BAB II

PELAKSANAAN PERAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktifitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Selama praktik kerja lapangan (PKL) yang dilakukan di Radio Delta FM Bandung, selama 32 hari dimulai dari tanggal 9 Juli 2012 hingga 9 Agustus 2012. Pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) penulis ditempatkan di divisi *Advertising dan Promotion*. Selama pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan penulis sering dilibatkan dalam berbagai kegiatan seperti membuat ide kreatif dan menawarkan kerjasama pada perusahaan lain.

Terdapat dua jenis kegiatan yang dilaksanakan yakni kegiatan rutin dan kegiatan insidental. Kegiatan rutin adalah kegiatan yang terus-menerus atau secara rutin dilakukan penulis selama PKL di Radio Delta FM Bandung. Sedangkan kegiatan insidental adalah kegiatan yang dilakukan sewaktu-waktu atau dilakukan di waktu tertentu secara khusus yang dilakukan penulis selama PKL di Delta FM Bandung.

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan (PKL)

No	Hari, Tanggal	Waktu (WIB)	Kegiatan	Keterangan	
				Rutin	Insidental
1	Senin, 9 Juli 2012	09.00–18.00	Membuat info-info seputar makanan sehat untuk media sosial Delta FM Bandung	✓	
2	Selasa, 10 Juli 2012	09.00–18.00	Membuat info-info seputar makanan sehat untuk media sosial Delta FM Bandung	✓	

3	Rabu, 11 Juli 2012	09.00-18.00	Membuat info-info seputar makanan sehat untuk media sosial Delta FM Bandung	✓	
4	Kamis, 12 Juli 2012	09.00-18.00	• Membuat info-info seputar Buah-buahan untuk media sosial Delta FM Bandung • Taping untuk Iklan acara Obrolan Bersama BN Jawa Barat.	✓	✓
5	Jumat, 13 Juli 2012	09.00-18.00	Membuat info-info seputar Buah-buahan untuk media sosial Delta FM Bandung	✓	
6	Sabtu, 14 Juli 2012	-	Libur		
7	Minggu, 15 Juli 2012	-	Libur		
8	Senin, 16 Juli 2012	09.00-18.00	Membuat info-info seputar Buah-buahan untuk media sosial Delta FM Bandung	✓	
9	Selasa, 17 Juli 2012	09.00-18.00	Membuat info-info seputar Kesehatan untuk media sosial Delta FM Bandung	✓	
10	Rabu, 18 Juli 2012	09.00-18.00	Membuat info-info seputar Kesehatan untuk media sosial Delta FM Bandung	✓	

11	Kamis, 19 Juli 2012	09.00-18.00	Membuat info-info seputar Kesehatan saat berpuasa untuk media sosial Delta FM Bandung	✓	
12	Jumat, 20 Juli 2012	09.00-18.00	Membuat info-info dan manfaat berpuasa untuk media sosial Delta FM Bandung	✓	
13	Sabtu, 21 Juli 2012	-	Libur		
14	Minggu, 22 Juli 2012	-	Libur		
15	Senin, 23 Juli 2012	09.00-18.00	Membuat *Script News* untuk Delta Flash di acara Delta Delight	✓	
16	Selasa, 24 Juli 2012	11.00-20.00	• Membuat *Script News* untuk Delta News • Taping berita untuk Delta News di acara Delta Delight	✓ ✓	
17	Rabu, 25 Juli 2012	11.00-20.00	• Membuat naskah Berita untuk Delta News di acara Delta Delight • Taping Berita di acara Delta Delight	✓ ✓	
18	Kamis, 26 Juli 2012	11.00-20.00	• Membuat berita singkat untuk Delta News • Taping Delta News di acara Delta Delight	✓ ✓	
19	Jumat,		Membuat Quotes-quotes orang terkenal untuk media sosial Delta	✓	

