PROSES *PUBLIC RELATIONS* OZ RADIO 103.1 FM BANDUNG MELALUI KEGIATAN OB VAN DALAM MENJAGA EKSISTENSI PERUSAHAANNYA

(Studi Deskriptif Mengenai Proses *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung Melalui Kegiatan OB Van dalam Menjaga Eksistensi Perusahaannya)

ARTIKEL

Oleh :

Lusy Meilani

NIM. 41809086

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI HUMAS

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

BANDUNG

2013

ABSTRACT

THE PROCESS PF PUBLIC RELATIONS OZ 103.1 RADIO FM BANDUNG THROUGHT AN ACTIVITY OB VAN IN MAINTAINING EXISTENCE OF THEIR COMPANIES

(the study of descriptive regarding the process of Public Relations oz 103.1FM radio Bandung through an activity ob van in maintaining existence of the company)

By:

Lusy Meilani

NIM. 41809086

This research under guidance :

Olih Solihin.,S.Sos.,M.I.Kom

This research was meant to find out how the process of Public Relations OZ 103.1 FM Radio Bandung through an activity ob van in maintaining existence of the company by the use of fact finding, planning, communication, and evaluation be is performed.

The approach used in this research is qualitative and methods used is descriptive, the technique of the collection of data used is interview observation, the study of pustaka, documentation, internet searching. An object in this research is OZ radio Bandung and the subject of his research is Public Relations oz 103.1 FM Radio Bandung and four people informer. By using purposive of sampling techniques

This research result showed stage fact finding done by Public Relations OZ 103.1 FM Radio Bandung through through an activity ob van in maintaining existence of his company of course by diagnosticate public by providing information about the activities of ob van to a hearer in apply them through planing and programming stage with conducting any activity road-show in the cities of bandung communicating stage of the activities done by means of interact directly with the listeners in a face to face, and on the stage evaluation by improving performance, and extending the range through stages thas's the Public Relations come into being or not.

Conclusion research is that the process of Public Relations OZ FM Radio Bandung 103.1 through through an activity ob van in maintaining existence of the company is an activity that is used by Public Relations OZ 103.1 FM Radio Bandung in achieving an aim which is willed by oz 103.1 FM Radio Bandung is to keep the existence of his company.

Suggestions that researchers say is't would be nice to improve performance in external activities or in holding an event that is held not only in the success of activities specific to OB Van that carried out by the Public Relations 103.1 FM OZ Radio Bandung future.

Keywords: Public Relations Process, Descriptive, Existence, Radio

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Radio masih menempati posisi cukup penting sebagai salah satu media penyedia dan penyiar informasi bagi masyarakat luas. Hal ini karena radio memiliki kemudahan akses yang tidak terkalahkan media lainnya. Di samping itu, tingkat portabilitas yang tinggi membuatnya menjadi pilihan yang diminati masyarakat. Radio adalah teknologi yang digunakan untuk pengiriman sinyal dengan cara modulasi dan radiasi elektromagnetik (gelombang elektromagnetik).

Oz Radio 103.1 FM Bandung adalah satu dari sedikit radio anak muda yang mampu bertahan 40 tahun dan menjadi pelopor dalam berbagai inovasi sebuah radio siaran. Sejak berdiri 40 tahun yang lalu, Oz Radio 103.1 FM Bandung memiliki konsep kesatuan kegiatan *off air* sebagai pendukung kegiatan *on air* yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Hal ini menjadikan Oz Radio 103.1 FM Bandung sebagai pelopor dalam kegiatan *off air* yang diselenggarakan oleh radio siaran.

Bidang *Public Relations* (PR) atau lebih dikenal Hubungan Masyarakat (Humas) mengalami kemajuan cukup pesat beberapa tahun terakhir. *Public Relations* menjadi fenomena tersendiri diakhir abad ke-20 dan awal ke-21. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang sudah menggunakan jasa para *Public Relations* untuk menghadapi tantangan di dunia usaha khususnya dunia *broadcast*

seperti radio yang semakin signifikan sehingga fungsi *Public Relations* dapat mempermudah dalam mencapai tujuannya.

