BAB II

PELAKSANAAN KEGIATAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Kegiatan PKL

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dilaksanakan di Divisi Produksi Departemen Non Drama sebagai Tim Kreatif Reality Show "Supertrap" di stasiun televisi nasional PT Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV) Jakarta terhitung mulai tanggal 17 Juli 2010 sampai 17 September 2013 dengan hari kerja Senin sampai Sabtu dan jam kerja yang fleksibel.

Kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan PKL di PT. Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV) dapat dilihat pada tabel 2.1

Tabel 2.1
Jadwal Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan
Tanggal 17 Juli – 17 September 2013

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
1	Rabu, 17 Juli 2013	Perkenalan		
2	Kamis, 18 Juli 2013	Izin tidak masuk kantor karena salah satu anggota keluarga meninggal dunia		
3	Jumat, 19 Juli 2013	Izin tidak masuk kantor karena salah satu anggota keluarga meninggal dunia		

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
4	Sabtu, 20 Juli 2013	• *Shooting* Program Supertrap tema "Mitos" • Evaluasi dan *Brainstorming*	√ √	
5	Senin, 22 Juli 2013	*Brainstorming*	√	
6	Selasa, 23 Juli 2013			
7	Rabu, 24 Juli 2013			
8	Kamis, 25 Juli 2013			
9	Jumat, 26 Juli 2013	• *Brainstorming* • Membuat *Rundown* Acara	√ √	
10	Sabtu, 27 Juli 2013	*Shooting* Program Supertrap tema "Pembajakan Distro"	√	
11	Minggu, 28 Juli 2013	*Shooting* Program Yuk Kita Sahur		√
13	Senin, 29 Juli 2013	• *Brainstorming* • Cek *Rundown* Acara • Cek *List* Properti *Shooting*	√ √ √	
14	Selasa, 30 Juli 2013	*Shooting* Program Supertrap tema *"Box Crane"*	√	
15	Rabu, 31 Juli 2013	Meeting dengan Kepala Divisi Produksi	√	
16	Kamis, 1 Agustus 2013	*Shooting* Program Supetrap tema *"Box Crane"*	√	

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
17	Jumat, 2 Agustus 2013	• Membuat Breakdown *Shooting* • Membuat Surat Izin Lokasi *Shooting* • Cek *Rundown* Acara • Cek *List* Properti *Shooting*	√ √ √ √	
18	Sabtu, 3 Agustus 2013	• *Survey* Tempat Lokasi *Shooting* • Memberikan Surat Izin Lokasi *Shooting* dan meminta izin *shooting* di lokasi tersebut	√	√
19	Senin, 5 Agustus 2013	• Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya	√	
20	Selasa, 6 Agustus 2013	• Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya	√	
21	Senin, 12 Agustus 2013	• Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya • *Brainstorming*	√ √	

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
22	Selasa, 13 Agustus 2013	• Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya • Membuat Breakdown *Shooting*	√ √	
23	Rabu, 14 Agustus 2013	• Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya. • *Brainstorming*	√ √	
24	Kamis, 15 Agustus 2013	• Cek *Rundown* Acara • Cek *List* Properti *Shooting*	√ √	
25	Jumat, 16 Agustus 2013	*Shooting* Program Supertrap tema *"Eskalator* Naik Turun"	√	
26	Sabtu, 17 Agustus 2013	*Shooting* Program Supertrap tema "Pijat Refleksi Reog"	√	
27	Senin, 19 Agustus 2013	• Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya • Membuat Surat Izin Lokasi *Shooting* • Membuat *Rundown* Acara	√ √ √	
28	Selasa, 20 Agustus 2013	• Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya • *Brainstorming*	√ √	

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
30	Rabu, 21 Agustus 2013	• Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya • Cek *Rundown* Acara • Cek *List* Properti *Shooting* • Membuat desain banner untuk properti *shooting* "Kontainer Jungkat-Jungkit".	√ √ √ √	
31	Kamis, 22 Agustus 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
32	Jumat, 23 Agustus 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
33	Sabtu, 24 Agustus 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
34	Senin, 26 Agustus 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
35	Selasa, 27 Agustus 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
36	Rabu, 28 Agustus 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
37	Kamis, 29 Agustus 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
38	Jumat, 30 Agustus 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
39	Sabtu, 31 Agustus 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
40	Senin, 2 September 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
42	Selasa, 3 September 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
43	Rabu, 4 September 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
44	Kamis, 5 September 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
45	Jumat, 6 September 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
46	Sabtu, 7 September 2013	Izin Sakit Karena Kecelakaan Motor		
47	Senin, 9 September 2013	• *Survey* Tempat Lokasi *Shooting* • Memberikan Surat Izin Lokasi *Shooting* dan meminta izin *shooting* di lokasi tersebut	√	√

