

## **Kegiatan Audit Public Relations sebagai Fungsi Humas pada Program Jalan Santai PR FM**

Public Relations Audit Activities as a Function of Public Relations on the Road Program PR FM Bandung

<sup>1</sup>Fannya Putri Indrarani, <sup>2</sup>Ani Yuningsih

<sup>1,2</sup>Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

Email: <sup>1</sup>putriindrarani@gmail.com, <sup>2</sup>aniyuningsih@gmail.com

**Abstract.** Function of Public Relations on the PR Jalan FM Relax Program", with subtitles "Case Study on Public Relations Audit Activities as a Function of Public Relations on the Road Program PR Bandung FM". Audit Public Relations is a comprehensive evaluation of a process, activities, systems, and programs in public relations activities. Public Relations Audit is assessed as one of the study to know the position and condition of public relations in an organization or company both internally and externally to measure, and evaluate public relations activities in the future. It underlies FM radio to carry public relations audit activities as a foundation in running event organizing activities. The purpose of this research is to know how Public Relations Audit in preparation stage as a public relations function in the program of Roads Santai PR FM; To know the Audit Public Relations at the implementation stage; To know how Audit Public Relations at the impact stage as a function of public relations program on the Road Santai PR FM. The research method used is qualitative research method with case study approach. Data collection techniques used are observation techniques, interviews, and documentation. The results of this study indicate that public relations PR, PR promotion and event division should research the adequacy of data information in the field to plan an event program (through on the spot, social media, browsing about suitable events to be held to the community), research implementation tailored to Programs and suitability of the strategy based on the need for the event to be held, as well as researching on the evaluation phase of the content of the message where through evaluation, and the effects or impacts of both pre-event and post-event summative evaluation. This is what continues to encourage the PR FM to continue to create an event and continue to evaluate through the Internal Audit activities internally so that event activities in the future do not experience the constraints and problems that arise between the PR FM and other companies.

**Keywords:** Audit Public Relations, Event, Preparation, Implementation, Impact.

**Abstrak.** Judul penelitian ini adalah "Kegiatan Audit *Public Relations* sebagai Fungsi Humas pada Program Jalan Santai PR FM", dengan sub judul "Studi Kasus mengenai Kegiatan Audit *Public Relations* sebagai Fungsi Humas pada Program Jalan Santai PR FM Bandung". Audit *Public Relations* merupakan evaluasi yang bersifat menyeluruh terhadap suatu proses, kegiatan, sistem, dan program dalam aktivitas *public relations*. Audit *Public relations* dinilai sebagai salah satu studi untuk mengetahui posisi dan kondisi *public relations* didalam suatu organisasi atau perusahaan baik secara internal maupun eksternal untuk mengukur, serta mengevaluasi kegiatan *public relations* di masa yang akan datang. Hal tersebut melandasi radio PR FM untuk mengusung kegiatan Audit *Public Relations* sebagai landasan dalam menjalankan kegiatan *event organizing*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Audit Public Relations pada tahap persiapan sebagai fungsi humas pada program Jalan Santai PR FM; untuk mengetahui Audit Public Relations pada tahap pelaksanaan; untuk mengetahui bagaimana Audit Public Relations pada tahap dampak sebagai fungsi humas pada program Jalan Santai PR FM. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara, serta dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa divisi humas, promosi, dan *event* PR FM harus meriset kecukupan informasi data di lapangan merencanakan sebuah program event (melalui *on the spot*, media sosial, browsing tentang *event* yang cocok untuk diselenggarakan kepada masyarakat), pelaksanaan riset yang disesuaikan dengan program serta kesesuaian strategi berdasarkan kebutuhan untuk *event* yang akan diselenggarakan, serta meriset pada tahapan evaluasi analisa isi pesan dimana melalui evaluasi, dan efek atau dampak yang dirasakan baik pra *event* maupun pasca *event* yang bersifat evaluasi sumatif (berjangka). Hal inilah yang terus mendorong PR FM untuk terus membuat sebuah event dan terus mengevaluasi melalui kegiatan Audit *Public Relations* secara internal agar kegiatan event di masa datang tidak mengalami kendala serta problem yang muncul antara pihak PR FM maupun pihak perusahaan lain.

**Kata Kunci:** Audit *Public Relations*, Event, Persiapan, Pelaksanaan, Dampak.

## A. Pendahuluan

Public relations dalam industri radio dinilai sebagai aspek penting dalam pembentukan media radio, yang pada prinsipnya merupakan suatu kegiatan yang terencana dan menguasai seluruh seluk beluk dan struktur dari suatu perusahaan. Seperti halnya yang biasa rutin dilakukan dalam pembentukan citra, dan meningkatkan eksistensinya, sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri penyiaran biasanya membuat program off-air untuk dapat menarik klien agar dapat bekerja sama dalam sebuah program dalam bentuk event organizing.

