

Pendapat khalayak tentang kegiatan-kegiatan humas PT Radio Pambors

Diah Samsiati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20283336&lokasi=lokal>

Abstrak

Pada kenyataannya, Hubungan Masyarakat (Humas) belum begitu diketahui arti serta fungsinya di masyarakat Indonesia. Dengan demikian, seringkali sosok Humas tidak ditempatkan pada proporsinya, baik pada perusahaan swasta maupun instansi-instansi pemerintah. Namun kenyataan pula yang menunjukkan bahwa seiring dengan pembangunan yang saat ini sedang gencar gencarnya digaungkan oleh pemerintah, Humas juga semakin banyak bermunculan. Tentunya, masih dengan fungsi yang berbeda-beda, tergantung pada kebijaksanaan dan kebutuhan di mana Humas tersebut berada. Demikian pula dengan PT Radio Pambors, sebagai sebuah organisasi penyiaran yang telah 19 (sembilan belas) tahun berkecimpung dalam dunia media elektronik, khususnya media radio, organisasi penyiaran tersebut telah mampu menempatkan citra atau "image" tersendiri, di kalangan khalayak pendengar Jakarta, khususnya remaja. Hal ini tak lepas dari kegiatan-kegiatan yang diterapkan Humas PT Radio Pambors yang berupaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dengan khalayaknya, sehingga dapat senantiasa terbina hubungan harmonis antara kedua belah pihak. Berangkat dari hal inilah, permasalahan yang dilihat adalah bagaimana pendapat khalayak tentang kegiatan-kegiatan yang diterapkan Humas PT Radio Pambors. Untuk mengetahui hal tersebut, penulis melihat pada karakteristik responden, perolehan dan pemahaman informasi yang diterima responden serta pengalaman responden sebagai anggota Pambors Listeners Club (PLC). Indikator indikator inilah yang sedikitnya dapat menjadi acuan dalam menilai kepada pendapat yang dikemukakan oleh responden selama penelitian berlangsung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survai, dan bersifat deskriptif. Adapun tehnik penarikan sampel yang dipakai adalah sampel random sistematis atau systematic random sampling. Dari 96 responden yang diteliti, diperoleh data bahwa perolehan dan pemahaman responden mengenai siaran maupun kegiatan-kegiatan non siaran kurang lebih sama. Hanya bila sampai pada tahap mengikuti acara-acara kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh Humas PT Radio Pambors, minat serta motivasi responden cenderung menurun. Sementara berdasarkan pengalaman mereka menjadi anggota PLC, responden cenderung menyatakan kepuasannya terhadap PLC dan fasilitas-fasilitas yang diberikannya. Hal ini terlihat dari pendapat mereka tentang pelayanan karyawan, manfaat dari kegiatan-kegiatan serta adanya penerbitan majalah Prokamu yang diterbitkan sebulan sekali. Walaupun secara keseluruhan, responden berpendapat-cukup baik, terhadap kegiatan-kegiatan yang diadakan Humas radio Pambors, namun untuk pelayanan kartu anggota ada kecenderungan menurun. Secara umum, penelitian ini dapat menunjukkan bagaimana pendapat khalayak tentang sosok Humas serta kegiatan-kegiatannya dalam suatu perusahaan, tanpa melulu melihat kepada sosok Humasnya sendiri. Dan untuk PT Radio Pambors, dapat dikatakan bahwa secara mendasar, Humas organisasi penyiaran tersebut telah mampu menjaga dan membina hubungan harmonis antara khalayak dengan perusahaannya melalui kegiatan-kegiatan yang diadakannya.