BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Kegiatan Kerja Praktek Lapangan CBL Radio 91.7 FM Bandung

Penulis melaksanakan Kerja Praktek Lapangan di bagian Public Relations di CBL Radio 91.7 FM, dimaksudkan untuk mengetahui lebih lanjut tentang kegiatan-kegiatan apa saja yang ada di bagian Pubic Relations, juga membantu dan mengikuti pembuatan program kerja dan aktivitas yang sudah berjalan pada bagian Public Relations. Kegiatan penulis lakukan selama melakukan praktek kerja lapangan di bagian Public Relations di CBL Radio 91.7 FM antara lain adalah kegiatan rutin dan kegiatan insidentil.

Kegiatan rutin adalah kegiatan yang biasa dilakukan setiap hari. Sedangkan kegiatan insidentil adalah kegiatan yang dilakukan sekali-kali hanya ketika ada event-event tertentu saja, tidak setiap hari dilakukannya.

Berikut adalah jadwal kegiatan selama penulis melakukan PKL :

Tabel 2.1

Kegiatan Pelaksanaan Kerja Lapangan (PKL)

HARI/TANGGAL	KEGIATAN	SIFAT	
		RUTIN	**INSIDENTAL**
Senin **04/07/2011**	• Perkenalan • Membuat Form OB VAN goes to school • *Briefing*	✓	✓ ✓
Selasa **05/07/2011**	• Membuat surat penawaran • Product knowladge	✓ ✓	
Rabu **06/07/2011**	• Analisis Proposal • Rekapitulasi sms	✓ ✓	
Kamis **07/07/2011**	• Deskripsion Event • Membuat surat penawaran	✓ ✓	
Jumat **08/07/2011**	• Analisis iklan • Event back to school di Balubur	✓	✓
Senin **11/07/2011**	• Membuat Form OB VAN goes to school	✓	
Selasa **12/07/2011**	• Memuat surat penawaran • Rekapitulasi polling sms	✓ ✓	
Rabu **13/07/2011**	• Analisis Proposal • Rekapitulasi sms	✓ ✓	
Kamis **14/07/2011**	• Deskripsion Event • Membuat surat penawaran	✓ ✓	
Jumat **15/07/2011**	• Analisis iklan • Event Fame station	✓	✓
Senin **18/07/2011**	• Membuat Form OB VAN goes to school	✓	
Selasa	• Membuat surat	✓	

Sumber : Arsip CBL Radio 91.7 FM (2011)

I.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan CBL Radio 91.7 FM Bandung

Penulis mendeskripsikan kegiatan selama PKL yang terdiri dari kegiatan rutin dan kegiatan insidental, sebagaimana tercantum dalam tabel 2.1. adalah sebagai berikut :

I.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin CBL Radio 91.7 FM Bandung

Kegiantan rutin merupakan tugas keseharian yang dilakukan penulis selama PKL, yaitu membantu staf Divisi *PR & Marcomm,* terdiri dari :

1. **Membuat Surat Penawaran Ke Perusahaan**

Ditujukan kepada perusahaan-perusahaan untuk menawarkan kerjasama dengan CBL Radio 91.7 FM Bandung seperti : Iklan, penyiaran Off Air / On Air, OB Van dan sebagainya. Dalam mengerjakan surat penawaran, penulis memasukkan nama perusahaan, nama pimpinan, maksud dan

tujuan kerjasama untuk kegiatan atau event yang diselenggarakan oleh perusahaan tersebut.

I.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidental

Kegiatan insidental merupakan tugas yang dikerjakan oleh penulis hanya sekali atau disesuaikan dengan kondisi. Yang termasuk kegiatan insidental selama PKL antara lain:

1. ***Briefing***

Pada hari pertama PKL, penulis mengikuti briefing bersama dengan perwakilan staf Divisi PR & Marcomm untuk membahas perihal:

- Prosedur atau peraturan yang harus dijalankan selama PKL, antara lain: jam kerja, pakaian, dan absensi
- Tempat atau divisi pelaksanaan PKL dan mentor PKL.

Penulis langsung di tempatkan di divisi PR & Marcomm, bahkan langsung di libatkan dalam sebuah event.