Kehadiran *Public Relations* sangat dibutuhkan karena merupakan salah satu dari elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif. Arti penting *Public Relations* adalah sebagai sumber informasi terpercaya pada era globalisasi seperti saat ini. *Public Relations* mencakup semua bentuk komunikasi yang terselenggara atara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang berkepentingan dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu menerapkannya, selama ia masih menjalin kontak dengan manusia lain. (Anggoro, 2001).

Untuk mencapai efek yang tinggi dalam kegiatan OB Van Oz Radio bandung harus di adakannya proses Operasional *Public Relations*. Proses operasional *Public Relations* haruslah melalui 4 tahapan yaitu :

1. *Fact-Finding* (Pencarian Fakta)
2. *Planning and Programming* (Perencanaan)
3. *Communicating* (Bentuk Komunikasi)
4. *Evaluation* (Evalusi) (Abdurrachman, 2001 : 31)

Dari penjabaran latar belakang masalah tersebut, maka diperoleh rumusan masalah yaitu ”Bagaimana Proses *Public Relations* Oz Radio 103.1 FM Bandung Melalui Kegiatan OB VAN Dalam Menjaga Eksistensi Perusahaannya?”

1.2. Identifikasi Masalah

Rumusan Masalah Mikro

1. Bagaimana Pencarian Fakta (*Fact-Finding)* yang dilakukan *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung Melalui Kegiatan OB VAN Dalam Menjaga Eksistensi Perusahaannya?
2. Bagaimana Perencanaan dan pemograman (*Planning and Programming)* yang dilakukan *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung Melalui Kegiatan OB VAN Dalam Menjaga Eksistensi Perusahaannya?
3. Bagaimana Bentuk Komunikasi (*Communicating*) yang disampaikan *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung Melalui Kegiatan OB VAN Dalam Menjaga Eksistensi Perusahaannya?
4. Bagaimana Evaluasi (*Evaluation)* yang dilakukan *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung Melalui Kegiatan OB VAN Dalam Menjaga Eksistensi Perusahaannya?

II. METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Rakhmat dalam bukunya “Metode Penelitian Komunikasi” mengemukakan bahwa metode ini mempunyai ciri – ciri sebagai berikut :

1. Mengumpulkan informasi aktual secara terperinci yang melukiskan masalah yang ada.
2. Mendefinisikan masalah atau memeriksa kondisi praktek – praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama pada masa yang akan datang. (Rakhmat, 1984 : 25)

Bogdan dan Taylor, mengatakan bahwa "metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang di amati. Pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh)" (Moleong, 2002 : 3)

III. PEMBAHASAN

Penelitian ini menggunakan pendekaran kualitatif dengan judul Proses *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melalui kegiatan OB Van dalam menjaga eksistensi perusahaannya.

Dari hasil penelitian terlihat bahwa proses *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melalui kegiatan OB Van dalam menjaga eksistensi perusahaannya dapat dinilai cukup baik. Dalam penelitian ini akan berusaha membahas permasalahan yang di angkat oleh peneliti. Disini proses *Public Relations* sangat di butuhkan untuk dapat terlaksananya kegiatan yang di lakukan oleh OZ Radio 103.1 FM Bandung dengan baik.

