BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Aktivitas Praktek Kerja Lapangan (PKL)

Selama Praktek Kerja Lapangan berlangsung, penulis mendapatkan berbagai jenis aktivitas kerja yang menyangkut *job description* peneliti pada saat Praktek Kerjadi PT Batam Multimedia Televisi. Penulis mendapatkan kesempatan melakukan aktivitas kerja terhitung sejak tanggal 15 Juli 2013 sampai dengan 15 Agustus 2013. Setiap hari senin sampai dengan sabtu dengan waktu kerja pukul 09.00 – 16.00 WIB.

Pada saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT Batam Multimedia Televisi, penulis ditempatkan di Divisi Redaksi. Aktivitas penulis selama Praktek Kerja Lapangan di PT Batam Multimedia Televisi ada dua bagian yaitu rutin dan insidental. Kegiatan rutin adalah kegiatan pokok atau tugas utama yang diberikan oleh pembimbing yaitu membuat narasi berita. Sedangkan kegiatan insidental adalah kegiatan yang sifatnya mendadak yang diberikan oleh pembimbing yaitu menjadi reporter, cameramen dan membuat info atau berita kehilangan. Berikut jadwal kegiatan penulis ketika melakukan Praktek Kerja Lapangan di PT Batam Multimedia Televisi.

Tabel 2.1

Kegiatan selama Praktek Kerja Lapangan di PT Batam

Multimedia Televisi

No.	Hari/Tanggal	Kegiatan	Keterangan	
			Rutin	Insidental
1.	Senin/15 Juli 2013	Pengecekan video berita dari Kepulauan Tanjung Pinang mulai dari *text*, gambar, maupun suara.		√
2.	Selasa/16 Juli 2013	Mengikuti produksi berita beserta kameramen dan reporter Batam TV mengenai sesosok Pemimpin Graha Pena Group yaitu Bpk.Ridha		√
3.	Rabu/17 Juli 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai makanan khas dibulan Ramadhan.	√	
4.	Kamis/18 Juli 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai	√	

		Masjid unik.		
5.	Jumat/19 Juli 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai tempat bersejarah yang banyak dikunjungi dibulan Ramadhan.	√	
6.	Sabtu/ 20 Juli 2013	Peliputan Berita Kebakaran beserta cameramen di Baloi DAM, Batam kota.		√
7.	Senin/22 Juli 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai pernak-pernik dibulan ramadhan.	√	
8.	Selasa/23 Juli 2013	Mengikuti pembuatan berita beserta kameramen Batam TV mengenai Bantuan sumbangan terhadap anak yatim-piatu di Batam Kota.		√
9.	Rabu/24 Juli 2013	Menjadi kameramen dalam pengambilan gambar visual.		√
10.	Kamis/25 Juli 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai	√	

		Tempat Sejarah.		
11.	Jumat/26 Juli 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita mengenai Kenaikan harga sembako.		√
12.	Sabtu/27 Juli 2013	Pengambilan gambar di Hotel Novotel mengenai Pidato Walikota Batam dan buka bersama dibulan Ramdhan.		√
13.	Senin/29 Juli 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita mengenai buah-buahan dibulan Ramadhan yang berjudul "Untung penjual buah tak semanis buahnya."		√
14.	Selasa/30 Juli 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita Persel Lebaran yang berjudul "Pengusaha Nagoya jamin parselnya halal."		√
15.	Rabu/31 Juli 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita mengenai Kue Lebaran.		√
16.	Kamis/1 Agustus 2013	Menjadi kameramen dalam peliputan mengenai Kue Takjil.		√
17.	Jumat/2 Agustus	Menjadi kameramen dalam		√

	2013	peliputan mengenai Masjid Raya Batam.		
18.	Sabtu/3 Agustus 2013	Menjadi kameramen dalam peliputan berita mengenai Bazaar menjelang Lebaran.		√
19.	Senin/5 Agustus 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai Minuman khas dibulan Ramadhan.	√	
20.	Selasa/6 Agustus 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai Kebiasaan di bulan Idul fitri	√	
21.	Rabu/7 Agustus 2013	Cuti bersama menjelang Hari Raya Idul Fitri.		
22.	Kamis/8 Agustus 2013	Cuti bersama menjelang Hari Raya Idul Fitri		
23.	Jumat/9 Agustus 2013	Libur		
24.	Sabtu/10 Agustus 2013	Libur		

