BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktivitas Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan (PKL) di PT. Suara Tama Anugrah Radio Stara 93.5 FM Majalengka selama 20 hari dimulai dari tanggal 15 Juli 2013 hingga 03 Agustus 2013. Pada saat melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL), penulis ditempatkan di divisi produser. Selama pelaksanaan praktek kerja lapangan penulis sering dilibatkan dalam berbagai kegiatan seperti membantu menyiapkan materi siaran Radio Stara 93.5 FM Majalengka. Selain itu, penulis juga melakukan kegiatan yang berhubungan dengan divisi *public relations* dalam bagian penyiaran, seperti halnya menggunakan *social media* sebagai salah satu promosi dan pengenalan Radio Stara 93.5 FM Majalengka kepada khalayak umum khususnya publik *social media* sekaligus untuk pembentukan citra Radio Stara. Kegiatan-kegiatan tersebut terbagi atas kegiatan yang bersifat rutin dan insidentil.

Kegiatan rutin merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh penulis selama melaksanakan praktek kerja lapangan di Radio Stara 93.5 FM Majalengka, sedangkan kegiatan insidentil merupakan kegiatan yang sifatnya kadang-kadang atau sewaktu-waktu dilakukan oleh penulis selama melaksanakan praktek kerja lapangan di Radio Stara 93.5 FM Majalengka.

Adapun kegiatan-kegiatan yang penulis lakukan selama melaksanakan praktek kerja lapangan di Radio Stara 93.5 FM Majalengka adalah sebagai berikut.

Tabel 2.1

Jadwal Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

No	Hari, Tanggal	Waktu (WIB)	Kegiatan	Keterangan	
				Rutin	Insidentil
1	Senin, 15 Juli 2013	09.00–18.00	• Pengenalan dan pengarahan oleh *station manager* mengenai *job description* divisi *public relations* dan produser.		✓
			• Mempelajari cara membuat *script.*		✓
			• Mengenal iklan yang ada di radio seperti halnya *spot* dan *adlibs.*		✓
			• Mempelajari cara menggunakan twitter dan facebook Radio Stara 93.5 FM Majalengka.	✓	
			• Membuat daftar lagu (*playlist*)		

			yang akan diputar pada siaran sore tanggal 15 Juli dan siaran pagi tanggal 16 Juli 2013. • Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 16 Juli 2013.	✓ ✓	
2	Selasa, 16 Juli 2013	06.00–15.00	• Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 17 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 17 Juli 2013. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu.	✓ ✓ ✓	
3	Rabu, 17 Juli 2013		• Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script*	✓	

		06.00-15.00	siaran pagi tanggal 18 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 18 Juli 2013. • *Meeting:* membahas topik untuk seminggu ke depan. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 17 Juli dan siaran pagi tanggal 18 Juli 2013.	✓ ✓ ✓	✓
4	Kamis, 18 Juli 2013	06.00-15.00	• Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 19 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 19 Juli 2013. • Mengumpulkan bahan untuk	✓ ✓ ✓	

			membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 18 Juli dan siaran pagi tanggal 19 Juli 2013.	✓	
5	Jumat, 19 Juli 2013	06.00-15.00	• Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 22 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 22 Juli 2013. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu. • Membuat *script* untuk siaran pagi pagi hari Sabtu tanggal 20 dan Minggu tanggal 21 Juli 2013. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran	✓ ✓ ✓ ✓	✓

			sore tanggal 19 Juli dan siaran pagi tanggal 22 Juli 2013.		
6	Senin, 22 Juli 2013	06.00-15.00	• Mempelajari cara memasukkan SMS *request* pendengar dari ruang operator menuju ruang siaran. • Membantu operator dan produser menyaring SMS yang layak masuk ruang siaran. • Meng*update* twitter dan facebook dalam setiap segmen siaran dan menuliskan setiap lagu yang diputar selama siaran. • Menuliskan *opening*, mengajak *requet*, dan *closing* penyiar di twitter dan facebook. • Membantu produser memilih pemenang Quiz via SMS dan mencatat nama pemenangnya. • Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script*	✓ ✓ ✓ ✓	✓ ✓

