BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN

2.1 Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Dalam pelaksanaan praktek kerja lapangan di Badan Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung mahasiswa dituntut agar aktif dan memahami segala aktifitas rutin maupun insidental dari kegiatan kehumasan.

Adapun kegiatan rutin dan insidental kehumasan yang dilakukan oleh penulis di Badan Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung adalah sebagai Berikut :

Tabel 2.1
Kegiatan Kerja Lapangan

NO.	TANGGAL DAN WAKTU	KEGIATAN	SIFAT
1.	17 Juli 2013 09.30-11.00 13.00-15.00	• Peliputan berita acara Sosialisasi Program Anti Korupsi • Penyortiran Foto Liputan	Insidental Rutin
2.	18 Juli 2013 07.30-11.00	• Pencarian Berita atau Data mengenai Pemerintah Kota Bandung	Rutin

	13.00-14.00	• Pembuatan Pers Release berita acara Sosialisasi Program Anti Korupsi	Insidental
3.	19 Juli 2013 07.30-10.00 13.00-16.00	• Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung • Penyortiran Foto Liputan	Rutin Rutin
4.	22 Juli 2013 07.30-10.00 13.00-15.00	• Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung • Penyortiran Foto Liputan	Rutin Rutin
5.	23 Juli 2013 08.30-10.00 13.00-15.00	• Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung • Penyortiran foto-foto Liputan	Rutin Rutin
6.	24 Juli 2013 07.30-10.00 13.00-15.00	• Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung • Penyortiran foto-foto Liputan	Rutin Rutin
7.	25 Juli 2013 07.30-10.00 13.00-15.00	• Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung • Penyortiran foto-foto Liputan	Rutin Rutin
8.	26 Juli 2013 07.30-10.00 11.00-12.30	• Penyortiran foto-foto Liputan • Peliputan Rapat Paripurna	Rutin Insidental

		mengenai Pertanggungjawaban Pelaksanaan APBD Tahun Anggaran 2012	
9.	29 Juli 2013 07.30-10.00 13.00-16.00	• Penyortiran foto-foto Liputam • Penulisan ucapan terima kasih untuk program-program wali kota dan wakil wali kota	Rutin Insidental
10.	30 Juli 2013 07.30-10.00 13.00-16.00	• Penyortiran foto-foto liputan • Pemilihan background atau latar belakang untuk spanduk	Rutin Insidental
11.	31 Juli 2013 07.30-08.00 08.30=10.00 13.00-14.00	• Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung • Peliputan Apel dan Kegiatan Penyerahan Bantuan Hari Raya Idul Fitri 1434 H • Pembuatan Pers Release acara tersebut.	Rutin Insidental Rutin

12.	01 Agustus 2013 07.30-10.00 13.00-16.00	• Penyortiran foto-foto Liputan • Perancangan isi kata-kata untuk spanduk	Rutin Insidental
13.	02 Agustus 2013 07.30-10.00 11.00-1400	• Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung • Perancangan isi kata-kata untuk spanduk	Rutin Insidental
14.	12 Agustus 2013 08.30-11.00 13.00-15.00	• Peliputan Acara Halal Bihalal di Pemerintah Kota Bandung • Penyortiran foto-foto Liputan	Insidental Rutin
15.	13 Agustus 2013 07.30-10.00 11.00-14.00	• Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung • Penyortiran foto-foto Liputan Halal Bihalal di Pemerintah Kota Bandung	Rutin Insidental
16.	14 Agustus 2013 07.30-10.00 13.00-14.00	• Pencarian data yang berkenanan dengan Pemerintah Kota Bandung • Penyortiran foto-foto Liputan	Rutin Rutin

17.	15 Agustus 2013 07.30-10.00 11.00-13.00	• Pencarian data mengenai Pemerintah Kota Bandung • Penyortiran Foto-foto Liputan	Rutin Rutin
18.	16 Agustus 2013 07.30-10.00 11.00-14.00	• Pencarian data yang berkenaan dengan Pemerintah Kota Bandung • Penyortiran foto-foto Liputan	Rutin Rutin

Sumber : Agenda Penulis, Juli-Agustus, 2013

2.1.1 Deskripsi Kegiatan Rutin

Dalam pelaksanaan kegiatan kehumasan di Badan Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung, penulis ditugaskan untuk melaksanakan beberapa kegiatan rutin, yang meliputi :

1. Pencarian Berita yang Berkaitan Dengan Kegiatan Pemerintah Kota Bandung.

   Penulis mencari berita yang berhubungan dengan Pemerintah Kota Bandung dengan cara membaca dan menganalisis berita yang ada di setiap surat kabar yang mana telah disediakan.