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
48	Selasa, 10 September 2013	• Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya • Membuat desain banner untuk properti *shooting* "Angkot Forklift".	√ √	
49	Rabu, 11 September 2013	• Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya • Cek *Rundown* Acara • Cek *List* Properti *Shooting* • *Brainstorming*	√ √ √ √	
50	Kamis, 12 September 2013	• *Survey* Properti keperluan *shooting* "Saung Bom-Bom *Car*" via telepon • Mencari Ide Penjebakan untuk *shooting* selanjutnya • *Brainstorming*	 √ √	√
51	Jumat, 13 September 2013	Izin tidak masuk karena pulang ke Bandung ada keperluan di kampus		
52	Sabtu, 14 September 2013	Izin tidak masuk karena pulang ke Bandung ada keperluan di kampus		

No	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
53	Senin, 16 September 2013	• Membuat Surat Izin Lokasi *Shooting* • *Survey* Properti *Shooting* Selanjutnya • *Shooting* Program "APA (1001 Fakta)"	√	 √ √
54	Selasa, 17 September 2013	• Cek *Rundown* Acara • Cek *List* Properti *Shooting* • Membuat *Breakdown Shooting*	√ √ √	

2.2 Deskripsi Kegiatan Rutin dan Contoh Kegiatan Selama PKL

Penulis melakukan PKL dari 5 Juli – 5 Agustus 2010. Adapun kegiatan rutin yang dilakukan selama PKL adalah sebagai berikut.

1. **Riset**

   Salah satu pekerjaan utama seorang kreatif adalah riset atau mengumpulkan materi untuk isi program. Riset yang penulis lakukan adalah seperti mencari sebuah ide penjebakan untuk shooting selanjutnya di program "*Supertrap*" melalui video dan film-film yang berhubungan

dengan sebuah penjebakan ataupun trik sulap, lalu survey lokasi yang ingin dijadikan lokasi *shooting*. Dan kemudian penulis juga mencari *property* yang akan digunakan untuk keperluan *shooting* baik itu melalui internet ataupun melalui telepon.

2. Brainstorming

Brainstorming adalah proses pematangan ide. Setelah melakukan riset, tim kreatif, production assistant dan produser membahas rancangan konsep kemudian mematangkan konsep tersebut. Produser memutuskan ide penjebakan seperti apa yang akan di eksekusi atau yang akan di jadikan *shooting*-an untuk program "*Supertrap"* dari beberapa ide yang telah dikumpulkan.

3. Membuat *script* (naskah)

Script atau naskah dibuat untuk membantu pembawa acara memandu tiap *shooting* dalam program "*Supertrap*". Dalam naskah terdapat beberapa segmen yang kalimat setiap segmennya berbeda

Berikut adalah contoh naskah yang dibuat oleh penulis.

Gambar 2.1

Naskah Pembawa Acara Supertrap Episode Salon Reog.



SCRIPT HOST
"TRAP SALON REOG"

1. **OPENING HOST**

INDONESIA SANGAT KAYA DENGAN BERAGAM PENINGGALAN LELUHUR YANG MENJADI SUATU ADAT MASYARAKAT / SALAH SATU CONTOHNYA ADALAH REOG SISINGAAN YANG MENJADI SEBUAH ADAT BAGI MASYARAKAT SUNDA // KECANTIKAN DAN KEINDAHAN SERING KALI DIDAMBAKAN PARA WANITA UNTUK MENGAMBIL PERHATIAN SEORANG PRIA / MENYIBUKKAN DIRI DI SALON MERUPAKAN SALAH SATU CARA YANG DILAKUKAN OLEH WANITA UNTUK MENDAPATKAN KECANTIKAN DAN KEINDAHAN TUBUH // TIM MELAKUKAN PENCARIAN INFORMASI TENTANG SEBUAH REOG SISINGAAN DENGAN MENGHUBUNGI KELOMPOK REOG SISINGAAN YANG BERASAL DARI ***(NAMA DAERAH REOG)*** DAN BERNIAT UNTUK MELIBATKAN MEREKA DALAM TRAP KALI INI // KALI INI / APA YANG AKAN DIBUAT OLEH TIM SUPERTRAP //

4. Membuat *Breakdown Shooting*

Breakdown adalah sebuah *list* yang terdapat judul episode, lokasi *shooting*, penjelasan tentang jebakan yang akan di *shooting*-kan, memastikan *talent* dan properti apa saja untuk perlengkapan *shooting*. Contoh *breakdown* program *"Supertrap"* episode Salon Reog dapat dilihat dalam gambar 2.2.