			siaran pagi tanggal 23 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 23 Juli 2013. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 22 Juli dan siaran pagi tanggal 23 Juli 2013.	✓ ✓ ✓	
7	Selasa, 23 Juli 2013	06.00-15.00	• Membantu operator dan produser menyaring SMS yang layak masuk ruang siaran. • Meng*update* twitter dan facebook dalam setiap segmen siaran dan menuliskan setiap lagu yang diputar selama siaran. • Menuliskan *opening*, mengajak *requet*, dan *closing* penyiar di	✓ ✓ ✓	

			twitter dan facebook. • Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 24 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 24 Juli 2013. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 23 Juli dan siaran pagi tanggal 24 Juli 2013.	✓ ✓ ✓ ✓	
8	Rabu, 24 Juli 2013	06.00-15.00	• Membantu operator dan produser menyaring SMS yang layak masuk ruang siaran. • Meng*update* twitter dan facebook dalam setiap segmen siaran dan menuliskan setiap lagu yang diputar selama	✓ ✓	

			siaran. • Menuliskan *opening*, mengajak *requet*, dan *closing* penyiar di twitter dan facebook. • Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 24 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 24 Juli 2013. • *Meeting:* membahas topik untuk seminggu ke depan. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 24 Juli dan siaran pagi tanggal 25 Juli 2013.	✓ ✓ ✓ ✓ ✓	✓
9	Kamis, 25 Juli 2013		• Membantu operator dan produser menyaring SMS yang	✓	

			layak masuk ruang siaran.		
		06.00-15.00	• Meng*update* twitter dan facebook dalam setiap segmen siaran dan menuliskan setiap lagu yang diputar selama siaran.	✓	
			• Menuliskan *opening*, mengajak *requet*, dan *closing* penyiar di twitter dan facebook.	✓	
			• Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 25 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*.	✓	
			• Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 25 Juli 2013.	✓	
			• Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu.	✓	
			• Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 25 Juli dan siaran pagi tanggal 26 Juli 2013.	✓	

10	Jumat, 26 Juli 2013	06.00-15.00	• Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 29 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 29 Juli 2013. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu. • Membuat *script* untuk siaran pagi pagi hari Sabtu tanggal 27 dan Minggu tanggal 28 Juli 2013. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 26 Juli dan siaran pagi tanggal 29 Juli 2013.	✓ ✓ ✓ ✓	✓
11	Senin, 29 Juli 2013	06.00-15.00	• Membantu operator dan produser menyaring SMS yang layak masuk ruang siaran. • Meng*update* twitter dan	✓ ✓	

			facebook dalam setiap segmen siaran dan menuliskan setiap lagu yang diputar selama siaran.		
			• Menuliskan *opening*, mengajak *requet*, dan *closing* penyiar di twitter dan facebook.	✓	
			• Membantu produser memilih pemenang Quiz via SMS dan mencatat nama pemenangnya.		✓
			• Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 30 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*.	✓	
			• Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 30 Juli 2013.	✓	
			• Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu.	✓	
			• Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 29 Juli dan siaran	✓	

			pagi tanggal 30 Juli 2013.		
12	Selasa, 30 Juli 2013	06.00-15.00	• Membantu operator dan produser menyaring SMS yang layak masuk ruang siaran. • Meng*update* twitter dan facebook dalam setiap segmen siaran dan menuliskan setiap lagu yang diputar selama siaran. • Menuliskan *opening*, mengajak *requet*, dan *closing* penyiar di twitter dan facebook. • Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 31 Juli 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 31 Juli 2013. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari	✓ ✓ ✓ ✓ ✓ ✓	