	27 Juli 2012	11.00-20.00	FM Bandung		
20	Sabtu, 28 Juli 2012	-	Libur		
21	Minggu, 29 Juli 2012	-	Libur		
22	Senin, 30 Juli 2012	11.00-20.00	Membuat Ide Kreatif Untuk Delta	✓	
23	Selasa, 31 Juli 2012	11.00-20.00	Membuat Ide Kreatif Untuk Delta	✓	
24	Rabu, 1 Agustus 2012	11.00-20.00	Datang ke Bengkel-bengkel Mobil Untuk Di ajak Kerja sama	✓	
24	Kamis, 2 Agustus 2012	11.00-20.00	Menyebarkan Pamflet	✓	
26	Jumat, 3 Agustus 2012	11.00-20.00	Menyebarkan Pamflet	✓	
27	Sabtu, 4 Agustus 2012	-	Libur		

28	Minggu, 5 Agustus 2012	-	Libur		
29	Senin, 6 Agustus 2012	11.00-20.00	• Membuat dan mencari quotes pahlawan untuk media sosial Delta FM • Menybarkan Pamflet	✓ ✓	
30	Selasa, 7 Agustus 2012	11.00-20.00	• Membuat dan mencari quotes pahlawan dan info seputar berpuasa untuk media sosial Delta FM • Menybarkan Pamflet	✓	

Sumber : Agenda Penulis Selama PKL 2012

2.2 Deskripsi Kegiatan Rutin dan Kegiatan Insidental Selama Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Selama menjalankan praktik kerja lapangan di Radio Delta FM Bandung, penulis melakukan kegiatan rutin dan kegiatan insidental yang berhubungan dengan Humas radio yang dilakukan oleh Radio Delta FM Bandung. Berikut adalah uraian kegiatan penulis selama melaksanakan praktik kerja lapangan:

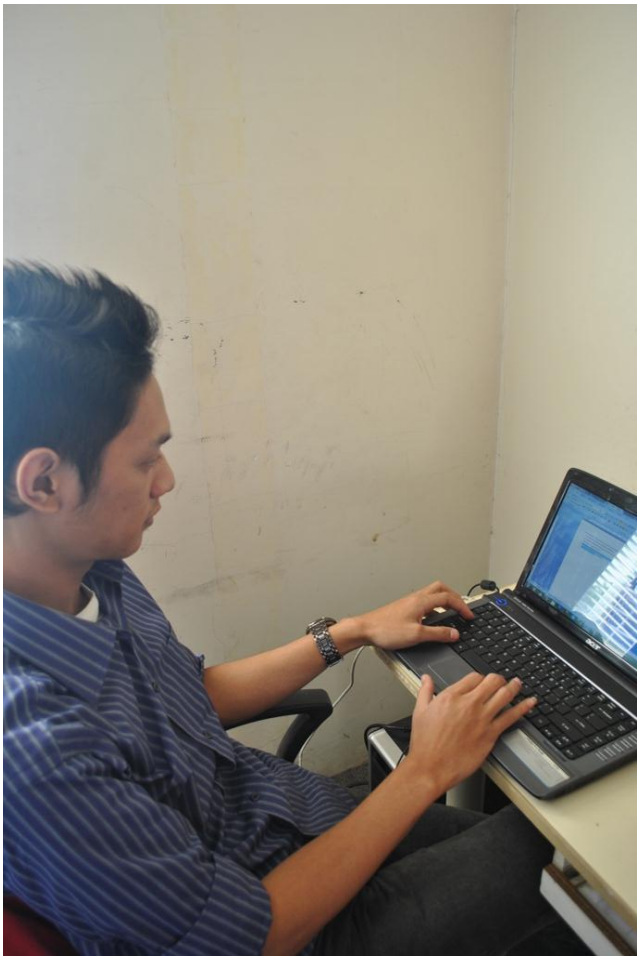
2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

Adapun kegiatan rutin yang dilakukan penulis selama melaksanakan Praktek Kerja Lapangan adalah melakukan pencarian info-info terbaru untuk media sosial diantaranya yaitu:

1. Aktifitas awal penulis mendapat tugas untuk mencari dan membuat sebuah info-info bermanfaat seputar makanan sehat sebanyak mungkin dengan 160 karakter. Info-info

yang penulis buat tersebut nantinya akan di saring dan akan di upload pada akun media sosial *Twitter* milik Delta FM Bandung.