Gambar 2.2
Breakdown Acara "Supertrap" Episode Salon Reog

BREAKDOWN " SUPER TRAP " TRAP SALON REOG

HARI JUMAT 16 AGUSTUS 2013

NO	JUDUL	PIC	DESKRIPSI PRANKS	THINGS TO DO	SHOOT LIST
1	TRAP SALON REOG	TIM 1	TIM SUPERTRAP KALI INI AKAN MEMBUAT JEBAKAN DIMANA AKAN DIADAKAN KERAMAS RAMBUT GRATIS. NAMUN NANTINYA KURSI KERAMAS TERSEBUT AKAN DIANGKAT LAYAKNYA SEBUAH PERTUNJUKAN REOG LENGKAP DENGAN MUSIK DAN TARIAN	1. MAKE SURE LOKASI 2. MAKE SURE GRUP REOG 3. MAKE SURE MAIN TALENT [ARTIS & TALENT LAIN] 4. MAKE SURE WARDROBE 5. MAKE SURE PROPERTY	1. SURVEY LOKASI 2. LOADING DAN PERSIAPAN 3. EKSEKUSI
		LOKASI	**PROPERTY**	**WADROBE**	**TALENT**
		area mall	1. TAS KAMERA [3] 2. KAMUFALSE GOPRO [1] 3. KURSI KERAMAS (DESAIN ALA KURSI GOTONG) [1] 4. PERLENGKAPAN SALON [SAHMPO,HANDUK,DLL] 5. KURSI SALON [4] 6. KACA RIAS [1] 7. MEJA KANTOR [1] 8. MEJA KECIL (SPG) [1] 9. BROSUR A5 [40] 10. X BANNER [2] 11. PAPAN NAMA SALON [1] 12. KARANGAN BUNGA [SELAMAT ATAS DIRESMIKANNYA "SALON EUPHORIA] **13. TENDA SARNAVIL 5X5 [FLOORING] [2]** [UNTUK DETAIL PROPERTY SERTA ORNAMENT DI TRAP INI DI SERAHKAN OLEH TIM ART]	1. BAJU TALENT SALON [3] 2. BAJU SPG [2] 3. BAJU KEMEJA CREW [7] 4. BAJU HOST [1]	1. TALENT PEGAWAI SALON [3] 2. TALENT SPG [2] 3. HOST [1] AGENCY :

Sumber: arsip program "Supertrap", 2013

5. Listing properties* dan *listing wardrobe

Merinci dan mengecek kembali kebutuhan yang dibutuhkan saat produksi. Semua properti pendukung dicek ulang ke bagian properti Trans TV dan mempersiapkan *wardrobe* untuk pengisi acara. *List properti* dan *wardrobe* diberikan beberapa hari sebelum *shooting* dimulai agar bagian properti dan *wardrobe* Trans TV dapat mempersiapkannya terlebih dahulu

6. Shooting

Program *Reality show* "Supertrap" ditayangkan setiap hari Rabu dan Jumat pukul 18.00 WIB yang berdurasi 60 menit. *Shooting* dilakukan secara *off air* atau tidak secara langsung dan dilakukan setiap seminggu sekali atau 4 kali dalam sebulan yaitu Selasa dan Kamis di setiap minggunya.

Sebelum *shooting* dimulai, seluruh tim produksi program *reality show* "Supertrap" berkumpul pukul 08.00 WIB kemudian bekerja sesuai *job desc* masing-masing. *Talent* berkumpul pukul 10.00 WIB di lokasi *shooting* lalu bersama tim kreatif melakukan *briefing* dan bersiap di-*make over* oleh para *make up artist profesional*.

Setelah semua kru siap, *shooting* dilakukan sesuai dengan *rundown* acara yang telah dibuat oleh tim kreatif. Berikut adalah beberapa foto penulis serta tim "Supertrap" pada saat sedang *shooting* yang bertemakan "Mitos".

Gambar 2.3

Foto pada saat persiapan *shooting* Supertrap bertemakan "Mitos"



7. Evaluasi

Evaluasi selalu dan harus dilaksanakan setiap selesai *shooting*. Produser dan seluruh kru mengevaluasi kegiatan *shooting* yang berlangsung kurang lebih selama 4 jam.

2.3 Kegiatan Insidentil dan Contoh Kegiatan Selama PKL

Selama menjalani praktek kerja lapangan di. PT Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV), penulis melakukan serangkaian kegiatan yang meliputi kegiatan rutin dan insidentil. Dalam setiap kegiatan yang dilakukan penulis banyak mendapatkan pelajaran yang berharga dan menjadi pengalaman baru bagi penulis. Berikut, deskripsi hasil kegiatan Insidentil yang penulis lakukan selama PKL di Trans TV,Jakarta.

