

LAPORAN
KULIAH KERJA LAPANGAN
PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENJALANKAN AKTIVITAS *MEDIA*
***RELATIONS* DI YAYASAN BERITA HIDUP SURAKARTA**



Oleh :

Laura Elisabeth Kumambong

130904858

Public Relations

Dosen Pembimbing : Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Kuliah Kerja Lapangan

PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENJALANKAN AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* DI YAYASAN BERITA HIDUP SURAKARTA

Disusun oleh :

Laura Elisabeth Kumambong

130904858 / KOM

Diajukan guna memenuhi syarat-syarat kelulusan jenjang kuliah Strata-1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan Konsentrasi Studi *Public Relations* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Sherly Hindra Negoro, S.I. Kom, M.I.Kom

HALAMAN PENGESAHAN

PERAN *PUBLIC RELATIONS* DALAM MENJALANKAN AKTIVITAS *MEDIA RELATIONS* DI YAYASAN BERITA HIDUP SURAKARTA

Disusunoleh : Laura Elisabeth Kumambong

NPM : 130904858

Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini telah diuji dan dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Hari / Tanggal : Kamis, 27 Oktober 2016

Waktu : 09.30 WIB


Tempat : Ruang Pendaran

TIM PENGUJI

Penguji I : Sherly Hindra Negoro, M.I.Kom

.....


Penguji II : Nobertus Ribut Santoso, M.A

.....


HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Laura Elisabeth Kumambong
NIM : 130904858
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil tulisan saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 22 November 2016

Yang membuat pernyataan



Laura Elisabeth Kumambong

KATA PENGANTAR

Rasa puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkatNya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini dengan baik. Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan jenjang kuliah strata satu pada program studi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi studi *Public Relations* di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Selama proses Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang penulis lakukan selama kurang lebih satu bulan, penulis mendapat banyak pengalaman di dunia kerja. Penulis mendapat pengalaman kerja berdampingan dengan PR di sebuah organisasi non profit, penulis juga mendapat *partner* kerja yang baru dan ikut bekerja sama dalam *team*, terlebih lagi penulis mendapat pelajaran lebih tentang dunia *Public Relations* yang sesungguhnya.

Penulis menyadari dalam menyelesaikan laporan ini, penulis dukungan semangat dan dorongan dari pihak lain. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberkati dan menyertai penulis selama proses Kuliah Kerja Lapangan berlangsung dan menjadi tempat keluh kesah penulis selama pengerjaan laporan ini.
2. Papa, mama, dan cicik yang selalu mendoakan dan memberi motivasi penulis dalam penyusunan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini. I love you all!
3. Yosua Okky yang menjadi orang terdekat penulis serta senantiasa mendampingi penulis sampai akhir penyusunan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini. Thank you so much!

4. Yayasan Berita Hidup yang merupakan tempat penulis melakukan Kuliah Kerja Lapangan, dan telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk belajar dan mendapatkan pengalaman nyata di dunia kerja.
5. Bapak Sugeng S. Adi yang merupakan PR di Yayasan Berita Hidup, senantiasa mendampingi penulis dalam bekerja selama satu bulan dan membantu penulis dalam memperoleh data.
6. Sahabat-sahabat terkasih yang selalu mendukung penulis dalam pengerjaan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini. Terima kasih banyak, guys!
7. Jemaat GKAI Apostolos Ministry Surakarta yang senantiasa mendoakan penulis dalam perkuliahan, termasuk penyusunan laporan Kuliah Kerja Lapangan ini.
GBU all!

Yogyakarta, 22 November 2016



Laura Elisabeth K.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan KKL.....	6
D. Manfaat KKL.....	6
E. Kerangka Teori.....	7
E.1 <i>Public Relations</i>	7
E.2 Peran dan Fungsi <i>Public Relations</i>	9
E.3 <i>Media Relations</i>	13
E.4 Aktivitas <i>Media Relations</i>	17
E.5 Strategi PR dalam Membangun <i>Media Relations</i>	20
BAB II DESKRIPSI OBYEK KKL.....	25
A. Sejarah Organisasi.....	25
B. Visi dan Misi Organisasi.....	32
C. Makna Logo.....	34
D. Struktur Organisasi.....	36
E. Jasa/Produk yang Ditawarkan Organisasi.....	40
F. Acara yang Pernah Diselenggarakan Organisasi.....	45

BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL.....	47
A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL.....	47
A.1 Konsep PR Bagi Yayasan Berita Hidup.....	47
A.2 Peran PR di Yayasan Berita Hidup.....	49
A.3 Bentuk <i>Media Relations</i> Yayasan Berita Hidup.....	55
B. Deskripsi Kerja Mahasiswa.....	57
B.1 Kegiatan Mahasiswa Selama KKL.....	57
B.2 Tugas Rutin dan Non-Rutin Mahasiswa.....	60
B.3 Aktivitas <i>Media Relations</i> yang Dilakukan Mahasiswa.....	62
C. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL.....	66
BAB IV PENUTUP.....	82
A. Kesimpulan.....	82
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Arus Komunikasi Media Relations.....	15
Gambar 1.2	Model Two Way Symetrical.....	16
Gambar 2.1	Logo Yayasan Berita Hidup.....	29
Gambar 2.2	Struktur Organisasi.....	31



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Foto kantor Yayasan Berita Hidup
- Lampiran 2. Foto situasi kerja di dalam kantor
- Lampiran 3. Foto ruang kerja mahasiswa KKL
- Lampiran 4. Foto ruang kerja per divisi (di lantai 3)
- Lampiran 5. Foto fasilitas ruang pendukung lainnya (di lantai 1 & 2)
- Lampiran 6. Foto survey beberapa aset Yayasan Berita Hidup
- Lampiran 7. Foto beberapa *event* yang diselenggarakan organisasi
- Lampiran 8. Daftar nama staf dan karyawan
- Lampiran 9. Daftar radio-radio yang bekerja sama dengan organisasi
- Lampiran 10. Surat keterangan melakukan KKL dari Yayasan Berita Hidup
- Lampiran 11. Lembar kegiatan KKL
- Lampiran 12. Hasil kerja mahasiswa KKL

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era globalisasi ini, Humas atau sering disebut dengan istilah *Public Relations* (PR) merupakan bagian yang sangat penting bagi sebuah perusahaan atau organisasi. Terutama bagi perusahaan atau organisasi pemerintah maupun swasta yang saling bersaing untuk memajukan perusahaan atau organisasinya. Jefkins (2003, hal.9) mendefinisikan “*Public Relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu kedalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”.

Dalam sebuah perusahaan perlu menyadari pentingnya keberadaan PR, karena dengan melibatkan PR dalam menjalankan segala aktivitas perusahaan untuk tercapainya tujuan yang diinginkan maka tentu akan membantu perusahaan dalam menjaga relasi yang baik dengan publiknya. Publik yang dimaksud terbagi menjadi dua, yaitu publik internal dan eksternal (Ardianto, 2008, hal.124). Publik internal adalah orang-orang yang berada di dalam perusahaan, seperti staf, karyawan, dan investor. Sedangkan publik eksternal yaitu orang-orang yang berada di luar perusahaan, seperti media massa, konsumen, pemerintah, dan komunitas. Peran PR sangat dibutuhkan dalam menjalankan aktivitas perusahaan, seperti *media relations*, *government relations*, *investor relations*, *community*

relations, employee relations, customer relations, special event, dan corporate social responsibility.

Saat ini peran dan tugas PR sudah dianggap penting dalam kelangsungan sebuah perusahaan atau organisasi. Hal ini terbukti dengan lebih banyaknya perusahaan atau organisasi pemerintah maupun swasta yang telah menempatkan PR sesuai dengan bidangnya. Peran PR dalam perusahaan perlu dimanfaatkan semaksimal mungkin, karena di era yang penuh persaingan ini sebuah perusahaan perlu meng-*update* setiap informasi yang ada untuk kepentingan perusahaan itu sendiri. Apalagi mengingat publik di masa sekarang yang membutuhkan adanya keterbukaan informasi dari sebuah perusahaan atau organisasi. Dengan adanya PR akan memudahkan publik dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan. Oleh karena itu, peran utama PR adalah sebagai pembangun hubungan timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik pada organisasi serta membentuk citra positif di mata publiknya (Uchjana, 1998, hal.36).

Di setiap perusahaan profit maupun non profit, peran PR menjadi aspek yang utama dalam mewujudkan tujuan yang sesuai dengan visi dan misinya. Saat ini banyak perusahaan atau organisasi yang saling bersaing dengan menggunakan strategi-strategi terbaru untuk menarik para konsumen sehingga mampu meningkatkan omset penjualan perusahaan. Peran seorang PR dalam menjalankan aktivitas *Public Relations* juga diharapkan mampu membawa perusahaan untuk siap menghadapi persaingan yang kompetitif. Tanpa terkecuali organisasi non profit pun memerlukan peran PR dalam kegiatannya. Hal ini disebabkan karena

organisasi non profit juga memiliki publik yang perlu mengetahui kebijakan-kebijakan organisasi dan organisasi memerlukan dukungan publiknya. Salah satu kegiatan utama organisasi sosial, yaitu berkomunikasi dengan para anggotanya, pemerintah, dan publik eksternal (Baskin & Aronoff, 1997). Perlunya komunikasi ini dibangun adalah untuk menjaga hubungan yang baik.

Salah satu aktivitas PR yang masih dijalankan oleh seorang PR adalah hubungan media (*media relations*). Menurut Jefkins dalam buku *Public Relations* (1995, hal.98), hubungan media adalah usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi Humas dalam rangka menciptakan pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan. Melihat pentingnya publisitas dalam pekerjaan *Public Relations*, maka hubungan dengan jurnalis dan media massa menjadi hal yang sangat penting bagi pekerjaan PR. Informasi yang berasal dari *Public Relations* akan dapat terpublikasi melalui media massa apabila informasi tersebut diterima oleh media massa atau jurnalis dan kemudian dipublikasikan melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Disini nampak jelas antara *Public Relations* dan media massa saling membutuhkan.

Beberapa tahun belakangan ini, kota Surakarta yang kerap disebut kota Solo telah membuktikan kemajuan di bidang bisnisnya yang semakin berkembang. Terbukti dengan banyak berdirinya mal, hotel, restoran, maupun perusahaan profit lainnya. Tidak hanya perusahaan atau organisasi profit saja yang bersaing untuk mencapai tujuannya, tetapi juga perusahaan atau organisasi non profit juga mampu bersaing di tengah-tengah kemajuan yang ada di kota Solo.

Salah satu organisasi non profit yang ada di Solo adalah Yayasan Berita Hidup. Yayasan ini merupakan sebuah organisasi non profit yang bergerak di bidang sosial. Yayasan Berita Hidup awalnya berdiri di Jakarta pada tanggal 31 Maret 1978 dan didirikan oleh Tontji Frederik Foedikoa, S.H.,M.Div.,M.Th. Beliau mendirikan yayasan sosial ini dengan dasar ingin melayani sesama yang membutuhkan. Namun karena beberapa kepentingan organisasi maka pada tahun 1986 kantor pusat Yayasan Berita Hidup dipindahkan ke daerah Solo yang beralamat di Jalan Solo - Kalioso KM 7.

