BAB II

PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANG

2.1 Aktivitas Kerja Praktek Lapangan CBL Radio 91.7 FM Bandung

Penulis melaksanakan Kerja Praktek Lapangan di bagian *Public Relations* di CBL Radio 91.7 FM, dengan maksud untuk mengetahui lebih mendalam tentang kegiatan-kegiatan apa saja yang dilakukan di bagian *Pubic Relations*, penulis juga ikut membantu dalam pembuatan program kerja dan aktivitas yang sudah berjalan pada bagian *Public Relations*,maupun mencetuskan berbagai ide-ide segar untuk suatu kegiatan di CBL Radio 91.7 FM.

Aktivitas yang penulis lakukan selama melakukan praktek kerja lapangan di bagian *Public Relations* di CBL Radio 91.7 FM antara lain adalah kegiatan rutin dan kegiatan insidentil. Kegiatan rutin adalah kegiatan yang biasa dilakukan setiap hari. Sedangkan kegiatan insidentil adalah kegiatan yang dilakukan sekali-kali / hanya ketika ada *event-event* tertentu saja, dan tidak setiap hari dilakukan.

Berikut adalah jadwal aktifitas selama penulis melakukan PKL :

Tabel 2.1

Aktivitas Pelaksanaan Praktek Kerja Lapangan (PKL)

HARI/TGL	AKTIVITAS	RUTIN	ISIDENTIL
Senin 11 Juni 2012	*Meeting* hari pertama & perkenalan		✓
Selasa 12 Juni 2012	-Pengarahan untuk membuat surat penawaran		✓

	-*Searching* lembaga pemerintahan untuk penawaran *talkshow*		✓
Rabu 13 Juni 2012	-*Branding* OB Van di Miko *Mall*	✓	
	-Membuat materi *talkshow* untuk Dinas Kesehatan		✓
Kamis 14 Juni 2012	Membuat penawaran iklan untuk *Universitas*	✓	
Jumat 15 Juni 2012	Menerima tamu dari Dinas Kesehatan untuk *talkshow* di CBL Radio 91.7 FM Bandung	✓	
Selasa 19 Juni 2012	*Branding* OB VAN di BTC *Mall*	✓	
Rabu 20 Juni 2012	*Mobile* : mendatangi *Universitas* untuk memberikan proposal penawaran iklan		✓
Kamis 21 Juni 2012	-Membuat penawaran iklan & *Mobile* untuk *PENNY & FAMOUS*		✓
Jumat 22 Juni 2012	Melaksanakan *Talkshow* rutin dengan *Softies* di CBL Radio 91.7 FM Bandung	✓	
Sabtu 23 Juni 2012	*Branding off air*		✓

Minggu 24 Juni 2012	OB Van *Stay* di Pasteur Hyper Point untuk acara *"Band On The Run"*	✓	
Rabu 4 Juli 2012	*Branding* OB Van di Miko *Mall* + dokumentasi	✓	
Senin 9 Juli 2012	Membuat surat penawaran untuk *Café* Kopi Kamu & Clio		✓
Selasa 10 Juli 2012	Membuat materi *talkshow* & penawaran untuk BKKBN		✓
Rabu 11 Juli 2012	Membuat penawaran untuk beberapa Bank di Bandung		✓
Senin 16 Juli 2012	-SPK Miko Mall		✓
	-Membuat data absensi		✓
	-Membuat periklanan *barter* dengan Braga City Walk	✓	
Selasa 17 Juli 2012	-Membuat proposal untuk lomba menggambar & mewarnai		✓
	-*Branding* OB Van di BTC Mall	✓	
Rabu 18 Juli 2012	-Revisi proposal menggambar & mewarnai		✓
	-Membuat penawaran & materi		✓