			Sabtu dan Minggu. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 30 Juli dan siaran pagi tanggal 31 Juli 2013.	✓	
13	Rabu, 31 Juli 2013	06.00-15.00	• Membantu operator dan produser menyaring SMS yang layak masuk ruang siaran. • Meng*update* twitter dan facebook dalam setiap segmen siaran dan menuliskan setiap lagu yang diputar selama siaran. • Menuliskan *opening*, mengajak *requet*, dan *closing* penyiar di twitter dan facebook. • Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 01 Agustus 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*.	✓ ✓ ✓ ✓	

			• Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 01 Agustus 2013. • *Meeting:* membahas topik untuk seminggu ke depan. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 31 Juli dan siaran pagi tanggal 01 Agustus 2013.	✓ ✓ ✓	✓
14	Kamis, 01 Agustus 2013	06.00-15.00	• Membantu operator dan produser menyaring SMS yang layak masuk ruang siaran. • Meng*update* twitter dan facebook dalam setiap segmen siaran dan menuliskan setiap lagu yang diputar selama siaran. • Menuliskan *opening*, mengajak *requet*, dan *closing* penyiar di twitter dan facebook.	✓ ✓ ✓	

			• Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 02 Agustus 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*. • Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 02 Agustus 2013. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 01 Agustus dan siaran pagi tanggal 02 Agustus 2013.	✓ ✓ ✓ ✓	
15	Jumat, 02 Agustus 2013	06.00-15.00	• Mencari informasi menarik untuk bahan membuat *script* siaran pagi tanggal 05 Agustus 2013 dengan menggunakan *social media* dan *search engine*.	✓	

			• Membuat *script* untuk siaran pagi tanggal 05 Agustus 2013. • Mengumpulkan bahan untuk membuat *script* siaran pagi hari Sabtu dan Minggu. • Membuat *script* untuk siaran pagi pagi hari Sabtu tanggal 03 Agustus dan Minggu tanggal 04 Agustus 2013. • Membuat daftar lagu (*playlist*) yang akan diputar pada siaran sore tanggal 02 Agustus dan siaran pagi tanggal 06 Agustus 2013.	✓ ✓ ✓	 ✓

Sumber: Arsip Penulis, 2013

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Selama kegiatan praktek kerja lapangan penulis melakukan berbagai kegiatan yang dibagi menjadi kegiatan rutin dan kegiatan isidental, diantaranya:

2.1.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

Kegiatan rutin yang dilakukan penulis selama melaksanakan praktek kerja lapangan adalah menjadi asisten produser yang membantu berbagai macam

kegiatan produser, membantu kerja *script writer* yang berada di bawah pimpinan produser, juga membantu operator setiap siaran berlangsung. Deskripsi kegiatan tersebut antara lain sebagai berikut.

1. Membuat *Script*

   Dalam hal ini, penulis ditugaskan untuk membuat *script*, setelah sebelumnya mengumpulkan materi yang layak untuk disiarkan. *Script* yang dibuat penulis dibacakan oleh penyiar sesuai program radio dengan tema yang berbeda setiap harinya. Selama menjalani praktek kerja lapangan, penulis telah membuat *script* sebanyak 21 buah, di antaranya adalah seperti pada gambar di bawah ini.

Gambar 2.1

***Script* Acara Stara Pagi Pukul 06.00-07.00 WIB.**

06-07
Request & salam + Info
Ajak SMS ke 0857-7711-1058
MAJA<spasi>Nama<spasi>Umur<spasi>Request+salam

INFORMASI
5 Makanan Wajib Dihindari Sebelum Tidur
(Dikutip dari lintas.me)
1. Es Krim
Makan es krim di malam hari bisa membuat tidur teranggu// Kandungan lemak pada es krim tidak akan memberikan memberikan kesempatan tubuh untuk membakar lemak// Kandungan gulanya juga akan membentuk energi/ dan menyebabkan mimpi buruk//
2. Seledri
Makanan yang menyehatkan tubuh ini harus dihindari sebelum tidur// Kandungan air pada seledri diketahui dapat membuat lebih sering buang air kecil// Akibatnya/ sering bangun di malam hari//
3. Pasta
Kandungan indeks glikemikyang tinggi pada pasta dapat meningkatkan gula darah// Karena kegiatan di malam hari lebih sedikit/ maka makanan ini perlu dibatasi//
4. Bawang Putih
Bawang putih yang dapat membuat tubuh menjadi hangat ini rasanya sedikit pedas// Hal tersebut yang bisa menyebabkan sakit perut di malam hari// Selain itu juga akan menggangu kadar asam lambung//
5. Sereal
Sereal mengandung kadar gula dan karbohidrat yang tinggi// Kedua zat ini bisa menyebabkan berat badan bertambah cepat// Makanan ini juga akan membuat tidur tidak nyenyak//