Gambar 2.1
Penulis Saat Membuat Info



Sumber : Agenda Penulis Selama PKL 2012

2. Penulis mendapat tugas untuk mencari dan membuat sebuah info-info bermanfaat seputar makanan sehat sebanyak mungkin dengan 160 karakter. Info-info yang penulis buat tersebut nantinya akan di saring dan akan di upload pada akun media sosial *Twitter* milik Delta FM Bandung.
3. Penulis mendapat tugas untuk mencari dan membuat sebuah info-info bermanfaat seputar buah-buahan sebanyak mungkin dengan 160 karakter. Info-info yang penulis buat tersebut nantinya akan di saring dan akan di upload pada akun media sosial *Twitter* milik Delta FM Bandung.
4. Penulis mendapat tugas untuk mencari dan membuat sebuah info-info bermanfaat seputar kesehatan sebanyak mungkin dengan 160 karakter. Info-info yang penulis buat tersebut nantinya akan di saring dan akan di upload pada akun media sosial *Twitter* milik Delta FM Bandung.
5. Penulis mendapat tugas untuk mencari dan membuat sebuah info-info bermanfaat seputar berpuasa sebanyak mungkin dengan 160 karakter. Info-info yang penulis buat tersebut nantinya akan di saring dan akan di upload pada akun media sosial *Twitter* milik Delta FM Bandung.
6. Penulis mendapat tugas untuk menulis *Script News* dari media on line yang telah di berikan. *Script* yang dibuat penulis dibacakan oleh penyiar untuk Delta News pada acara Delta Delight. *Script* yang dibuat penulis adalah 5 buah, dan Berikut adalah salah satu *script* yang penulis buat.

Gambar 2.2

Contoh *Script* Delta News

DELTANEWS

KABAR TERBARU DARI ARIEL VOKALIS BAND PETERPAN TELAH BEBAS DARI RUTAN KEBON WARU HARI INI // NAMUN 2 ARTIS CANTIK YANG TERLIBAT DALAM KASUS TERSEBUT LUNA MAYA DAN CUT TARI / MASIH DIGANTUNG DALAM KASUS HUKUMNYA HINGGA SAAT INI // BELUM ADA KEJELASAAN DALAM PROSES HUKUM TERSEBUT // MENURUT HOTMAN PARIS KUASA HUKUM CUT TARI / SEHARUSNYA / MABES POLRI MENGHENTIKAN KASUS TERSEBUT / KARENA CUT TARI TAK ADA SANGKUT PAUTNYA DENGAN PENYEBARAN VIDEO PORNO TERSEBUT ///

Sumber : Agenda Penulis Selama PKL 2012

7. Penulis mendapat tugas untuk menulis *Script* pemberitaan tentang berita terkinidari media on line yang telah di berikan. Penulis juga mendapat tugas tambahan melakukan Taping membacakan berita untuk Delta News pada acara Delta Delight.

Gambar 2.3

Contoh *Script* Delta NewsDelta FM

Mantan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia Miranda S Goeltom / akan mengenakan baju tahanan Komisi Pemberantasan Korupsi menuju ruang sidang / Miranda akan menjalani sidang perdananya di Pengadilan Tindak Pidana Korupi Jakarta / Selasa (24/juli/2012) pagi ini ///

Sidang perdana Miranda mengagendakan pembacaan surat dakwaan yang disusun tim jaksa penuntut umum KPK // Menurut Johan/Miranda akan mengenakan baju tahanan mulai dari keluar Rumah Tahanan KPK / hingga sampai di Pengadilan Tipikor ///

Sumber : Agenda Penulis Selama PKL 2012

8. Penulis mendapat tugas untuk mencari dan menuliskan quotes-quotes orang terkenal sebanyak mungkin dengan 160 karakter. Info-info yang penulis buat tersebut nantinya

akan di saring dan akan di upload pada akun media sosial *Twitter* milik Delta FM Bandung.