Kegiatan-kegiatan sosial yang dilakukan oleh Yayasan Berita Hidup, diantaranya adalah pendidikan umum (mendirikan sekolah dari tingkat TK, SD - SMU bagi yang kurang mampu), usaha bantuan sosial dan rehabilitasi (khususnya bagi yang tertimpa bencana alam), latihan kepemimpinan, *camping* dan konferensi atau seminar, serta mengadakan latihan-latihan keterampilan melalui Pusat Latihan Kerja dan membantu industri-industri kecil lainnya. Sudah sekitar 38 tahun ini Yayasan Berita Hidup berdiri dan semakin berkembang. Hal itu tidak lepas dari kerja sama antara *top management* dengan para karyawan di dalamnya. Selain itu, peran seorang PR turut serta membantu perkembangan dari Yayasan Berita Hidup ini, terlebih peran PR dalam menjalankan aktivitas yang sesuai dengan bidangnya.

Sebagai organisasi non profit yang cukup dikenal oleh sebagian masyarakat di kota Solo dan sekitarnya, PR dari Yayasan Berita Hidup juga membantu organisasinya dalam menjalin hubungan dengan para *stakeholder*. Hubungan yang dimaksud seperti hubungan pemerintah, hubungan karyawan,

hubungan media, hubungan investor, dll. Hubungan organisasi dengan para *stakeholder* yang terjalin baik akan meningkatkan kinerja organisasi dan berdampak bagi tercapainya tujuan organisasi. Sampai saat ini Yayasan Berita Hidup juga masih aktif dalam menjalankan aktivitas hubungan media, salah satunya dengan radio dan sudah menjalin kerja sama dengan beberapa radio baik swasta maupun nasional yang tersebar di empat provinsi (Jabar, Jateng, Jatim, dan DIY).

Yayasan Berita Hidup sebagai organisasi non profit memiliki keunikan tersendiri. Keunikan-keunikannya adalah sumber dana yang berasal dari penyumbang yang tidak mengharapkan imbalan, organisasi non profit tidak bertujuan untuk memperoleh laba, dan tidak ada kepemilikan. Organisasi non profit yang tidak ditujukan untuk memperoleh laba, maka sumber dana dalam organisasi non profit tidak dapat dipastikan secara jelas sehingga akan mempengaruhi lingkungan dan pengelolaan dalam organisasi non profit. Selain hal itu, organisasi non profit juga dapat dibagi dalam berbagai sektor antara lain pelayanan kesehatan dan kemanusiaan, asosiasi keanggotaan, organisasi keagamaan, dan lembaga pendidikan. Organisasi non profit dapat berkembang dengan pengelolaan yang baik, memberikan pelayanan yang berkualitas, dan harus terbuka serta akuntabel kepada publik yang dilayani (Baskin, 2010, hal.376)

Melihat hal tersebut, maka penulis telah melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Yayasan Berita Hidup Surakarta dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar peran PR dalam menjalankan aktivitas *media relations* di dalam organisasi ini, mengingat organisasi ini non profit dan bergerak di

bidang sosial namun sampai saat ini masih eksis dan semakin berkembang sehingga penulis ingin mengetahui lebih dalam mengenai peran PR dalam membantu *top management* untuk mengelola segala aktivitas yang dijalankan oleh organisasi ini, aktivitas itu salah satunya dengan menjalin hubungan yang baik dengan media.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana peran *Public Relations* dalam menjalankan aktivitas *media relations* di Yayasan Berita Hidup ?

C. Tujuan KKL

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan dari dilakukannya kegiatan KKL ini adalah untuk mengetahui peran *Public Relations* dalam menjalankan aktivitas *media relations* di Yayasan Berita Hidup.

D. Manfaat KKL

Melalui KKL ini maka akan dapat memberikan manfaat baik secara akademis maupun praktis, diantaranya :

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai peran PR dalam menjalankan aktivitas *media relations* dalam kajian ilmu komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman bagi penulis mengenai peran PR secara nyata dalam dunia kerja serta dapat menjadi bahan evaluasi bagi Yayasan Berita Hidup mengenai peran PR dalam menjalankan aktivitas *media relations* di dalamnya.

E. Kerangka Teori

E.1 *Public Relations*

Menurut Cutlip dan Center (2006) (Suhandang, 2004, hal.45) mengemukakan bahwa "*Public Relations* adalah suatu kegiatan komunikasi dan penafsiran, serta komunikasi-komunikasi dan gagasan-gagasan dari suatu lembaga kepada publiknya, dan pengkomunikasian informasi, gagasan-gagasan, serta pendapat dari publiknya itu kepada lembaga tadi, dalam usaha yang jujur untuk menumbuhkan kepentingan bersama sehingga dapat tercipta suatu persesuaian yang harmonis dari lembaga itu dengan masyarakatnya." Dari definisi Cutlip dan Center itu tergambar adanya ciri khas dari *Public Relations*, yaitu suatu kegiatan timbal balik antara lembaga dengan publiknya. Tidak saja melakukan kegiatan kepada publik yang ada di luar lembaga, tetapi juga pihak publiknya melakukan kegiatan terhadap lembaga itu, sehingga terjadilah suatu pengertian bersama dalam meraih kepentingan bersama. Dengan demikian dapat diketahui adanya sifat komunikasi dua arah dalam *Public Relations*. Dalam proses komunikasinya,

Public Relations tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima informasi dari publiknya.

Sementara itu, Glenn dan Griswold (1948, hal.4) di dalam bukunya *Your Public Relations* menyatakan bahwa *Public Relations* merupakan suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur suatu organisasi atas dasar kepentingan publik, dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan yang baik dari publik. Dalam definisi tersebut menunjukkan pentingnya kedudukan publik, kepentingan publik, dan opini publik. *Public Relations* berusaha agar kebijaksanaan dan prosedur suatu organisasi sesuai dengan kepentingan publik, serta pelaksanaan kerjanya diarahkan untuk memperoleh pengertian dan pengakuan publik.

PR sebagai fungsi manajemen, yang berarti bahwa manajemen merupakan suatu proses atau usaha pencapaian tujuan tertentu melalui kerja sama dengan orang lain. Manajemen adalah keseluruhan pergerakan tenaga manusia dan alat-alat dalam suatu organisasi sedemikian rupa untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan dalam perencanaan semula (Sirait, 1970, hal.18). Dengan demikian, PR merupakan salah satu aparat organisasi yang menjalankan salah satu kegiatan manajemennya. Menjalankan salah satu kegiatan dari seluruh kegiatan yang dikoordinasikan dalam kesatuan pimpinan organisasi. Membina jalannya program kerja dalam hal memelihara hubungan baik antara organisasi itu dengan publiknya sebagaimana telah digariskan oleh manajer organisasinya.

E.2 Peran dan Fungsi *Public Relations*

Menurut John E. Marston, *Public Relations* merupakan fungsi manajemen untuk mencapai target tertentu yang sebelumnya harus mempunyai program kerja yang jelas dan rinci, mencari fakta, merencanakan, mengkomunikasikan, hingga mengevaluasi hasil-hasil apa yang telah dicapainya (dalam Ruslan, 2002, hal.5). Maksudnya adalah bahwa *Public Relations* merupakan ilmu manajemen yang dilakukan secara berkelanjutan dan memiliki strategi yang berguna untuk membina hubungan yang baik antara organisasi dengan publik. Menurut Ruslan (2002, hal.10), peran PR pada intinya sebagai berikut:

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi yang diwakili dengan publiknya. Dalam hal ini PR berperan sebagai perwakilan perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan publik internal dan eksternal.
2. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya. Dalam hal ini PR berperan dalam melakukan pendekatan hubungan baik dengan publik.
3. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi atau perusahaan. PR memiliki peranan sebagai pendukung organisasi yang selalu sigap dalam menjalankan tugas dari atasan/perusahaan.
4. Membentuk *corporate image*, artinya peranan *Public Relations* berupaya menciptakan citra bagi organisasi atau lembaganya. Dalam hal ini PR

berperan menjaga dan menciptakan citra yang positif terhadap organisasi di mata publik.

Kemudian, Kusumastuti (2002, hal.24) berpendapat bahwa peranan petugas Humas dapat dibedakan menjadi dua, yakni peranan manajerial (*communication manager role*) dan peranan teknis (*communication technician role*). Peranan manajerial dapat dibedakan menjadi tiga yaitu penasehat ahli (*expert preciber communications*), fasilitator pemecah masalah (*problem solving process facilitator*), dan fasilitator komunikasi (*communication facilitator*). Kecmpat peranan petugas Humas tersebut sering digunakan dalam suatu organisasi secara berbeda-beda tergantung beberapa hal yaitu sistem budaya organisasi, tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas, struktur organisasi yang menentukan wewenang dan kewajiban Humas, serta ciri khas kehumasan sebuah organisasi.

Berdasarkan beberapa uraian yang telah disebutkan bahwa peran *Public Relations* dalam suatu organisasi sangatlah penting. Tanpa adanya *Public Relations* suatu organisasi tidak akan dapat menjaga dan meningkatkan citra/image organisasi tersebut. Selain itu, agar *Public Relations* dapat lebih berhasil menjalankan peranannya, maka seorang PR perlu mengetahui dan menguasai pengetahuan tentang *Public Relations* dengan berbagai aspeknya. Secara singkat peran PR dalam organisasi yaitu untuk membantu menetapkan serta memelihara komunikasi dan membantu dalam penyelesaian pemecahan masalah-masalah manajemen yang telah terjadi.

Menurut Djanalis (1993) yang dikutip oleh Kusumastuti (2002, hal.22), terdapat dua fungsi *Public Relations* yaitu fungsi konstruktif dan fungsi korektif. Dalam fungsi konstruktif, *Public Relations* mendorong semua aktivitas yang dilakukan organisasi sehingga dapat terencana dan berkesinambungan yang cenderung bersifat proaktif. Sedangkan dalam fungsi korektif, *Public Relations* diibaratkan sebagai pemadam kebakaran, artinya apabila dalam sebuah perusahaan/organisasi terjadi masalah-masalah dengan publik, maka dapat segera mengatasi dan menyelesaikan masalah tersebut. Menurut Uchjana (1998, hal.153), merumuskan bahwa fungsi *Public Relations* sebagai berikut :

1. Menunjang kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi.
2. Membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publik, baik publik eksternal maupun internal.
3. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada publik dan menyalurkan opini publik kepada organisasi.
4. Melayani publik dan menasehati pimpinan organisasi demi kepentingan umum.

Pendapat tersebut memberikan gambaran bahwa fungsi *Public Relations* yaitu untuk menciptakan komunikasi dua arah guna untuk menyebarkan informasi kepada publik. Adanya komunikasi tersebut juga dapat menyalurkan opini publik tentang organisasi. Menurut Nova (2011, hal.49), "Fungsi utama PR adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga

(organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi". Dari pendapat tersebut bahwa langkah pertama yang harus dilakukan *Public Relations* adalah menjalin hubungan baik dengan publik internal maupun eksternal, dengan cara mengenal baik publik, saling berkomunikasi dengan publik, dan selalu menjaga nama baik organisasi ketika sedang bekerjasama dan atau berhubungan dengan publik. Dengan begitu akan tercipta iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan organisasi. Kemudian menurut Bertram R. Canfield dalam bukunya *Public Relations Principles and Problems* yang dikutip oleh Danandjaja (2011, hal.19), fungsi *Public Relations* itu haruslah mencakup beberapa hal sebagai berikut :

1. Mengabdikan pada kepentingan publik.
2. Memelihara komunikasi yang baik.
3. Menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik.

Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan organisasi yang berhubungan dengan publik akan tercapai dan citra positif organisasi akan tetap terjaga. Dapat disimpulkan bahwa *Public Relations* lebih berorientasi kepada publik, baik internal maupun eksternal. Publik merupakan target utama *Public Relations* dalam suatu organisasi. Maka dari itu, untuk dapat menciptakan pendapat publik yang menguntungkan terhadap organisasi, PR harus mampu menjalankan fungsinya dengan baik. Secara singkat fungsi *Public Relations* adalah membina hubungan

baik dan harmonis dengan publik melalui komunikasi dua arah sehingga apabila terjadi masalah maka mampu menyelesaikan masalah-masalah organisasi.

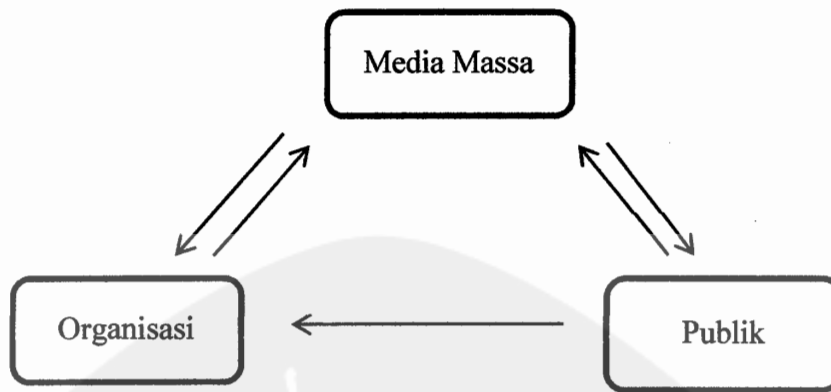
E.3 *Media Relations*

Media massa adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dalam jumlah besar atau sering disebut massa. Secara etimologis, kata media berasal dari bahasa Latin yaitu *medium* yang secara harafiah berarti “tengah”, “perantara”, atau “pengantar”. Dengan kata lain, media adalah perantara atau pengantar dari komunikator (pengirim pesan) kepada komunikan (penerima pesan). Sedangkan massa merupakan kata serapan yang berasal dari bahasa Inggris yaitu *mass* yang artinya massa atau jumlah besar dan sering diartikan dengan massa, rakyat atau masyarakat. Dengan kata lain massa merupakan masyarakat atau publik, dalam hal ini penerima pesan media (Darmastuti, 2012, hal.57).

Lesly (1991, hal.7) memberikan definisi *media relations* sebagai hubungan dengan media komunikasi untuk melakukan publisitas atau merespons kepentingan media terhadap kepentingan organisasi. Apa yang diuraikan Lesly ini lebih pada sisi manfaat yang diperoleh organisasi dan kegiatan yang dilakukan organisasi dalam menjalankan *media relations*. Manfaat tersebut berupa publisitas. Sedangkan kegiatan yang bisa menopang publisitas itu adalah merespons kepentingan media. Sementara itu, Jefkins mendefinisikan hubungan media sebagai usaha untuk mencari publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi PR dalam rangka menciptakan pengetahuan dan

pemahaman bagi khalayak dari organisasi yang bersangkutan. Dari definisi di atas bisa dikatakan bahwa hubungan media itu merupakan salah satu bagian dari kegiatan PR. Jadi, apa yang menjadi tujuan PR juga menjadi tujuan hubungan media. Bahkan, bisa dikatakan hubungan media menjadi faktor penentu utama “hidup dan matinya” PR (Nurudin, 2008, hal.12).

Dari sisi organisasi, membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa itu paling tidak berarti memenuhi dan menanggapi kebutuhan dan kepentingan media massa terhadap organisasi tersebut. Karena watak komunikasi dalam PR adalah dua arah, maka praktek *media relations* pun bukan hanya mengomunikasikan ke luar organisasi melainkan juga menjadi komunikasi yang baik dari apa yang dikomunikasikan dari luar komunikasi. Sementara itu, Iriantara (2005, hal.32) mendefinisikan *media relations* sebagai bagian dari Humas eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. Secara sederhana, bila digambarkan arus komunikasi dalam praktik *media relations* itu akan muncul seperti berikut :



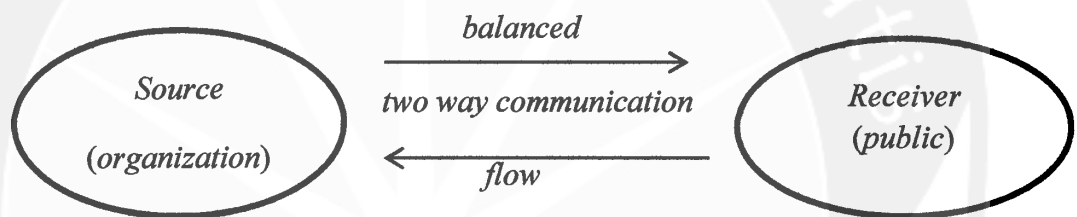
Gambar 1.1 Arus Komunikasi *Media Relations*

(Sumber : Yosai Iriantara. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa organisasi menyampaikan informasi, gagasan atau citra melalui media massa kepada publik. Sedangkan publik, bisa menyampaikan aspirasi, harapan, keinginan atau informasi melalui media massa pada organisasi. Namun, publik juga bisa menyampaikan secara langsung melalui saluran komunikasi yang tersedia antara publik dan organisasi. Saluran tersebut bisa berupa saluran komunikasi formal, seperti layanan bebas pulsa yang disediakan *customer service* organisasi, bisa juga melalui saluran informal melalui kontak komunikasi langsung dengan staf organisasi dalam kesempatan yang informal pula.

Publik yang dimaksud terbagi menjadi dua, yaitu publik internal dan publik eksternal. Publik internal adalah publik yang berada di dalam suatu organisasi atau perusahaan. Contohnya seperti manajer, karyawan, buruh, pemegang saham, dll. Sedangkan publik eksternal adalah publik yang berada di luar organisasi atau perusahaan yang harus diberikan informasi untuk membangun hubungan yang baik. Contohnya seperti pemerintah, media pers, pelanggan, konsumen, masyarakat sekitar, dll.

Dalam kaitannya dengan kegiatan yang dijalankan oleh PR dengan media, James Grunig memaparkan model *Two Way Symetrical* sebagai bentuk pendekatan yang dijalankan oleh PR. Model ini mampu memecahkan atau menghindari terjadinya suatu konflik dengan memperbaiki pemahaman publik secara strategis agar dapat diterima dan dianggap lebih etis dalam penyampaian pesan (informasi) melalui teknik komunikasi membujuk (*persuasive communication*) untuk membangun saling pengertian, dukungan dan menguntungkan bagi kedua belah pihak (Ruslan, 2006, hal.105).



Gambar 1.2 Model Two Way Symetrical

(sumber : Rosady Ruslan. 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*)

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang harmonis antara PR dengan publiknya akan berjalan baik jika didukung dengan komunikasi yang jujur untuk memperoleh kredibilitas, keterbukaan, dan konsisten terhadap langkah-langkah yang diambil untuk memperoleh keyakinan orang lain. Adanya langkah-langkah *fair* untuk mendapatkan hubungan timbal balik dan *goodwill*, komunikasi dua arah yang terus menerus untuk mencegah keterasingan dan untuk membangun hubungan serta selalu melakukan evaluasi dan riset terhadap lingkungan untuk

menentukan langkah yang dibutuhkan bagi publik yang harmonis. Sehingga pemilihan model yang tepat sangat tergantung dari struktur sebuah organisasi dan bagaimana kondisi lingkungan dimana organisasi tersebut bertindak.

E.4 Aktivitas *Media Relations*

Seorang PR dalam suatu organisasi tentunya membutuhkan peran serta media untuk mempublikasikan seluruh kegiatan maupun informasi terkait dengan organisasi. Dengan kata lain, antara PR dan media memiliki hubungan dua arah. Di satu sisi, organisasi menyediakan informasi-informasi yang dibutuhkan media dan sebaliknya media yang akan memberitakan informasi tersebut kepada publik. Dalam upaya membangun *media relations*, maka PR melakukan berbagai aktivitas yang berhubungan langsung dengan media massa, antara lain :
(Abdullah, 2000, hal. 80)

1. Konferensi Pers (*Press Conference*)

Merupakan suatu pertemuan yang diselenggarakan organisasi dengan mengundang wartawan dari media massa untuk menyampaikan pesan tertentu. Pesan tersebut dapat berupa berita baru, peluncuran produk/jasa baru, klarifikasi terkait satu kasus, dll. Pertemuan ini biasanya dilakukan PR dengan wartawan menjelang, menghadapi maupun setelah kegiatan penting berlangsung.

2. Pertemuan Informal (*Press Gathering*)

Merupakan suatu pertemuan antara media massa dengan pihak organisasi dalam rangka membangun relasi yang lebih intensif dan personal, sehingga saling mengenal antara satu sama lain untuk mendukung aktivitas *media relations* di suatu organisasi. Pertemuan ini biasanya diisi dengan kegiatan minum teh atau kopi bersama, bahkan dapat dilakukan pada saat perayaan hari besar.

3. Perjalanan Media (*Press Tour*)

Merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan organisasi dengan mengundang wartawan dari media massa dalam rangka memperkenalkan langsung produk atau tempat secara menyeluruh, yang sebelumnya tidak bisa mereka lihat secara langsung.

4. *Press Release*

Merupakan sebuah hasil tulisan atau karya PR dari suatu organisasi terkait informasi penting seputar organisasi yang bersangkutan, selanjutnya editorial media massa hanya melakukan proses *editing* sesuai dengan kebijakan redaksional media. Dalam menulis *press release* dibutuhkan keahlian PR dalam menulis karya sesuai kaidah penulisan yang baik.

5. Wawancara (*Interview*)

Merupakan suatu kegiatan tanya jawab antara PR ataupun organisasi dengan media massa terkait dengan pemberitaan kasus

maupun klarifikasi terkait informasi-informasi organisasi yang perlu diketahui publik.

6. Pemetaan Media (*Media Mapping*)

Pemetaan media dilakukan untuk mengetahui klasifikasi dan keunggulan masing-masing media massa. Kegiatan ini penting dilakukan oleh organisasi dalam menentukan media massa yang mana yang akan dipilih oleh organisasi untuk menyampaikan pesan secara tepat atau membantu dalam publikasi.

7. Ajang Khusus (*Special Event*)

Merupakan suatu ajang yang dilakukan organisasi untuk mendapatkan perhatian media massa, sehingga pihak organisasi memberikan kesempatan pada wartawan untuk terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Tujuan dari kegiatan ini, yaitu untuk membangun relasi dengan publik maupun media massa, mencapai tujuan organisasi, dll.

8. Kunjungan Media (*Media Visit*)

Merupakan suatu kegiatan mengunjungi pihak media massa oleh pemimpin organisasi dengan tujuan untuk mengenal dekat para pekerja media dan memudahkan organisasi dalam mendapatkan publisitas.

