BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. Batam TV selama 28 hari dimulai dari tanggal 15 Juli 2013 hingga 15 Agustus 2013. Pada saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Batam TV, penulis ditempatkan di Divisi Redaksi. Pada awal pertemuan dengan pembimbing kerja praktek Divisi penulis di jelaskan dan diberi pengarahan tentang apa saja yang harus di taati dan dikerjakan selama mengikuti Praktek Kerja Lapangan. Aktifitas yang dilakukan penulis selama Praktek Kerja Lapangan di PT.Batam TV dibagi menjadi dua bagian yaitu rutin dan insidentil.

Kegiatan rutin adalah kegiatan pokok atau tugas utama yang diberikan oleh pembimbing ketika kegiatan pokok atau tugas utama yang diberikan oleh pembimbing ketika pratek kerja lapangan, kegiatan rutin atau tugas utama yang dilakukan oleh penulis selama PKL adalah menjadi editor dibidang *news* Batam TV yaitu pembuatan narasi berita. Sedangkan kegiatan insidentil adalah kegiatan yang sifatnya terkadang diberikan oleh pembimbing PKL seperti menjadi reporter, kameramen, dan membuat info atau berita kehilangan. Berikut jadwal kegiatan penulis ketika melakukan Praktek Kerja Lapangan di Batam TV.

Tabel 2.1

Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan di PT.Batam Multimedia Televisi

No	Tanggal/Bulan/Tahun	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	**Insidentil**
1	15 Juli 2013	Pengecekan video berita yang terbaru mulai dari *text*,gambar ataupun suara dari pusat kepulauan riau Tanjung Pinang TV.	-	**V**
2	16 Juli 2013	Mengikuti pembuatan berita beserta cameramen dan reporter Batam TV mengenai sesosok Pemimpin Graha Pena yaitu Bpk.Ridha	-	**V**
3	17 Juli 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai makanan khas dibulan Ramadhan.	**V**	-
4	18 Juli 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai makam bersejarah.	**V**	-

5	19 Juli 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai makam sejarah.	**V**	-
6	20 Juli 2013	Mengikuti pembuatan berita beserta kameramen dan reporter Batam TV meliputin tragedi terjadinya bencana kebakaran dibaloi kota Batam.	-	**V**
7	22 Juli 2013	Pembuatan narasi berita yang diambildari situs *www.youtube.com*, mengenai pernak-pernik dibulan ramadhan.	**V**	-
8	23 Juli 2013	Mengikuti pembuatan berita beserta kameramen dan reporter Batam TV mengenai Bantuan sumbangan terhadap anak yatim-piatu di Batam	-	**V**
9	24 Juli 2013	Menjadi kameramen dalam pengambilan gambar visual.	-	**V**
10	25 Juli 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai Tempat Sejarah.	**V**	-
11	26 Juli 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita mengenai Kenaikan harga sembako	-	**V**

12	27 Juli 2013	Pengambilan gambar di hotel novotel mengenai Pidato walikota Batam dan buka bersama dibulan Ramadhan.	-	**V**
13	29 Juli 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita yang berjudul Untung penjual buah tak semanis buahnya.	-	**V**
14	30 Juli 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita yang berjudul Pengusaha Nagoya, jamin parselnya halal.	-	**V**
15	31 Juli 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita mengenai Kue lebaran.	-	**V**
16	1 Agustus 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita mengenai Keu takjil.	-	**V**
17	2 Agustus 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita mengenai Masjid raya batam.	-	**V**
18	3 Agustus 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita mengenai Bazaar.	-	**V**
19	5 Agustus 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai Minuman khas dibulan Ramadhan.	**V**	-

20	6 Agustus 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai Kebiasaan di bulan Idul fitri	**V**	-
21	7 Agustus 2013	Cuti bersama menjelang Hari Raya Idul Fitri		
22	8 Agustus 2013	Cuti bersama menjelang Hari Raya Idul Fitri		
23	9 Agustus 2013	Libur		
24	10 Agustus 2013	Libur		
25	12 Agustus 2013	Izin sakit		
26	13 Agustus 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai atribut	**V**	-
27	14 Agustus 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai kemerdekaan Indonesia.	**V**	-
28	15 Agustus 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita mengenai harga sembako.	-	**V**