9. Penulis mendapat tugas untuk membuat sebuah ide kreatif untuk menaikan pendengar Delta FM.
10. Penulis mendapat tugas untuk mendatangi bengkel-bengkel mobil di Bandung untuk di ajak kerja sama,dimana Delta menyebarkan stiker yang bertuliskan Delta FM 94.4 100% lagu enak ke seluruh pengendara mobil secara acak dan apabila mobil tersebut menempelkan stiker di bagian kaca belakang,maka mobil tersebut dapat potongan harga service sebesar 40% di bengkel-bengkel tertentu yang telah bekerja sama dengan Delta.

2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidental

Selama penulis melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan di Radio Delta Bandung ada beberapa kegiatan yang bersifat insidentil yang dikerjakan sepertiberikut ini:

1. Kegiatan *Taping* tersebut dilakukan di studio Delta FM Bandung pada hari Kamis 12 Juli 2012, di temani oleh Irfan. N sebagai salah satu operator di Delta FM Bandung. Penulis menjadi salah satu pengisi suara yang berperan sebagai Sandy. Hasil *Taping* tersebut untuk disiarkan hari itu juga sebagai selingan iklan pada salah satu acara On Air Delta FM Bandung pada pukul 16.00 s/d 20.00 yaitu *Delta Delight*.

   Taping pengisian suara iklan acara tersebut dilakukan untuk sebuah acara *Talkshow* Badan Narkotika Jawa Barat pada hari Jum’at 13 Juli 2012 yang di adakan oleh Radio Delta FM Bandung pada acara Delta Delight.

Gambar 2.4

Dokumentasi Saat Taping Suara



Sumber : Agenda Penulis Selama PKL 2012

Gambar 2.5

Dokumentasi Saat Taping Suara



Sumber : Agenda Penulis Selama PKL 2012

Gambar 2.6

Dokumentasi Saat Taping Suara

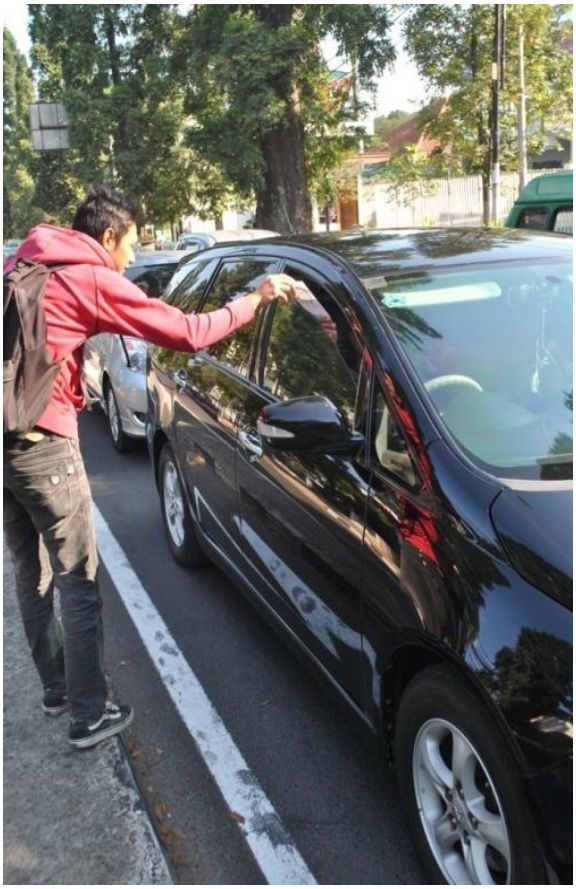


Sumber : Agenda Penulis Selama PKL 2012

2. Penulis mendapatkan tugas untuk menyebarkan pamflet dan stiker,kegiatan ini dilakukan untuk memperoleh pendengar lebih banyak lagi dengan adanya tulisan acara yang menarik dari pamflet itu sendiri.