9. Riset Media Massa (*Mass Media Research*)

Merupakan suatu kegiatan dalam meneliti media massa terkait dengan konten dan pemberitaan suatu informasi. Suatu organisasi

sebaiknya melakukan *deep interview* kepada pekerja media untuk menggali informasi sesuai tujuan penelitian.

E.5 Strategi PR dalam Membangun *Media Relations*

Melihat pentingnya publisitas dalam pekerjaan *Public Relations*, maka hubungan dengan jurnalis dan media massa menjadi hal yang sangat penting dalam pekerjaan PR. Informasi yang berasal dari PR akan dapat terpublikasi melalui media massa kalau informasi itu diterima oleh media massa atau oleh jurnalis dan kemudian dipublikasikan melalui media massa baik cetak maupun elektronik.

Kenyataannya tidak semua informasi yang dikirim oleh PR ke media massa terpublikasi sesuai dengan keinginan PR perusahaan, hal tersebut disebabkan karena perbedaan kepentingan antara jurnalis dan PR. Jurnalis selalu menghendaki bahwa berita yang dimuat adalah berita yang aktual, faktual, menyangkut kepentingan orang banyak dan sesuai dengan data dan kebenaran. Sedangkan *Public Relations*, setiap kali menyampaikan pesan atau informasi yang dipublikasikan melalui media massa, selalu mengutamakan membangun citra positif dari perusahaan atau instansi tempat dia bekerja.

Di sisi lain, sebetulnya antara media massa dan PR saling membutuhkan. Seorang jurnalis selalu membutuhkan PR sebagai sumber berita bagi media massa tempat dia bekerja, sedangkan PR selalu membutuhkan jurnalis untuk menyampaikan informasi dan berita-berita sebagai sarana publikasi yang berhubungan dengan perusahaan. Berdasarkan fakta ini, maka dibutuhkan strategi

komunikasi bagi seorang PR untuk menjalin hubungan dengan media massa. Disinilah pentingnya peran seorang PR dalam kaitannya dengan strategi komunikasi untuk menjalin hubungan dengan jurnalis maupun institusi media, sehingga harapan seorang PR apabila dia mengirimkan naskah dan tulisannya ke media, maka media akan memuatnya dan semua itu disebabkan karena profesionalitas dan hubungan yang baik yang telah terjalin antara PR dan jurnalis ataupun dengan institusi media.

Hubungan tersebut tidak hanya sebatas kepada pendekatan-pendekatan secara fungsional kepada media, baik itu melalui hubungan pribadi atau dengan persnya melalui pimpinan redaksi, redaktur, dan jurnalis dalam arti subyektif, tetapi juga mencakup media massa dalam arti lebih luas. Aktivitas *Public Relations* ketika berhubungan dengan jurnalis secara profesional menuntut PR harus mampu menguasai teknik dan bentuk-bentuk produk publikasi informasi dalam bentuk *press realease*, *photo berita*, *news letter*, *editorial* dan lain sebagainya. Ditambah lagi kemampuan untuk dapat membina hubungan baik dengan para pemimpin redaksi dan jurnalis dari berbagai media massa, apakah cetak atau elektronik. Hubungan yang dapat dibangun antara PR dan media dapat berupa hubungan bersifat fungsional dan personal. Bentuk hubungan media dan pers, menurut Jefkins (1992) (Abdurrachman, 2008, hal.24) adalah :

1. Kontak pribadi (*personal contact*). Pelaksanaan hubungan media tergantung pada apa dan bagaimana kontak pribadi dengan kedua belah pihak dalam menjalin hubungan informal.

2. Pelayanan informasi/berita (*news service*). Pemberian informasi, publikasi, dan berita baik tertulis maupun cetak (*press release, news letter, photo press*), maupun rekaman (*video release, cassetts recorder, slide film*).
3. Antisipasi kemungkinan darurat (*contingency plan*). Antisipasi permintaan mendadak dari pihak pers untuk wawancara, konfirmasi dan sebagainya, sehingga PR harus siap melayaninya.

Hubungan yang saling menguntungkan antara media dan *Public Relations* perlu dibangun untuk menciptakan hubungan yang harmonis. *Public Relations* sering dikaitkan perannya dalam hubungan dengan media. Media merupakan penghubung komunikasi dan informasi antara PR kepada *stakeholders* baik internal dan eksternal perusahaan. Keberhasilan pekerjaan PR dalam memperoleh publisitas dapat diperoleh dari hubungan yang harmonis dengan media. Tidak dapat dipungkiri, bahwa peran media sangat vital dalam publisitas dan pencitraan dimata publik. Hubungan yang sifatnya simbiosis mutualisme kepada media perlu dibangun. Media memanfaatkan relasinya dengan PR untuk memperoleh informasi perusahaan yang *up to date, original*, dan akurat serta dapat dipertanggungjawabkan. Hubungan yang saling menguntungkan akan memiliki dampak positif bagi PR dan media. Melalui *media relations* citra positif perusahaan dapat dibangun.

Terdapat beberapa strategi yang dapat dilakukan PR agar relasinya dengan media massa dapat terjalin dengan baik, antara lain : (Nurudin, 2008, hal. 64)

1. Memahami dan melayani media (*Servicing the Media*)

Dengan strategi ini diharapkan PR dapat menjalin hubungan yang harmonis dengan media massa, karena seluruh kegiatan organisasi membutuhkan peran media dalam pemberitaannya dan sebaliknya media pun membutuhkan informasi terkait organisasi.

2. Membangun Reputasi Sebagai Orang yang Dapat Dipercaya (*Establishing a Reputations for Reliability*)

Dengan strategi ini diharapkan PR selalu siap dalam menyediakan informasi-informasi organisasi yang bersifat lengkap, akurat, dan terpercaya dimana saja dan kapan saja saat diperlukan oleh media massa.

3. Menyediakan Salinan yang Baik (*Suppling Good Copy*)

Dengan strategi ini diharapkan PR tidak hanya menyediakan data yang tercetak dalam kertas, namun juga terdapat foto, kaset, dan rekaman video yang berguna bagi wartawan.

4. Bekerja sama dalam Penyediaan Materi (*Cooperation in Providing Material*)

Dengan strategi ini diharapkan hubungan antara PR dengan wartawan semakin harmonis melalui kerja sama antara kedua belah pihak untuk melakukan acara tertentu seperti kegiatan wawancara.

5. Menyediakan Fasilitas Verifikasi (*Providing Verifications Facilities*)

Dengan strategi ini diharapkan segala pertanyaan wartawan dapat diterima dan dijawab oleh PR dengan mengecek kembali materi yang telah disampaikan sebelumnya.

6. Membangun Hubungan Personal yang Kokoh (*Building Personal Relationship With the Media*)

Dengan strategi ini diharapkan dapat berdampak pada hubungan personal yang baik antara organisasi dengan media massa serta mendatangkan pemberitaan yang positif terkait organisasi yang bersangkutan.

BAB II

DESKRIPSI OBYEK KKL

A. Sejarah Organisasi

Pada awalnya Berita Hidup dimulai di Jakarta Utara di garasi mobil sebuah rumah pondokan yang disewa oleh Bill Hickman di Panjompangan pada tahun 1970. Melalui sejarah panjang Berita Hidup telah menempati bangunan di Surakarta, Jawa Tengah sebagai kantor pusat. “Yayasan Berita Hidup” yang kemudian disingkat “Berita Hidup” bermakna sebagai “berita” yang “hidup”. Berita Hidup sering disebut AMG Indonesia yang merupakan bagian dari pelayanan AMG *International* yang berkantor pusat di Chattanooga, Tennessee, USA. (Sumber : *Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

Pelayanan Berita Hidup telah berjalan selama delapan tahun sebelum berdirinya Yayasan Berita Hidup. Pada tahun 1970, salah satu keluarga misi TEAM (*The Evangelical Alliance Mission*) di Irian Jaya memutuskan dan disetujui oleh induk organisasinya untuk pindah pelayanan ke Jakarta. Beliau adalah William Hekman setelah masa perjanjian pelayanan antara beliau dengan salah satu lembaga misi di Jakarta berakhir tahun 1972, beliau menjalankan kegiatan pelayanan dan penginjilan yang diberi nama pelayanan Berita Hidup. Untuk memperkuat eksistensi dan perkembangan pelayanan, dibentuklah satu badan pengurus pelayanan yang personalianya pada umumnya terdiri dari kaum awam

yang terpanggil. Perkembangan pelayanan yang luar biasa dalam waktu yang relatif singkat mendorong upaya untuk meningkatkan daya dan jaringan kerja sama. Dengan itulah berhasil dibangun mitra layanan antara Berita Hidup dengan *Advancing The Ministries of The Gospel* (AMG), melalui pertemuan antara William Hekman dengan Presiden AMG *International*, Dr. Spiros Zodhiates. (Sumber : *Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

Pada tahun 1972, pelayanan Berita Hidup dikembangkan berdasarkan kerangka kerja sama yang baru tersebut. Pemasangan iklan pelayanan sosial dan keagamaan di surat-surat kabar menyebabkan banyak orang mulai tertarik, lalu meminta bimbingan lanjutan dari Berita Hidup. Pada setiap bulannya, Berita Hidup memang menjanjikan untuk memberikan bimbingan lanjutan dan gratis kepada setiap orang yang memintanya. Salah satu bentuk bimbingan lanjutan yang diberikan kepada para pengontak tersebut adalah kursus Alkitab tertulis. Pada saat itu, Berita Hidup menyelenggarakan tiga macam kursus Alkitab tertulis, yaitu Satu Tuhan Satu Jalan, Kabar Baik, dan Pelajaran Pokok-Pokok Isi Alkitab. (Sumber : *Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

Di samping itu, pelayanan Berita Hidup dikembangkan dengan kampanye Perkabaran Berita Agama melalui Pertemuan Kebangunan Rohani di tempat-tempat umum seperti stadion olahraga, gelanggang remaja, dan sekolah-sekolah Kristen. Penyebaran Traktat dalam jumlah jutaan, menjadi salah satu kegiatan penting. Semakin banyak orang yang

dilayani menyebabkan munculnya satu keperluan yang sangat mendesak untuk mengadakan tatap muka secara tetap dengan orang-orang yang telah dilayani, maka diadakanlah dua macam kegiatan yang baru yaitu Persekutuan Alkitab (PA) untuk umum dan khusus untuk pemuda-pemudi diadakan Persekutuan Angkatan Muda Kristen Injil Indonesia (*Club PAMUKRI*). Kedua kegiatan itu diadakan di berbagai tempat di lima bagian dari Gereja Kristen Alkitab Indonesia (GKAI) Jakarta, yaitu di Jakarta Utara, Jakarta Barat, Jakarta Timur, Jakarta Pusat, dan Jakarta Selatan. Berdirilah puluhan PA dan *Club PAMUKRI* yang diadakan baik di rumah-rumah, ruang-ruang kelas sekolah, dan kantor-kantor. (*Sumber : Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

Seiring dengan desakan pemerintah supaya semua kegiatan pelayanan didaftarkan melalui Dirjen Bimbingan Masyarakat Kristen dan Departemen Agama supaya tidak dianggap pelayanan liar, maka semua pihak yang terlibat dalam pelayanan waktu itu, dikoordinasi oleh William Hekman memutuskan mendirikan satu lembaga untuk didaftarkan kepada pemerintah yang dapat memayungi semua pelayanan Berita Hidup, maupuan pelayan Misi TEAM baik di Irian Jaya maupun Indonesia Barat. Akhirnya lembaga itu diberi nama Persekutuan Kristen Alkitab Indonesia (PKAI). Badan tersebut diaktenotariskan dan didaftarkan kepada pemerintah pada tahun 1973 untuk memudahkan koordinasi pelayanannya, maka seluruh pelayanan di bawah naungan PKAI tersebut ditempatkan ke dalam salah satu dari tujuh departemen pelayanan PKAI, yaitu

