yang sama, yakni sebagai mediator yang menjembatani kepentingan pihak yang saling berinteraksi

karena informasi yang disalurkan terkait dengan kegiatan mereka”(Soemirat dan Ardianto 2004: 125).

Untuk selanjutnya tahap yang kedua adalah proses pencarian fakta, dimana dalam proses ini melakukan pencarian fakta melalui wawancara. Wawancara disini mengenai proses keberlanjutan dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak. Selain melakukan wawancara, pihak terkait juga melakukan *Research* melalui artikel di Internet dengan kegiatan *Media gathering strategy*, *media gathering strategy* disini yaitu untuk merancang acara khusus (cenderung informal), sebagai sarana pertemuan atau silaturahmi untuk mempererat hubungan dengan media/wartawan. Contoh: kunjungan ke redaksi media.

Tahap selanjutnya yaitu manfaat dari pencarian fakta, manfaat dari pencarian fakta disini yaitu untuk mencari tahu bentuk kerjasama yang nyata antar media yang berbeda, seperti yang dilakukan oleh *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung salah satunya dengan cara jamuan makan malam kepada para wartawan dari berbagai media.

Manfaat dari pencarian fakta yang selanjutnya yaitu untuk mencari tahu peran dan posisi dari masing-masing pelaksana (*Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung) dan Wartawan serta untuk mencari tahu keuntungan profesional yang muncul dari hubungan

yang terjadi. Tahap selanjutnya adalah kelebihan dan kekurangan pencarian fakta, dalam proses pencarian fakta yang hasilnya berupa data dokumentasi disini ada kelebihan dan kekurangannya masing-masing yaitu, Kelebihan, lebih *aware* terhadap hasil karya yang dilakukan wartawan terkait, dan secara tidak langsung memberikan penghargaan kepada tempat wartawan tersebut bekerja, komunikasi yang terjalin akan menjadi sesuai dengan apa yang telah diharapkan, dan dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Kekurangan, kompetisi antar media akan menjadi runcing, apabila masing-masing pihak tidak dapat menerapkan pola/strategi hubungan yang baik.

4.2.2 Perencanaan dan pemrograman *Public Relations* Oz Radio 103.1 FM Bandung Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Wartawan Media Cetak

Setelah diadakannya pencarian fakta dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak, maka disusun menjadi sebuah perencanaan dan pemograman agar supaya program tersebut dapat sesuai dengan hasil pencarian fakta yang telah dilakukan tersebut. *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dengan pihak manajemen akan merencanakan dan pemrograman kegiatan *Public Relations* setiap tiga bulan sekali, untuk dapat mempersiapkan tujuan dari pencitraan yang ingin didapat melalui hubungan

baik dengan wartawan media cetak. Dengan memberikan informasi tentang adanya kegiatan-kegiatan yang terencana, diantaranya: Konferensi Pers, *Media gathering strategy*, jumpa pers rutin, *Special Event*, Wawancara, Kunjungan ke Kantor Pers, Undangan Peliputan dan *Pres Tour* dimana kegiatatan-kegiatan tersebut bersifat rutin dan *incidental* dengan tujuan agar kegiatan Oz Radio 103,1 FM Bandung dapat dimuat di media cetak. Adapun contoh kegiatan yang ada pada Oz Radio, adalah:

1. **Konferensi Pers**, yaitu kegiatan mengundang wartawan untuk berdialog, dengan materi yang telah disiapkan secara matang oleh penyelenggara, sedangkan sasaran pertemuan itu adalah pemuatan informasi di media massa dengan perantara wartawan yang diundang.
2. **Media gathering strategy**, *media gathering strategy* disini yaitu untuk merancang acara khusus (cenderung informal), sebagai sarana pertemuan atau silaturahmi untuk mempererat hubungan dengan media/wartawan.
3. ***Press Briefing*/jumpa pers rutin.** Dalam kegiatan ini disampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan Lembaga kepada pers, juga diadakan tanggapan atau pertanyaan wartawan. Bedanya dengan konferensi pers, *press briefing* dilakukan secara rutin, bahkan dilakukan untuk hal-hal kecil, sepanjang memiliki nilai berita.