Gambar 2.7

Dokumentasi Saat Menyebarkan Pamflet



Sumber : Agenda Penulis Selama PKL 2012

2.3 Analisis Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan

Melaksanakan praktik kerja lapangan (PKL) di Radio Delta FM Bandung merupakan kesempatan berharga dan pengalaman yang tidak diperoleh di bangku kuliah. Kesempatan ini telah memberikan waktu khusus untuk mengimplementasikan dan mengembangkan teori-teori komunikasi yang penulis peroleh pada dunia kerja secara langsung. Masa PKL yang diikuti

penulis dimulai pada 9 Juli - 9 Agustus di Radio Delta FM Bandung. Setiap hari penulis melakukan kegiatan humas mulai dari media sosial dan membuat ide kreatif hingga On Air secara langsung di Radio Delta FM Bandung dengan menggunakan ilmu dan teori yang di dapat di bangku kuliah. Tidak hanya itu, penulis juga berkesempatan mengisi suara untuk sebuah iklan acara *Talkshow* Badan Narkotika Jawa Barat pada acara On Air *Delta Delight*.

Penulis di bimbing dengan baik dan tegas bagaimana membuat info untuk media sosial, bagaimana membuat berita untuk radio, menjadi pengisi suara dan penyiar yang baik, hingga diajarkan bagaimana mengoperasian siaran On Air berlangsung.

Meskipun tidak semua teori yang penulis dapatkan di bangku kuliah dapat ditemukan selama PKL tapi tanpa teori, penulis akan kebingungan saat PKL. Dengan mengikuti praktek kerja lapangan, penulis mendapatkan ilmu dan pengetahuan yang tidak mungkin diperoleh di bangku kuliah meskipun hanya satu bulan.

2.3.1 Deskripsi *Public Relations* Delta Bandung

2.3.1.1 Definisi *Public Relations*

Dalam organisasi, kita bisa mengenal istilah humas atau hubungan masyarakat. Humas adalah nama lain untuk Public Relations (PR) merupakan bagian terpenting dari komunikasi yang bertujuan memperkenalkan dan mengangkat citra positif organisasi atau perusahaan secara internal atau eksternal. 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, dalam hal ini disebut dengan stakeholders. Stakeholders adalah mereka yang berkepentingan di dalam perusahaan dalam hal ini mereka juga disebut target publik terdiri atas pemegang saham, manajemen, karyawan, konsumen, pers, akademisi dan lain sebagainya. Mereka semua dapat membentuk opini di dalam masyarakat dan dapat mengangkat atau menjatuhkan citra perusahaan.

Secara etimologis, public relations terdiri dari dua kata, yaitu *public* dan *relations*. *Public* berarti publik dan *relations* berarti hubungan-hubungan. Jadi, *public relations* berarti hubungan-hubungan dengan publik.

Menurut (*British*) *Institute of Public Relations* (IPR) (Jefkins, 2004: 9)

> "*Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*goodwill*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya".

Dari definisi diatas maksudanya adalah "upaya yang terencana dan berkesinambungan", ini berarti humas adalah suatu rangkaian kegiatan yang diorganisasikan sebagai suatu rangkaian kampanye atau program terpadu, dan semuanya ini berlangsung secara berkesinambungan dan teratur.

Sedangkan tujuan utamanya adalah menciptakan dan memelihara saling pengertian, maksudnya adalah untuk memastikan bahwa organisasi tersebut senantiasa dimengerti oleh pihak-pihak lain yang turut berkepentingan. Dengan adanya kata "saling", maka itu berarti organisasi juga harus memahami setiap kelompok atau individu yang terlibat dengan khalayak atau publik.

Public relations News mendefinisikan :

> "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".

Karena banyaknya definisi dari *public relations* itu, maka para The International *Public relations* (IPRA), bersepakat untuk merumuskan sebuah definisi dengan harapan dapat diterima dan dipraktekan bersama. Definisi Humas menurut IPRA adalah :

> "Humas adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan bersinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembagalembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati, dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya – dengan jalan menilai pendapat umum di antara mereka, untuk mengorelasikan, sedapat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara merekam yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien."