Departemen Literatur – Berita Hidup, Departemen Pemuda – PAMUKRI, Departemen Gereja–Gereja Persekutuan Kristen Alkitab Indonesia (PGGKAI), Departemen Pendidikan Theologi – Sekolah Alkitab Erikson Trit di Manokwari, Departemen Perumahan – TEAM di Manokwari, Departemen Misi Luar Negeri – AMG dan TEAM, Departemen pelayanan Radio dan Film – dikelola Berita Hidup. Oleh badan pengurus PKAI, Berita Hidup ditunjuk untuk menjadi perwakilan dan bertanggung jawab untuk semua pelayanan PKAI di Indonesia Barat. (*Sumber : Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

Pada tahun 1974 Berita Hidup mendirikan Institut Alkitab Jakarta (INALTA). Tujuan utamanya adalah untuk mengkader sebanyak mungkin orang yang terampil untuk melayani agar terlibat dalam pelayanan penginjilan, penggembalaan, PA-PA dan *Club-club* PAMUKRI, melakukan pelayanan bimbingan konseling, dan kursus Alkitab tertulis. Pendidikan di INALTA berlangsung hanya satu tahun dengan tekanan utama pada bidang keagamaan. Penamat pertama tahun 1975, ditempatkan di Jakarta, diutus ke Yogyakarta dan Malang untuk merintis persekutuan. Pada tahun 1976 diadakan persidangan umum pertama PKAI di Cipayung, Jawa Barat. Keputusan utama dalam persidangan tersebut ialah dalam pelayanan PKAI akan diprioritaskan untuk mengembangkan pelayanan PGGKAI. Sebagai langkah nyata untuk merealisasikan tekad tersebut maka satu keputusan strategis diambil yaitu pembentukan Majelis

Daerah PGGKAI di DKI Jakarta, Jawa Tengah, Yogyakarta, dan Jawa Timur. *(Sumber : Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016)*

Pada tahun 1976, Departemen Agama melalui Dirjen Bimas Kristen mengeluarkan dua peraturan. Pertama, Yayasan-Yayasan Kristen tidak boleh menjalankan fungsi gereja di bawah salah satu gereja yang sah dan yang terdaftar pada pemerintah. Bertekad untuk taat kepada peraturan pemerintah tersebut, maka dalam rapat Badan Pengurus Lengkap PKAI pada bulan November 1977 diputuskan untuk mendewasakan dan membadan hukumkan beberapa departemen pelayanan. Setelah segala persiapan dilakukan, termasuk penyusunan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, maka tiga pelayanan PKAI berdiri sendiri yaitu PAMUKRI menjadi Yayasan PAMUKRI pada pertengahan bulan Maret 1978, Berita Hidup menjadi Yayasan Berita Hidup pada tanggal 31 Maret 1978, dan PGGKAI menjadi Gereja Kristen Alkitab Indonesia pada tanggal 15 November 1978. *(Sumber : Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016)*

Demi mengembangkan pelayanan Yayasan Berita Hidup, maka didirikanlah perwakilan-perwakilan Berita Hidup di Jawa Tengah dan Yogyakarta, Malang – Surabaya, Banyuwangi dan sekitarnya, DKI Jakarta, Bali, dan Nusa Tenggara Timur. Di samping mendirikan perwakilan-perwakilan, Yayasan Berita Hidup meningkatkan pula jumlah dan mutu pendidikan Theologi. Sebagai langkah pertama, INALTA Jakarta ditingkatkan status pendidikannya menjadi tiga tahun dengan

membuka program Sarjana Muda (B.Th). Kemudian, mendirikan INALTA Surakarta dengan lama pendidikan tiga tahun. Selanjutnya, mendirikan INALTA di Tuban Jawa Timur, tetapi kemudian dipindahkan ke Banyuwangi menjadi Sekolah Alkitab Banyuwangi (SAB) dengan lama pendidikan tiga tahun. (Sumber : *Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

Pada tahun 1979, merupakan tahun pengembangan khusus pelayanan Yayasan Berita Hidup. Pada tahun-tahun sebelumnya, fokus pelayanan adalah pada pelayanan keagamaan. Mulai tahun 1979, pelayanan yang dikembangkan adalah dalam bidang pendidikan umum dan pelayanan sosial serta pengembangan masyarakat, untuk itu Yayasan Berita Hidup menambah luas jaringan kerja samanya dalam badan-badan pelayanan baik dalam maupun luar negeri. Sekolah Taman Kanak-Kanak untuk anak-anak miskin dibuka dalam kerjasama khusus dengan *Kinder Nothife* (KNH) dari Jerman. Pelayanan sosial dimulai dengan pelayanan berupa bantuan pendidikan gizi dan kesehatan kepada anak-anak dari keluarga yang berkekurangan. Dalam kerja sama dengan *Word En Daad* dari Netherland dan *AMG International*. Penerbitan majalah *Theologi* "Berita Mimbar" untuk membantu para perintis jemaat dan majalah pelayanan Berita Hidup yaitu *Musim Menuai*, sebagai media komunikasi antara Yayasan Berita Hidup dengan para pendukung doa dan dana. Di samping itu, Berita Hidup juga menyelenggarakan pelayanan *camping* di Cimacan, Cipanas Jawa Barat. Satu bentuk pelayanan untuk pembinaan

rohani, yang dalam tahun-tahun selanjutnya sangat diminati, terbukti dari banyaknya peserta pada setiap pelaksanaan *retreat*. (Sumber : *Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

Dalam bidang pendidikan, dilakukan peningkatan pelayanan dengan membuka Sekolah Dasar di Jakarta, Surabaya, dan Malang pada tahun 1980. Untuk lebih memacu pelayanan di Jawa Timur, maka pada tahun 1985 kantor perwakilan dibuka di Surabaya untuk mengkoordinasi pelayanan di kota besar tersebut dan untuk menggagas kegiatan layanan di daerah sekitarnya. Langkah paling strategis yang diambil ialah pemindahan kantor pusat Berita Hidup dari Jakarta Selatan ke Surakarta, Jawa Tengah tepatnya pada tanggal 30 Juni 1988, yang tetap menjadi pusat kegiatan sampai sekarang. Pemindahan tersebut berakibat positif dalam pengembangan pelayanan, sarana dan personalia, yang pada giliran berikutnya mengembangkan pelayanan perwakilan dan proyek-proyek lapangan. (Sumber : *Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

Untuk menjawab kebutuhan pelayanan menyangkut jumlah dan mutu pelayanan, maka pada tanggal 30 Juni 1989 hingga sekarang, INALTA Surakarta ditingkatkan standar pendidikannya. Namanya diganti menjadi Sekolah Tinggi Theologia (STT) Berita Hidup, dengan membuka program Strata Satu Theologi, dengan lama pendidikan empat tahun ditambah satu tahun masa praktek pelayanan lapangan. Pada tahun ajaran 1993/1994 STT Berita Hidup membuka program Strata Satu Pendidikan Agama Kristen. Sejak Tahun Akademis 2000/2001, STT Berita Hidup

membuka program Pasca Sarjana dengan bidang studi Manajemen Gereja dan Filsafat Agama serta Pendidikan Agama Kristen. Badan Pengurus Berita Hidup membuat keputusan strategis pada tahun 1991 dengan menutup semua kantor perwakilan Berita Hidup. Tujuan dan alasan utama langkah tersebut adalah untuk menciptakan efisiensi, mempercepat komunikasi, dan memberikan kesempatan kepada setiap proyek untuk mengembangkan diri secara mandiri. Pengalaman selama dua belas tahun telah membuktikan bahwa langkah tersebut cukup bijaksana dan tujuan gagasan dasarnya dapat tercapai. (*Sumber : Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

B. Visi dan Misi Organisasi

Yayasan Berita Hidup didirikan dengan maksud dan tujuan untuk berpartisipasi dalam bidang sosial dan keagamaan. Untuk mewujudkan tujuan di atas, maka Yayasan ini melaksanakan kegiatan-kegiatan yang meliputi perkabaran berita agama dengan cara yang sah, pelayanan bimbingan konseling, pendidikan bagi masyarakat yang kurang mampu, pembekalan bagi mereka yang akan diutus untuk melayani masyarakat, dan keikutsertaan dalam usaha mencerdaskan kehidupan masyarakat.

Dalam buku Anggaran Dasar Yayasan Berita Hidup, visi Berita hidup dalam pasal 3, yaitu “Yayasan Berita Hidup terpanggil untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara rohani dan jasmani

berdasarkan ajaran agama Kristen.” Dalam mewujudkan visi tersebut, maka Yayasan Berita Hidup mempunyai misi sebagai berikut :

(Sumber : Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016)

1. Mengabarkan berita agama dengan cara yang sah.
2. Membimbing dan mendidik mereka yang percaya dalam pertumbuhan iman.
3. Mempersiapkan mereka yang telah diutus untuk melayani masyarakat.
4. Ikut mencerdaskan kehidupan masyarakat.
5. Mengadakan kegiatan-kegiatan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara utuh.

Selain visi dan misi organisasi yang dimiliki oleh Yayasan Berita Hidup, organisasi non profit ini juga memiliki beberapa nilai-nilai yang harus ditaati oleh setiap karyawan, seperti :

1. Pelayanan yang menyeluruh
2. Berorientasi Kristiani
3. Menjangkau yang belum terjangkau
4. Pendekatan kekeluargaan
5. Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM)
6. Dilayani untuk melayani