Sumber : Data penulis 2013

2.2 Deskripsi Kegiatan PKL

Pada bagian ini penulis akan menggambarkan mengenai kegiatan-kegiatan selama PKL di PT Batam Multimedia Televisi secara detail setiap jenis kegiatannya. Aktivitas kerja terbagi dua yaitu aktivitas rutin dan

aktivitas insidental. Aktivitas yang bersifat rutin merupakan aktivitas kerja yang dilakukan secara berkesinambungan dan selalu dilakukan dengan skala waktu tertentu. Sedangkan aktivitas kerja yang bersifat insidental merupakan aktivitas kerja yang dilakukan hanya pada saat tertentu dilakukan. Berikut merupakan rincian gambaran kegiatan:

2.2.1. Deskripsi Kegiatan Rutin

Penulis mengartikan aktivitas rutin sebagai suatu pekerjaan yang selalu dilakukan setiap hari di Batam TV. Penulis juga dapat menjelaskan secara singkat aktivitas rutin yang telah dilakukan pada saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan sebagai berikut :

1. Membuat narasi berita

   Setiap harinya penulis bertugas membuat narasi berita yang diberikan oleh pembimbing, berita ini bisa didapatkan penulis dari situs *youtube* yang sesuai dengan keinginan pembimbing. Setiap harinya penulis bisa membuat 2-4 berita yang dihasilkan oleh penulis dari situs *youtube* tersebut.

Gambar 2.1

Membuat Narasi Berita

HARI/ TANGGAL : KAMIS / 25 JULI 2013
JUDUL : WISATA RELIGI
SUB JUDUL : MAKAM SYEKH ABDUR RAUF
REP/KAM : COURTESY YOUTUBE
TYPE : FEATURE
LOKASI : -