Secara sederhana, penulis juga dapat mengemukakan bahwa PR atau Humas merupakan sesuatu kegiatan komunikasi dua arah (*two way communication*) antar suatu perusahaan atau organisasi dengan publik maupun sebaliknya. Publik disini mencakup intern dan ekstern yang mendukung fungsi dan tujuan manajemen organisasi guna memperoleh opini publik yang positif bagi perusahaan (citra atau *image* positif). Secara umum, PR dapat diartikan sebagai "penyambung lidah" perusahaannya dalam hal mengadakan hubungan timbal balik dengan pihak luar dan dalam perusahaan. Jadi, tidak hanya bertugas sebagai *a channel of information* (saluran informasi) dari perusahaan kepada publiknya, melainkan juga merupakan saluran informasi dari publik kepada perusahaan. Informasi yang datang dari publik merupakan opini publik sebagai umpan balik dari informasi yang diberikan oleh perusahaan.

2.3.2 Fungsi Public Relations

Fungsi Humas menurut Cultip Center and Canfield oleh Ruslan Rosady dalam bukunya "*Manajemen PR dan Media Komunikasi*", fungsi humas yaitu :

1. Menunjang aktivitas utama manajeman dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajeman organisasi).
2. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, perserpsi, dan tanggpan masyarakat terhadap organiasasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
4. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.
5. Menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari organisasi ke publiknya atau sebaliknya, demi tercapainya citra positif bagi kedua belah pihak. (2006 : 19).

Pada *Public Relations* melekat dua aspek yang hakiki yang mutlak harus ada. Kedua aspek tersebut adalah :

1. Sasaran *Public Relations* adalah publik intern (*Internal Public*) dan Public Ekstren (*External Public*)

   Publik intern adalah orang-orang yang berada di dalam organisasi, antara lain para karyawan. *Publik ekstern* adalah orang-orang di luar organisasi yang ada kaitannya dengan kegiatan organisasi misalnya adalah *client* atau khalayak.
2. Kegiatan *Public Relations* adalah komunikasi dua arah timbal balik (*Reciprocal Two Way Traffic Communication)*

   Hal tersebut berarti bahwa dalam rangka penyampaian informasi, baik yang ditujukan kepada publik intern maupun ekstern, harus terjadi umpan balik (*Feedback*). Ini berarti bahwa kepala seorsng humas harus mengetahui efek atau akibat penyampaian informasinya itu, apakah ditanggapi publik secara positif atau secara negatif.

2.3.3 Tujuan Public Relations

Tujuan utama aktivitas *Public Relations* menurut Davis adalah untuk mempengaruhi sikap manusia secara individu atau kelompok ketika saling berhubungan, dengan melakukan dialog terhadap sesama golongan, ketika persepsi, opini dan sikapnya dianggap penting bagi kesuksesan sebuah perusahaan.

Sementara itu, Rosady Ruslan berpendapat bahwa ada 5 tujuan *public relations*, yaitu:

1. Menciptakan citra organisasi yang baik dan positif bagi masyarakat dan konsumen
2. Memicu terjadinya sikap saling mengeti makna antara masyarakat dan perusahaan
3. Mengembangkan keselarasan fungsi antara pemasaran dan *public relations*.
4. Membangun pengenala dan pengetahuan tentang merek secara efektif
5. Mendukung bauran pemasaran

PR merupakan fungsi manajemen dan dalam struktur organisasi PR merupakan salah satu bagian atau divisi dari organisasi ataupun perusahaan. Karena itu, tujuan dari PR sebagai bagian struktural organisasi tidak terlepas dari tujuan organisasi itu sendiri.

Inilah yang oleh Oxley (Iriantara, 2004: 57) disebut sebagai salah satu prinsip *public relations*, yang menyatakan "Tujuan public relations jelas dan mutlak memberi sumbangan pada objektif organisasi secara keseluruhan". Oxley menyatakan tujuan *public relations* itu sendiri adalah mengupayakan dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan publiknya.