	talkshow untuk BKKBN Kota Bandung		
Kamis 19 Juli 2012	Membuat materi *talkshow* untuk Department Menteri Agama		✓
Senin 23 Juli 2012	Membuat proposal program *off air*		✓
Selasa 24 Juli 2012	Membuat proposal untuk acara Ngabuburit dengan para pendengar CBL Radio 91.7 FM Bandung	✓	
Rabu 25 Juli 2012	Penawaran untuk *talkshow* BKKBN Kota Bandung, Jawa Barat		✓
Kamis 26 Juli 2012	-Dokumentasi ruangan-ruangan di CBL Radio	✓	
	-*Hunting* beberapa *café* untuk acara Buka Bersama CBL Radio 91.7 FM Bandung		✓
Jumat 27 Juli 2012	Membuat penawaran *full barter* dengan beberapa Hotel di Bandung		✓
Senin 30 Juli 2012	*Meeting* dengan PR BTC Mall untuk acara lomba menggambar & mewarnai		✓
Selasa 31 Juli 2012	Penawaran *gretting* menyambut Ramadhan dan Lebaran Pemkot		✓

	Cimahi		
Rabu 1 Agustus 2012	Dokumentasi *Grand Opening* Masjid “ at taqwa”		✓
Jumat 3 Agustus 2012	-SPK Lucky Square	✓	
	-Membuat *adlibs* acar Buka Bersama di Bakoel		✓
	-*Meeting* & membuat *spot* iklan untuk acara Buka Bersama		✓
Jumat 10 Agustus 2012	-*Meeting* acara Buka Bersama		✓
	-Membuat *rundown* acara & data absensi peserta		✓
	-Membuat rincian *job desk*		✓
Minggu 12 Agustus 2012	Pelaksanaan acara Buka Bersama CBL Radio 91.7 FM Bandung di Bakoel Hall,Planet Dago	✓	

Sumber : Arsip Penulis 2012

2.2 Deskripsi Kegiatan Praktek Kerja Lapangan CBL Radio 91.7 FM Bandung

Penulis mendeskripsikan kegiatan selama PKL yang terdiri dari kegiatan rutin dan kegiatan insidental, sebagaimana tercantum dalam tabel 2.1. adalah sebagai berikut :

2.2.1 Deskripsi Kegiatan Rutin CBL Radio 91.7 FM Bandung

Kegiantan rutin merupakan tugas keseharian yang dilakukan penulis selama PKL, yaitu membantu staf Divisi *PR & Marcomm,* terdiri dari :

1. Membuat Surat Penawaran Ke Perusahaan

Surat penawaran ini ditujukan kepada perusahaan-perusahaan untuk menawarkan kerjasama dengan CBL Radio 91.7 FM Bandung seperti : Iklan, penyiaran *Off Air / On Air*, OB Van dan sebagainya. Dalam mengerjakan surat penawaran, penulis memasukkan nama perusahaan, nama pimpinan, maksud dan tujuan kerjasama untuk kegiatan atau *event* yang diselenggarakan oleh perusahaan tersebut.

Contoh Surat Penawaran

PT. RADIO CBL
Jl. Dr. Ehrlich No. 1 Bandung 40141 est Java – Indonesia
Phone : 022-4212052 On air : 022-4212077 Fax : 022-423440
cblradiobandung@yahoo.com www.cblradiobandung.com

PAKET PENAWARAN PROMOSI

Paket per bulan ***Rp. 3.750.000,-***

Adlips 2 Kali per hari durasi 60 detik Total 60 Adlips/ bln
Spot 3kali per hari durasi 60 detik Total 90 Spot/ bln

Paket per bulan ***Rp. 6.500.000,-***

Adlips 5 kali siar hari durasi 60 detik Total 150 Adlips /bln
Spot 5 kali siar hari durasi 60 detik Total 150 Spot/ bln

Paket per bulan ***Rp. 7.600.000,-***

Adlips 5 Kali per hari durasi 60 detik Total 60 Adlips/ bln

Spot 5kali per hari durasi 60 detik Total 90 Spot/ bln

Talkshow 1 kali per bulan durasi 60 menit Total 1 Talkshow/bln

CBl Van 1 kali stand by di venue durasi 3 jam (sound out)

Paket CBL Van ***Rp.1.500.000,-***

- ***Standby di venue durasi 3 jam (sound out)***
- ***Spot promo Event sebanyak 21 kali.***
- ***1 kali live reportase durasi 5 menit***

- *Harga belum termasuk PPn 10%*
- *Pembayaran dilakukan dimuka 50% dan setelah masa siar berlangsung 50%*

Demikian penawaran ini kami sampaikan. Besar harapan kami akan terwujudnya kerjasama ini. Atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan banyak terima kasih.