Dalam penelitian ini menggunakan tahap-tahap proses operasional *Public Relations* menurut Oemi Abdurrachman (2001 : 31) dalam bukunya *Dasar-dasar Public Relations*, yang di kutip dari Cultip & Center (1961) dimana untuk mencapai efek yang tinggi dalam kegiatan komunikasi proses operasional *Public Relations* haruslah melalui 4 tahapan yaitu :

1. Fact-finding

Pada tahap *Fact finding* diharapkan bahwa *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung berusaha mencari keterangan yang merupakan data dokumentasi dari pendengar OZ Radio 103.1 FM Bandung, memberitahukan kepada khalayak mengenai kegiatan OB Van. Dalam aplikasinya OZ Radio 103.1 FM Bandung melakukan proses pencarian fakta sebelum melakukan kegiatan OB Van. Seperti yang di ungkapkan juga oleh Adam Wahyu menganai proses pencarian fakta ini yaitu Mengumpulkan data-data informasi yang akurat, objektif, dan sesuai dengan fakta di lapangan melalui wawancara kepada pendengar OZ Radio mengenai kegiatan OB Van ini. (sumber, penelitian 2013). Proses pencarian fakta dilakukan dengan mengetahui khalayak sasaran dari OZ Radio 103.1 FM Bandung senidri, dimana khalayak sasarannya sendiri adalah dewasa dan remaja.

Adapun manfaat dari pencarian fakta tersebut adalah untuk mencari tahu apakah dengan adanya kegiatan OB Van ini masyarakat atau pendengar lebih mengenal mengakui keberadaan OZ Radio 103.1 FM Bandung

2. Planning and Programming

Pada tahap *Planning and Programing* dalam tahap ini *Public Relations* dan penyiar OZ Radio 103.1 FM Bandung menyusun perencanaan dari hasil data yang diperoleh. *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melihat selama kurang lebih 2 minggu, selama itu divisi *Public Relations* melakukan meeting bersama untuk membicarakan kegiatan OB Van ini, apakah berjalan sesuai yang di harapkan atau tidak. (sumber, penelitian 2013). Segala informasi mengenai kegiatan OB Van disaring oleh *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung dan di tinjau kurang lebih selama 2 minggu kemudian setelah di tetapkan dan di ambil keputusan secara bersama divisi yang berkaitan langsung dengan kegiatan OB Van yang hasilnya kemudian menetapkan kegiatan OB Van agar tatap berlangsung.

Untuk dapat terlaksananya kegiatan OB Van ini ada beberapa pihak yang terlibat dalam tahap *planning and programming* ini di antaranya adalah pihak OZ Radio di dalam OZ Radio 103.1 FM Bandung (*on air*) seperti *Public Relations*, Penyiar, operator Program lalu Pihak di dalam OZ Radio 103.1 FM Bandung *(off a*ir) seperti *Off air Manager,* OB Van. Dan ada juga pihak di luar OZ Radio 103.1 FM Bandung yaitu kepolisian.

3. Communicating

Pada tahap *communicating* dari proses *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melalui kegiatan OB Van dalam menjaga eksistensi perusahaannya, dalam prosesnya kegiatan OB Van harus berjalan sesuai dengan fakta dan perencanaan yang telah disusun agar kegiatan OB Van ini

dapat menarik minat pendengar. Dengan melihat antusiasme pendengar terhadap kegiatan ini melalui interaksi secara langsung pada saat berlangsungnya kegiatan OB Van. Untuk dapat menjadi seorang *Public Relations* yang baik diperlukan sikap positif dan sesuai dengan visi misi Radio, mempunyai kemampuan dalam berkomunikasi yang baik, dapat melaksanakan proses *Public Relations* seperti pencarian fakta, perencanaan, bentuk komunikasi, dan evaluasi sesuai harapan. (sumber, penelitian 2013).

Adapun kegiatan-kegiatan yang di lakukan kegiatan OB Van OZ Radio 103.1 FM Bandung, seperti membagikan *marchindise* dan *flyer* dari beberapa sponsor yang membantu suksesnya kelangsungan kegiatan OB Van ini.