LEAD	***PRESENTER***
RASANYA TAK AFDOL KALAU PUASA TIDAK DISELINGI DENGAN NGABUBURIT KE TEMPAT-TEMPAT WISARA RELIGI// MAKAM SYIAH KUALA DIJADIKAN SERAGAI LOKASI WISATA RELIGI OLEH PEMERINTAH DAERAH // INI SEKALIGUS MENJADI TEMPAT NGABUBURIT MASYARAKAT PADA BULAN RAMADHAN//	
NARASI	***VISUAL***
SEGUDANG SEJARAH ISLAM BERADA DI ACEH / BUKTINYA MASIH TERSISA BEBERAPA MAKAM TUA PENINGGALAN KESULTANAN ACEH// MAKAN KONTROVERSIAL SYIAH KUALA MISALNYA// MENURUT BEBERAPA CATATAN/ SYIAH KUALA DI MAKAMKAN DI BANDA ACEH// AKAN TETAPI SEBAGIAN MASYARAKAT MEYAKINI/ MAKAMNYA BERADA DI ACEH SINGKIL// KEDUA MAKAM INI SERING DI ZIARAHI PARA UMAT ISLAM// SYIAH KUALA ADALAH SEBUTAN GELAR DARI SYEKH ABDURRAUF SINGKIL// IA ADALAH SEORANG ULAMA BESAR ACEH YANG TERKENAL// IA MEMILIKI PENGARUH BESAR DALAM PENYEBARAN AGAMA ISLAM DI SUMATERA DAN NUSANTARA PADA UMUMNYA// NAMANYA KINI DILAKABKAN MENJADI NAMA UNIVERSITAS SYIAH KUALA ATAU UNSYIAH// UNIVERSITAS ITU BERADA DI DARUSSALAM/ BANDA ACEH// KABUPATEN RAJA SINGKIL/ SEBUAH KABUPATEN PAMEKARAN YANG BERADA DI UJUNG BARAT DAYA PROVINSI ACEH/ TERLETAK DI JALUR BARAT SUMATERA YANG MENGHUBUNGKAN BANDA ACEH/ MEDAN/ DAN SIBOLGA// KABUPATEN SELUAS 30 METER BUJUR SANGKAR INI MEMILIKI POTENSI ALAMI MELIMPAH// IKAN PERAIRAN SAMUDERA HINDIA MENJADI SALAH SATU KOMODITI EKSPOR// RIBUAN HEKTAR KELAPA SAWIT/ MEMBUAT MASYARAKAT LUAS SINGKIL TUMPAH RUAH BUAT BERDATANGAN MENGADU NASIB// BEGITU JUGA DENGAN HASIL PERKEBUNAN SERTA PADI TELAH MEMAKMURKAN MASYARAKAT SINGKIL// KABUPATEN BARU INI MEMILIKI BANYAK SEJARAH ISLAM// TUGU SIMPANG TIGA MENGGAMBARKAN KARYA YANG DIHASILKAN BEBERAPA ULAMA BESAR KALIBER NUSANTARA SYUFI PENYAIR SYEKH HAMZAH ALFANSURI/ SEYKH ABDUR RAUF SERTA BEBERAPA TOKOH LAIN BERASAL DARI SINGKIL// ALAT TRANSPORTASI BECAK INI MENGANTARKAN KITA KESEBUAH MAKAM// MASYARAKAT SETEMPAT MEYAKINI/ BAHWA MAKAN TERSEBUT ADALAH MAKAM SYEKH ABDUR RAUF AL-SINGKILI/ YANG LETAKNYA DI DESA KILANGAN 2 KILOMETER DARI IBUKOTA KABUPATEN AS-SINGKIL// TEMPAT INI SERING DIKUNJUNGI MASYARAKAT KARENA DI ANGGAP KRAMAT// MENURUT BEBERAPA TOKOH ACEH/ MAKAM ITU BUKANLAH MAKAM SYEKH ABDUR RAUF/ MAKAM YANG SEBENARNYA TERDAPAT DI DEKAT KUALA ACEH DI DESA DEAH RAYA KECAMATAN SYIAH KUALA BANDA ACEH// SAMPAI SEKARANG MASYARAKAT MEYAKINI BAHWA MAKAM TERSEBUT ADALAH MAKAM KERAMAT YANG DALAMNYA BERADA JASAD SYEKH ABDUR RAUF SINGKIL **END :**	

Sumber : Data Penulis 2013

Hasil dari pembuatan narasi berita dari penulis akan diperiksa kembali oleh koordinator redaksi mengatur alur berita yang sudah dituliskan oleh penulis, apabila tidak terjadi adanya suatu masalah dari koordinator liputan, berita akan diserahkan sepenuhnya kepada pihak studio untuk melakukan *tapping* berita sebelum berita ditayangkan oleh pihak studio, setelah itu

berita siap ditayangkan oleh pihak studio yang dibawakan oleh presenter selama satu jam.

2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidentil

Penulis mengartikan kegiatan insidentil sebagai aktivitas yang hanya dilakukan pada saat-saat tertentu saja. Untuk lebih jelas, penulis menjabarkan aktivitas insidentil sebagai berikut:

1. Bulan Suci Ramadhan

   Di bulan Ramadhan penulis akan ditugaskan pada saat-saat tertentu, apabila reporter dan kameramen sedang sibuk melakukan kegiatan lain, penulis ditugaskan untuk menggantikan peran reporter dan kameramen dengan melakukan wawancara dan liputan berita. Berita yang ditugaskan oleh penulis adalah berita yang mengandung unsur dibulan ramadhan seperti mencari berita mengenai, makanan bukaan puasa (takjil), pernak-pernik dibulan ramadhan, dan bazaar dibulan ramadhan. Setelah penulis menyelesaikan tugasnya, penulis diwajibkan membuat naskah berita, kemudian naskah berita akan diperiksa kembali oleh koordinator liputan sebelum diserahkan sepenuhnya oleh pihak studio uuntuk melakukan *tapping.*

2. Pengambilan Gambar (kameramen)

Penulis ditugaskan menjadi seorang kameramen untuk pengambilan gambar di acara-acara tertentu, dengan teknik yang sudah di ajarkan oleh kameramen Batam TV diberbagai sudut dalam pengambilan gambar yang baik dan benar. Di bulan suci ramadhan banyak mengadakan acara yang bermanfaat bagi umat muslim. Seperti acara pengajian dan buka bersama.