Dari serangkaian tujuan PR yang telah disebutkan diatas maka pada umumnya PR menekankan tujuan pada aspek citra. "Citra" dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah "*image*", yang berarti "*The Picture in our head*" (gambar yang ada didalam kepala kita). Gambaran yang dimaksudkan merupakan gambaran yang positif maupun negatif.

Humas atau *public relations* adalah salah satu profesi yang bermodalkan komunikasi yang baik. Karena seorang PRO harus bisa membangun relasi yang baik dengan klien ataupun relasi dengan masyarakat luas. *Public Relations* merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik organisasi yang bersifat komersil (perusahaan) atau organisasi yang *non komersil.* Karena humas merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

Berdasarkan definisi, penjelasan dan analisis singkat mengenai PR diatas, penulis menilai bahwa PRDelta FM Bandung sudah berjalan dengan baik sesuai dengan tugas dan fungsinya. Tugas-tugas tersebut meliputi tugas yang saling berkesinambungan yaitu menyusun serta menjalankan program-program demi terciptanya hubungan baik serta untuk selalu membentuk citra yang positif bagi perusahaannya.

2.4 Analisis Kegiatan Praktik Kerja Lapangan

Praktik PR pada prinsipnya adalah merupakan suatu kegiatan yang terencana dan suatu usaha yang terus menerus untuk dapat memantapkan dan mengembangkan itikad baik (*goodwill*) dan pengertian yang timbal balik (*mutual understanding*) antara suatu organisasi dengan masyarakat.

*Public Relations*Delta FM Bandung mempunyai tugas yang sangat luas dalam menjalin hubungan dengan berbagai pihak. Peranan *Public Relations*Delta FM Bandung dalam system komunikasi timbal balik merupakan alat yang tepat untuk memperlancar dan memahami dalam penyampaian pesan dan informasi. *Job descriptions* PR Delta FM Bandung sudah sangat jelas

dimana PR Delta FM Bandung sendiri sudah melembaga dan memiliki *staf-staf* khusus yang membantu segala bentuk kegiatan aktifitas PR.

PR Delta FM Bandung mampu melaksanakan fungsinya sebagai penghubung antara pihak internal perusahaan dan pihak eksternal, dimana dalam hal ini PR mampu mengkomunikasikan segala bentuk masalah-masalah internal perusahaan dengan para karyawan serta mampu menjalin kerjasama dengan pihak eksternal perusahaan yaitu client dan masyarakat dengan baik.

Seperti contohnya kegiatan PR Delta mengajak bengkel mobil besar di bandung untuk kerja sama selama bulan ramadhan,tepatnya 2 minggu sebelum hari raya dimana PR Delta melakukan kerja sama yang dapat menguntungkan kedua belah pihak,Delta mendapatkan lebih banyak pendengar dan bengkel tersebut mendapat pelanggan banyak juga.

Ketentuan kerja sama nya yaitu PR delta menyebarkan stiker kepada pengendara mobil di berbagai titik kota Bandung dan mengajak pengendara untuk menempelkan stiker dibagian belakang kaca mobil dengan keuntungan dapat potongan service di bengkel-bengkel tertentu.

Public relations Delta FM Bandung sendiri memiliki kemampuan komunikasi dan kerjasama yang baik sehingga hal tersebut membuat Delta FM Bandung selalu dipercaya untuk menjalin kerjasama dengan pihak-pihak luar dimana sasaran utama dari Delta FM Bandung itu sendiri adalah khalayak sebagai pendengar dan memperoleh keuntungan profit melalui berbagai kegiatan seperti *event*, menarik sponsor untuk turut mensponsori *event* dan melakukan iklan di Delta FM Bandung.