1. **Membantu tim program *shooting* "Yuk Kita Sahur"**

   Kegiatan ini dilakukan pada hari Minggu tanggal 28 Juli 2013 pukul 01.30 – 05.00 WIB. Kegiatan ini dilakukan ketika semua tim produksi program non drama wajib membantu tim program "Yuk Kita Sahur" *shooting.* Pada saat tanggal 28 Juli 2013 tim program Supertrap kebagian giliran untuk membantu tim program "Yuk Kita Sahur". Dalam kegiatan ini bertujuan untuk semua karyawan Trans TV khususnya tim produksi program non drama bisa mengenal satu sama lain dan membangun harmonisasi didalam lingkungan kerja.

2. **Survey Lokasi *Shooting* Serta Memberikan Surat Izin Lokasi *Shooting***

   Survey lokasi *shooting* merupakan kegiatan insidental bagi penulis yang menjalankan praktik kerja lapangan, karena tidak setiap saat penulis diajak tim untuk membantu mencari lokasi *shooting*. Kegiatan ini dilakukan untuk mencari lokasi *shooting* yang sesuai dengan tema atau jebakan untuk *shooting* "Supertrap yang akan dilakukan Contoh surat izin lokasi *shooting* program "*Supertrap"* episode Salon Reog dapat dilihat dalam gambar 2.3 dan gambar 2.4.

Gambar 2.4

Surat izin lokasi *shooting* "Supertrap" Episode *Hand Dryer Vacuum*

PT. TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA

Jakarta, 19 Agustus 2013
182/PRD-NDR/13

Kepada Yth :

Di Tempat

Perihal : Permohonan Izin Lokasi Shooting Program "Super Trap"

Dengan Hormat,

Bersama dengan ini kami dari **PT. Televisi Transformasi Indonesia (Trans TV)** mengajukan permohonan izin lokasi shooting program "**Super Trap**". Adapun jadwal shooting direncanakan akan dilakukan pada :

Hari / Tanggal : Kamis, 23 Agustus 2013
Pukul : 08.00 s/d selesai
Lokasi :

Kami juga akan melakukan loading peralatan set dan property pada :

Hari / Tanggal : Rabu, 22 Agustus 2013
Pukul : 23.00 WIB
Lokasi :

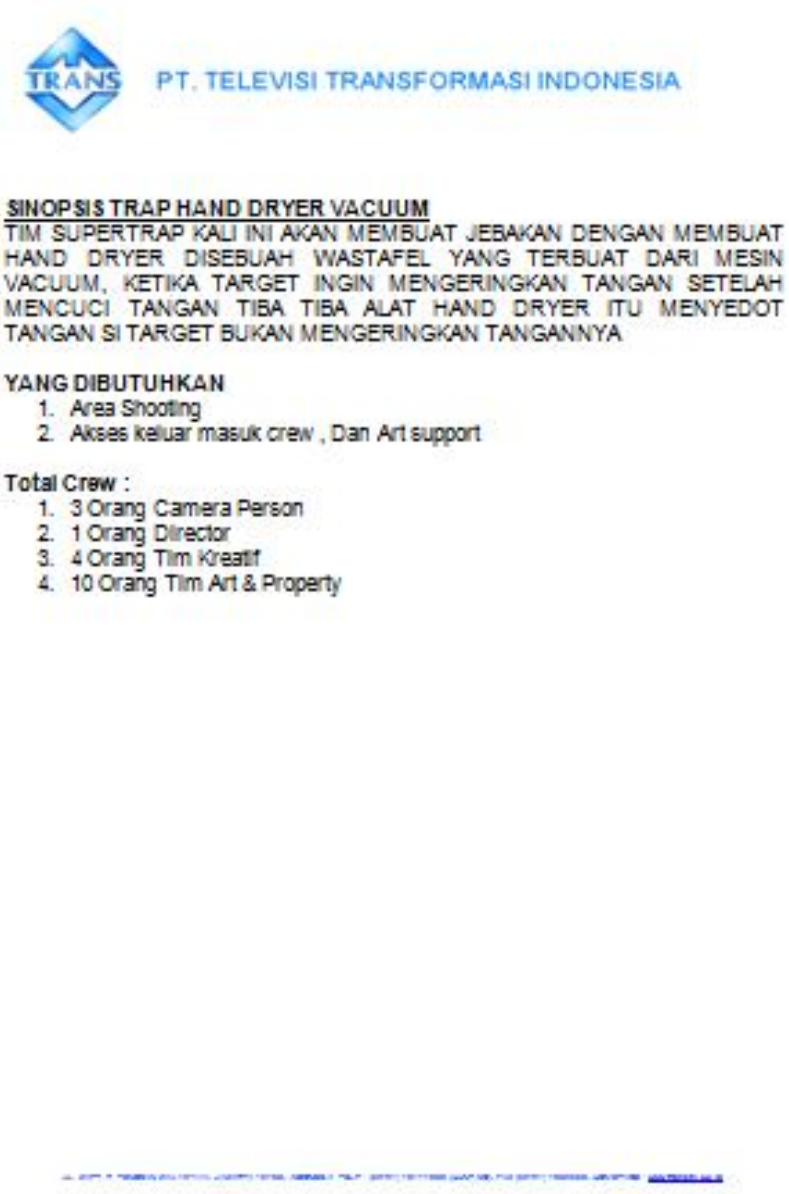
Untuk konfirmasi lebih lanjut anda dapat menghubungi pihak Trans TV dengan **Sdr. Akbar (Creative)** di **085244690479** atau **Sdr. Doni (UPM)** di nomor telepon **081908199666** Atas perhatian dan kerjasamanya, kami ucapkan terima kasih.