Sumber: Arsip Penulis, 2103

Gambar 2.2

***Script* Acara Stara Pagi Pukul 07.00-09.00 WIB.**



07-08
Salam On-Air
Ajak Telepon ke 0233-291222

08-09
TOPIK
ANGLE:
Lengkapi kalimat berikut ini:
Paling sakit hati kalau inget dia.....//
Kirim SMS ke 0857-7711-1058
MAJA<spasi>NAMA<spasi>UMUR<spasi>JAWABAN//
contoh: Paling sakit hati kalau inget dia pernah morotin aku abis-abisan

Sumber: Arsip Penulis, 2013

2. Mengontrol SMS

   Dalam hal ini penulis membantu produser dan operator untuk men*transfer* SMS ke ruang siaran setelah sebelumnya menyaring SMS layak atau tidaknya dibacakan oleh penyiar.

3. Membuat Daftar Lagu (*Playlist*)

   Dalam hal ini penulis memilih lagu untuk diputar selama siaran berlangsung. Jadi, selama siaran para penyiar akan memutar lagu-lagu yang ada dalam *playlist* yang telah dibuat oleh penulis, di luar lagu-lagu yang di*request* oleh pendengar. Berikut contoh *playlist* yang dibuat oleh penulis selama masa praktek kerja lapangan.

Gambar 2.3

***Playlist* Acara Stara Pagi Pukul 06.00-09.00 WIB.**

Form Playlist

STARA PAGI 16 Juli 2013

Jam	Artis+Judul	Yes/No	Note (Diubah dengan lagu apa)
6	Closehead – Selamat Pagi Tetang Pinkft. Nate Rush – Just Give Me A Reason Lady Gaga – Poket Face Coboy Junior – Terus Berlati Nidji – Gloty And Liberty Request Request Request		
7	Salam On-Air Salam On-Air Sandy Sandoto ft. IDP – Gejolak Cinta Taylor Swift – I Knew You Were Trouble She – Jomblowati Noah – Jika Engkau Chakra Khan – Setelah Kau Tiada Tangga – Mabuk Kepayang		
8	Maudi Ayunda – Cinta Datang Terlambat Selena Gomez – I Potmise You Ashanty – Mengapa Oh Mengapa Raisa – Bye Bye Demi Lovato – Heart Attack Citra – Pasti Bisa Miley Cyrus – We Can't Stop Cherybelle – Diam-Diam Suka		
9	Fatin – Aku Memilih Setia Ungu – Bila Tiba Justin Biebet – Beauty And Yhe Beat Tangga – Jurus Terjitu Geisha – Lumpuhkan Ingatanku Jessie J – Ptice Tag Sheila on 7 – Jadikan Aku Pacarmu Pee Wee Gaskin – Nikmati Hati		