2.2.3 Deskripsi Kajian Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan yang di sampaiakn oleh komunikator kepada komunikan. Secara bahasa istilah Komunikasi atau *communication* berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Diibaratkan dalam bentuk percakapan, maka komunikasi akan terjadi bila berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dibicarakan. Kesamaan makna yang di pergunakan dalam perbincangan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua belah pihak yang terlibat.

Kegiatan komunikasi tidak hanya informative, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga *persuasive*, yaitu agar orang lain

bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan, dan lain-lain.

Menurut Carl I Hovland Ilmu komunikasi adalah " Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap."(Hovland dalam buku Effendi 1990 : 10)"

Definisi Hovland di atas menunjukan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*public opinion*) dan sikap publik (*public attitud*e) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Hovland mengatakan bahwa ''komunikasi proses mengubah prilaku orang lain" (*communication is the prosess to modify the behavior of other individuals*).

2.2.3.1 Deskripsi Mengenai *Public Relations*

Pada hakekatnya *Public Relations* ini merupakan metode komunikasi yang meliputi berbagai teknik komunikasi. Dimana didalam kegiatannya terdapat suatu usaha untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara suatu badan / perusahaan dengan publiknya. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa *Public Relations* merupakan suatu fungsi management. Disini diciptakan suatu aktifitas untuk membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi suatu lembaga/ perusahaan

disuatu pihak dengan *public* dipihak lain. Berikut beberapa pengertian dari *Public Relation* :

Menurut Public Relation News (Bettrand R Canfield, 1964, hal 4) "*Public Relations is the management function which evaluates public attitudes, identifies the polieses and procedures of public interest and executes a program of action to earn public understanding and acceptance*" (Public Relations adalah fungsi manajemen dimana manajemen mengevaluasi perilaku masyarakat, mengidentifikasi dan mencari tahu minat masyarakat kemudian menyusun program dan melaksanakannya untuk menciptakan pengertian di masyarakat).

Lembaga *Public Relations* di Amerika Serikat mendefinisikan : Public Relations adalah "Usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja guna membangun dan pengertian timbal – balik antara organisasi dan masyarakatnya".

Sedangkan menurut *The British Institute Of Public Relations* (Teguh Meinanda, 1989 : 36) : *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". Bidang *Public relations* adalah suatu bidang yang sangat luas yang menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. *Public relations* mengandalkan strategi dimana agar perusahaan disukai dan dipercaya oleh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan. *Public relations* atau humas menurut definisi kamus terbitan Institute of *Public relations* (IPR) tahun 1987 mengatakan bahwa:

"Humas 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."

Public relations News mendefinisikan :

"Humas adalah humas adalah fungsi manajemen yang melakukan evaluasi terhadap sikap-sikap public, mengidentifikasikan kebijakan dan prosedur seseorang atau sebuah perusahaan terhadap publiknya, menyusun rencana serta menjalankan program-program komunikasi untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan public.

Pada pertemuan asosiasi-asosiasi humas seluruh dunia di Mexico

City, Agustus 1987 ditetapkan definisi humas sebagai berikut :

"Humas adalah suatu seni sekaligus disiplin ilmu sosial yang menganalisis berbagai kecenderungan, memprediksikan setiap kemungkinan konsekuensi dari setiap kegiatanya, member masukan dan saran-saran kepada para pemimpin organisasi, dan mengimplementasikan program-program tindakan yang terencana untuk melayani kebutuhan organisasi dan atau kepentingan khalayaknya."