Hormat kami,

JAJANG SAPUTRA
PR & marcom
081802120232
e-mail : azel_allstart@yahoo.com

Sumber : Arsip Penulis 2012

2. *Branding*

Kegiatan *branding* ini dilakukan apabila antara CBL Radio 91.7 FM Bandung dan perusahaan yang bersangkutan sudah ada persetujuan kontrak kerja sama. Seperti misalnya ketika sudah ada perjanjian kerja sama antara CBL Radio 91.7 FM Bandung dengan BTC *Mall*,dimana ada persetujuan antara kedua belah pihak, *PR* CBL Radio 91.7 FM Bandung membuat penawaran dengn *PR* BTC *Mall* agar bisa siaran di *mall* tersebut secara langsung,dan sebagai bentuk timbal baliknya, CBL Radio 91.7 FM Bandung mempromosikan BTC *Mall* baik itu mengenai informasi diskon, ataupun ada acara tertentu yang dilaksanakan di *mall* tersebut. OB Van rutin *stay* siaran di *mall* tersebut sesuai dengan hari yang telah ditentukan dan disetujui oleh kedua belah pihak.

2.2.2 Deskripsi Kegiatan Insidentil

Kegiatan insidentil merupakan tugas yang dikerjakan oleh penulis hanya sekali atau disesuaikan dengan kondisi. Yang termasuk kegiatan insidental selama PKL antara lain:

1. Briefing

Pada hari pertama PKL, penulis mengikuti *briefing* bersama dengan perwakilan staf Divisi *PR & Marcomm* untuk membahas perihal:

· Prosedur atau peraturan yang harus dijalankan selama PKL, antara lain: jam kerja, pakaian, dan absensi.

· Tempat atau divisi pelaksanaan PKL dan mentor PKL.

Penulis langsung di tempatkan di divisi *PR & Marcomm*, dan langsung di libatkan dalam sebuah *event*.

2. Product Knowledge

Hari kedua PKL, penulis ditempatkan di Divisi *PR & Marcomm* CBL Radio 91.7 FM Bandung. Kegiatan yang ditugaskan kepada penulis adalah *product knowledge*. Melalui kegiatan ini, penulis di harapkan dapat mengetahui apa saja produk dan jasa (layanan) CBL Radio 91.7 FM Bandung. Dari kegiatan ini penulis memperoleh produk dan jasa (layanan) CBL Radio 91.7 FM Bandung, yaitu sebagai berikut :

a. Produk Iklan CBL Radio 91.7 FM Bandung :

1. *Loose spot*

Adalah iklan yang ditayangkan dengan durasi 1 menit yang telah diproduksi dan menonjolkan materi promosi dan ditambah dengan *backsound* (musik latar) bisa berupa lagu ataupun *jingle* perusahaan sehingga iklan tersebut lebih enak didengar dan tidak membosankan.

2. *Adlips*

Adalah iklan yang ditayangkan dalam bentuk bacaaan, bisa seperti membaca berita atau bisa juga seperti sebuah ajakan dengan durasi 1 menit. Iklan ini lebih terdengar menarik karena langsung dibacakan oleh penyiar (*CJ*) dan dengan cara yang sifatnya mengajak para pendengar.

3. *Live Reportase*

Sebuah laporan langsung dengan durasi 3-5 menit dari tempat diselenggarakan *event* atau acara yang sedang berlangsung, bisa juga tentang laporan sebuah kejadian yang dipenutupnya disebutkan nama sponsor, misalnya laporan lalu lintas disponsori oleh perusahaan X.

4. *Time Signal*

Iklan yang ditayangkan sebagai penunjuk waktu, misalnya penunjuk waktu adzan magrib dll dengan durasi 3 menit.

5. *Insert*

Sebuah tayangan yang berisi pesan-pesan atas himbauan tertentu, bisa juga bersifat kaa-kata bijak yang diproduksi dan dengan penyebutan nama dan perusahaan/instansi yang mensponsori *insert* tersebut.