Selain *roadshow* yang dilakukan kegiatan OB Van OZ Radio 103.1 FM Bandung, OB Van juga mempunyai kegiatan-kegiatan lainnya, program acara kegiatan OB Van lainnya tersebut adalah acara "L.A *Lights* NGORBIT Rosemary" ngobrol sambil ngabuburit, acara ini merupakan salah satu bentuk kerjasama yang saling menguntungkan antara OZ Radio 103.1 FM Bandng dengan pihak sponsor yaitu *L.A Lights* dimana tujuan utamanya yaitu sama-sama untuk membentuk citra positif dari masyarakat terhadap Oz Radio Bandung dan *L.A Lghts*. Acara ini merupakan strategi PR yang dijalankan oleh divisi *off air* dan OB Van dengan menghadirkan *special event* ditengah masyarakat guna untuk membangun kepercayaan masyarakat dan membentuk citra yang positif dari masyarakat dan dengan acara ini pihak sponsor pun

bisa ikut serta terlibat dalam promosi produknya dengan membuka *stand* khusus penjualan produknya.

Selain acara "L.A Lights NGORBIT Rosemary" OZ juga mempunyai program acara kegiatan OB Van lainnya seperti acara "saOZ" sahur bareng OZ Radio 103.1 FM Bandung. Seperti yang di ungkapkan oleh Adam Wahyu sebagai berikut:

> "Program acara kegiatan OB Van yang lain adalah "saOZ" ini yaitu siaran *on air* diluar studio menggunakan OB Van OZ Cruiser ditempat-tempat tertentu yang biasanya ramai dilewati masyarakat, biasanya kita mnegadakan acara saOZ dijalan Ir.H.Djuanda tepatnya dijalan Simpang Dago dan di Dago OZ Area". (Adam, 18 Juni 2013)

Maka dengan program acara pada kegiatan OB Van yang cukup jarang dilakukan oleh radio-radio lain dikota Bandung ini OZ Radio 103.1 FM Bandung hadir memberi warna yang berbeda sehingga menumbuhkan opini dari masyarakat yang kemudian dapat menjadikan OZ Radio 103.1 FM Bandung tetap diakui keberadaanya di kota Bandung.

4. Evaluation

Tujuan utama evaluasi adalah untuk mengetahui apakah tujuan *Public Relations* benar-benar telah dilaksanakan sesuai rencana berdasarkan hasil penelitian atau tidak. Penilaian untuk mengetahui sampai dimana kelancaran kegiatan *Public Relations* yang telah berlangsung (Abdurrachman, 2001 : 33)

Proses yang terakhir adalah evaluasi. Evaluasi merupakan hasil yang didapatkan setelah semua proses kerja humas tersebut dilaksanakan. Untuk mengetahui tercapainya proses *Public Relations* benar-benar telah dilakukan sesuai dengan keinginan pendengar dan divisi OZ Radio 103.1 FM Bandung.

Secara umun kegiatan *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung telah berjalan sesuai dengan apa yang menjadi sasaran yang ingin dicapai, hal ini dapat dilihat dari bentuk-bentuk kegiatan yang selama ini sudah rutin dilakukan seperti kegiatan yang dilakukan *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung telah sesuai dengan harapan untuk menjaga eksistensi perusahaannya.

Proses kerja *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melalui kegiatan OB Van bertujuan untuk menjaga eksistensi perusahaan OZ Radio 103.1 FM Bandung, memberikan sesuatu yang baru kepada masyarakat atau pendengar.

IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa proses *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melalui kegiatan OB Van dalam menjaga eksistensi perusahaannya, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap *Fact-Finding* yang Dilakukan oleh *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melalui kegiatan OB Van dalam menjaga eksistensi perusahaannya, yaitu mengetahui khalayak sasaran dari OZ Radio 103.1 FM Bandung senidri, dimana khalayak sasarannya sendiri adalah dewasa dan remaja.