Hormat kami,

Andre M Rilazi
Producer

Gambar 2.5

Surat izin lokasi *shooting* "Supertrap" Episode *Hand Dryer Vacuum*



PT. TELEVISI TRANSFORMASI INDONESIA

SINOPSIS TRAP HAND DRYER VACUUM

TIM SUPERTRAP KALI INI AKAN MEMBUAT JEBAKAN DENGAN MEMBUAT HAND DRYER DISEBUAH WASTAFEL YANG TERBUAT DARI MESIN VACUUM, KETIKA TARGET INGIN MENGERINGKAN TANGAN SETELAH MENCUCI TANGAN TIBA TIBA ALAT HAND DRYER ITU MENYEDOT TANGAN SI TARGET BUKAN MENGERINGKAN TANGANNYA

YANG DIBUTUHKAN

1. Area Shooting
2. Akses keluar masuk crew , Dan Art support

Total Crew :

1. 3 Orang Camera Person
2. 1 Orang Director
3. 4 Orang Tim Kreatif
4. 10 Orang Tim Art & Property

Sumber: arsip program "Supertrap", 2013

2.4 Deskripsi *Public Relations*

2.4.1 Definisi *Public Relations*

Definisi Humas atau PR menurut Frank Jefkins dalam bukunya Public Relations adalah :

> "PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian". (Jeffkins, 2003:10).

Sedangkan pengertian *Public Relations* menurut Onong Uchana Effendy "Humas adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama", (Rachmat Kriyantono, 2008:3).

Public Relations atau Humas menyangkut kepentingan setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun yang non-komersial. Sebenarnya, *Public Relations* terdiri dari semua bentuk komunikasi yang terselenggara antara organisasi yang bersangkutan dengan siapa saja yang menjalin kontak dengannya. Setiap orang pada dasarnya juga selalu mengalami Public Relations, kecuali jika ia terisolasi dan tidak menjalin kontak dengan manusia lainnya.

Menurut definisi *Institute of Public Relations* (*IPR*), Humas (*Public Relations*) adalah :

> "keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara

niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya."

2.4.2 Ruang Lingkup *Public Relations*

Public Relations memiliki suatu lingkup yang luas dalam menghadapi permasalahan–permasalahan dalam suatu organisasi yang berhubungan dengan kegiatan organisasi, baik dalam publik internal maupun eksternal. Oleh karena itu *Public Relations* harus memiliki perencanaan terlebih dahulu, kemudian adanya program yang terstruktur.

Public Relations atau Humas memiliki bidang-bidang cakupan atau ruang lingkup sebagai berikut :

1. Hubungan dengan pelanggan *(Customer Relations).*
2. Hubungan dengan masyarakat atau penduduk
3. Hubungan dengan pers atau media massa *(Press Relations).*
4. Hubungan dengan intansi-instansi pemerintah *(Government relations)*.
5. Hubungan karyawan atau pegawai *(Employee Relations).*
6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait *(stakeholder Relations).*

Ruang lingkup *Public Relations* dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Hubungan dengan pelanggan *(Customer Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan seperti member informasi kepada pelanggan atau nasabah, menjelaskan prosedur, tata cara, waktu, menyampaikan pesan-pesan, laporan berkala(melalui brosur,

jurnal, surat dan sebagainya), menyelenggarakan acara bersama pelanggan dan menciptakan suasana kenyamanan atau kemudahan bagi urusan para pelanggan dan melayani pelanggan atau tamu.