6. Kuis

Sebuah tayangan interaksi dengan pendengar yang memberikan pertanyaan-pertanyaan tentang sebuah produk dengan memberikan hadiah kepada pendengar yang berhasil menjawab pertanyaan dari sponsor atau yang telah ikut berinteraksi.

7. *Tips*

Sebuah tayangan yang memberikan *tips* tentang sesuatu kepada pendengar yang langsung dibacakan oleh penyiar dan penyebutan nama sponsor tersebut.

8. *Talkshow (Full Blocking Dan Semi Blocking)*

Talkshow adalah tayangan interkasi yang berdurasi 1 jam antara penyiar dan narasumber dari perusahaan/instansi dan melibatkan pendengar yang ingin lebih tahu tentang sebuah produk/acara yang sedang dibicarakan. Dalam *talkshow* akan bisa dijelaskan secara rinci tentang materi dan isi yang dibicarakan sehingga pendengar akan menjadi lebih jelas dan lebih mengenal produk.

Perbedaan *full blocking* dan *semi blocking* adalah dari iklan yang ditayangkan. Apabila *full blocking* berarti selama *talkshow* tersebut tidak ada penayangan iklan produk lain selain materi *talkshow*, sedangkan untuk *semi blocking* akan ada penayangan iklan produk lain kecuali kompetitor

Contoh Surat Pengajuan Talkshow

PT. RADIO CBL
Jl. Dr. Ehrlich No. 1 Bandung 40141 est Java – Indonesia
Phone : 022-4212052 On air : 022-4212077 Fax : 022-423440
cblradiobandung@yahoo.com www.cblradiobandung.com

Nomor : 0010/CBL/VI/2012
Perihal : Undangan

Kepada YTH,
Bapak / Ibu, KEPALA KANTOR
DEPARTEMEN KESEHATAN
Provinsi Jawa Barat
Jl. Pasteur No. 25 Bandung

Dengan hormat,

Salam sejahtera, semoga Bapak / Ibu, senantiasa berada dalam keadaan sehat, sehingga dapat melaksanakan aktivitas dengan lancar.

Demi memenuhi usur informasi dan pendidikan dari sebuah station radio maka bersama ini kami mengundang Bapak / Ibu untuk dapat berkenan hadir sebagai nara sumber dalam acara:

Hari / Tanggal :
Waktu :
Tempat : Studio radio CBL 91,7 FM Bandung
: Jln. Dr. Ehrlich No. 01 Bandung
Acara : Talkshow Bahasa Rokok

Demikian undangan ini kami sampaikan dan besar harapan kami semoga Bapak / Ibu berkenan hadir. Sekian atas perhatian serta kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

Bandung, 15 Juni 2012
Hormat kami

Tyo Soeherman
Station Manager
phone 0857 9488 0745
Bb pin 228b575e

PT. RADIO CBL
Jl. Dr. Ehrlich No. 1 Bandung 40141 est Java – Indonesia
Phone : 022-4212052 On air : 022-4212077 Fax : 022-423440
cblradiobandung@yahoo.com www.cblradiobandung.com

Nomor : 0011/CBL/VI/2012
Perihal : Penawaran Program TALKSHOW

Kepada YTH,
Bapak / Ibu, KEPALA KANTOR
DEPARTEMEN KESEHATAN
Provinsi Jawa Barat
Jl. Pasteur No. 25 Bandung

Dengan hormat,

Salam sejahtera, semoga Bapak / Ibu, senantiasa berada dalam keadaan sehat, sehingga dapat melaksanakan aktivitas dengan lancar.

Demi memenuhi usur informasi dan pendidikan dari sebuah station radio kepada masyarakat luas maka bersama ini kami sampaikan penawaran program talkshow sosialisasi yang terurai sebagai berikut :

1.	**Bentuk**	**Talkshow**
2.	**Durasi**	**60 menit**
3.	**Freq penyiaran**	**1 kali siar / hari**
4.	**Waktu penyiaran**	**Prime time (13.00 – 14.00 wib)**
5.	**Biaya**	**Rp. 1.500.000 / 1 kali siar**
6.	**Keterangan**	**Biaya BELUM termasuk Ppn**