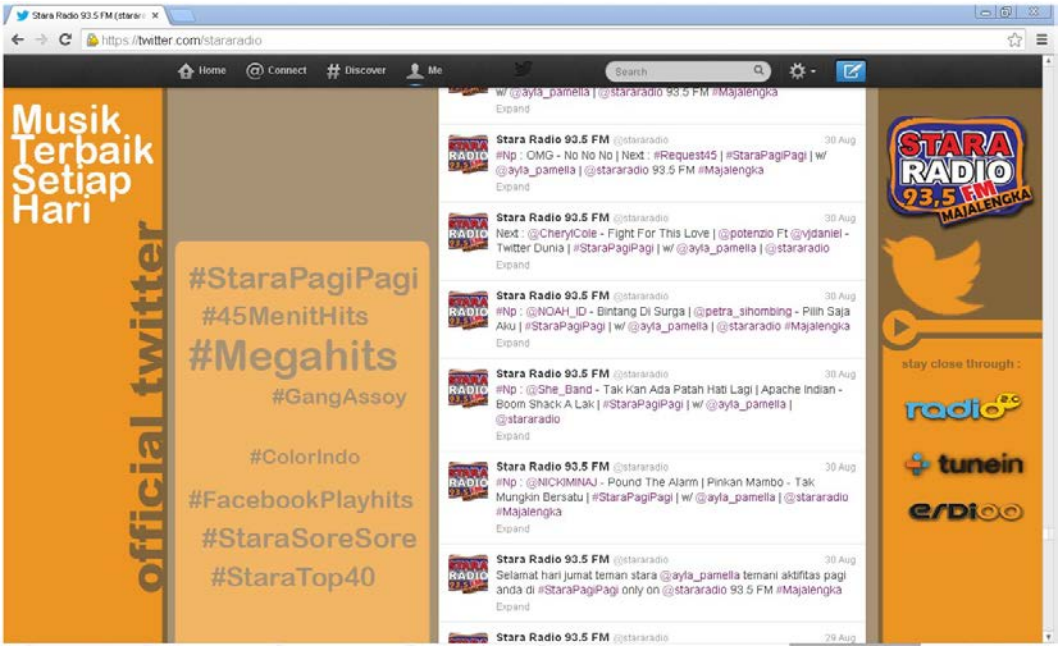
Sumber: Arsip Penulis 2013

4. *Update Social Media*

Dalam hal ini penulis bertugas untuk meng*update* berbagai macam hal yang terjadi di ruang siaran. Penulis harus aktif, cekatan, dan terampil dalam mengolah kata dari bahasa lisan menjadi bahasa tulisan yang di*update* di media sosial twitter dan facebook. Penulis menuliskan setiap lagu yang diputar selama siaran, menuliskan *opening*, mengajak pendengar untuk *request* lagu, dan menuliskan *closing* penyiar. Berikut adalah gambar *update social media* yang dilakukan oleh penulis.

Gambar 2.4

***Update Social Media* Acara Stara Pagi 30 Juli 2013**



Sumber: Arsip Penulis, 2013

2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidental

Selama penulis melaksanakan kegiatan praktek kerja lapangan di Radio Stara 93.5 FM Majalengka, ada beberapa kegiatan yang bersifat insidentil yang dikerjakan seperti berikut.

1. *Meeting*

   Dalam hal ini, penulis melaksanakan *meeting* yang diadakan setiap minggu yakni hari Rabu. *Meeting* ini diadakan untuk membahas topik/ tema acara dalam seminggu ke depan, di mana *meeting* ini dihadiri oleh seluruh staf yang terkait dengan penyiaran, seperti halnya *station manager*, produser, *script writer*, dan juga penyiar untuk setiap acara yang ada di Radio Stara 93.5 FM Majalengka.

2. Mengenal Jenis Iklan

   Di dalam siaran radio, tentunya ada iklan yang dari perusahaan atau instansi-instasi yang berpromosi di Stara Radio 93.5 FM Majalengka. Di hari pertama penulis praktek kerja lapangan, penulis diberikan beberapa catatan oleh produser yang berisi jenis-jenis iklan seperti halnya *adlibs* dan spot. Jadi, penulis ditugaskan untuk mengenal jenis-jenis iklan yang biasa dipasang di Radio Stara 93.5 FM Majalengka.