4. ***Special Event,*** yang menyelenggarakan kegiatan khusus yang melibatkan media, misalnya menjadi sponsor lomba penulisan jurnalistik, menyelenggarakan pertandingan olahraga antar wartawan, dsb.
5. **Wawancara,** yaitu bertemunya wartawan dan narasumber dari suatu lembaga untuk menggali informasi atau mengklarifikasi berbagai persoalan, baik menyangkut organisasi, misi, maupun aktivitas kelembagaan.
6. **Kunjungan ke Kantor Pers/ Media Visit,** yaitu melakukan kunjungan ke kantor media dengan tujuan untuk menjalin hubungan kerjasama, mengetahui seluk-berluk kerja media, atau untuk menginformasikan segala sesuatu tentang organisasi, isu yang diangkat, dan aktivitas yang telah/akan dilakukan.
7. **Undangan Peliputan**, yaitu mengundang wartawan untuk melakukan reportase/meliput acara yang Oz Radio Bandung selenggarakan. Wartawan diharapkan melihat langsung kegiatan yang berlangsung. Biasanya pihak Oz Radio Bandung mengirim undangan peliputan untuk media-media yang jarang/tidak bersedia memuat pers rilis.
8. ***Press Tour***, yaitu mengajak kalangan wartawan berkunjung ke suatu lokasi.

Manfaat dari kegiatan tersebut adalah untuk menjalin silaturahmi dan meningkatkan hubungan yang lebih baik lagi antara *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dengan wartawan media cetak, serta memberikan informasi/bahan berita untuk wartawan.

4.2.3 Bentuk komunikasi *Public Relations* Oz Radio 103.1 FM Bandung Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Wartawan Media Cetak

Kegiatan komunikasi dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak yang dilakukan oleh *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung mengacu dan sesuai dengan perencanaan yang dijelaskan sebelumnya. Yaitu dengan cara mengkomunikasikan sesuai dengan bentuk-bentuk komunikasi yang telah direncanakan yaitu langsung dan tidak langsung. Seperti pada perencanaan dan bentuk kegiatan yang dilakukan oleh *Public Relations*, yaitu dengan melaksanakan program Konferensi Pers, *Media gathering strategy*, *Press Briefing/*jumpa pers rutin, *Special Event,* Wawancara, Kunjungan ke Kantor Pers , Undangan Peliputan, dan *Press Tour*. Dari jenis kegiatan yang dilaksanakan Public Relations Oz Radio 103,1 FM Bandung, maka kegiatan komunikasi yang diaplikasikannya berbentuk sistem saluran komunikasi dua arah (*Two way communication*) .

Public Relations Oz Radio 103,1 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak ini menggunakan bentuk pesan *informatif* dan *persuasif*, dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak. Pesan merupakan hal yang sangat penting sebagai suatu alat yang digunakan *Public Relations* dalam menjalin hubungan baik dengan media cetak, seperti yang dikemukakan Effendy (2003): "Pesan (*message*) merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator"(Effendy,2003:18).

1. **Informatif**

   Public Relations Oz Radio 103,1 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak salah satunya adalah dengan cara *informatif*. Memberikan informasi mengenai menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak salah satunya yaitu dengan cara melaksanakan *media gathering strategy*.

2. **Persuasif**

   Public Relations Oz Radio 103,1 FM Bandung juga menggunakan bentuk pesan persuasif, yaitu dengan membujuk, meyakinkan, mempengaruhi, dan menjalin silaturahmi terhadap wartawan media cetak, agar supaya dalam menyampaikan informasi yang berhubungan dengan Oz Radio 103,1 FM menjadi positif. Dari dua bentuk pesan diatas, tujuan dari isi

pesan yang disampaikan *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung adalah terjalinnya hubungan baik dengan wartawan media cetak melalui kegiatan salah satunya yaitu dengan *media gathering strategy* tersebut. Bentuk komunikasi pribadi atau *personal communication* yang dilakukan *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung adalah berhubungan langsung dengan pihak wartawan media cetak baik lewat *telephone, fax* atau *email* atau bertemu bertatap muka secara langsung. Bentuk-bentuk komunikasi tersebut menggunakan sebuah media. Media tersebut terbagi menjadi dua yaitu, media cetak dan media elektronik.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menampilkan pesan dari komunikator kepada khalayak. Dalam hal ini jenis media yang digunakan *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM dalam menjalin hubungan baik dengan media cetak yaitu :