25.	Senin/12 Agustus 2013	Izin Mudik		
26.	Selasa/13 Agustus 2013	Melakukan liputan berita mengenai Toko-toko yang masih tutup Pasca Lebaran.		√
27.	Rabu/14 Agustus 2013	Pembuatan narasi berita yang diambil dari situs *www.youtube.com*, mengenai kemerdekaan Indonesia.	√	
28.	Kamis/15 Agustus 2013	Melakukan wawancara dan liputan berita mengenai harga sembako.		√

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 Kegiatan Rutin

- ✓ Membuat Narasi Berita

Kegiatan rutin/utama penulis adalah membuat narasi berita yang ditugaskan langsung dari pembimbing sebagaimana tugas redaksi semestinya. Penulis membuat narasi berita melalui video yang di ambil dari situs *www.youtube.com* yang tiap harinya biasa penulis kerjakan 2-4 narasi sesuai berita yang diinginkan oleh pembimbing, kemudian setelah narasi selesai akan kembali di cek oleh koordinator liputan yang dimana sebagai pembimbing penulis sendiri. Karena berita akan ditayangkan pada malam hari maka dari itu harus diperiksa dan di edit lagi oleh koordinator liputan. Tanggung jawab narasi adalah pada koordinator liputan yang ditugaskan untuk memperbaiki alur narasi yang sesuai menurutnya. Ketika sudah melakukan *tapping* suara pada narasi, berita pun siap ditayangkan dan siap dibawakan oleh presenter selama satu jam.

Gambar 2.1

Contoh 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 SEBAGAI 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: Dokumen Pribadi Penulis, 2013

2.2.2 Kegiatan Insidental

✓ Produksi Berita

Kegiatan ini dilakukan ketika penulis belum mendapatkan tugas dari pembimbing, penulis ditawarkan untuk mengikuti mereka bagaimana cara memproduksi berita. Pada saat itu penulis

mengikuti para reporter dan kameramen untuk produksi berita tentang ulang tahun Komisaris Grahapena Grup bpk. Rida K Liamsi. Peliputan itu dilakukan kepada semua perwakilan perusahaan dalam Grahapena Grup.

Gambar 2.2
Produksi berita



Sumber: Dokumentasi Penulis, 2013

✓ Menjadi Kameramen

Kegiatan ini penulis dapatkan ketika cameramen dan reporter tidak dapat menjalankan tugas atau berhalangan hadir untuk meliput. Penulis bertugas menjadi cameramen seorang reporter untuk meliput menu takjil pada saat bulan ramadhan. Sebelum mendapatkan tugas ini tentunya penulis terlebih dahulu untuk dites dan dilatih oleh wartawan senior bagaimana cara pengambilan gambar yang dibutuhkan seorang editor televisi. Tugas pertama

yang penulis dapatkan yaitu meliput perkembangan harga kedelai di Kota Batam.

2.2.3 Deskripsi Kajian Ilmu Komunikasi

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan yang di sampaikan 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 informatif, 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 Relation*

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 39okum 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, atau sering disingkat humas adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu/ organisasi. Sebagai sebuah profesi seorang Humas bertanggung jawab untuk memberikan informasi, mendidik, meyakinkan, meraih simpati, dan membangkitkan ketertarikan masyarakat akan sesuatu atau membuat masyarakat mengerti dan menerima sebuah situasi. Seorang humas selanjutnya diharapkan untuk membuat program-program dalam mengambil tindakan secara sengaja dan terencana dalam upaya-upayanya mempertahankan, menciptakan, dan memelihara pengertian bersama antara organisasi dan masyarakatnya. Posisi humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh suatu manajemen organisasi. Sasaran humas adalah publik internal dan eksternal, dimana secara operasional humas bertugas membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya dan mencegah timbulnya rintangan psikologis yang mungkin terjadi di antara keduanya.

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.