Penulis harus mengumpulkan berita dan menyeleksi berita mengenai Pemerintah Kota Bandung yang mana dimuat dalam surat kabar harian, mingguan, majalah bulanan, dan juga tabloid. Contoh surat kabar harian, seperti Pikiran Rakyat, Kompas, Tribun Jabar, Seputar Indonesia, Pelita, Radar Bandung, dan Galamedia. Hal ini dimaksudkan sebagai bahan pengetahuan dan data yang diperlukan dalam penyusunan laporan PKL.

Gambar 2.1 Berita Mengenai Pemerintah Kota Bandung


Proyek Rumah Dinas Disegel

Sumber: Diskominfo 2013

2. Penyortiran Foto-foto Liputan Acara di dalam Pemerintah Kota Bandung

Dalam hal ini penulis menyortir foto-foto untuk dapat mendapatkan foto-foto yang terbaik untuk disisipkan dalam pers release dan diberikan

kepada para wartawan untuk dimuat di media. Setelah itu semua foto yang baru di dapat tersebut dimasukkan kedalam folder-folder data di komputer yang disusun berdasarkan kronologi dan jenis acara, baik itu religi, sosial, kesehatan, umum, dan lain sebagainya Ini bertujuan untuk bertujuan agar foto-foto liputan dapat tersusun dengan rapih dan dapat mudah ditemukan kembali bila diperlukan.

Gambar 2.2 Kegiatan Penyortiran Foto-foto Liputan



Sumber: Dokumentasi Penulis 2013

2.1.2 Deskripsi Kegiatan Insidental dan Contoh Kegiatan Selama Praktek Kerja Lapangan

1. Peliputan Berita dan Pengolahan Data

   Penulis terjun langsung ke lapangan untuk meliput berbagai acara yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Pada peliputan, perlunya mengamati kegiatan apa saja yang berlangsung dan juga membuat catatan penting sebagai bahan untuk membuat press release. Dalam hal ini penulis dikhususkan hanya untuk meliput dan merekam berbagai acara yang berlangsung di dalam Pemerintah Kota Bandung.

Gambar 2.3 Peliputan Kegiatan Penyerahan Bantuan Hari Raya Idul Fitri 1434 H



Sumber: Dokumentasi Penulis 2013

2. Membuat Press Release

Gambar 2.4 Kegiatan Pembuatan Pers Release



Sumber: Dokumentasi Penulis 3013

Press Release merupakan siaran pers yang memuat mengenai berita terbaru tentang Pemerintah Kota Bandung, baik itu kegiatan walikota maupun kegiatan-kegiatan yang berhubung dengan Kota Bandung serta mengenai kebijakan-kebijakan baru pemerintah Kota Bandung yang harus diberikan informasinya kepada masyarakat melalui media massa.

Dalam membuat press release setidaknya harus memenuhi syarat 5W+1H yang memiliki news value (nilai berita) dan penyusunanya menggunakan piramida terbalik dengan kata-kata yang jujur dan mudah dimengerti. Dalam prees release terdapat identifikasi atau lembaga yang disertai dengan waktu terjadinya peristiwa,untuk memudahkan wartawan format tulisan dibuat dengan mengatur panjang tulisan, memberikan judul dan mengecek kembali kebenaran dari berita tersebut.

Dalam menulis pers release penulis diberikan kesempatan oleh pembimbing untuk membuat pers release acara Sosialisasi Anti Korupsi, yaitu sebagai berikut:

SOSIALISASI PROGRAM ANTI KORUPSI

Gambar 2.5 Kegiatan Sosialisasi Program Anti Korupsi



Sumber: Dokumentasi Penulis 2013

Pemerintah Kota Bandung bekerjasama dengan BPKP (Badan Pengawasan Keuangan dan Pembangunan) menyelenggarakan Sosialisasi Program Anti Korupsi yang bertemakan “Peran Penerimaan Bansos Dalam Memerangi Korupsi”. Acara tersebut bertujuan untuk memberikan tata cara

pertanggungjawaban dana Bansos dan Hibah kepada calon penerimanya. Kegiatan ini berlangsung di Gedung Sebaguna Pemerintah Kota Bandung Jalan Wastukancana No. 2 Bandung, Rabu (17/7).