Demikian penawaran ini kami sampaikan dan besar harapan kami semoga penawaran ini dapat terrealisasi serta menjadi awal kerjasama yang berkesinambungan serta saling menguntungkan bagi kedua belah pihak. Sekian atas perhatian serta kerjasamanya kami ucapkan terima kasih

Bandung, 15 Juni 2012
Hormat kami

Tyo Soeherman
Station Manager

PT. RADIO CBL
Jl. Dr. Ehrlich No. 1 Bandung 40141 est Java – Indonesia
Phone : 022-4212052 On air : 022-4212077 Fax : 022-423440
cblradiobandung@yahoo.com www.cblradiobandung.com

Form isian NARA SUMBER TALKSHOW
Nomor : 0010/CBL/VI/2012

Nama			
Jabatan			
Intansi			
Alamat			
Telp		Faxc	
Hp		Email	

Dengan ini menyatakan berkenan hadir sebagai narasumber program TALKSHOW di Radio CBL 91,7 FM yang akan di laksanakan pada :

- Hari / Tanggal :
- Waktu :
- Tempat : Studio radio CBL 91,7 FM Bandung
  : Jln. Dr. Ehrlich No. 01 Bandung
- Acara : Talkshow Bahasa Rokok

Demikian pernyataan ini di buat serta di tanda tangan untuk di pergunakan sebagaimana mestinya

Bandung , ..., ... 2012

PT. RADIO CITRA BAHANA LIMBANGAN

(.....)

TYO SOEHERMAN
Station Manager

Sumber : Arsip Penulis 2012

9. Sponsor Program

Penayangan program *regular* ataupun *non regular* dengan sponsor penuh dari produk dan dengan mengkombinasikan *spot, adlips*, dll.

10. *Flash*

Iklan yang hampir sama dengan *adlips* tapi dengan durasi yang lebih singkat yaitu 3 detik.

b. Jasa (layanan) CBL Radio 91.7 FM

a. CBL Van

Sebuah kendaraan yang dirancang untuk mendukung *Brand Actiativation* maupun segala aktivitas *off-air* seperti *l.ive music, festival, gathering,* dan sebagainya, agar tercipta *awareness* dimata para pendengar CBL Radio 91.7 FM Bandung. OB Van memberikan *live report* dari CBL *spotlight* melalui udara sehingga dapat dinikmati langsung oleh "teman CBL" dimanapun.

Profesionalisme adalah mutlak untuk CBL Radio 91.7 FM Bandung sebagai media yang berbasis anak muda, dan kreatifitas menjadi bagian terpenting dari seluruh kegiatan CBL Radio 91.7 FM Bandung sebagai media lokal.

b. CBL Radio *Off-Air*

CBL Radio 91.7 FM Bandung sebagai sebuah media yang kreatif dan inovatif memiliki kemampuan untuk menciptakan sebuah kegiatan *off-air,* baik yang bersifat *commercial* maupun *promotional*. Sebuah sarana yang menarik yang dikemas secara profesional dengan melibatkan tangan-tangan kreatif untuk menghasilan *impact* yang lebih besar dan luas.

c. CBL *Radio adalah Promotion Partner*

Dalam menghadapi persaingan media, CBL Radio 91.7 FM Bandung mencoba menjadi yang terdepan dengan berbagai terobosan *inovatif* dalam ide-ide kreatif yang muncul dari tangan anak mudanya yang salah satunya dengan menggunakan teknologi berbasis internet melalui Web 2.0 dan juga *live streaming* yang dapat diakses kapan dan dimanapun.

Dengan kemajuan teknologi yang telah dicapai menjadikan CBL Radio 91.7 FM Bandung sebagai *partner* yang tepat untuk mempromosikan produk kepada "teman CBL" yang berusia 15-45 tahun dengan sosial ekonomi kelas menengah keatas.

Dengan sistem yang telah terintegrasi antara *on-air* dan *off-air,* dan aktifitas internet, CBL Radio 91.7 FM Bandung memberikan jaminan yang menguntungkan bagi setiap upaya promosi.