3. Mengenal Ruang Operator

   Saat melaksanakan praktek kerja lapangan, penulis tidak langsung diajarkan cara untuk mengopersikan segala perangkat yang ada di ruang operator. Jadi, penulis baru mengenal ruang operator pada hari Senin

minggu kedua. Penulis dilatih bagaimana cara memasukkan SMS ke komputer operator, kemudian mengirimnya ke komputer yang ada di ruang siaran. Kemudian penulis juga diajarkan untuk mengecek daftar nama pemenang kuis.

4. Mencatat Nama Pemenang Kuis

   Untuk beberapa acara, ada yang melangsungkan program kuis dalam siarannya. Pada kesempatan itu, penulis bertugas untuk membantu mencatat nama pemenang kuis, bahkan penulis juga membantu jalannya acara seperti mencatat waktu saat kuis berlangsung dan turut menentukan siapa yang berhak memenagkan kuis tersebut.

2.3 Deskripsi Humas

2.3.1 Definisi Humas

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 di atas 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 : Menunjang aktivitas utama manajeman dalam mencapai tujuan bersama (fungsi melekat pada manajeman organisasi).

1. Membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publiknya yang merupakan khalayak sasaran.
2. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, perserpsi, dan tanggpan masyarakat terhadap organiasasi yang diwakilinya atau sebaliknya.
3. Melayani keinginan publik dan memberikan sumbangan saran kepada pemimpin organisasi demi tujuan dan manfaat bersama.
4. 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 di atas 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 di atas, penulis menilai bahwa Radio Stara 93.5 FM Majalengka 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 Praktek Kerja Lapangan

Praktek *Public relations* 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. Selama masa praktek kerja lapangan, penulis ditempatkan di divisi produser, namun turut membantu kerja *public relations* dalam rangka menciptakan hubungan baik dengan pendengar.

Penulis melakukan berbagai macam kegiatan yang teorinya telah banyak penulis pelajari selama berkuliah di program studi Ilmu Komunikasi, seperti membuat *script* yang pada dasarnya telah diajarkan dalam mata kuliah Pengantar Ilmu Jurnalistik. Selian itu, dalam membuat *script* juga harus ditunjang dengan kemampuan berbahasa dan menulis yang baik, di mana ilmu itu telah penulis pelajari selama mengikuti perkuliahan Penulisan Humas dan *Media Relations.*

Jadi, pada saat melaksanakan praktek kerja lapangan ini, penulis dengan sebaik-baiknya mencoba menerapkan berbagai ilmu yang telah penulis dapatkan selama berkuliah.

Selain itu, penulis juga mempelajari jenis-jenis iklan yang biasa dipasang di Radio Stara 93.5 FM Majalengka yang erat kaitannya dengan mata kuliah Periklanan, yang juga telah banyak disinggung dalam perkuliahan Pengantar Ilmu Humas, Manajemen Humas dan Marketing Humas. Penulis mencoba menganalisa perbedaan iklan yang terdapat di radio, televisi, surat kabar, dan berbagai macam media lainnya. Selama masa praktek kerja lapangan ini penulis jadi lebih banyak tahu mengenai berbagai macam hal yang berhubungan dengan dunia *advertising.*

Praktek kerja lapangan ini juga mendidik penulis untuk bisa bekerja di bawah tekanan, di mana setiap harinya penulis harus mampu mengumpulkan bahan untuk membuat *script* dan mengemasnya dalam bentuk *script* yang siap baca dan layak siar. Penulis menjadi lebih terampil dalam membuat tulisan-tulisan, yang akan sangat berguna bagi penulis sendiri maupun orang lain yang suatu saat bisa memanfaatkan keterampilan penulis tersebut.

Sekalipun penulis tidak ditempatkan khusus di divisi *public relations*, namun penulis juga banyak mendapat pengetahuan-pengetahuan baru mengenai dunia *public relation* berkat *sharing* yang sering penulis lakukan dengan orang-orang yang ada di divisi *public relations.* Penulis diperlihatkan bagaimana cara membuat surat perizinan, surat kontrak, dan penulis juga diberikan kesempatan untuk melihat contoh kontrak antara sebuah perusahaan dengan Radio Stara 93.5 FM Majalengka.