Menurut Kotler dan Keller (2008), Perusahaan Tidak hanya harus berhubungan secara konstruktif dengan pelanggan, pemasok dan penyalur. Melainkan juga harus berhubungan dengan sejumlah besar masyarakat yang berkepentingan. Masyarakat *(public)* adalah setiap kelompok yang memiliki kepentingan dalam atau pengaruh terhadap kemampuan suatu perusahaan mencapai tujuannya saat ini atau ppada masa mendatang. Hubungan masyarakat *(public relations)* meliputi berbagai program yang dirancang untuk mempromosikan atau melindungi citra perusahaan atau masing-masing produknya.

Menurut Oliver (2007), *Public Relations* adalah manajemen reputasi organisasi. *Public Relations* mengidentifikasi persepsi yang dipegang oleh organisasi dan memberi informasi mengenai kinerja organisasi kepada semua audiens yang relevan. *Public relations* menyangkut pengembangan reputasi yang pantas untuk sebuah organisasi, yang didasarkan pada kinerja. Reputasi ini tidak harus baik, tetapi hanya yang pantas diperoleh organisasi ini.

2.2.4 Deskripsi mengenai Redaksi

Redaksi adalah institusi yang bergerak dibidang penyiaran dan penerbitan informasi dan berita, lebih lengkapnya redaksi mencari informasi dan berita yang dianggap perlu diketahui oleh masyarakat luas, baik berupa peristiwa dan informasi yang menyangkut kepentingan umu. Berita yang telah didapatkan selanjutnya disiarkan atau diserbaluaskan baik dengan media cetak ataupun media elektronik dengan menyunting terlebih dahulu isi dan berita atau informasi yang dianggap tidak perlu ditampilkan. Berita dalam pengertian ini merupakan sajian utama media masa berisi informasi sebuah fakta bukan fiksi atau karangan dan menyangkut kepentingan orang banyak misalnya peristiwa yang akan berpengaruh pada kehidupan masyarakat secara luas, atau dinilai perlu diketahui dan diinformasikan. Berita juga harus menarik perhatian pembaca dan berita yang bersifat menghibur, mengundang keganjilan atau keanehan atau berita bersifat *human interest* menyentuh emosi dan menggugah perasaan.

Redaksi ini institusi yang berbadan hukum resmi yang bergerak dibidang penyiaran atau penerbitan informasi dan berita dalam bentuk media cetak atau media elektronik berisi berita, informasi dan iklan yang dianggap penting untuk disampaikan ke masyarakat luas.

2.2.4.1 Wewenang, Peranan dan Tanggung Jawab Redaksi

Redaksi berpedoman pada UU No.40 Tahun 1999 Tentang Pers merupakan salah satu komponen komunikasi yang berisi pesan berita dan informasi yang berwenang mencari berita dan menyebarluaskan kepada orang banyak, dan berita bisa didapat dengan mencari peristiwa atau fenomena yang terjadi pada setiap harinya selama 24 jam dan redaksi media massa berperan sebagai media penyebar pesan berita dan informasi yang efektif dan didapatkan dengan harga murah dan mudah. Selain itu keberadaanya sangat berpengaruh disamping media elektronik.

Redaksi juga bertanggung jawab atas isi dari pesan, berita dan informasi yang disampaikan. Tanggung jawab ini berupa semua isi yang ditampilkan pada surat kabar fakta adanya dan bukan karangann dan tidak menyinggung atau mengancam pihak-pihak tertentu.

2.2.4.2 Sifat Redaksi

Redaksi menurut Totok Djuroto dalam Manajemen Penerbitan Pers (2000:12) adalah sebagai lembaga, intesitasnya berdiri sendiri yang hidup ditengah-tengah masyarakat, tetapi bukan bagian dari masyarakat dan redaksi bersifat mempengaruhi masyarakat oleh media yang

diterbitkan, karena ia bertindak sebagai komunikator massa (masyarakat), tetapi agar dipercaya masyarakat redaksi berusaha menyampaikan informasi dengan sesuatu yang baru dan dituntut sebanyak mungkin mengenali dan memahami tata nilai kemasyarakatan, paling tidak redaksi harus mengetahui apakah informasi yang diberikan kepada masyarakat itu dapat diterima dengan baik dan bahkan dipercaya.