Program sosialisasi ini dibuka ole Yossi Irianto selaku PLT Sekda Kota Bandung. Acara tersebut dihadiri pula oleh para pejabat publik Kota Bandung seperti, Kepala Dinas, Camat dan Lurah. Program sosialisasi ini sebelunya telah dilakukan kepada tokoh masyarakat, pramuka, dan para tenaga dalam bidang pendidikan.

Dalam sambutan Walikota Bandung, Dada Rosada, yang dibacakan oleh Yossi Irianto beliau memberikan apresiasi terhadap acara tersebut dan berharap hal ini menjadi sarana untuk pertanggungjawaban dana sosial sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku, dan dapat menindaklanjuti hasilnya secara transparan.

Bapak Walikota mengingatkan bahwa korupsi adalah suatu wabah berbahaya, yaitu dapat melemahkan demokrasi. Kurangnya integrasi, adanya sikap lebih mementingkan kepentingan pribadi dibandingkan kepentingan daerah dan masyarakt. Tindak pidana korupsi ini pun tidak menutup kemungkinan terjadi dalam Bantuan Sosial dan Hibah ini.

"Kegiatan rutin ini diselenggarakan berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 891 Tahun 2011. Bantuan Sosial atau Hibah ini merupakan bantuan berupa uang atau barang yang sufatnya tidak wajib, tidak memikat dan tidak terus menerus." Ujar Koswara, Selaku Inspektorat Kota Bandung. Dalam sambutannya pun dia memberikan nasehat untuk memberantas korupsi yang sudah menjalar di negeri ini khususnya Kota Bandung, perlu adanya kerjasama yang baik antara pemerintah kota dan seluruh lapisan masyarakat agar negara ini dapat terbebas dari jerat korupsi dan sejenisnya.

3. Perancangan Ucapan Terima Kasih Untuk Dimuat di Spanduk

Penulis disini merancang dan membuat kata-kata ucapan terima kasih atas sukses dan berhasilnya berbagai program di berbagai bidang yang telah diusung oleh Bapak Mantan Walikota Dada Rosada berserta Mantan Wakil Walikota Ayi Vivananda, sehubungan dengan berakhirnya masa jabatan pada waktu itu.

Contoh Ucapan Terima Kasih Untuk Spanduk:

KAMI SEGENAP WARGA KOTA BANDUNG MENGUCAPKAN TERIMA KASIH SEBESAR-BESARNYA ATAS PROGRAM BAWAKU PENDIDIKAN, KESEHATAN, DAN KEMAKMURAN YANG DIUSUNG OLEH BAPAK DADA DAN BAPAK AYI.

TERIMA KASIH KEPADA BAPAK WALIKOTA DADA ROSADA DAN WAKIL WALIKOTA AYI VIVANDA ATAS DIBEBASKANNYA EMPAT SPBU MENJADI TAMAN KOTA.

DENGAN MANAJEMEN DAN PEMBINAAN YANG BAIK DALAM BIDANG OLAHRAGA SEHINGGA BANDUNG MENGHASILKAN PARA ATLET BERPRESTASI, TERIMA KASIH BAPAK DADA DAN BAPAK AYI.

TERIMA KASIH KEPADA BAPAK WALIKOTA DADA ROSADA DAN WAKIL WALIKOTA AYI VIVANDA ATAS PROGRAM CIKAPUNDUNG BERSIH SEBAGAI BENTUK KEPEDULIAN LINGKUNGAN.

2.2 Analisis Mengenai Ilmu Humas

Istilah *Public Relations* atau dikenal dengan sebutan Humas (Hubungan Masyarakat) ini merupakan aktivitas atau kegiatan di dalam suatu instansi atau perusahaan, atau pun lembaga yang berhubungan dengan khalayak, untuk mencapai suatu tujuan dan saling pengertian diantara dua belah pihak dengan mengharapkan tidak ada pihak yang dirugikan.

Public Relations merupakan gabungan dari dua kata yaitu "*Public*" dan "*Relations*". Kata "*Public*" dalam Bahasa Indonesia adalah publik yang secara umum diartikan sebagai sekelompok orang yang memiliki minat dan perhatian yang sama terhadap suatu hal. Sedangkan "*Relations*" dalam Bahasa Indonesia artinya adalah hubungan-hubungan (banyak hubungan), dalam artian lain kegiatan *Public Relations* ini melibatkan berbagai macam hubungan.