2. Hubungan dengan masyarakat atau penduduk *(Community Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan membina hubungan baik dengan penduduk atau masyarakat yang sekurang-kurangnya meliputi penduduk di sekitar lokasi pabrik atau perusahaan atau toko atau di sekitar kantor organisasi atau lembaga yang bersangkutan.

3. Hubungan dengan Pers atau media massa *(Press Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatanmembuat kliping (guntingan berita dari Koran, majalah, dan lain-lain) serta menganalisa pendapat umum (opni publik) atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu *(specific group opinion)*, menyampaikan informasidan pernyataan resmi melalui media massa, menyelenggarakan acara jumpa pers *(press conference)* atau menyusun dan mengedarkan keterangan pers *(press release)*, membina hubungan komunikasi dua arah dengan wartawan dan redaksi media massa (surat kabar, TV, radio, majalah, tabloid dan lain-lain).

4. Hubungan dengan instansi-instansi Pemerintah *(Government Relations)*

Hal ini mencakup kegiatan pembinaan dan penyelenggaraan hubungan komunikasi dua arah dengan instansi-instansi pemerintah (pemerintah daerah atau kabupaten atau kota, pihak kepolisian, dinas tenaga kerja dinas perindustrian, dinas pariwisata dan lembaga lainnya), upaya-upaya perolehan informasi actual dari berbagai instansi pemerintah dan sebaliknya menyampaikan informasi kepada instansi terkait.

5. Hubungan dengan karyawan atau pegawai *(Employee Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan pembinaan hubungan ke dalam (pimpinan dengan karyawan dan sesame bawahan) yang memang terkesan tumpang tindih dengan fungsi dan tugas Bagian Kepegawaian (Personalia).Ada pula yang secara spesifik sebenarnya merupakan ruang lingkup Kehumasan, yaitu menyampaikan kebijakan organisasi atau perusahaan kepada karyawan untuk disampaikan kepada pimpinan.Dengan demikian, diharapkan tercipta suasana harmonis atau selaras dalam kegiatan organisasi atau perusahaan.

6. Hubungan dengan berbagai pihak terkait *(Stakeholder Relations)*

   Hal ini mencakup kegiatan yang menunjang atau terus-menerus berhubungan dengan kegiatan organisasi atau perusahaan atau lembaga (seperti agen-agen, supplier, distributor) dan juga mencakup hubungan dengan para pemegang saham *(Stakeholder Relations)*. (Rudy, 2005 : 85-88).

2.4.3 Tujuan *Public Relations*

Karena *Public Relations* merupakan fungsi manajemen dalam melaksanakan kegiatan komunikasi, maka pada dasarnya tujuan *Public Relations* adalah tujuan-tujuan komunikasi. Tujuan *Public Relations*, antara lain :

1. Menciptakan Pemahaman (*Mutual Understanding*) antara perusahaan dan publiknya.

   Melalui kegiatan komunikasi diharapkan terjadi kondisi kecukupan informasi (*well-informed*) antara perusahaan dan publiknya. Kecukupan informasi ini merupakan dasar untuk mencegah kesalahan persepsi. Kesalahpahaman akibat salah persepsi atau kekurangan informasi merupakan kesalahan mendasar dalam kegiatan komunikasi (*primery-breakdown of communication*).

2. Membangun Citra Korporat (*Corporate image*)

   Citra (*image*) merupakan gambaran yang ada dalam benak publik tentang perusahaan. Citra adalah persepsi publik tentang perusahaan menyangkut pelayanannya, kualitas produk, budaya perusahaan, perilaku perusahaan atau perilaku individu-individu dalam perusahaan dan lainnya. Pada akhirnya persepsi akan mempengaruhi sikap publik, apakah mendukung, netral, atau memusuhi.

3. Citra Korporat Melalui Program CSR (*Corporate Social Responsibility*)

   Corporate social responsibility adalah program *Public Relations* untuk melibatkan diri mengatasi perseolan-persolan sosial di lingkungannya.

   Dengan kata lain, CSR adalah pengintegrasian kepedulian perusahaan, ada yang menyebut sebagai *Community Development* atau filantropi/keikhlasan berbagi) adalah investasi sosial perusahaan yang bersifat jangka panjang.Secara berangsur akan terbentuk citra positif terhadap kegiatan sosial yang dilakukan. Beberapa kegiatan bisa menjadi *trade mark* perusahaan yang berpengaruh dalam memperkuat merek produk.