2.2.4.3 Cara Redaksi Membuat Berita

Menurut Romli (1999:23) membuat berita merupakan tugas penting seorang wartawan dari setiap redaksi, sebelum proses pencarian berita wartawan yang akan bertugas berkumpul bersama para redaktur untuk merencanakan tentang pembuatan berita yang didalamnya dibahas tentang berita yang akan diangkat agar menjadi hangat dan menarik, menyusun beberapa pertanyaan unuk bahan pertanyaan ke narasumber. Selanjutnya wartawan ditugaskan untuk mencari berita ke sumber-sumber yang ditentukan dan berita tersebut dapat dicari dengan cara berikut :

1. Sistem Beat

Mencari berita berupa informasi atau fakta dengan mendatangani sumber berita secara teratur, misalnya

kantor gubernur, kantor seketariat DPRD, kantor polisi dan tempat-tempat penting lainnya.

2. Sistem Meneruskan (*Follow up*)

Suatu kejadian atau berita itu biasanya merupakan rangkaian atau berita yang berkelanjutan, dan wartawan meneruskan mencari berita berkelanjutan demi kepentingan tertentu.

3. Sistem Penugasan (*Assignment*)

Yaitu cara mencari berita dengan cara redaktur menugasjan kepada wartawab hal tersebut dilakukan karena redaktur menginginkan sesuatu berita tertentu yang dianggap penting, biasanya sebelumnya redaktur memberi petunjuk atau hal yang harus dikerjakan dan dilakukan wartawan.

4. Sistem Tip

Wartawan mendapatkan atau mendengar informasi sebagian kecil saja atau informasi yang didapat oleh wartawan belum lengkap bahkan belum yakin kebenarannya akan informasi tersebut. Informasi ini bisa diperoleh dari mana saja seperti warung, restoran, kendaraan umum dan sebagiannya, informasi tersebut atau tip tersebut bisa dijadikan modal pengembangan berita dilapangan sekaligus mengadakan hunting.

5. Sistem Wawancara (*interview)*

Berita didapat dari hasil wawancara atau interview, baik untuk kelengkapan mencari data, fakta atau informasi atau memang berita khusus dari wawancara itu sendiri. Wawancara bisa dilakukan dengan para figure tokoh pemimpin, orang berhasil atau berprestasi, orang berperan, orang eksklusif, pelaku sejarah dan sebagianya.

2.2.5 Analisis Penerapan *Public Relations* ke dalam Redaksi

Hubungan masyarakat yang sering kita kenal dengan humas atau dalam bahasa Inggris yakni *Public Relation* adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik, sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap individu/ organisasi seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program sebuah institusi dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan masyarakat.Ketika berbicara mengenai keberadaan sebuah organisasi, maka eksistensi sebuah organisasi akan sangat tergantung pada Humas atau biasa disebut PR (*Public Relations)* dalam menciptakan citra positifdan pengertian antara organisasi dengan publiknya, karena ketika pengertian tersebut telah dicapai, maka apa yang menjadi tujuan organisasi akan dapat dicapai secara lebih efektif dan efisien.

Di dalam masyarakat sering kita jumpai hubungan masyarakat dengan media seperti wartawan. Salah satu yang ada dihumas adalah bekerja dengan media, dengan pemahaman dasar tentang hubungan yang kompleks antara praktisi *public relation* dengan wartawan. Kedua mitra ini mempunyai hubungan yang sangat erat dan saling membutuhkan. Media merupakan sarana atau alat untuk menyampaikan informasi kepada publik, berbagai masalah yang berhubungan dengan masyarakat luas diberitakan oleh media. Segala pilihan media yang ada, akan memudahkan masyarakat untuk menikmati dan mengakses sesuai dengan kebutuhan masing-masing, termasuk mencari informasi yang berkembang secara cepat dan aktual. Banyak hal yang terdapat atau yang akan dibahas pada kerjasama sebuah humas dengan wartawan atau media dan bagaimana hubungan keduanya.