Event Organizing (EO) dalam industri radio memiliki peranan penting karena persaingan antar radio semakin ketat. Radio pada umumnya menggunakan kegiatan off-air sebagai salah satu cara untuk menarik pengiklan agar bersedia untuk memasang iklan melalui radio, melakukan promosi serta meningkatkan eksistensi agar tidak kehilangan para pendengarnya. Tentunya dalam kegiatan ini berbagai divisi melakukan kegiatan komunikasi untuk dapat mencapai tujuan eksistensi dan profit yang baik terhadap perusahaan.

Audit public relations dinilai sebagai salah satu studi untuk mengetahui posisi dan kondisi public relations didalam suatu organisasi/perusahaan, baik secara internal maupun eksternal yang mencakup tentang pandangan atau opini kepada seorang PR. Audit public relations merupakan sebuah riset untuk mengukur, mengevaluasi, mendeskripsikan kegiatan public relations di masa yang akan datang. Dan dinilai sebagai temuan data penelitian untuk dapat menunjukkan bagaimana efektivitas sistem komunikasi yang dibangun kepada perusahaan atau organisasi, untuk memberikan petunjuk atau arahan dalam mengambil langkah dan kebijakan sistem komunikasi untuk ditingkatkan dan diperbaiki bagi keuntungan sebuah perusahaan. Apakah pada setiap program atau event kegiatan yang bersifat off-air selalu berhasil. Untuk itulah audit ini sangat diperlukan, pihak perusahaan serta masyarakat dapat mengetahui programnya dinyatakan berhasil atau tidak.

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan, maka fokus penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana Kegiatan Audit Public Relations Sebagai Fungsi Humas pada Program Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui audit public relations pada tahap preparation sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari.
2. Untuk mengetahui audit public relations pada tahap implementation sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari.
3. Untuk mengetahui audit public relations pada tahap impact sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari.

## B. Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan analisis dari Teori Model PII yang dijadikan sebagai pedoman yang penulis lakukan dalam melakukan penelitian ini. Model ini dikembangkan oleh Cutlip, Center, dan Broom, dimana teori ini menjelaskan tiga level atau tahapan yang terkandung di dalamnya yang meliputi : Tahap Preparation (tahap persiapan), Tahap Implementation (tahap pelaksanaan), dan Tahap Impact (tahap dampak). Lewat riset ini, pertanyaan-pertanyaan riset muncul secara spesifik sesuai

dengan tahapan yang ditanyakan. Jawaban yang dihasilkan dari riset ini akan meningkatkan pengertian dan memperkaya informasi untuk menilai efektivitas.

Teori Model PII ini dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan melalui riset yang akan meningkatkan pengertian dan memperkaya informasi untuk menilai efektivitas. Tahapan terendah di dapat dari dari evaluasi persiapan yang memuat penilaian dari informasi dan perencanaan strategis, seta evaluasi implementasi memuat penilaian mengenai taktik dan upaya yang ditempuh sedangkan evaluasi dampak memberikan umpan balik pada outcome.

Model PII yang menjadi landasan konsep yang sangat berharga dan bersifat rintisan merupakan pemisahan dari output dan outcome, identifikasi bahwa tahapan yang berbeda-beda ini perlu diteliti dengan ukuran-ukuran yang juga berbeda. Namun menurut Macnamara (2002), model PII tidak menyajikan metodologi penelitian. Model ini hanya mengasumsikan bahwa program-program atau kampanye-kampanye yang dilakukan akan diukur dengan metode ilmu sosial yang dibiayai oleh pihak klien atau perusahaan yang memerlukannya.

Penulis menggunakan teori ini untuk mengungkap sisi mengenai tahap *preparation, implementation, dan impact* yang diperoleh perusahaan dari program-program atau *event-event* yang dibuat oleh bagian humas, promotion, dan event di Radio PR FM 107,5 News Channel Bandung yang menangani kegiatan promosi untuk menarik daya tarik pendengar atau audiens.