Namun masyarakat Indonesia pada umumnya sering menyebut *Public Relations* dengan sebutan Humas (Hubungan Masyarakat). Jika *Public Relations* diterjemahkan dengan "Hubungan Masyarakat" adalah kurang tepat. Karena apabila dilihat dari segi kegiatan-kegiatan *Public Relations* di Indonesia umumnya lebih kepada pembinaan hubungan dengan khalayak luar atau publik eksternal dibandingkan dengan publik internalnya..

Definisi Hubungan Masyarakat menurut Rudy dikutip dari buku Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional bahwa :

> Bagian dari kegiatan manajemen yang dilakukan secara berkesinambungan oleh organisasi/lembaga/perusahaan untuk

> memelihara citra serta membentuk opini yang positif dari masyarakat serta khalayak (publik), agar organisasi/lembaga/perusahaan itu memperoleh kepercaayaan dan sokongan dari masyarakat (publik), baik internal maupun eksternal, tetapi terutama dari publik luar organisasi/lembaga/perusahaan. (2005:79)

Dilihat dari definisi tersebut, maka Humas merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan *trust* (kepercayaan), etika, dan kejujuran/kebenaran yang merupakan tiga unsur terpenting dalam melakukan segala program kegiatan sehingga tercipta hasil yang baik, sesuai dengan harapan yang dikehendaki.

Humas harus bisa menciptakan hubungan yang baik dengan berbagai pihak, baik itu perusahaan dalam ruang lingkup internal maupun ruang lingkup eksternal. Humas harus mempunyai perencanaan, program kerja, penelitian dan penilaian sehingga kegiatan akan terstruktur dan dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan yang diharapan.

2.2.1 Ciri-ciri Humas

Setiap kegiatan organisasi/instansi/perusahaan terhadap publik internal maupun ekternal tidak terlepas dari peranan dan program kerja Humas untuk menciptakan opini publik yang menguntungkan semua pihak.

Menurut Rachmadi dan Effendy yang dikutip Yulianita dalam buku Dasar-Dasar *Public Relations* ciri-ciri Humas adalah sebagai berikut :

1. Humas adalah kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi yang berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. Humas merupakan penunjang tercapainya tujuan yang ditetapkan oleh manajemen suatu organisasi.
3. Publik yang menjadi sasaran kegiatan Humas adalah publik intern dan ekstern.
4. Operasional Humas adalah membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik dan mencegah terjadinya rintangan psikologis, baik yang timbul dari pihak organisasi maupun pihak publik.(2003:38)

Dilihat dari ciri-ciri Humas tersebut dapat kita ketahui bahwa, Humas mempunyai tujuan untuk menumbuhkan citra yang positif, dengan adanya dukungan serta pengertian dari khalayak maupun organisasi yang bersangkutan.

2.2.2 Syarat-syarat Humas

Petugas Humas harus memenuhi syarat-syarat tertentu di dalam melaksanakan pekerjaannya, karena petugas Humas memiliki hubungan dengan berbagai publik, baik publik internal maupun publik eksternal. Oleh karena itu, petugas Humas harus memiliki kemampuan dan kelebihan yang ada di dalam dirinya, baik itu *fisikly*, ilmu pengetahuan dan wawasan yang luas maupun *skill* (kemampuan kerja) yang baik.

Menurut Ramdan dalam buku Dasar-Dasar Humas, ada empat persyaratan dasar yang harus dipenuhi oleh seorang petugas Humas, yaitu :

1. Kemampuan mengamati dan menganalisis persoalan
2. Kemampuan menarik perhatian
3. Kemampuan mempengaruhi pendapat
4. Kemampuan menjalin hubungan dan suasana saling percaya.(2005:12)

2.2.3 Fungsi *Public Relations*/Humas

Public Relations/Humas di dalam suatu organisasi pada hakikatnya adalah melakukan komunikasi dengan berbagai pihak, untuk mencapai tujuannya dengan cara melakukan pendekatan dalam berbagai kegiatan, kerena setiap kegiatan dalam suatu organisasi memiliki karakter yang berbeda antara satu dengan yang lainnya.

Fungsi *Public Relations*/Humas menurut Bernay yang dikutip Ruslan dalam buku Manajemen *Public Relations* dan Media Komunikasi, adalah :

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.

3. Berupaya untuk menginterpretasikan, sikap dan suatu badan lembaga sesuai dengan sikap perbuatan masyarakat atau sebaliknya.(2005:18)

Definisi tersebut mengandung arti, fungsi *Public Relations* adalah memberikan informasi kepada masyarakat serta mengubah sikap dan perilaku masyarakat agar sesuai dengan harapan lembaga, instansi, atau perusahaan yang diwakilinya.