Di dalam kehidupan sehari-hari kita sering menjumpai masalah yang berhubungan dengan masyarakat atau humas. Humas atau *public relaton* ini sendiri mempunyai pengertian yakni kegiatan komunikasi dalam organisasi yang berlangsung dua arah atau timbal balik. Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran humas adalah public internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi diantara keduanya.

Salah satu kerja sama yang dijalin humas adalah dengan media (pers) atau wartawan hubungan keduanya sangatlah saling membutuhkan. Hubungan keduanya bagaikan hubungan dua orang teman atau mitra yang saling memerlukan, membutuhkan, dan interdependen. Dengan demikian, tidak satu pihak pun yang boleh menganggap dirinya lebih tinggi dan penting daripada mitranya. Mereka bekerja berdasarkan mandat masyarakat. Ada dua hal pokok isi mandat masyarakat yang diembankan kepada lembaga pers, yang diaktualisasikan wartawan, yakni hak tahu dan hak memberitahukan. Wartawan wajib mewujudkan isi kedua hak masyarakat tersebut. Agar hubungan kemitraan ini dapat berjalan dengan baik dan tujuan mereka dapat diwujudkan secara optimal, yakni melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat dengan sebaik-baiknya, maka ada beberapa hal yang sangat penting dilakukan tiap atau praktisi *humas*, yakni:

1. **Hubungan humas dengan wartawan bersifat professional.**

   Selain melayani masyarakat, humas wajib melayani wartawan secara profesional, Dimata wartawan humas harus berwibawa, wibawa yang alamiah, bukan sok berwibawa atau wibawa yang dibuat-buat agar disegani wartawan. Humas yang profesional pastilah cerdas, berpengetahuan sangat luas (terpelajar), disiplin, dan benar-benar menguasai bidang pekerjaannya. Ia juga sanggup menganalisis dengan tajam tiap berita di media massa. Dengan demikian, humas mampu memberikan masukan yang

baik terhadap para pengambil keputusan di instansi di mana ia bekerja. Humas yang benar-benar mampu bekerja secara profesional, termasuk menjaga jarak yang pas dengan mitranya, pastilah dhormati, disegani, dan dipercayai wartawan.

2. **Humas harus mengetahui seluk-beluk dunia wartawan.**

   Ini berarti humas mesti tahu nilai-nilai berita, tenggat waktu laporan wartawan, peta media massa baik di tingkat daerah maupun di tingkat nasional, Kode Etik Jurnalistik, Kode Etik (Pedoman Perilaku) Penyiaran, Undang-undang No. 40/1999 tentang Pers, Undang-undang No. 32/2002 tentang penyiaran, kekuasaan atau kekuatan media massa, visi dan missi media massa yang beredar/beroperasi di wilayahnya, dan sebagainya.

3. **Humas juga harus atau perlu memiliki kemampuan praktik jurnalisme.**

   Yakni meliput, wawancara, memotret, menulis berita langsung, berita khas (feature news), dan artikel opini. Selain memperkaya pengetahuan dan praktik melalui bacaan dan pelatihan jurnalisme, humas juga perlu sekali-sekali magang di media massa, terutama di media massa besar.

4. **Humas jangan bersikap diskriminatif terhadap wartawan atau media massa.**

   Humas wajib melayani hanya wartawan yang benar-benar wartawan. Yang dimaksud melayani di sini adalah

memberikan fakta-fakta atau informasi penting yang dibutuhkan oleh khalayak media massa di mana wartawan yang bersangkutan bekerja. Ini berarti humas tak boleh merusak idealisme atau profesi wartawan dengan memberikan uang atau yang sejenisnya. Humas sama sekali tak berurusan dengan pemenuhan kesejahteraan wartawan. Ini adalah urusan pihak manajemen perusahaan media massa di mana wartawan itu bekerja.