### C. Hasil Penelitian

Audit public relations pada tahap preparation sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari yang di mana dapat di jelaskan di bawah ini :

1. Riset terhadap kecukupan Informasi latar belakang yang secara praktek dapat menciptakan event “Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari” melalui media sosial, browsing tentang event yang kira-kira cocok untuk diselenggarakan, karena dalam divisi humas ini event organizing baru terbentuk, jadi hanya survei lewat media sosial ataupun mencari referensi dari radio lain yang telah melaksanakan event sebelumnya sebagai patokan radio PR FM dalam menyelenggarakan event organizing-nya.
  2. Persiapan riset yang disesuaikan dengan program, riset ini berungkali disesuaikan dengan program dan kesuaian strategi yang terlebih dahulu di dapat berdasarkan kebutuhan-kebutuhan untuk event yang nanti diselenggarakan. Adapun referensi dari riset ini berdasarkan praktek dilapangan seperti dalam kegiatan 2 minggu sekali di Car Free Day Dago yang diselenggarakan PR FM dimana dalam kegiatan tersebut tim humas menganalisa, mendata, dan menginfertarisir kebutuhan, keinginan serta minat masyarakat yang nantinya dijadikan event dengan tujuan agar atusias masyarakat tinggi dalam mengikuti kegiatan tersebut.
  3. Riset tahap analisa isi pesan di mana evaluasi riset ini adalah terus berungkali mempromosikan pesan kegiatan melalui media yang digunakan oleh PR FM radio salah satunya adalah media konvergensi yaitu promosi melalui web resminya, instagram, facebook, twitter, serta media konvensional berupa penyebaran famplet, brosur kegiatan.
  4. Riset keterbacaan dimana evaluasi dalam riset ini adalah menginformasikan hasil kerjaan atau kegiatan dari persiapan event yang akan diselenggarakan kepada pihak BUMN Hijau Lestari yang menjadi klien PR FM radio di mana tujuan adanya evaluasi ini agar tidak terjadi miss komunikasi diantara kedua belah pihak.
- Audit public relations pada tahap implementation sebagai fungsi humas pada

program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari dapat di jelaskan sebagai berikut :

1. Audit public relations pada tahap implementation sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari dijalankan selama tiga bulan yang dimana secara strategi penyampaian pesan analisisnya menghitung atau berapa kali pesan publikasi yang disebar informasikan kepada calon pesertanya, seperti menyebarkan informasi adanya event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari yang terhitung 3 bulan sebelum hari H yang biasanya meliputi secara on the spot dari mulai pembukaan acara hingga penutupan acara. Yang bertujuan untuk menarik minat masyarakat untuk mengikuti kegiatan tersebut. Karena pihak humas PR FM menargetkan dalam event Jalan Santai para peserta yang hadir harus sekitar 10000 orang. Oleh karena itu pengujian selama 3 bulan dilakukan humas untuk menarik massa masyarakat mengikuti kegiatannya.
2. Sementara untuk Pelaksanaan dilihat dari jenis-jenis media promosi yang digunakan humas PR FM dalam hal mempromosikan event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari di mana dalam tiga bulan. Pihak humas merepresentasikan pesan promosi melalui Presss release, news leteer, advertorial berdasarkan ketepatan waktu yang telah ditetapkan.
3. Sasaran audien ditunjukkan kepada pilihan audien yang nantinya menjadi peserta jalan santai. Di mana riset selama tiga bulan untuk menentukan audien pihak humas PR FM membangun kerjasama dengan media cetak surat kabar Pikiran Rakyat, di mana dalam kerjasamanya pihak Pikiran Rakyat harus memberitakan event tersebut sebelum dan sesudah acara di laksanakan. Untuk menentukan tetap sasaran memerlukan waktu sekita 1 bulan sebelum hari pelaksanaan event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari.

Audit public relations pada tahap impact sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari sebagai berikut :

1. Dampak yang dirasakan oleh perusahaan setelah dilaksanakannya program event jalan santai PR FM bersama BUMN Hijau Lestari dan Ridwan Kamil dimana dampak yang dirasakan oleh perusahaan setelah dilaksanakannya kegiatan dalam program event jalan santai PR FM bersama BUMN Hijau Lestari dan Ridwan Kamil secara positif yaitu menciptakan citra yang baik di mata para pendengar PR FM radio di mana dengan adanya event tersebut menambah pendengar radio PR FM karena dengan kegiatan tersebut antusias masyarakat terhadap edukasi perlindungan lingkungan serta peduli lingkungan terbilang tinggi. Selain pengaruh besar diranah bertambahnya pendengar, ternyata dampak lain dengan adanya event Jalan santai terhadap klien yaitu pihak BUMN Hijau Lestari mendapatkan nilai positif dimana masyarakat mulai mengenai kinerja dari BUMN Hijau Lestari, serta ingin lebih jauh mengenai perusahaan tersebut, hal tersebut menjadi keuntungan bagi pihak BUMN itu sendiri, sementara disisi lain, dampak dari event tersebut secara profit internal radio PR FM bertambah karena banyak perusahaan lain yang ingin bekerjasama dengan event-event yang di selenggarakan oleh radio PR FM Bandung.
2. Sementara itu, dampak dari pencapaiann target dalam event “Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari” tidak mencapai target yang sudah di tetapkan oleh pihak humas PR FM yang seharusnya dari segi promosi selama tiga bulan, bisa mencapai target 10000 ribu orang yang menjadi peserta

jalan santai, namun dalam prakteknya diluar target yaitu hanya 5000 orang yang menjadi peserta tentu saja hal itu yang menjadi kendala.