2. ***Product Knowledge***

Hari kedua PKL, PKL ditempatkan di Divisi PR & Marcomm CBL Radio 91.5 FM Bandung. Kegiatan yang ditugaskan kepada penulis adalah product knowledge. Melalui kegiatan ini, penulis di harapkan dapat mengetahui apa saja produk dan jasa (layanan) CBL Radio 91.5 FM

Bandung. Dari kegiatan ini penulis memperoleh produk dan jasa (layanan) CBL Radio, yaitu sebagai berikut :

a. Produk Iklan CBL Radio 91.5 FM

1. Loose spot

Adalah iklan yang ditayangkan dengan durasi 1 menit yang telah diproduksi dan menonjolkan materi promosi dan ditambah dengan backsound (musik latar) bisa berupa lagu ataupun jingle perusahaan sehingga iklan tersebut lebih enak terdengar dan tidak membosankan.

2. Adlips

Adala iklan yang ditayangkan dalam bentuk bacaaan, bisa seperti membaca berita atau bisa juga seperti sebuah ajakan dengan durasi 1 menit. Iklan ini lebih terdengar menarik karena langsung dibaakan oleh penyiar (CJ) dan dengan cara yang mengajak.

3. Live Reportase

Sebuah laporan langsung dengan durasi 3-5 menit dari tempat diselenggarakan event atau acara yang sedang berlangsung, bisa juga tentang laporan sebuah kejadian yang dipenutupnya disebutkan nama sponsor, misalnya laporan lalu lintas disponsori oleh perusahaan X.

4. Time Signal

Iklan yang ditayangkan sebagai penunjuk waktu, misalnya penunjuk waktu adzan magrib dll dengan durasi 3 menit

5. ***Insert***

Sebuah tayangan yang berisi pesan-pesan atas himbauan tertentu, bisa juga bersifat kaa-kata bijak yang diproduksi dan dengan penyebutan nama dan perusahaan/instansi yang mensposori insert tersebut.

6. **Kuis**

Sebuah tayangan interaksi dengan pendengar yang memberikan pertanyaan-pertanyaan tentang sebuah produk dengan memberikan hadiah kepada pendengar yang berhasil menjawab pertanyaan dari sponsor atau yang telah ikut berinteraksi.

7. ***Tips***

Sebuah tayangan yang memberikan tips tentang sesuatu kepada pendengar yang langsung dibacakan oleh penyiar dan penyebutan nama sponsor tersebut.

8. ***Talkshow (Full Blocking Dan Semi Blocking)***

Talkshow adalah tayangan interkasi yang berdurasi 1 jam antara penyiar dan narasumber dari perusahaan/instansi dan melibatkan pendengar yang ingin lebih tahu tentang sebuah produk/acara yang seang dibicarakan. Dalam talkshow akan bisa dijelaskan secara rinci tentang materi dan isi yang dibicarakan sehingga pendengar akan menjadi lebih jelas dan lebih mengenal produk. Perbedaan full blocking dan semi blocking adalah dari iklan yang ditayangkan. Apabila full blocking berarti selama talkshow tersebut tidak ada penayangan iklan produk lain selain materi talkshow, sedangkan untuk semi blocking akan ada penayangan iklan produk lain kecuali kompetitor.

9. **Sponsor Program**

   Penayangan program regular ataupun non regular dengan sponsor pnuh dari produk dan dengan mengkombinasikan spot, adlips, dll.

10. **Flash**

    Iklan yang hampir sama dengan adlips tapi dengan durasi yang lebih singkat yaitu 3 detik.

a. CBL Van

Sebuah kendaraan yang dirancang untuk mendukung *Brand Actiativation* maupun segala aktivitas off-air seperti l.ive music, festival, gathering, dan sebagainya, agar tercipta *awareness* dimata para pendengar CBL Radio. OB Van

memberikan *live report* dari CBL *spotlight* melalui udara sehingga dapat dinikmati langsung oleh "teman CBL" dimanapun.

Profesionalisme adalah mutlak untuk CBL Radio sebagai media yang berbasis anak muda, dan kreatifitas menjadi bagian terpenting dari seluruh kegiatan CBL Radio sebagai media lokal.

b. **CBL Radio *Off-Air***

CBL Radio sebagai sebuah media yang kreatif dan inovatif memiliki kemampuan untuk menciptakan sebuah kegiatan *off-air* baik yang bersifat *commercial* maupun *promotional*. Sebuah sarana yang menarik yang dikemas secara profesional dengan melibatkan tangan-tangan kreatif untuk menghasilan *impact* yang lebih besar dan luas.

c. **CBL *Radio adalah Promotion Partner***

Dalam menghadapi persaingan media, CBL Radio mencoba menjadi yang terdepan dengan berbagai terobosan inovatif dalam ide-ide kreatif yang muncul dari tangan anak mudanya yang salah satunya dengan menggunakan teknologi berbasis internet melalui Web 2.0 dan juga *live streaming* yang dapat diakses kapan dan dimanapun.