4. Membentuk Opini Publik yang *Favorable*

   Sikap publik terhadap perusahaan bila diekspresikan disebut opini publik. Jadi, opini publik ini merupakan ekspresi publik mengenai persepsi dan sikapnya terhadap perusahaan. Citra perusahaan yang baik akan membuat keuntungan kompetetif bagi perusahaan.

5. Membentuk *Good Will* dan Kerjasama

   Good will dan kerja sama dapat terwujud karena inisiatif yang dilakukan berulang-ulang oleh *Public Relations* perusahaan untuk menanamkan saling pengertian dan kepercayaan kepada publiknya.

2.4.4 Fungsi dan Peranan *Public Relations*

a. Fungsi Public Relations

Adapun fungsi humas menurut Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations*: *Principles and Problems*, mengemukakan fungsi humas sebagai berikut:

1. *It should serve the public's interest* (mengabdi kepada kepentingan umum)
2. *Maintain good communication* (Memelihara komunikasi yang baik)
3. *Stress good morals and manners* (menitikberatkan moral dan perilaku yang baik)

Dari fungsi humas di atas menurut Bertrand R. Canfield dapat dirumuskan, sebagai berikut:

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik ekstern maupun intern.
3. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

b. Peranan *Public Relations*

Peran utama *Public Relations* pada intinya adalah sebagai berikut :

1. Sebagai *Communicator* atau penghubung antara organisasi atau lembaga yang diwakili dengan publiknya.
2. Membina *Relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.
3. Peranan *Back Up* management yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan.
4. Membentuk *Corporate Image* artinya peranan *Public relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. (Effendi, 2008 : 9-11)

2.4.5 Atribut Bagi Seorang PR

Berikut ini adalah enam kriteria yang merangkum keahlian seorang praktisi PR yang baik, terlepas dari latar belakang pribadinya:

1. Kemampuan berkomunikasi.

   Mampu berkomunikasi dengan baik. artinya, ia mampu menjelaskan segala sesuatu dengan jernih, jelas dan lugas, baik itu secara lisan maupun tertulis atau bahkan secara visual (misalnya melalui gambar atau foto-foto).

2. Kemampuan berorganisasi.

   Pandai mengorganisasikan segala sesuatu. Hal ini tentunya menuntut suatu kemampuan perencanaan yang prima.

3. Kemampuan untuk dapat bergaul dengan banyak orang.

   Mampu menghadapi semua orang yang memiliki aneka ragam karakter dengan baik. Itu berarti ia harus mampu dan mau berusaha untuk memahami serta, terkadang, bersikap toleran kepada setiap orang yang dihadapinya tanpa harus menjadi penakut atau penjilat.

4. Mempunyai integritas diri.

   Memiliki integritas personal, baik di dalam profesi maupun di dalam kehidupan pribadinya.

5. Mempunyai imajinasi/kreatif

   Memiliki imajinasi. Artinya, daya kreatifnya cukup baik sehingga ia mampu membuat jurnal internal, menulis naskah untuk film dan video, menyusun rencana kampanye PR yang rinci dan jelas, serta mampu mencari dan menemukan cara-cara yang semula tak terbayangkan guna memecahkan berbagai masalah.

6. Niat untuk mengembangkan wawasan.

   Kemampuan mencari tahu. Seorang praktisi PR dituntut untuk memiliki akses imformasi yang seluas-luasnya. Dalam hal ini, ia memang dituntut untuk menjadi seorang yang serba tahu.

   (Jefkin dan Yadin, 2003 : 23-24).

2.5 Analisa Aplikasi Kegiatan PR Pada Aktivitas Penulis Selama PKL

Pada dasarnya, kegiatan Humas adalah kegiatan dalam rangka menciptakan pemahaman bersama, baik dengan publik internal maupun eksternal. Kegiatan Humas erat kaitannya dengan hubungan dan relasi antar bagian atau divisi bahkan dengan elemen masyarakat diluar perusahaan. Dimana seorang humas harus menyusun strategi atau kegiatan yang dapat menunjang keberhasilan perusahaan tentunya didukung dengan citra positif. Humas juga merupakan jembatan komunikasi antara bawahan dan atasan, ataupun sebaliknya.

Selama penulis melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan di Trans TV, kegiatan Praktek Kerja Lapangan berlangsung dengan baik. Koordinasi antar kru atau tim supertrap, antara Produser dan Executive Produser, serta dengan Kepala Divisi Non Drama Departemen berlangsung harmonis.