Di samping menerapkan teori-teori yang telah penulis dapat selama perkuliahan, penulis juga mendapat wawasan baru seputar dunia penyiaran, periklanan, dan juga wawasan umum lainnya yang berkaitan dengan bidang komunikasi. Hal itu terjadi karena selama praktek kerja lapangan ini penulis dituntut untuk banyak membaca. Banyak portal berita yang penulis kunjungi dalam rangka mencari bahan untuk diolah menjadi *script* yang layak siar. Dengan demikian, penulis jadi lebih *up to date* dan lebih peka dengan apa yang terjadi di lingkungan sekitar.

Melihat kondisi tersebut, penulis menganggap bahwa praktek kerja lapangan ini merupakan langkah awal penulis dalam memantapkan diri dan hati untuk menjadi seorang *public relations* yang baik. Modal awal itu telah penulis dapatkan dari pengalaman kerja praktek yang membuat penulis lebih *aware* akan peristiwa-peristiwa komunikasi yang terjadi di masyarakat. Penulis juga belajar menghadapi berbagai jenis penyiar dengan karakter yang berbeda-beda, di mana penulis menganalogikannya seolah penulis sedang menghadapi klien yang penulis hadapi. Penulis tentunya harus memuaskan klien dengan berbagai macam karakter tersebut hasil kerja yang baik dan semaksimal mungkin.

Apa yang penulis dapat selama masa praktek kerja lapangan di Radio Stara 93.5 FM Majalengka tentunya menambah keterampilan dan wawasan penulis yang penulis jadikan sebagai pengalaman agar tidak terjadi *over culture shock* di saat penulis memasuki dunia kerja di masa depan.

2.5 Analisis Pelayanan Radio Stara Kepada Mahasiswa PKL

Radio Stara 93.5 FM Majalengka merupakan perusahaan yang *welcome* terhadap setiap mahasiswa yang melaksanakan praktek kerja lapangan. Pada hari pertama praktek kerja lapangan, penulis juga diberi keleluasaan untuk memilih *shift* kerja di Radio Stara 93.5 FM agar semua pihak mendapatkan kenyamanan namun tetap mematuhi segala aturan yang berlaku di Radio Stara 93.5 FM Majalengka.

Seluruh staf di Radio Stara 93.5 FM Majalengka memberikan pelayanan yang baik, dan sabar mengajarkan hal-hal yang belum diketahui oleh mahasiswa PKL terkait dengan dunia penyiaran. Rasa kekeluargaan yang dibangun di Radio Stara ini membuat mahasiswa PKL tidak canggung ataupun sungkan untuk meminta bantuan kepada staf karyawan di sana. Hal tersebut juga membuat mahasiswa PKL lebih cepat beradaptasi dengan lingkungan kerja.

Selama masa praktek kerja lapangan, penulis difasilitasi sebuah komputer yang bisa penulis gunakan untuk membuat *script, playlist,* serta berbagai kebutuhan lainnya yang menyangkut penyiaran. Penulis bekerja dalam satu ruangan yang sama dengan produser dan *script writer* tetap di Radio Stara 93.5 FM Majalengka. Penulis juga diberikan izin untuk berada di dalam ruang siaran selama siaran yang penulis produseri berlangsung. Penulis juga bisa menggunakan komputer yang ada di ruang operator selama tidak ada siaran, sehingga penulis bisa belajar lebih sering bagaimana cara men*transfer* SMS ke komputer yang ada di ruang siaran.

Penulis dibimbing dengan baik oleh produser di Radio Stara 93.5 FM Majalengka, sehingga penulis dapat mempelajari berbagai macam hal dengan cepat. Produser yang membimbing penulis juga tidak menunjukkan senioritasnya, tapi justru mengayomi penulis agar bisa menyelesaikan pekerjaan dengan sebaik-baiknya. Penulis diberikan arahan yang sangat jelas, sehingga jarang terjadinya *misscommunication* selama penulis melaksanakan praktek kerja lapangan.