Dengan kemajuan teknologi yang telah dicapai menjadikan CBL Radio sebagai partner yang tepat untuk memperomosikan produk kepada "teman CBL" yang berusia 15-45 tahun dengan sosial ekonomi kelas menengah keatas.

Dengan sistem yang telah terintegrasi antara *on-air* dan *off-air,* dan aktifitas internet, CBL Radio memberika jaminan yang menguntungkan bagi setiap upaya promosi.

2.3 Analisis Kegiatan Kerja Lapangan

Marcomm merupakan salah satu divisi di CBL Radio Bandung, yang didalamnya terbagi beberapa bagian yaittu, Marketing, PR, dan Event Promotion. Tugas Marcomm adalah membuat program jangka panjang dan jangka pendek dalam hal pemasaran produk dan jasa radio, memelihara dan menjaga hubungan baik dengan klien, menjaga company image dan brand image serta member kepuasan kepada klien. Public Relation merupakan salah satu dari divisi Marcomm atau yang di kenal Marketing Komunikasi, dalam divisi Marcom CBL Radio Bandung, Public Relation yang bertugas membuat suatu ide atau suatu event-event yang akan diadakan oleh perusahaannya dan mensponsori berbagai acara untuk lebih mengenalkan CBL Radio pada khalayak.

Saat melakukan kegiatan praktek kerja lapangan selama satu bulan penulis merasakan ada kesamaan dengan yang dipelajari pada perkuliahan umunya Kegiatan Praktek Kerja Lapangan seperti membuat surat Keja Sama dalam proses pembuatan surat ini *public relations CBL Radio 91.7 FM Bandung* harus melakukan *client visit* kepada pihak yang ingin meggunakan jasa *CBL Radio 91.7 FM Bandung* dalam penyampaian informasi kemudian membuat perjanjian yang tertulis pada surat Kerja Sama yang di tandatangani oleh masing-masing pihak sangat jelas kaitannya dengan jenis-jenis kegiatan PR menurut (Frank Jefkins),

2004 yaitu ” menulis dan membuat bahan-bahan cetakan seperti literature pendidikan, sejarah perusahaan, laporan-laporan tahunan, literature pelantikan pegawai baru, aneka poster yang bersifat mendidik untuk sekolah, pegawai baru “.

Adapun kegiatan lain seperti “ membuat surat penawaran, membuat surat Form OBVAN, menganalisa atau mengedit surat persetujuan “, begitu juga dengan kegiatan PKL yang dilakukan penulis sebagai *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam kegiatannya tersebut penulis belajar membentuk *image* melaui Citra Indonesia dimana identitas *CBL* Radio 91.7 FM Bandung sebagai Radio anak muda dapat diperkenalkan kepada masyarakat kota Bandung.

Reportase merupakan salah satu kegiatan di CBL radio. Pengertian dari Reportase adalah kegiatan jurnalistik dalam meliput langsung peristiwa atau kejadian di lapangan. Wartawan mendatangi langsung tempat kejadian atau TKP (Tempat Kejadian Perkara) lalu mengumpilkan fakta dan data seputar peristiwa tersebut.

Talkshow juga merupakan salah satu kegiatan yang dijalani selama proses Prakter Kerja Lapangan. Dewasa ini *Talkshow* merupakan program primadona. Sebab, bisa disiarkan secara langsung/interaktif dan atraktif. Ditambah lagi dengan sifatnya yang menghibur, karena salah satu “keharusan” sifat berita radio, yang sampai sat ini masih mengundang kontroversi. *Entertainment* sebenarnya bukan sekedar menghibur, melainkan dinamis dan hidup. Oleh karena itu, peran pemandu/moderator sangat menentukan sukses tidaknya acara ini. Pilihlah

pemandu yang tidak emosional, *fair*, dan rapi dalam menjelaskan fakta atau pini kepada pendengar.

Metode *Talk Show* menurut Klaus Kastan, indstruktur radio dari Munchen Jerman, adalah Harley, yaitu *Harmony, Actual, Resposible, Leading, Entertainment,* dan *Yield.* Istilah disebut dikenal dengan_talk show skill, berupa kemampuan pemandu dalam melakukan beberapa tindakan yang meliputi : mengambil keputusan, menyusun topik dan pertanyaan dengan cepat, memotong pembicaraan narasumber yang melenceng, dan lain sebagainya.