Hubungan media massa dengan humas yang terjalin diteoritiskan sebagai hubungan yang mutual dependence atau bisa dikatakan hubungan yang simbiosis mutualis,dimana kedua belah pihak saling menguntungkan dan saling memberikan manfaat. Di sini jurnalis dan PR mengklaim hubungan keduanya sebagai partner, rekan, dan sekaligus mitra kerja terdekat. Di satu sisi PR menyediakan informasi yang mungkin bernilai atau layak untuk diberitakan kepada publik, sebagai sumber informasi bagi pihak jurnalis. Di sisi lain media merupakan jembatan untuk mencapai khalayak sasaran PR dalam usaha menciptakan pengetahuan dan pengertian kalayak sasaran. 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

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.

2) Humas harus mengetahui seluk-beluk dunia wartawan

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

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

4) Humas jangan bersikap diskriminatif terhadap wartawan atau media massa

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.

5) Humas harus mampu mengenal wartawan dan redaktur secara personal

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, karena tiap wartawan pastilah memiliki gaya berkomunikasi masing-masing. 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.

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 Aktivitas yang dilakukan Div Redaksi

Sebagaimana yang kita ketahui bahwa aktivitas Redaksi adalah yang menentukan layak atau tidaknya suatu berita dan video untuk sebuah penayangan. Maka dari itu bagian Redaksi adalah bagian divisi yang berperang penting dalam sebuah organisasi media, baik itu media cetak maupun media elektronik. Penanggung jawab bagian redaksi adalah Pemimpin Redaksi atau yang biasa disebut Pemred.

Dalam upaya mencapai visi dan misi yang diterapkan, diperlukan adanya kegiatan-kegiatan yang terstruktur dan terprogram sehingga upaya-upaya tersebut mampu meningkatkan efektivitas - efektivitas sumber daya yang optimal. Kegiatan tersebut terbagi menjadi dua yaitu internal dan eksternal, kegiatan internal yaitu mengadakan kegiatan rapat dalam kantor untuk menyusun program selanjutnya yang diikuti oleh seluruh pegawai Batam TV yang

sekaligus menjadi acara pendekatan antara seluruh pegawai baik sesama karyawan maupun dengan atasannya. Kegiatan eksternal yaitu mengadakan sosialisasi keluar bersama segenap karyawan untuk terciptanya kebersamaan pemahaman bersama.

Pada bulan ramadhan para karyawan redaksi dan segenap karyawan PT Batam Multimedia Televisi mengadakan buka bersama, yang pertama dengan seluruh perusahaan yang ada di Grahapena grup dan itu pada saat pertama kali penulis melakukan PKL di PT Batam Multimedia Televisi, reporter Batam TV melakukan produksi berita untuk ditampilkan pada saat buka bersama, dan disitu penulis ikut terlibat dalam memproduksi berita tersebut. Dan yang kedua hanya dengan para karyawan PT Batam Multimedia Televisi.

2.2.7 Analisis Pelayanan Redaksi PT Batam Multimedia Televisi kepada Mahasiswa PKL

Pada saat penulis mendatangi Batam TV, penulis disambut dengan baik oleh pihak Batam TV. Mereka menerima dengan sebagaimana baiknya humas untuk menjalin hubungan dengan pihak eksternal. Setelah diterima penulis diberi arahan dam bimbingan tentang segala kegiatan divisi di Batam TV dan akhirnya penulis ditempatkan di bagian Redaksi yang tugas utamanya mencari berita. Pada hari pertama PKL pembimbing penulis masih belom hadir dan yang menggantikan untuk memberi arahan dan bimbingan tentang

divisi redaksi adalah Sekretaris Pemimpin Redaksi. Akan ada banyak kegiatan internal dan eksternal yang dilakukan oleh divisi redaksi Batam TV untuk melibatkan ataun mengikutsertakan penulis sebagai Mahasiswa PKL disana. Kegiatan yang dilakukan selama penulis menjadi mahasiswa PKL disana diantaranya diikutsertakan dalam kegiatan untuk peliputan berita dibulan ramadhan yaitu pembagian sembako kepada Panti Asuhan dan lain-lain. Kegiatan lainnya yaitu mengikuti proses penayangan berita didalam studio.

Pelayanan yang diberikan kepada penulis sangat baik dan ramah, tidak hanya oleh divisi redaksi tetapi dari semua pegawai Batam TV, sehingga penulis merasa nyaman untuk mengerjakan semua tugas-tugas yang diberikan kepada penulis dalam perusahaan tersebut.