C. Logo Organisasi



Gambar 2.1 Logo Yayasan Berita Hidup

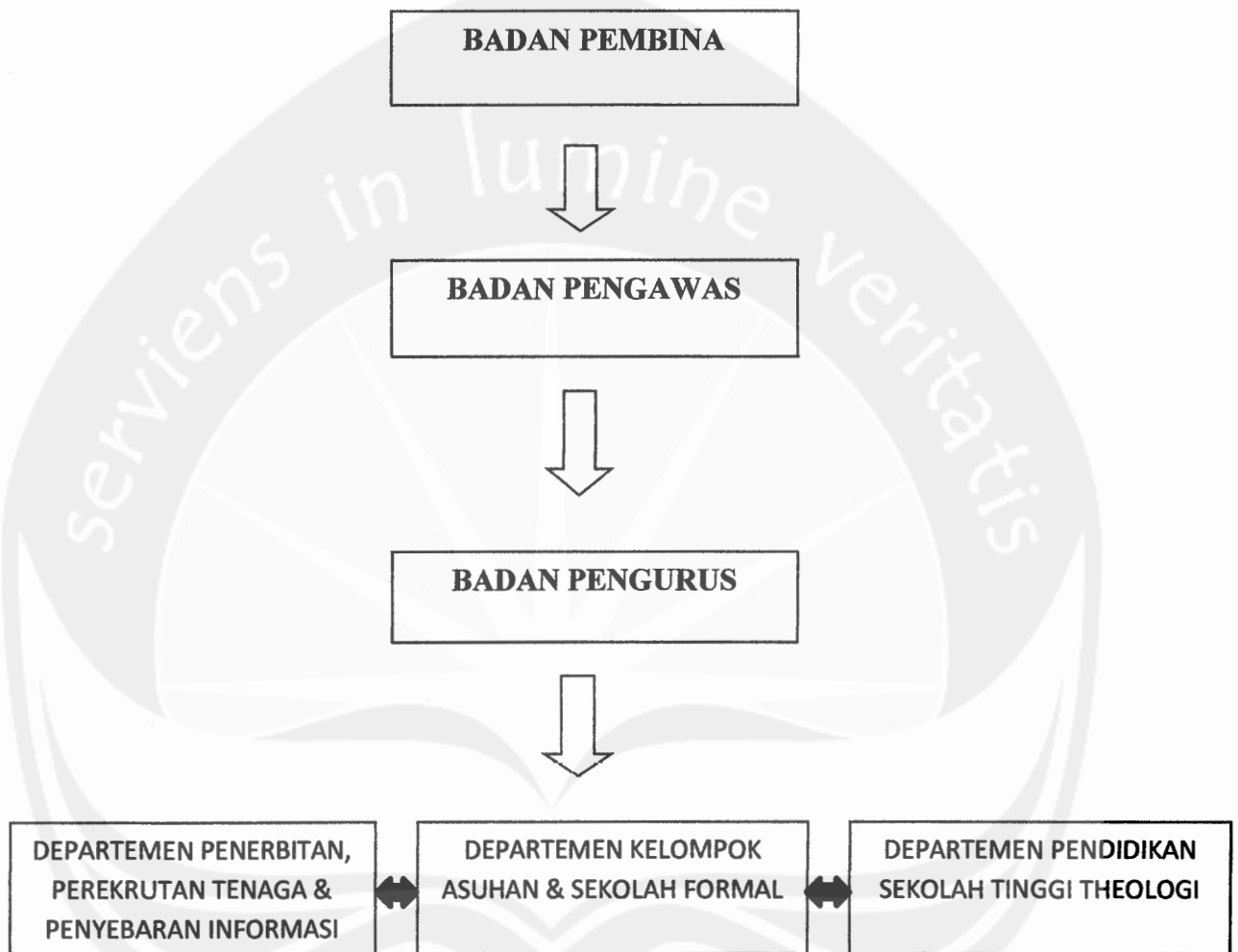
(Sumber : *Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

Filosofi dari logo Yayasan Berita Hidup menggunakan bentuk *globe* atau bola dunia yang melambangkan kegiatan pelayanan Berita Hidup yang berkembang di 30 negara di dunia termasuk Indonesia. Bentuk bola dunia yang bulat juga ingin menunjukkan bahwa Yayasan Berita Hidup dalam menjalankan kegiatan pelayanan sosialnya juga menyeluruh ke semua orang di tiap-tiap daerah tanpa memandang status mereka. Kemudian di tengah bentuk bola dunia terdapat bentuk buku yang terbuka lebar, dimana melambangkan ciri khas dari organisasi ini yang merupakan organisasi Kristiani sehingga bentuk buku tersebut dilambangkan sebagai sebuah Alkitab yang menjadi pedoman hidup orang-orang yang terlibat di dalamnya. Selanjutnya, diatas bentuk bola dunia terdapat tiga bulir padi yang menjulang keatas yang melambangkan arti dari kesejahteraan rakyat dimana sesuai dengan visi dan misi Yayasan Berita Hidup.

Di bawah bentuk-bentuk tersebut disisipkan tulisan AMG Indonesia yang merupakan sebutan dari Yayasan Berita Hidup, karena yayasan ini merupakan bagian dari *AMG International* yang ada di USA

maka nama logo organisasinya diwajibkan menggunakan unsur AMG. Sedangkan untuk warna dari tulisan AMG menggunakan warna kuning yang melambangkan kerja sama dan kesetiaan Yayasan Berita Hidup, dimana setiap staf dan karyawan saling bekerja sama untuk mengembangkan kegiatan pelayanan sosial organisasi ini dan juga Yayasan Berita Hidup ingin tetap setia dalam melayani masyarakat di seluruh daerah di Indonesia. Warna merah yang melekat pada tulisan Indonesia melambangkan tekad kuat Berita Hidup dalam mencapai tujuan organisasinya, yaitu melayani dan menyejahterakan kehidupan masyarakat. (Sumber : Wawancara dengan Direktur Pusat, 2016)

D. Struktur Organisasi



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Berita Hidup

(Sumber : *Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

Di dalam Yayasan Berita Hidup, struktur organisasi merupakan suatu bentuk susunan bagian atau posisi organisasi yang terencana dan teratur sehingga dapat mempermudah dalam mengetahui informasi yang sesuai dengan *jobdesk* masing-masing, baik secara fungsi maupun perannya. Adapun tugas-tugas dan tanggung jawab masing-masing dari

struktur organisasi Yayasan Berita Hidup sebagai berikut :

(Sumber : *Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016*)

1. Badan Pembina

Yayasan Berita Hidup diurus oleh Badan Pembina yang beranggotakan 5 – 9 orang yang terdiri dari ketua, wakil ketua, sekretaris, wakil sekretaris, bendahara, wakil bendahara, dan anggota. Badan Pembina memiliki tugas dan tanggung jawab dalam mengurus organisasi ini sesuai dengan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga, menetapkan kegiatan organisasi, mengangkat serta membekukan Badan Pengurus dan Badan Pengawas, mengusahakan dana bagi kegiatan organisasi, menentukan jumlah tunjangan untuk staf dan karyawan kantor pusat, dan membuat laporan tahunan keuangan Yayasan Berita Hidup.

2. Badan Pengawas

Badan Pengawas di Yayasan Berita Hidup memiliki anggota sebanyak 3 orang terdiri dari ketua, sekretaris, dan anggota. Badan Pengawas memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab seperti memonitor pengembangan kegiatan pelayanan Berita Hidup, memberi pengarahan dan pengawasan kepada Badan Pengurus di dalam segala kegiatan operasional dan keuangan yang dijalankan oleh Badan Pengurus, mengawasi secara langsung seluruh penerimaan, pemakaian, dan pendokumentasian kegiatan dan keuangan Yayasan Berita Hidup

serta menjaga seluruh kegiatan tersebut agar berjalan sesuai ketetapan dalam Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga dan keputusan rapat Badan Pembina.

3. Badan Pengurus

Anggota Badan Pengurus di Yayasan Berita Hidup sebanyak 5 – 9 orang yang terdiri dari ketua, wakil ketua, sekretaris, humas, dan bendahara. Tugas dan tanggung jawab Badan Pengurus, yaitu melaksanakan keputusan rapat Badan Pembina, mengkoordinasi seluruh kegiatan organisasi, mengatur penerimaan dan pengeluaran keuangan, menetapkan jumlah tunjangan staf/karyawan atas persetujuan Badan Pembina, memberikan laporan kegiatan dan keuangan bulanan dan tahunan kepada Badan Pembina serta sponsor, menyusun program kerja dan budget tahunan organisasi, dan menyusun laporan tahunan secara tertulis yang meliputi laporan keuangan serta kegiatan Berita Hidup.

4. Departemen Penerbitan, Perekrutan Tenaga & Penyebaran Informasi

Departemen ini beranggotakan 3 - 5 orang yang terdiri dari ketua, wakil ketua, bendahara, dan anggota. Departemen ini memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab yang meliputi mengadakan berbagai usaha kerja sama untuk perluasan kegiatan pelayanan Berita

Hidup, membuat/merancang dan menerbitkan majalah internal “Berita Mimbar”, merekrut tenaga yang ingin membantu kegiatan pelayanan Berita Hidup kemudian mendata orang-orang tersebut untuk disponsori, dan melaksanakan siaran radio langsung untuk menyebarkan informasi-informasi organisasi sehingga dapat menjangkau publik mengikuti kegiatan organisasi.

5. Departemen Kelompok Asuhan & Sekolah Formal

Departemen ini beranggotakan 2 - 3 orang yang terdiri dari ketua, wakil ketua, dan anggota. Tugas dan tanggung jawab dari departemen ini meliputi menjangkau anak-anak yatim yang tidak melanjutkan pendidikan kemudian mengelompokkan mereka ke dalam kelompok-kelompok sesuai daerahnya. Tiap-tiap kelompok asuhan tersebut akan diberikan kegiatan yang bermanfaat oleh tenaga pengajar yang telah disiapkan oleh Yayasan Berita Hidup. Selain itu, departemen ini juga ikut men-survey daerah-daerah terpencil yang sangat kurang dalam hal pendidikan untuk dirapatkan oleh Badan Pengurus dan dibangun sekolah-sekolah formal dengan biaya yang rendah maupun gratis (sesuai tingkat ekonomi di daerah itu).

6. Departemen Pendidikan Sekolah Tinggi Theologi

Departemen ini khusus menangani bidang kemahasiswaan di STT Berita Hidup. Anggotanya terdiri dari 5 - 9 orang yang meliputi ketua

STT, bendahara, kepala TU, ketua prodi, dan anggota. Tugas dan tanggung jawab dari Departemen Pendidikan Sekolah Tinggi Theologi, antara lain melaksanakan visitasi dan kunjungan ke beberapa Sekolah Menengah Atas (SMA) yang memiliki siswa yang hendak lulus (promosi), menjangkau banyak calon mahasiswa STT Berita Hidup, mengadakan kerja sama dengan beberapa instansi pendidikan lain, mengadakan rapat rutin pengurus STT Berita Hidup sebagai upaya pengembangan organisasi, dan bertanggung jawab penuh secara pribadi apabila yang bersangkutan (anggota) dalam menjalankan tugasnya tidak sesuai dengan ketentuan AD/ART dan ketetapan rapat Badan Pengurus.

E. Jasa/Produk yang Ditawarkan Organisasi

Sejak berdirinya sampai sekarang, Yayasan Berita Hidup telah melakukan berbagai bentuk pelayanan sosial. Adapun pelayanan yang hingga sampai sekarang masih dilaksanakan oleh Berita Hidup adalah sebagai berikut :

(Sumber : Arsip Company Profile Yayasan Berita Hidup, 2016)

1. Newspaper Evangelism

Pelayanan ini telah dimulai beberapa tahun sebelum pelayanan Berita Hidup dijadikan sebagai satu Yayasan. Iklan-iklan dirancang oleh staf dan dimuat dalam 4-5 surat kabar berskala nasional setiap bulan. Para

perespon dilayani dengan bacaan rohani, konseling, dan kursus Alkitab tertulis serta pelayanan lain yang diperlukan.

2. Kursus Alkitab Tertulis

Dimulai tahun 1972, sebagai *follow up* kepada *respon* pelayanan iklan berita agama. Pada waktu itu dilakukan tiga macam kursus, yaitu Satu Tuhan Satu Jalan, Kabar Baik, dan Menuju Kedewasaan Rohani. Mulai tahun 1978, mulai ditambah dengan kursus Nubuatan Alkitab.

3. Konseling Tertulis

Dimulai bersamaan dengan pelayanan kursus tertulis. Banyak pertanyaan dan banyak *problem* hidup perespon yang membutuhkan bimbingan dan bantuan penyelesaian sehingga tidak sedikit yang harus dilayani serta tatap muka.