2.3 Analisis Tentang Humas

- **Pengertian *Public Relations***

Menurut John E. Maiston definisi umum dari *public relations* adalah: ***"****Public Relations is planned, persuasive communications designed to influence significant public."* (Kasali, 2000:6)**.** Lebih lanjut Rex F. Harlow dalam sebuah bukunya yang berjudul *"A Model for Public Relations Education for Profesional Practice"* memberikan definisi *Public Relations* sebagai berikut :

"Public Relations adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama; melibatkan manajemen dalam persoalan/permasalahan, membantu manajemen mamapu menanggapi opini publik; mendukung manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan menggunakan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama."(Ruslan, 1998:17).

- **Tujuan *Public Relations***

Dalam sebuah organisasi, *public relations* dibentuk atau digiatkan untuk menunjang perusahaan yang berupaya untuk mencapai tujuan organisasi sehingga tujuan sentral *public relatio*ns yang akan dicapai adalah tujuan organisasi. Tujuan organisasi yang diperjuangkan oleh

perusahaan dan ditunjang oleh *public relations* itu tergantung pada sifat organisasinya.Tujuan *public relations* secara umum adalah untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan citra yang baik dari organisasi kepada publik yang disesuaikan dengan kondisi-kondisi daripada publik yang bersangkutan, dan memperbaikinya jika citra itu menurun/rusak.

Yulianita dalam bukunya "Dasar-dasar *Public Relations"* mengatakan ada empat hal yang prinsip dari tujuan *Public Relations* yakni:

1.Menciptakan citra yang baik

2. Memelihara citra yang baik

3. Meningkatkan citra yang baik (Yulianita,1999: 43).

Menurut Frank Jefkins tujuan *Public Relations* adalah: "Meningkatkan favorable image/citra yang baik dan mengurangi atau mengikis habis sama sekali *unfavorable image*/citra yang buruk terhadap organisasi tersebut"(Yulianita, 1999: 42). Sedangkan menurut Charles S. Steinberg tujuan *Public Relations* adalah: "Menciptakan opini publik yang *favorable* tentang kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh badan yang bersangkutan" (Yulianita, 1999: 42).

Dari berbagai pendapat diatas, maka dapat dirumuskan tentang tujuan *public relations* secara umum/*universal* yang pada prinsipnya menekankan tujuan pada aspek citra/*image.* Citra merupakan salah satu tujuan penting bagi sebuah perusahaan, karena dengan memiliki citra yang

baik, sebuah perusahaan akan dinilai *bonafid*. Hal ini memberikan pengaruh pada tingkat kepercayaan publik-publikya.

- **Fungsi *Public Relations***

Fungsi merupakan kegiatan operasional dari suatu benda atau lembaga. Mengenai istilah fungsi ini, Ralph Curier dan Allan C. Filley dalam bukunya *"Principle of Management*" dikutip oleh Onong Uchjana Effendy (1993:24) menyatakan bahwa "istilah fungsi menunjukkan suatu tahap yang jelas yang dapat dibedakan bahkan dari tahap pekerjaan lain".

Dalam kaitannya dengan *public relations*, maka *public relations* dalam suatu organisasi dapat dikatakan berfungsi apabila menunjukkan kegiatan yang jelas yang dapat dibedakan dengan kegiatan yang lainnya.

Fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan antara lembaga/organisasi dengan publiknya, *intern* maupun *ekstern* dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan, motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/organisasi. (Rachmadi,1992:21).

Adapun fungsi dasar dari *Public Relations* seperti yang diungkapkan oleh Moore, meliputi:

1. Menginterpretasikan opini publik untuk kepentingan manajemen dan mengumpulkan informasi mengenai sikap publik.
2. Membuat manajemen sadar akan kecenderungan dalam politik, sosial dan ekonomi.

3. Meminta perhatian manajemen atas aspek-aspek dari *stimuli* pengoperasian yang dapat merintangi hubungan perusahaan dengan publik.
4. Menyampaikan saran-saran kepada manajemen untuk menangani hubungan tersebut. (Moore,1987:160)

Cutlip and Center dalam bukunya "*Effective Public Relations*" juga mengemukakan 3 fungsi *Public Relations* yaitu:

a. *To ascertain and evaluate public opinion as it relates to his organization* (menjamin dan menilai opini publik yang ada dari organisasi).
b. *To councel executives on way of dealing with public opinion as it exist* (untuk memberikan nasihat/penerangan pada manajemen dalam hubungannya dengan opini publik yang ada)
c. *To use communication to influence public opinion* (untuk menggunakan komunikasi dalam rangka mempengaruhi opini publik). (Effendy, 1997:134)

Penekanan dari uraian diatas mengenai fungsi *public relations*, Cutlip and Center lebih menekankan kepada penciptaan dampak yang menyenangkan dari pihak publik terhadap kebijakan dan operasionalisasinya oleh pimpinan organisasi.

