

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tentunya membuat manusia saling membutuhkan satu sama lain untuk dapat bertahan hidup. Sebagai makhluk sosial yang saling membutuhkan membuat setiap manusia saling menjaga hubungan yang baik satu sama lain. Hubungan baik membuat manusia bisa saling berinteraksi dengan baik. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikandi untuk menyampaikan pesan dengan adanya feedback. Komunikasi dapat dilakukan melalui media massa. Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audience yang luas dan heterogen (Nurudin, 2013:9).

Penggunaan media dihubungkan dengan sasaran pesan dan karakteristik yang ditunjukkan kepada personal, kelompok atau massa. Massa adalah sejumlah target pasar dalam batasan-batasan jangkauan komunikasi yang dihubungkan dengan geografis tertentu. Batasan-batasan ini dihubungkan dengan sejauh mana komunikasi ini mampu dilakukan dan berapa banyak orang memperoleh pesan pada waktu yang sama (Soemanagara, 2016: 53). Kemampuan radio dalam menjangkau konsumen yang luas dan menjadi salah satu media hiburan bagi masyarakat saat ini masih dijadikan sebagai referensi bagi produsen untuk pemasangan iklan dan promosi. Radio sebagai media yang memiliki segmentasi yang sangat jelas mulai dari usia, hobby atau kesukaan serta kelompok ekonomi tertentu. Hal tersebut dapat menguntungkan seorang Humas.

*Public Relations* merupakan penghubung utama antara pihak luar yang memiliki kepentingan tertentu dengan suatu instansi atau perusahaan. Menurut Jenkins dan Yadin (2014:2) terdapat begitu banyak definisi *Public Relations*. Namun pada intinya, *Public Relations* senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul perubahan yang berdampak. Pada akhirnya, *Public Relations* adalah suatu bentuk komunikasi yang berlaku untuk semua jenis organisasi, baik itu yang bersifat komersial maupun non-komersial, di sektor publik (pemerintah) maupun privat (pihak swasta). *Public Relations* juga berperan sebagai penunjang manajemen, aktivitas organisasi dan demi tercapainya tujuan bersama dalam suatu organisasi.

Tujuan Humas atau PR adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi lembaga atau organisasi di satu pihak dan dengan publik di lain pihak dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik. Berdasarkan penguraian di atas, penulis menjelaskan bahwa humas bertujuan untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau lembaga dengan pihak lainnya (publik) agar tercipta komunikasi yang timbal balik (Widjaja, 2010).

Peran Humas sangat dibutuhkan bagi perusahaan khususnya 103.1 FM OZ Radio Bandung, untuk menjalankan roda organisasi dan citra bagi perusahaan serta manajemen di dalam maupun luar perusahaan. Humas dituntut untuk dapat berkomunikasi dengan baik secara lisan maupun secara tulisan. Komunikasi tersebut dapat mencerminkan citra sebuah perusahaan di mata para publik. Hal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

tersebut yang membuat apakah sebuah perusahaan dapat meraih citra positif atau negative di mata para masyarakat. Memberikan pelayanan dan informasi publik untuk mencitrakan perusahaan, guna mendapatkan kepercayaan dari masyarakat.

### Rumusan Masalah

Suatu pembahasan laporan akhir dilakukan karena adanya permasalahan. Rumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana peran *public relations* di 103.1 FM OZ Radio Bandung?
- 2) Apa saja hambatan dan solusi yang yang dialami *Public Relations* di 103.1 FM OZ Radio Bandung?

### Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan beberapa tujuan penulisan laporan akhir ini adalah:

- 1) Menjelaskan peran *Public Relations* di 103.1 FM OZ Radio Bandung.
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi yang dialami *Public Relations* di 103.1 FM OZ Radio Bandung.

### METODE

#### Lokasi dan Waktu

Data yang digunakan dalam proses penulisan laporan akhir ini diperoleh pada saat melakukan PKL di 103.1 FM OZ Radio Bandung yang berada di Jalan Setrasari no 14, Bandung. PKL ini dilaksanakan kurang lebih selama dua bulan setiap Senin – Jumat pukul 10.00 – 17.30 WIB, yang terhitung sejak tanggal 05 Februari sampai 13 April 2018.

#### Data dan Instrumen

Data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jenis Data
  - a) Data Primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data ini diperoleh melalui pengamatan dan wawancara langsung dengan pihak yang terlibat dalam proses kerja di 103.1 FM OZ Radio Bandung.
  - b) Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, atau bersumber dari referensi lain seperti website resmi, buku – buku, dan jurnal yang terkait dengan permasalahan yang dibahas dalam laporan ini.

#### Instrumen

Instrumen adalah alat-alat yang digunakan dalam proses pengumpulan data. Instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperlukan adalah alat tulis untuk mencatat hasil diskusi dan daftar pertanyaan, adapula alat untuk penyimpanan data yaitu laptop, *flashdisk*, serta gawai untuk mengambil data dalam bentuk foto, audio, dan video selama proses PKL berlangsung.