5. **Humas harus mampu mengenal wartawan dan redaktur secara personal.**

   Ini sangat penting, agar humas mampu berkomunikasi dengan efektif dengan mitranya. Humas harus tahu tingkat atau jenis komunikasi yang lazim digunakan wartawan yang sedang berbicara dengannya. Sesuai latar belakang budaya daerah dan tingkat pendidikan, tiap wartawan pastilah memiliki gaya berkomunikasi masing-masing.

Ada wartawan yang lazim menerapkan komunikasi konteks rendah (menyatakan sesuatu secara halus atau "berputar-putar", tak langsung ke tujuan). Tapi ada pula wartawan yang biasa menerapkan komunikasi konteks tinggi (berbicara blak-blakan atau berterus terang, langsung ke tujuan). Humas harus mampu berbahasa dengan baik sesuai bahasa dan tingkat bahasa (abstraksi) wartawan yang sedang dihadapi. Dengan

demikian, humas dapat menjalin hubungan insani (human relations) secara efektif dengan mitranya.

Posisi antara humas dan wartawan setara, namun peran atau fungsi, motif dan tujuannya berbeda. Keduanya mempunyai perbedaan atara fungsi dan tugas, tetapi walaupun begitu sangatllah erat hubungan kedunya yang dapat membuat kedua mitra ini berhubungan yang saling membutuhkan dan menguntungkan.

Di dalam sebuah humas haruslah bekerja dengan media untuk memenuhi segala kebutuhan lembaganya yang berhubungan dengan media.

Dapat dilihat beberapa tujuan humas menjalin hubungan dengan media seperti, Pengenalan (*awareness*), Mencari publisitas (*publicity*), Peluncuran suatu produk (*product launching*), Kegiatan kampanye (*campaign*), Mempengaruhi opini publik (*public opinion*) dan Menetralisir berita negatif.

2.2.6 Analisis Aktifitas yang dilakukan oleh divisi Redaksi

Bagian redaksi adalah bagian yang sangat vital dalam suatu perusahaan penerbitan Surat Kabar. Bagian Redaksi bertanggung jawab kepada pemimpin Redaksi. Di bagian Redaksi ini akan sangat menentukan nasib perusahaan kedepannya, karena bagian redaksi tugasnya adalah mencari, menyeleksi dan menentukan sebuah berita yang akan diinformasikan kepada masyarakat.

Dalam upaya mencapai dari visi dan misi yang diterapkan, diperlukan adanya kegiatan-kegiatan yang terstruktur dan terprogram, sehingga dengan upaya-upaya tersebut diharapkan mampu meningkatkan efektifitas-efesiensi sumber daya secara optimal. Adapun kegiatan tersebut di bagi menjadi dua yaitu kegiatan internal dan eksternal. Kegiatan internal yaitu mengadakan kegiatan rapat di didalam kantor untuk menyusun program selanjutnya yang diikuti oleh seluruh pegawai Batam TV yang juga sekaligus menjadi acara pendekatan antara seluruh pegawai baik sesama karywan maupun pegawai dengan atasannya.

2.2.7 Analisis Pelayanan Redaksi di Batam TV

kepada mahasiswa PKL. Ketika penulis memilih untuk melakukan PKL di Batam TV penulis diterima dengan baik oleh pihak Redaksi. Setelah penulis diterima PKL di stasiun televisi Batam TV bagian Redaksi penulis diberi tugas tentunya dimbimbig dahulu agar tugas yang dikerjakan bisa dilaksanakan dengan baik.Ada banyak kegiatan internal dan eksternal yang dilakukan oleh Redaksi Batam TV yang melibatkan atau mengikut sertakan penulis sebagai mahasiswa PKL disana. Kegiatan yang dilakukan selama penulis melakukan PKL diantaranya diikutsertakan dalam kegiatan untuk meliputin berita dibulan ramadhan. Kegiatan lain yang penulis lakukan yaitu mengikuti proses penayangan berita didalam studio.

Selama PKL penulis sangat diterima dengan baik oleh seluruh para pegawai tidak hanya pegawai Redaksi, tetapi oleh seluruh pegawai Batam TV, sehingga selama PKL penulis merasa nyaman dalam melakukan aktifitas pekerjaan sehari-hari dalam perusahaan.