1. Media cetak

   Media cetak adalah salah satu alat atau sarana untuk menyampaikan informasi dari komunikator kepada khalayak. Media cetak yang digunakan *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak

2. Media eleketronik yang digunakan *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung adalah Televisi

4.2.4 Evaluasi dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak

Sebagai tahap terakhir yang dilakukan oleh *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung adalah evaluasi, Evaluasi merupakan hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan oleh karena itu kegiatan tersebut di evaluasi Dengan membuat *database* yang lengkap dari data-data wartawan tersebut, termasuk media tempat yang bersangkutan bekerja, serta struktur redaksi media dari wartawan tersebut Dengan memperhatikan / *scanning* pemberitaan-pemberitaan harian yang dilakukan oleh media tersebut, terutama yang terkait dengan pemberitaan mengenai aktifitas Oz Radio 103,1 FM Bandung ataupun Radio *Competitor*, sehingga menjadi apa yang diharapkan oleh pihak perusahaan ataupun merupakan keberhasilan atau tidaknya kegiatan tersebut dilaksanakan hal ini dilakukan secara rutin setiap tiga bulan sekali, dengan mengumpulkan data-data pemberitaan wartawan media cetak tersebut.

Dalam kondisi menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak, Peneliti melihat adanya pola simbiosis mutualisme, dimana *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dengan wartawan media cetak memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Maksud dari Simbiosis

mutualisme disini adalah interaksi yang saling menguntungkan kedua belah pihak. Kondisi tersebut sebagai dasar evaluasi menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak serta memberikan manfaat melalui update berita terbaru, dan saling memberikan keuntungan yang positif secara hubungan sosial maupun hubungan professional, karena pemberitaan-pemberitaan yang didapat akan memberikan dampak baik bagi Oz Radio 103,1 FM Bandung.

Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung memiliki harapan untuk selalu memberikan pencitraan Radio secara positif, dengan menjalin hubungan baik dengan wartawan secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan dampak pemberitaan positif.

Untuk dapat menjadi seorang *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung, diperlukan sikap yang positif dan sesuai dengan visi misi Radio, dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik, serta dapat melaksanakan, perencanaan, pemrogaman, dan strategi dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak.

Evaluasi perlu dilakukan untuk memberikan gambaran secara umum, untuk dapat memberikan informasi dan tujuan yang ingin dicapai dalam menjalin hubungan dengan wartawan media cetak. Hubungan yang diharapkan adalah hubungan baik, dengan menggaris bawahi mutualisme,

dimana kedua belah pihak saling memberikan keuntungan. Mempertimbangkan masing-masing media memiliki kelebihan.

4.3 Pembahasan

Perencanaan dan penerapan strategi *Public Relations* Oz Radio103,1 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak, semata-mata tidak hanya memberikan keuntungan bagi salah satu kepentingan, dimana pola hubungan yang timbul merupakan sebuah hubungan yang menguntungkan bagi semua. Dengan memperhatikan bahwa *Public Relations* memerlukan publikasi yang berkaitan dengan tempat bekerja, untuk dapat memberikan pencitraan yang baik, dan juga peran wartawan media cetak yang memerlukan sebuah pemberitaan. Hubungan *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dengan wartawan media cetak dilakukan dengan sebuah kesadaran yang didasari oleh perencanaan dan pelaksanaan yang matang, dengan tidak melupakan fungsi dan tanggung jawab masing-masing. Dan diperlukan sebuah strategi yang dipersiapkan dengan baik, untuk dapat dilaksanakan, dan diperlukan adanya evaluasi berkala, untuk memberikan pertimbangan langkah-langkah yang perlu diambil untuk dapat memenuhi visi dan misi dari Oz Radio103,1 FM Bandung.