Onong Uchjana Effendy dalam bukunya "Humas" mengemukakan 4 fungsi *public relations*, yaitu:

a. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi

b. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik *ekstern* maupun *intern*
c. Menciptakan komunikasi dan menyalurkan opini publik kepada organisasi
d. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum

(Effendy, 1986: 31-32).

Betrand R. Canfield dalam bukunya "*Public Relations Principles and Problems"* menjelaskan secara lebih luas mengenai fungsi dari *public relations* ini dengan tidak memandang apakah kegiatan *public relations* itu bersifat *internal* maupun *eksternal*. Dalam bukunya, ia mengemukakan tiga fungsi *public relations:*

1. *It should serve the public's interest* (mengabdi kepada kepentingan publik)
2. *Maintain good communication* (memelihara komunikasi yang baik)
3. *And stress good morals and manners* (menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik). (Yulianita, 1999: 49).

2.4 Analisis Kegiatan Kerja Lapangan

Marcomm merupakan salah satu divisi di CBL Radio 91.7 FM Bandung, yang didalamnya terbagi beberapa bagian yaittu, *Marketing*, *PR*, dan *Event Promotion*. Tugas *Marcomm* adalah membuat program jangka panjang dan jangka pendek dalam hal pemasaran produk dan jasa radio,

memelihara dan menjaga hubungan baik dengan klien, menjaga *company image* dan *brand image* serta memberi kepuasan kepada klien. *Public Relation* merupakan salah satu dari divisi *Marcomm* atau yang di kenal *Marketing* Komunikasi, dalam divisi *Marcomm* CBL Radio 91.7 FM Bandung, *Public Relation* yang bertugas membuat suatu ide atau suatu *event-event* yang akan diadakan oleh perusahaannya dan mensponsori berbagai acara untuk lebih mengenalkan CBL Radio 91.7 FM Bandung pada khalayak.

Fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan antara lembaga/organisasi dengan publiknya, *intern* maupun *ekstern* dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan, motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/organisasi. (Rachmadi,1992:21). Fungsi ini telah dilakukan oleh *PR* CBL Radio 91.7 FM Bandung,yaitu ketika *PR* CBL Radio 91.7 FM Bandung melakukan kerjasama dengan lembaga-lembaga pemerintahan, berupa memberikan undangan talkshow, dimana dengan melakukan kegiatan ini, selain menumbuhkan rasa silaturahmi,*PR* juga memperkenalkan CBL Radio 91.7 FM Bandung sebagai radio yang peduli dengan hal-hal yang memberikan informasi dan manfaat bagi pendengarnya, bukan hanya sekedar menonjolkan sisi musikalitasnya saja. Sehingga dari program talkshow yang diselenggarakan,opini public bisa terlontarkan,menggali aspirasi dari pendengar untuk memberikan pendapatnya dan bertanya untuk mendapatkan wawasan dari topic yang dibicarakan.

Saat melakukan kegiatan praktek kerja lapangan selama satu bulan, penulis melihat ada kesamaan dan hubungan dengan apa yang dipelajari pada perkuliahan umumnya. Kegiatan Praktek Kerja Lapangan seperti membuat surat Keja Sama dalam proses pembuatan surat ini *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung harus melakukan *client visit* kepada pihak yang ingin meggunakan jasa CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam penyampaian informasi ,kemudian membuat perjanjian yang tertulis pada surat Kerja Sama yang di tandatangani oleh masing-masing pihak, sangat jelas kaitannya dengan jenis-jenis kegiatan *PR* menurut (Frank Jefkins), 2004 yaitu " menulis dan membuat bahan-bahan cetakan seperti *literature* pendidikan, sejarah perusahaan, laporan-laporan tahunan, *literature* pelantikan pegawai baru, aneka *poster* yang bersifat mendidik untuk sekolah, pegawai baru ".