2. Tahap *Planning and Programing* yang Dilakukan oleh *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melalui kegiatan OB Van dalam menjaga eksistensi perusahaannya, yaitu :
    a. *Public Relations* dan penyiar OZ Radio 103.1 FM Bandung menyusun perencanaan dari hasil data yang diperoleh.
    b. Menetapkan kegiatan OB Van agar tatap berlangsung.
    c. OZ Radio 103.1 FM Bandung sebagai penyelenggara kegiatan OB Van dapat menyampaikan informasi yang paling *update* mengenai kegiatan OB Van
3. Tahap *Communicating* yang Dilakukan oleh *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melalui kegiatan OB Van dalam menjaga eksistensi perusahaannya, yaitu :
    a. mengkomunikasikan kepada khalayak khususnya pendengar bahwa OZ Radio mempunya kegiatan OB Van yang memungkinkan pendengar dapat berinteraksi atau bertemu langsung dengan radio kesayangannya.
    b. mengundang pendengar untuk ikut interaktif dalam kegiatan OB Van baik secara *face to face.*
4. Tahap *Evaluation* yang Dilakukan oleh *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melalui kegiatan OB Van dalam menjaga eksistensi perusahaannya, yaitu :
    a. memperbaiki kinerja para crew baik *on air* atau *off air* yang terkait langsung dengan kegiatan OB Van ini.

b. Evaluasi dilakukan setiap saat untuk mencari tahu apa saja yang sedang marak dikalangan remaja maupun dewasa, jenis acara apa saja yang sedang diminati dan sebagainya.

5. Proses *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung melalui kegiatan OB Van dalam menjaga eksistensi perusahaannya, yaitu :

   a. Proses *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung benar-benar telah dilaksanakan sesuai dengan program perencanaan *Public Relations* OZ Radio 103.1 FM Bandung yang telah berlangsung.
   b. Kegiatan OB Van ini juga bisa membuat para pendengar OZ Radio 103.1 FM Bandung bisa bertemu dengan penyiar dan crew OZ Radio 103.1 FM Bandung

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Abdurrachman, Oemi. 2001. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.

Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa*. Cetakan pertama edisi revisi. Bandung: Simbiosa.

Effendy, Uchjana. Onong. 1997. *Ilmu Komunikasi*: Teori dan Praktek. Bandung : PT Remaja Rosda Karya

Effendy, Uchjana. Onong. 2003. *Ilmu Komunikasi*: Teori dan Praktek. Bandung : PT Remaja Rosda Karya

Jefkins, Frank. 1998. *Public Relations* . Jakarta : Erlangga.

Jefkins, Frank., & Yadin, Daniel. 2002. *Public Relations* edisi ke-4. Jakarta : Erlangga.

Jefkins, Frank., & Yadin, Daniel, 2003. *Public Relations* edisi ke-5. Jakarta : Erlangga

Moleong, Lexy J. 2002. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaludin. 1984. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Rismawaty. 2008. Kepribadian & Etika Profesi. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Rosgandika, Mulyana. 2005. *Metodologi Penelitian*, Bandung : Universitas Komputer Indonesia

Ruslan, Rosady. 1998. *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi.* Jakarta : Rajawali

Ruslan, Rosady. 2010. Etika Kehumasan konsepsi an aplikasi. Jakarta : Rajawali

Satori, Djam'an.2009. *Metodologi penelitian kualitatif* , Bandung : PT Alfabeta

B. Sumber lain

Company Profile Oz Radio 103.1 FM Bandung

Fegha Arvianti Putri, 43309015, 2012. Strategi *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung Dalam Menarik Minat pendengar Melalui Kegiatan *OFF AIR*

Iwan Nugraha, 43307003, 2011. Strategi *Public Relations* Oz Radio 103.1 FM Bandung Dalam Menjalin Hubungan Baik Dengan Wartawan Media Cetak

C. Internet

http://asal-usul-motivasi.blogspot.com/2010/10/asal-usul-radio-dan-perkembangannya.html (Sabtu 23/03/2012. 19.32 WIB)

http://ozradiobandung.com/home/ (Sabtu 23/03/2012. 19.32 WIB)

http://elib.unikom.ac.id (Sabtu 23/03/2012. 20.19 WIB)