Diperlukan adanya pengetahuan dan kemampuan yang teruji untuk dapat menjadi seorang *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung, dengan pertimbangan bahwa Oz Radio 103,1 FM Bandung adalah media elektronik yang kegiatannya adalah memberikan informasi kepada masyarakat, begitu juga dengan

media cetak. Namun yang menjadi sebuah kesempatan, adalah media elektronik (Radio) maupun media cetak, serta seorang *Public Relations* dan wartawan memiliki fungsi untuk saling melengkapi. Maka Strategi *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dalam menjalin hubungan yang baik dengan wartawan media cetak, menjadi sebuah perhatian khusus, yang akan memberikan dampak bisnis menguntungkan bagi kedua belah pihak. Apabila dilakukan strategi yang tepat dan disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi. Untuk dapat meningkatkan pencitraan positif dan agar dapat mencapai sasaran yang diinginkan Oz Radio 103,1 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak, yang harus dilakukan *Public Relations* Oz radio 103,1 FM Bandung agar dapat mencapai sasaran yang diinginkan, yaitu melalui strategi *Public Relations*. Strategi *Public Relations* memusatkan pada program-program yang membangun dan mempertahankan hubungan baik dengan wartawan media cetak melalui kegiatan Konferensi Pers, *Media gathering strategy*, jumpa pers rutin, *Special Event*, Wawancara, Kunjungan ke Kantor Pers, Undangan Peliputan dan *Pres Tour*.

Pencarian Fakta yang dilakukan oleh *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak adalah mempersiapkan strategi komunikasi yang efektif. Serta melakukan persiapan pencarian fakta yang hasilnya berupa data dokumentasi, dalam hal ini persiapan pencarian fakta oleh *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung yaitu menentukan pihak terkait, pihak yang terkait disini yaitu *Public Relations* Oz

Radio 103,1 FM Bandung, *marketing communications*, dan seksi dokumentasi serta melakukan wawancara. Sesuatu operasi komunikasi adalah membutuhkan perhatian yang sungguh-sungguh terhadap faktor situasi yang dapat mempengaruhi setiap komunikasi serta pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta, opini yang terkumpul, terutama terhadap validitasnya.

Bentuk komunikasi dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak, Public Relations Oz Radio 103,1 FM Bandung menggunakan komunikasi yang diaplikasikan dari perencanaan sebelumnya berbentuk komunikasi langsung dan tidak langsung dan isi dari komunikasi tersebut menggunakan pesan informatif, persuasif, dan kepercayaan. Salah satu faktor yang dapat menyebabkan komunikasi berhasil adalah dengan adanya kepercayaan komunikan kepada komunikator, kepercayaan ini banyak berkaitan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki komunikator. Dari hasil wawancara, dapat diketahui bahwa *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung memiliki tanggung jawab untuk dapat memberikan pencitraan Radio secara positif dengan menjalin hubungan baik dengan wartawan, secara langsung maupun tidak langsung akan memberikan dampak pemberitaan positif. Untuk dapat menjalin hubungan yang baik dengan wartawan media cetak, seorang *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung, diperlukan sikap yang positif dan sesuai dengan visi misi Radio, dan memiliki kemampuan komunikasi yang baik, serta dapat melaksanakan, perencanaan, pemrogaman, dan strategi dalam menjalin hubungan baik dengan wartawan media cetak.

Evaluasi perlu dilakukan untuk memberikan gambaran secara umum, untuk dapat memberikan informasi dan tujuan yang ingin dicapai dalam menjalin hubungan dengan wartawan media cetak. Evaluasi juga merupakan hasil dari kegiatan yang telah dilaksanakan, oleh karena itu kegiatan tersebut di evaluasi sehingga menjadi apa yang diharapkan oleh pihak perusahaan ataupun merupakan keberhasilan atau tidaknya kegiatan tersebut dilaksanakan.

Hal ini dilakukan secara rutin setiap tiga bulan sekali, dengan mengumpulkan data-data pemberitaan wartawan media cetak tersebut. *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung dapat menciptakan hubungan yang baik dengan wartawan media cetak, untuk dapat memberikan pencitraan positif bagi Oz Radio 103,1 FM Bandung dan strategi yang dilaksanakan oleh *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung telah berhasil dilakukan dengan adanya *feed back* yang positif dari wartawan media cetak tersebut. Salah satunya dalam memberikan berita-berita yang positif mengenai Oz Radio 103,1 FM Bandung dan Sampai saat ini *Public Relations* Oz Radio 103,1 FM Bandung memiliki *image* yang positif dimata para wartawan dan pendengar.