4. Pelayanan Radio

Dimulai tahun 1980 tetapi setelah itu sempat terhenti beberapa waktu. Dimulai lagi tahun 1999, pelayanan ini awalnya diselenggarakan di Solo, Yogyakarta, dan Pati. Namun hingga sekarang pelayanan radio Berita Hidup sudah berkembang ke daerah-daerah lainnya di Indonesia.

5. Pelayanan Film, Video, dan VCD

Pelayanan film dimulai tahun 1972, pelayanan video dimulai tahun 1998, dan pelayanan VCD dimulai tahun 2002.

6. Penyebaran Traktat

Berita Hidup khusus menyediakan Traktat dalam jumlah banyak. Ada lembaga pelayanan yang ikut serta menyebarkannya, di samping yang disebarakan langsung oleh Berita Hidup dan oleh para mahasiswa STT Berita Hidup.

7. Kelompok Asuhan

Sejak dimulainya pelayanan ini di tahun 1979, sampai pada saat ini telah ada 37 kelompok asuhan yang dilayani Berita Hidup dan tersebar di 7 provinsi/daerah istimewa.

8. Sekolah Umum (formal)

Sejak tahun 1979, Berita Hidup membuka sebanyak 13 Taman Kanak-Kanak dan 3 Sekolah Dasar yang berada di Jakarta, Surakarta, Magetan, Surabaya, Malang, dan Banyuwangi.

9. Sponsorship

Sampai saat ini, Berita Hidup turut memberikan bantuan dana kepada puluhan orang yang turut membantu mengembangkan pelayanan Berita Hidup dan tersebar di 14 provinsi/daerah istimewa. Jumlah tersebut terus berubah setiap tahun sesuai permintaan dan kesanggupan Yayasan.

10. Penerbitan Majalah

Penerbitan majalah telah dimulai tahun 1975, yaitu Musim Menuai yang berisi berita pelayanan dan hasil-hasilnya sehingga menjadi sarana komunikasi dari Berita Hidup kepada pendoa dan pendukung pelayanan. Tahun 1979, majalah Mimbar mulai diterbitkan setiap bulan, dengan tujuan utama untuk menolong para perintis jemaat dengan pelajaran Alkitab dan Theologi, serta keterampilan manajemen pelayanan dan penggembalaan.

11. Penerbitan Buku Bacaan Rohani

Yayasan Berita Hidup turut bekerja sama dengan Lembaga Penerbitan Kristen lainnya, secara khusus Lembaga Literatur Baptis Bandung, Berita Hidup telah menerbitkan buku-buku yang bersifat sosial dan keagamaan, bacaan untuk rumah tangga, dan pendewasaan rohani.

12. Sekolah Tinggi Theologia Berita Hidup (STTB)

STT Berita Hidup berada di komplek kantor pusat di atas tanah seluas sekitar 5 hektar yang dilengkapi dengan sarana kantor, ruang kuliah, ruang perpustakaan dan buku-buku, asrama mahasiswa, termasuk asrama khusus mahasiswa berkeluarga, perumahan dosen/staf, dapur dan ruang makan mahasiswa, juga lapangan dan sarana olahraga serta lahan untuk berkebun dan upaya peningkatan keterampilan khusus. Program yang diselenggarakan adalah program Strata Satu jurusan Theologia dan Pendidikan Agama Kristen serta program Strata Dua (Pasca Sarjana) jurusan Manajemen Gereja, Filsafat Agama dan Pendidikan Agama Kristen.

13. Seminar dan Pertemuan Kebangunan Rohani

Sejak awal, Berita Hidup sangat mementingkan pelayanan sosial dan keagamaan serta mengadakan Pertemuan Kebangunan Rohani maupun seminar. Pelayanan dilakukan atas permintaan *partnership* dan atas rencana Berita Hidup sendiri. Pemutaran *film*, penyebaran Traktat, konseling biasanya dilakukan pada kesempatan tersebut.

14. Bantuan Pengembangan Rumah Ibadah

Yayasan Berita Hidup turut membantu dalam pengadaan atau pembangunan rumah ibadah melalui sumbangan dana yang diberikan rutin setiap bulannya oleh para donatur tetap.

15. Pelayanan Suku Terasing

Mulai tahun 1996, Berita Hidup mengadakan pelayanan di daerah pedalaman kepada salah satu suku terasing di Sumatera, yaitu suku Kubu. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan seperti pengadaan/pembukaan perkampungan menetap, pembangunan rumah-rumah, pemberian pendidikan yang dimulai dengan pelajaran baca tulis baik untuk anak-anak maupun orang tua, mengajar membangun lingkungan yang bertanggung jawab, cara hidup yang bersih dan sehat, cara mengolah makanan yang sehat, cara bercocok tanam, dan pelayanan rohani.

F. Acara yang Pernah Diselenggarakan Organisasi

Yayasan Berita Hidup dalam perjalanannya menjadi sebuah organisasi non profit bagi masyarakat, tentunya telah mengadakan berbagai *event* serta memiliki *partnership* yaitu lembaga/organisasi lain maupun pihak-pihak yang memiliki loyalitas dan terpenggil untuk turut serta membantu masyarakat yang membutuhkan khususnya lewat pelayanan Berita Hidup. Beberapa acara yang pernah diadakan oleh Yayasan Berita Hidup, yaitu : (*Sumber : wawancara dengan PR Yayasan Berita Hidup, 2016*)

1. Donor darah bersama PMI
2. Lomba cerdas cermat tingkat SD – SMP
3. Bakti sosial ke korban gempa Yogyakarta

4. Bakti sosial ke korban letusan Gunung Merapi, Gunung Sinabung, dll.
5. Bimbingan konseling secara gratis
6. Kursus Alkitab tertulis
7. Seminar *entrepreneurship* bagi masyarakat umum
8. Pendirian sekolah formal di daerah terpencil Indonesia
9. Pendirian rumah-rumah di beberapa suku pedalaman
10. Sidang Tahunan bersama *partner* Yayasan Berita Hidup
11. Lomba di bidang olahraga antara mahasiswa Theologi yang ada di Surakarta (setiap satu semester)
12. *Gathering* bersama seluruh keluarga staf dan karyawan (setiap tiga bulan sekali)
13. *Gathering* bersama tenaga-tenaga sukarela yang turut membantu Yayasan Berita Hidup
14. Visitasi bersama Badan Pembina, Badan Pengawas, dan Badan Pengurus ke AMG *International*, USA.

BAB III

HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL

A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL

A.1 Konsep PR Bagi Yayasan Berita Hidup

Dalam menjalankan kegiatan-kegiatan organisasinya, Yayasan Berita Hidup memiliki *partnership* yang hingga saat ini masih turut bekerja sama yaitu AMG *International* (*Advancing The Ministries of The Gospel*) yang berpusat di Chattanooga, Tennessee, USA. Lewat kerja sama yang dibangun oleh dua organisasi ini, membuat Yayasan Berita Hidup berada di bawah naungan AMG *International* yang merupakan organisasi besar di USA. Kemudian, nama maupun logo organisasi dari Yayasan Berita Hidup juga dapat disebut sebagai AMG Indonesia. Hal tersebut membuat segala aktivitas pelayanan sosial yang dilakukan oleh masing-masing divisi di Berita Hidup wajib dilaporkan ke AMG *International* setiap bulannya.

Jika dilihat berdasarkan struktur organisasi Yayasan Berita Hidup terlihat cukup sederhana. Walaupun Yayasan Berita Hidup merupakan organisasi non profit namun dengan struktur organisasi yang dibuat oleh Badan Pembina dapat dikatakan segala aktivitas yang ada di dalamnya dapat terlaksana dengan baik. Bahkan, target-target yang telah ditetapkan oleh Badan Pengawas dapat dicapai oleh Badan Pengurus tepat waktu. Tentu saja hal ini tidak terlepas dari kerja sama antara Badan Pembina,

Badan Pengawas, dan Badan Pengurus dalam pencapaian target yang ditentukan. Yayasan Berita Hidup yang berkantor pusat di Surakarta dipimpin oleh seorang Direktur Pusat yang merupakan pimpinan dari Badan Pengurus, sedangkan Badan Pembina dan Badan Pengawas hanya menjadi penasehat dan pengawas dalam memantau jalannya aktivitas maupun peraturan organisasi yang harus ditaati oleh setiap karyawan. Jadi dengan kata lain, Badan Pembina dan Badan Pengawas tidak terlibat langsung dalam kegiatan yang ada di dalam Yayasan Berita Hidup, hanya Badan Pengurus yang dikepalai oleh Direktur Pusat yang memimpin dengan terlibat langsung dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan di dalam maupun luar kantor.

Sebagai organisasi non profit yang sudah 38 tahun berdiri, tidak banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan seorang *Public Relations* yang turut serta membantu jalannya aktivitas organisasi Berita Hidup. *Public Relations* yang bekerja di dalam Yayasan Berita Hidup memang tidak menonjol tetapi jika dilihat dari struktur organisasinya maka keberadaan **PR** masuk dalam bagian **Badan Pengurus**. PR terlibat langsung dalam membantu mengembangkan Yayasan Berita Hidup dengan beberapa tugas yang diembannya, seperti membangun relasi dengan publik maupun *partner* lain, membuat *release*, menjalin hubungan baik dengan pemerintah setempat dan *stakeholder* lainnya, melakukan kontak dengan media massa, membantu tugas Direktur Pusat dalam membuat surat-surat kerja sama dengan pihak lain, dll.

Public Relations (PR) adalah kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dengan tujuan untuk memperkenalkan organisasi kepada masyarakat luas, menjalin kerja sama antara organisasi dengan *stakeholder*, membentuk citra positif organisasi di mata publik, dan menyebarkan informasi seputar aktivitas serta keterlibatan para karyawan dalam kehidupan sosial sehari-hari. (Sumber : *Wawancara dengan PR, 2016*)

Dalam menjalankan tugasnya sebagai seorang PR, Drs. S. Suryana Adi tentunya menjalankan beberapa fungsi sebagai seorang PR di Yayasan Berita Hidup, antara lain turut serta mendukung kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan organisasi, membina hubungan yang harmonis antara Yayasan Berita Hidup dengan publiknya, menciptakan komunikasi secara timbal balik antara organisasi dan publik dengan menyebarkan informasi serta menyalurkan opini publik kepada Yayasan Berita Hidup.

A.2 Peran PR di Yayasan Berita Hidup

Keberadaan PR di Yayasan Berita Hidup terbilang cukup penting dalam membantu aktivitas organisasi dan menjaga citra organisasi. Drs. Sugeng Suryana Adi yang merupakan PR Yayasan Berita Hidup memang awalnya tidak menguasai dunia kehumasan, namun karena tuntutan pekerjaan maka beliau belajar mengenai peran dan fungsi yang semestinya dijalankan oleh PR (Sumber : *wawancara dengan PR, 2016*). Sebagai PR di organisasi non profit, beliau berperan sebagai pembangun jembatan komunikasi antara Berita Hidup dengan publik maupun *stakeholder*,

melakukan hubungan yang intens dengan media massa, mengelola *website* maupun media sosial milik Berita Hidup, membantu meringankan tugas Direktur Pusat dan terlibat langsung dalam manajemen Berita Hidup.