Adapun kegiatan lain seperti " membuat surat penawaran, membuat surat *Form* OB VAN, menganalisa atau mengedit surat persetujuan ", begitu juga dengan kegiatan PKL yang dilakukan penulis sebagai *Public Relations* CBL Radio 91.7 FM Bandung dalam kegiatannya tersebut, penulis belajar membentuk *image* melaui Citra Indonesia dimana identitas CBL Radio 91.7 FM Bandung sebagai Radio anak muda dapat diperkenalkan kepada masyarakat kota Bandung.

Reportase merupakan salah satu kegiatan di identitas CBL Radio 91.7 FM Bandung. Pengertian dari *Reportase* adalah kegiatan jurnalistik dalam meliput langsung peristiwa atau kejadian di lapangan. Wartawan mendatangi

langsung tempat kejadian atau TKP (Tempat Kejadian Perkara) lalu mengumpulkan fakta dan data seputar peristiwa tersebut.

Talkshow juga merupakan salah satu kegiatan yang dijalani selama proses Prakter Kerja Lapangan. *Talkshow* merupakan program primadona. Sebab, bisa disiarkan secara langsung/interaktif dan atraktif. Ditambah lagi dengan sifatnya yang menghibur, karena salah satu "keharusan" sifat berita radio, yang sampai saat ini masih mengundang kontroversi.*Entertainment* sebenarnya bukan sekedar menghibur, melainkan dinamis dan hidup. Oleh karena itu, peran pemandu/moderator sangat menentukan sukses tidaknya acara ini. Pilihlah pemandu yang tidak emosional, *fair*, dan rapi dalam menjelaskan fakta atau opini kepada pendengar. Metode *Talk Show* menurut Klaus Kastan, instruktur radio dari Munchen Jerman, adalah Harley, yaitu *Harmony, Actual, Resposible, Leading, Entertainment,* dan *Yield.* Istilah disebut dikenal dengan *talk show skill*, berupa kemampuan pemandu dalam melakukan beberapa tindakan yang meliputi : mengambil keputusan, menyusun topik dan pertanyaan dengan cepat, memotong pembicaraan narasumber yang melenceng, dan lain sebagainya.

2.5 Analisis Pelayanan *PR* CBL Radio 91.7 FM Bandung Kepada Mahasiswa PKL

Berdasarkan pengalaman penulis saat melaksanakan kerja praktek di PT Radio CBL 91.7 FM Bandung, penulis merasakan pelayanan yang cukup baik. Penulis merasa *PR* CBL Radio 91.7 FM Bandung, Bapak Jajang Saputra telah

membimbing mahasiswa/i PKL dengan cukup baik, beliau mengarahkan setiap rincian pekerjaan yang nantinya akan dikerjakan oleh para mahasiswa/i PKL.

Dimulai dari hari pertama praktek kerja lapang, mahasiswa/i PKL diberi pengarahan tentang gambaran tugas *PR* di CBL Radio 91.7 FM Bandung,dan pengenalan tempat-tempat yang ada disana,serta pengenalan tempat mahasiswa/i PKL akan ditempatkan,dan terakhir pengenalan kepada staf karyawan CBL Radio 91.7 FM Bandung.

PR CBL Radio 91.7 FM Bandung juga selalu terbuka,dan menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh mahasiswa/i PKL bila ada hal yang tidak dimengerti. Para mahasiswa/i PKL diperbolehkan absen bila ada keperluan yang benar-benar mendesak,ataupun bila ada perkuliahan.

Bila tugas luar (kegiatan *eksternal*) seperti *branding* dengan relasi dari pihak *mall*,yaitu *Miko Mall,Pascal Hyper Point,dan BTC Mall*, mahasiswa/i PKL diberi konsumsi setelah melakukan kegiatan eksternal tersebut,karena biasanya kegiatan tersebut dimulai dari siang hari hingga sore hari.

Dari paparan deskripsi diatas,dapat penulis simpulkan, *PR* CBL Radio 91.7 FM Bandung cukup baik dalam memperlakukan mahasiswa/i yang melaksanakan PKL disana.