2.2.4 Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat

Hubungan Masyarakat memiliki ruang lingkup yang luas dalam menghadapi permasalahan-permasalahan dalam suatu organisasi yang berhubungan dengan kegiatan organisasi, baik dalam publik internal maupun eksternal. Oleh karena itu Humas harus memiliki perencanaan terlebih dahulu, kemudian adanya program yang terstruktur.

Menurut Rudy dalam bukunya Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional bahwa Humas memiliki bidang-bidang cakupan atau ruang lingkup sebagai berikut :

a. Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relations*)

Hal ini mencakup kegiatan-kegiatan seperti memberi 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/kemudahan bagi urusan para pelanggan dan melayani pelanggan atau tamu.

b. Hubungan dengan Masyarakat/Penduduk (*Community Relations*)

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

c. Hubungan dengan Pers/Media Massa (*Press Relations*)

Hal ini mencakup kegiatan membuat *clippings* (guntingan berita dari Koran, majalah dan lain-lain) serta menganalisa pendapat umum (opini publik) atau aspirasi kelompok-kelompok tertentu (*specific groups opinion*), menyampaikan informasi dan pernyataan resmi melalui media massa, menyelenggarakan acara jumpa pers (*press conference*) atau menyususn 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).

d. Hubungan dengan Instansi-instansi Pemerintah (*Government Relations*)

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

e. Hubungan dengan Karyawan/Pegawai (*Employee Relations*)

Hal ini mencakup kegiatan pembinaan hubungan kedalam (pimpinan dengan karyawan dan sesama bawahan) yang memang terkesan tumpang tindih dengan fungsi dan tugas Bagian Kepegawaian (Personalia). Adapula yang secara spesifik sebenarnya merupakan ruang lingkup Kehumasan, yaitu menyampaikan kebijakan organisasi/perusahaan kepada keryawan dan sebaliknya menampung serta memantau aspirasi karyawan untuk disampaikan kepada pimpinan. Dengan demikian , diharapkan tercipta suasana harmonis/selaras dalam kegiatan organisasi atau perusahaan.

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

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

2.3 Analisis Kegiatan Praktek Kerja Lapangan

Kesuksesan suatu perusahaan atau instansi tidak lepas dari kemampuan seorang *Public Relations*, dimana ia yang menjadi ujung tombak dari maju mundurnya suatu perusahaan. Ini pula yang membuat posisinya menjadi sangat penting dalam suatu perusahaan, dapat diketahui diberbagai instansi pemerintah, perusahaan swasta, badan organisasi baik besar maupun kecil selalu terdapat dinas khusus yang mengurus *Public Relations*.

Begitu pula dengan Badan Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung yang membina hubungan dan kerjasama antar publik, seperti hubungan Internal antara Kepala Badan dan staff, staff dengan staff, serta hubungan dengan eksternal antara atau *community relations* yaitu hubungan dengan pers serta masyarakat Kota Bandung pada umumnya, dari kegiatan diatas jelas bahwa Badan Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung mempunyai kegiatan internal dan eksternal antara lain :

<u>Internal :</u>

1. Setiap hari senin melakukan apel kesadaran nasional (pengarahan Walikota kepada aparatnya)

2. Rapat yang dilakukan satu kali dalam seminggu (pengaraham dari Kepala Badan kepada bawahannya)
3. Majalah Internal Swara Bina Kota

Eksternal :

1. Mengkoordinir pelaksanaan pertemuan dengan pers
2. Membuat *pers releas,* bagi konsumsi para wartawan
3. Melayani keperluan informasi masyarakat

Public Relation menurut frank Jefkins bertujuan untuk meningkatkan *favourable image* atau citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali *favourable image* atau citra yang buruk terhadap organisasi tersebut.

Badan Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung juga dalam hal ini mensosialisasikan informasi dan kebijakan-kebijakan Pemerintah Kota Bandung, untuk membentuk suatu citra yang baik terhadap masyarakat Kota Bandung.

Badan Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung mensosialisasikan sebagian pesan atau informasinya melalui :

1. Radio Sonata 12.24 AM dan 107,6 FM
2. Website : www.bandung.go.id

Dengan demikian Badan Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung dapat mengetahui *feedback* atau umpan balik atas informasi yang diberikan kepada masyarakat.