Pada saat melakukan kegiatan PKL sebagai tim kreatif program acara ”SUPERTRAP” penulis merasakan bahwa didalam pekeraan seorang tim kreatif memiliki kesamaan dengan pekerjaan di bidang kehumasan atau memiliki kesamaan dalam atribut sebagai seorang tim kreatif dengan seorang humas, dimana sama-sama harus mampu berkomunikasi, berorganisasi, mudah bergaul dengan orang banyak mempunyai integritas diri, mempunya imajinasi kreatif dan niat untuk mengembangkan wawasan

Dalam kegiatan Praktek Kerja Lapangan yang dilakukan oleh penulis terdapat kegiatan yang sesuai dengan bidang kehumasan yaitu seperti:

1. **Anggota Tim Kreatif Harus Melakukan Riset**

   Dalam kegiatan ini penulis sebagai salah satu anggota tim kreatif di program acara *reality show* diwajibkan mampu melakukan sebuah riset baik itu dari sebuah video di internet dan film-film untuk mendapatkan sebuah ide-ide yang kreatif dan imajinatif untuk kebutuhan *shooting* yang dilakukan oleh tim program acara *reality show supertrap.* Seperti dalam kegiatan kehumasan seorang humas diharapkan dapat melakukan sebuah riset lalu di analasisis kemudian mendapatkan hasil yaitu sebuah ide kreatif yang ditujukan untuk menghibur masyarakat seperti didalam fungsi komunikasi massa yaitu ”*to entertain”*.

2. ***Brainstorming* dengan tim Supetrap**

   Kegiatan *Brainstorming* merupakan kegiatan proses pematangan ide. Setelah melakukan riset, tim kreatif, production assistant dan produser membahas rancangan konsep kemudian mematangkan konsep tersebut. Didalam kegiatan ini penulis juga melakukan *brainstorming* yang dimana terdapat kegiatan presentasi didalamnya yang dimana penulis harus bisa mempresentasikan sebuah ide yang telah dibuat dari hasil riset yang telah dilakukan. Kemudian Produser memutuskan ide penjebakan seperti apa yang akan di eksekusi atau yang akan di jadikan *shooting*-an untuk program *“Supertrap”* dari beberapa ide yang telah dikumpulkan. Sesuai dengan peranan humas, seorang humas harus bisa

mempresentasikan sebuah ide yang kreatif dari hasil riset yang telah dilakukan dan dipresentasikan dihadapan seorang atasan dan karyawan yang masuk kedalam sebuah tim kreatif. Kemudian pimpinan akan memutuskan menerima atau menolak sebuah ide yang telah dipresentasikan oleh seorang humas. Begitupun yang dilakukan penulis selama menjadi seorang tim kreatif di program acara *reality show* "Supertrap".

3. Evaluasi

Kegiatan Evaluasi selalu dan harus dilaksanakan setiap selesai *shooting*. Produser dan seluruh kru mengevaluasi kegiatan *shooting* yang berlangsung kurang lebih selama 4 jam. Dalam kegiatan evaluasi ini penulis juga turut berpartisipasi dalam memberikan sebuah saran mengenai kekurangan didalam tim program acara *reality show "Supertrap"*. Kegiatan ini bertujuan agar kekurangan dan kesalahan yang terjadi pada saat *shooting* tidak terulang kembali dikemudian hari pada saat akan *shooting* selanjutnya

2.6 . Analisa Pelayanan Perusahaan terhadap Mahasiswa PKL

Pada saat mengajukan surat permohonan Praktek Kerja Lapangan, penulis diterima dengan ramah oleh bagian *Human Capital* Trans TV.

Pada hari pertama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan, penulis disambut dengan baik oleh Produser, tim kreatif dan tim production assistant program acara *reality show* "Supertrap. Dalam melaksanakan kegiatan, penulis diwajibkan mengenakan pakaian rapi, seperti kemeja dan celana berwarna hitam untuk setiap hari kerja.

Kegiatan Praktek Kerja Lapangan berlangsung setiap hari Senin-Sabtu dengan jam kerja yang fleksibel. Setiap harinya, penulis diarahkan dalam melakukan kegiatan oleh tim kreatif dengan ramah dan jelas, sehingga banyak sekali ilmu yang didapat selama melakukan kegiatan Praktek Kerja Lapangan.

Dalam melaksanakan *job desc*, penulis banyak diberi arahan dari tim kreatif sehingga penulis tidak kebingungan dalam melaksanakan kewajiban sebagai tim kreatif pada saat sebelum *shooting*, saat *shooting* dan setelah *shooting*.

Dalam melaksanakan kegiatan, penulis dapat mengimplementasikan teori-teori yang didapat pada saat kuliah. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan memberi penulis wawasan dan pengalaman dalam melakukan kegiatan kehumasan di sebuah lembaga yang sudah memiliki reputasi baik.