Dalam upayanya mempersuasi pihak eksternal untuk terlibat kerjasama dengan Delta FM Bandung, apabila PR mendapatkan suatu proyek iklan atau event maka akan langsung mengkomunikasikannya dengan pihak internal perusahaan untuk sama-sama dikerjakan. Dalam hal *event* yang juga merupakan salah satu bentuk strategi PR dalam hal pembentukan opini guna mendapatkan citra positif dari masyarakat biasanya PR berkerjasama dengan pihak off air selaku penyelenggara acara. Sebelum event tersebut dimulai pihak off air dan PR melakukan konsep kegiatan agar dapat mendapatkan citra positif dari masyarakat, disinilah peran PR juga sangat besar karena PR dituntut untuk kreatif dan mampu memberikan inovasi agar menarik minat khalayak.

Mengingat Delta FM Bandung telah memiliki citra yang positif sebagai radio swasta di Bandung, maka PR Delta FM Bandung harus selalu dituntut untuk selalu membentuk dan mempertahakan citra perusahaan sehingga Delta FM Bandung bisa terus bersaing dengan radio-radio lainnya. Dan hal-hal yang dilakukan oleh PR Delta FM Bandung dalam mempertahankan dan membentuk citra perusahaannya tidak hanya melalui *live on air* studio yang dilakukan oleh penyiar radio tapi dengan melakukan berbagai kegiatan *off air* seperti event berbagai acara, menjadi sponsor dalam berbagai kegiatan acara, bekerjasama dengan media-media lainnya seperti media cetak dan televisi, melakukan kegiatan layanan publik seperti melakukan aksi-aksi sosial, melakukan media identitas yaitu membuat identitas dari Delta FM Bandung mudah dikenali dan diingat oleh masyarakat seperti dari logo dan slogan yang menjadi ciri khas.

2.5 Analisis Pelayanan Delta FM Bandung Bandung Kepada Mahasiswa PKL

Pelayanan yang diberikan Delta FM Bandung kepada penulis sejak awal melaksanakan Praktik Kerja Lapangan hingga selesai sangatlah baik. Penulis merasakan suasana ramah dan menyenangkan yang didapat dari para karyawan Delta FM Bandung. Penulis dapat dengan mudah berbaur dan akrab dengan para karyawan Delta FM Bandung karena para karyawan sangatlah terbuka kepada penulis dan seluruh karyawan memiliki rasa kekeluargaan antara yang satu dengan yang lainnya. Pada saat penulis ditempatkan di divisi *Off Air* dan *Public Relations*, penulis disambut hangat oleh kepala divisi *Off Air* dan langsung dikenalkan kepada para *staff* lainnya. Para *staff* tersebut tidak segan menerima penulis sebagai bagian dari Delta FM Bandung dan penulis langsung diberikan pengarahan mengenai peraturan dan mengenai program kerja yang akan dilakukan oleh Delta FM Bandung.

Penulis diberikan kesempatan untuk ikut terlibat dalam berbagai kegiatan yang dilakukan oleh divisi *off air* dan PR baik itu *event organizer*, *branding*, *flyering* dan aktivitas lainnya. Pihak *off air* maupun PR selalu memberikan kesempatan untuk penulis melakukan pekerjaan layaknya seorang *staff*Delta FM Bandung yang sudah berpengalaman dengan dibimbing dan diberikan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat sehingga penulis mampu mengerjakan tugas dengan baik.

Pihak Delta FM Bandung tidak pernah membeda-bedakan antara *staff* dan juga penulis selaku mahasiswa PKL, penulis diperlakukan sama dengan *staff* lainnya. Peraturan yang dibuat untuk staff harus dipatuhi pula oleh penulis misalnya pada suatu waktu harus menggunakan pakaian

dengan tema tertentu penulis harus mengikuti ataupun peraturan seperti denda ketika berbicara hal-hal yang kurang sopan itu pun berlaku untuk mahasiswa PKL.

Segala bentuk kegiatan yang dilakukan selama PKL sangat memberikan pengalaman dan wawasan pada penulis didalam dunia kerja khususnya pada bidang kehumasan yang tidak pernah penulis dapatkan sebelumnya.