Penulis dilibatkan dalam berbagai tugas-tugas dilapangan, seperti meliputi kegiatan “Sosialisasi Program Anti Korupsi di Gedung Serbaguna Pemerintah Kota Bandung”, “Rapat Paripurna DPRD Kota Bandung Dalam Rangka Laporan Anggaran APBD Tahun 2012” dan “Acara Apel dan Penyerahan Bantuan Hari Raya Idul Fitri 1424H”. Peliputan kegiatan ini berguna untuk dokumentasi dan pembuatan *press release.*

Pengertian dokumentasi menurut Martono yang dikutip Ruslan dalam buku Manajemen *Public Relations* & Media Komunikasi adalah :

1. Asal kata Dokumen tersebut dari bahasa Belanda *Document*, dan sama dengan pengucapan dalam bahasa Inggris, sedangkan bahasa Latin ditulis *Documentum*.
2. Pada dasarnya dokumen tertulis atau tercetak, dan dapat digunakan sebagai suatu bukti keterangan tertulis.
3. Bentuk dapat berupa surat, akta penting, piagam penghargaan, dan rekaman foto atau elektronik dan lain sebagainya.
4. Dokumen yang memilki nilai hukum terkuat adalah dokumen asli dan sah, dan dapat disimpan dalam jangka tertentu serta dilindungi hukum.

5. Dokumen berguna untuk sumber keterangan, penyelidikan ilmiah, alat bantu bukti keabsahan mengenai suatu keterangan tertentu.(2007:229-230)

> Menurut Drs. Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Kamus Komunikasi" mengemukakan *press release* adalah: "Bahan berita yang dikirimkan sebuah instansi atau organisasi, biasanya dikerjakan oleh bagian HUMAS ke media massa dengan harapan dapat disiarkan" (Effendy, 1989 : 80).

Dalam pembuatan *press release* penulis hanya sebagai pengamat serta di berikan pengarahan bagaimana membuat *press release* yang baik dan benar, namun walaupun demikian arahan yang diberikan pembimbing merupakan satu tambahan ilmu yang berguna bagi penulis.

Penulis juga mendapat tugas rutin yaitu mencari berita-berita tentang Kota Bandung dari berbagai media massa yang beredar di Kota Bandung dan menyortir foto-fotn liputan untuk dimuat pada pers release dan disusun ke dalam folder komputer berdasarkan kronologi dan jenis acaranya.

Kegiatan yang berkaitan dengan pendokumentasian dibidang kehumasan adalah merupakan alat bantu yang memiliki beberapa manfaat, menurut Rosady Ruslan dalam bukunya Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (konsepsi dan aplikasi), yaitu :

1. Sebagai bahan informasi terkini yang dapat diedarkan kebagian lain yang dianggap mempunyai hubungan atau kepentingannya masing-masing

2. Sebagai bahan referensi tertentu sebagai data atau informasi penunjang, misalnya untuk menyusun naskah pidato, *Public Relations speech lounching*, *Public Relations house journal* dan sebagainya

Sebagai pedoman atau acuan untuk mengantisipasi langkah-langkah suatu kejadian atau *event* tertentu yang tengah dihadapi atau dimasa mendatang untuk perbaikan dan perkembangan dari program kerja perusahaan dimasa mendatang.

2.1 Analisis Pelayanan Dinas Komunikasi dan Informatika kepada Mahasiswa

Meskipun Praktek Kerja Lapangan di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung dilakukan hanya dalam waktu 18 hari, penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman dan pengetahuan yang diberikan oleh pembimbing dan seluruh staff Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung. Mulai dari pengarahan sampai kepada praktek peliputan dilapangan, mahasiswa dapat lebih mudah memahami kegiatan-kegiatan humas di Dinas Komunikasi dan Informatika Pemerintah Kota Bandung.

Adapun fasilitas yang diberikan kepada penulis cukup memadai dan mempermudah proses pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan, misalnya saja komputer sebagai sarana pemasukan data, serta penyediaan kamera sebagai alat bantu dalam peliputan.

Selama mengikuti kegiatan Praktek Kerja Lapangan penulis dituntut untuk mengetahui bahwa humas sangat berperan penting dalam menjembatani

antara berbagai pihak, baik pihak internal maupun pihak eksternal. Selain itupula, penulis mendapatkan respon yang baik dari pembimbing Praktek Kerja Lapangan, sehingga pada pelaksanaannya penulis dapat melaksanakan tugasnya dengan baik.