3. Dan presentasi keberhasilan yang dicapai humas dari kegiatan yang sudah dirancang melalui program event organizing “Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari” berkisaran 75 % hal tersebut dilihat dari profit atau keuntungan besar bagi PR FM radio, citra, eksistensi radio, dan kepercayaan yang terbentuk karena pihak BUMN Hijau Lestari merasa cukup puas dengan event tersebut.

#### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mencoba menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Audit public relations pada tahap preparation sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari adalah adanya riset terhadap kecukupan Informasi latar belakang yang secara praktek dapat menciptakan event “Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari” melalui media sosial, browsing tentang event yang kira-kira cocok untuk diselenggarakan.
2. Audit public relations pada tahap implementation sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari yaitu adanya strategi penyampaian pesan analisisnya menghitung berapa kali pesan publikasi yang disebar informasikan kepada calon pesertanya, seperti menyebarkan informasi adanya event yang terhitung 3 bulan yang biasanya meliputi secara on the spot dari mulai pembukaan acara hingga penutupan acara dengan tujuan untuk menarik minat masyarakat untuk mengikuti kegiatan tersebut.
3. Audit public relations pada tahap impact sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari yaitu PR FM dan BUMN Hijau Lestari mendapatkan citra yang baik di mata para pendengar PR FM radio di mana dengan adanya event tersebut menambah pendengar radio PR FM serta untuk BUMN mendapatkan banyaknya keuntungan dari masyarakat byang tertarik untuk memperdalam perusahaan tersebut.

#### **E. Saran**

Dari hasil penelitian yang diperoleh, penulis mencoba memberikan beberapa saran yang terdiri dari saran teoritis dan saran praktis, yaitu sebagai berikut :

##### **Secara Teoritis**

1. Penelitian mengenai kegiatan audit Public Relations sebagai fungsi humas pada program alangkah baiknya untuk peneliti selanjutnya menggunakan metode deskriptif yang lebih menekankan kepada fenomena dari audit Public Relations tersebut, sehingga bisa di deskripsikan secara jelas mengenai permasalahan audit Public Relations itu sendiri.
2. Penelitian mengenai audit Public Relations bagi peneliti selanjutnya alangkah baiknya menggunakan metode kuantitatif seperti korelasional, agar peneliti selanjutnya lebih fokus terhadap hubungan audit Public Relations yang dapat mempengaruhi kegiatan dalam event yang akan diteliti.

##### **Secara Praktis**

1. Dalam audit public relations pada tahap preparation sebagai fungsi humas pada

- program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari alangkah baiknya tahap preparation lebih ditekankan kepada kedalaman data di lapangan agar event yang diselenggarakan berjalan dengan baik dan terarah.
2. Untuk audit public relations pada tahap implementation sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari alangkah baiknya pihak PR FM lebih membangun kerjasama dengan media yang bukan hanya cetak saja, melainkan secara luas agar promosi event yang disampaikan tepat pada sasarannya.
  3. Untuk audit public relations pada tahap impact sebagai fungsi humas pada program event Jalan Santai PR FM bersama Ridwan Kamil dan BUMN Hijau Lestari. Alangkah baiknya pihak perusahaan berusaha untuk mengevaluasi segala bentuk kekurangan yang telah terjadi sehingga kedepannya dapat mencapai target yang sesuai dengan harapan.

### Daftar Pustaka

- Alwalsilah, A. Chaedar. 2002. Membangun Kota Berbudaya Literat. Bandung : Simbiosis Rekatama Media
- Morrison, M. A. 2010. Manajemen Publik Relations. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Mohammed, Racman. 2015, *Dasar Audit Public Relatiobs*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Yulianita, Neni, 2005. Dasar-dasar Public Relations, Bandung: P2U-LPPM UNISBA
- Ardianto, Elvinaro, dkk. Edisi Revisi 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hardjana, Andre. 2000. Audit Komunikasi Teori dan Praktek. Jakarta : PT. Grasindo.
- Gozali, Dodi. M. 2005. Cetakan Pertama Juni, Communications Measurement Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relations. Bandung Simbiosis Rekatama Media.