Terdapat empat macam peran yang dijalankan oleh PR Yayasan Berita Hidup. Pertama, PR berperan dalam membangun komunikasi yang baik antara Berita Hidup dengan publik maupun *stakeholder*. Dalam hal ini PR Berita Hidup telah berperan aktif dalam membangun komunikasi yang baik dengan publik yaitu masyarakat, dimana PR terlibat langsung dalam kegiatan masyarakat yang melibatkan organisasi, seperti yang baru saja terjadi saat menyambut hari Kemerdekaan RI bulan Agustus ini PR bersama beberapa karyawan mengikuti kerja bakti dengan warga sekitar. Selain itu, jika Berita Hidup menyelenggarakan sebuah *event* sosial yang dapat diikuti masyarakat secara gratis maka PR menyampaikan informasi ini kepada warga yang tinggal di sekitar kantor Berita Hidup, seperti *event* donor darah bersama PMI yang telah berlangsung pada pertengahan bulan Juli lalu.

Selain menjalin relasi dengan publik yang berada di sekitar kantor Yayasan Berita Hidup, PR juga telah menjalin relasi lewat komunikasi yang baik dengan para *stakeholder* seperti pemerintah, organisasi/lembaga lain, donatur, dll. Seperti contohnya pada saat Yayasan Berita Hidup mengadakan Natal bersama seluruh staf dan karyawan yang juga turut mengundang aparat pemerintah setempat (Ketua RT/RW, Lurah, Camat) untuk memberikan kata sambutan. Dalam mengadakan event lain seperti

Lomba Cerdas Cermat (dilaksanakan pada akhir bulan Juli 2016), Berita Hidup juga mengundang organisasi lain seperti Yayasan Sabda, Yayasan IndoCharis, GKAI, dll. untuk ikut mengisi serta memeriahkan acara dan donatur Berita Hidup juga dilibatkan untuk menjadi juri tamu dalam acara tersebut.

Kedua, PR Yayasan Berita Hidup berperan dalam menjalin hubungan yang intens dengan media massa, dimana Yayasan Berita Hidup dalam perkembangannya hingga saat ini tidak lepas dari campur tangan media seperti Televisi, radio, dan surat kabar. Dalam hal ini PR Berita Hidup memiliki peran dalam melakukan *lobbying* dengan media yang ingin bekerja sama dengan Yayasan Berita Hidup. Setelah tahap *lobbying* berhasil dilakukan maka PR akan melakukan kontak rutin baik secara langsung maupun tidak langsung untuk membuat MoU antara organisasi dengan media yang akan berhubungan dengan pelaksanaan maupun penerbitan sebagai bentuk kerja sama tersebut. Sejauh ini Yayasan Berita Hidup hanya rutin menjalin hubungan media dengan “radio” saja, selainnya seperti Televisi dan surat kabar hanya bekerja sama pada saat pertama kali Berita Hidup berdiri di kota Solo (*Sumber : wawancara dengan PR, 2016*). Jadi dapat dikatakan bahwa aktivitas *media relations* di Yayasan Berita Hidup tidak berjalan dengan lancar, karena sampai sekarang Berita Hidup hanya menjalin kerja sama dengan “radio” saja, yang seharusnya PR dalam menjalankan *media relations* mencakup Televisi, surat kabar, dll.

PR dibantu dengan Departemen P3J berusaha melakukan kontak dengan beberapa radio yang ada di wilayah Jawa Tengah dan sekitarnya untuk diadakan kerja sama dengan menandatangani MoU yang telah dibuat, sehingga setiap minggu (untuk yang berada di wilayah Solo) dan setiap bulan (untuk yang berada di luar wilayah Solo) radio-radio tersebut akan memberitakan informasi seputar pelayanan Berita Hidup maupun melakukan *talkshow* secara bergantian dengan masing-masing divisi. Hingga tahun 2016 ini terdapat 24 radio di Jawa Tengah dan sekitarnya (daftar nama stasiun radio terlampir) yang telah bekerja sama dengan Yayasan Berita Hidup dalam memberitakan setiap informasi yang berisi kegiatan pelayanan, promosi sekolah, konseling, kursus, dll. (*Sumber : wawancara dengan Departemen P3J, 2016*)

Ketiga, PR berperan dalam mengelola *website* maupun media sosial milik Berita Hidup. Selain menjalin relasi yang baik dengan publik maupun *stakeholder*, PR Berita Hidup juga diberi tanggung jawab untuk mengelola *email*, *website*, dan *media sosial (Facebook)* dengan memasukkan segala informasi beserta dokumentasi terkait organisasi agar publik mengetahuinya (alamat *email*, *website*, dan *Facebook* terlampir) . Publik juga diberi kesempatan untuk memberikan komentar berupa saran dan kritik melalui *email* Yayasan Berita Hidup. Selain itu, *email* dan *Facebook* juga digunakan sebagai alat komunikasi antara Yayasan Berita Hidup dengan mitra kerjanya yaitu *AMG International* yang berada di USA. Melalui sarana itu dapat membantu kedua organisasi dalam

membagikan setiap informasi yang ada dan dapat mengetahui perkembangan masing-masing organisasi.

Dalam struktur organisasi Berita Hidup memang terlihat sederhana, namun beberapa dari divisi/departemen yang ada memiliki bagian kecil di dalamnya. Seperti PR yang memang dalam struktur organisasi tidak tercantum, tetapi PR masuk dalam bagian dari Badan Pengurus. Begitu juga dengan divisi *Maintenance* yang secara umum bertugas untuk mengatur pemeliharaan seluruh peralatan kantor. Sedangkan tugas *Maintenance* di Yayasan Berita Hidup ditambah dengan mengelola *email*, *website*, dan media sosial. Namun melihat pentingnya informasi yang masuk melalui *email* maupun saran dan kritik masyarakat melalui *Facebook* yang dirasa perlu untuk ditanggapi cepat, maka berdasarkan rapat Badan Pengurus memutuskan bahwa tugas dalam mengelola *email*, *website*, dan media sosial (*Facebook*) Berita Hidup dipindahkan ke tugas divisi PR. Sejak saat itu, tugas dan tanggung jawab dalam mengelola akun-akun milik Berita Hidup dipegang oleh PR dan apabila ada informasi penting yang masuk akan diteruskan ke Direktur Pusat (Ketua Badan Pengurus).

Keempat, PR berperan dalam membantu meringankan tugas Direktur Pusat. Dalam hal ini PR turut membantu tugas Direktur Pusat Berita Hidup, apabila beliau tidak berada di kantor dalam jangka waktu yang lama biasanya PR bersama Sekretaris-lah yang membantu tugas-tugas Direktur Pusat. Mengingat tuntutan pekerjaan Direktur Pusat yang

mengharuskan untuk meninggalkan kantor setiap satu bulan sekali untuk melakukan pelayanan bersama dengan tim, maka PR dibantu Sekretaris yang selalu sigap dalam menjalankan setiap tugas dan tanggung jawab yang diberikan oleh Direktur Pusat (*Sumber : wawancara dengan Sekretaris, 2016*).

Di samping membantu tugas atasan, PR juga secara langsung terlibat dalam manajemen Yayasan Berita Hidup. Peran PR dalam mendukung manajemen organisasi terlihat dari keterlibatan PR yang turut membantu Bendahara dan Sekretaris maupun divisi lain saat menghadapi masalah. Seperti contohnya, pada awal bulan Agustus ini Yayasan Berita Hidup menjalin kerja sama dengan Bank BRI untuk transaksi gaji karyawan. Lalu Bendahara yang semestinya mengurus segala hal yang dibutuhkan untuk kerja sama tersebut berhalangan hadir di kantor untuk beberapa hari, PR-lah yang membuat surat kesepakatan MoU dengan Bank BRI dan PR turun langsung menangani proses kerja sama tersebut. Jadi sebagai seorang PR di Yayasan Berita Hidup, Drs. Sugeng Suryana Adi selalu siap dalam membantu tugas divisi lain walaupun tugas tersebut tidak sesuai dengan bidangnya. Tetapi selama ini beliau telah belajar banyak mengenai hal-hal lain di luar bidangnya.

A.3 Bentuk *Media Relations* Yayasan Berita Hidup

Seiring berkembangnya Yayasan Berita Hidup, hubungan dengan media (*media relations*) dianggap cukup penting. Hal ini disebabkan karena media turut berperan dalam menyebarkan informasi atau berita terkait dengan organisasi kepada masyarakat (*Sumber : Wawancara dengan PR, 2016*). PR Yayasan Berita Hidup berusaha menjalin hubungan dengan media, namun melihat realita di lapangan menunjukkan bahwa Yayasan Berita Hidup hanya menjalin relasi dengan **media radio** saja. Walaupun radio merupakan sebagian kecil dari bagian *media relations*, terbukti hubungan media antara organisasi dengan radio sudah cukup efektif bagi Yayasan Berita Hidup.

Hubungan media (*media relations*) adalah kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dengan menjalin relasi yang baik antara organisasi tersebut dengan media massa (cetak dan elektronik) untuk mendukung tercapainya tujuan organisasi lewat publikasi seputar kegiatan organisasi di media massa. (*Sumber : Wawancara dengan PR, 2016*)

Dalam menjalin hubungan dengan media tentunya dibutuhkan peran PR untuk menyusun strategi komunikasi, seperti menguasai teknik publikasi informasi maupun menghubungi jurnalis ataupun pimpinan redaksi. Bentuk hubungan yang dapat dibangun antara PR dan media dapat bersifat personal maupun fungsional. Bentuk-bentuk hubungan tersebut juga dijalankan oleh Yayasan Berita Hidup, antara lain 1. *Personal*

Contact, menurut Yayasan Berita Hidup merupakan suatu upaya dalam menjalin hubungan dengan media lewat kontak pribadi yang dilakukan antara organisasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan di dalam media tersebut. Tujuan dari *personal contact* ini adalah sebagai penghubung antara organisasi dengan media untuk menjalin kerja sama yang saling menguntungkan dengan publikasi yang dilakukan oleh media terhadap organisasi. Aktivitas *media relations* di Yayasan Berita Hidup yang berhubungan dengan *personal contact*, yaitu PR secara rutin melakukan kontak dengan radio-radio yang bekerja sama dengan organisasi, 2. *News Service*, menurut Yayasan Berita Hidup merupakan suatu bentuk jalinan kerja sama yang telah terjalin diantara organisasi dengan media melalui publikasi maupun pemberitaan informasi secara tertulis ataupun cetak. Tujuan dari *news letter* ini adalah sebagai penunjang organisasi dalam membagikan setiap informasi seputar kegiatan organisasi melalui media. Aktivitas *media relations* di Yayasan Berita Hidup yang berhubungan dengan *news service*, yaitu PR membuat MoU antara organisasi dan radio yang kemudian lewat kerja sama tersebut pihak organisasi mendapat publikasi melalui penyiaran radio setiap minggunya, 3. *Contingency Plan*, menurut Yayasan Berita Hidup merupakan suatu tindakan antisipasi yang dilakukan organisasi apabila sewaktu-waktu dihubungi oleh pihak media untuk dimintai keterangan terkait organisasi yang bersangkutan. Tujuan dari *contingency plan* ini adalah sebagai penghubung informasi terkait organisasi yang harus segera diketahui oleh publik melalui media massa.

Aktivitas *media relations* di Yayasan Berita Hidup yang berhubungan dengan *contingency plan*, yaitu PR secara rutin meninjau langsung radio-radio yang merupakan media Yayasan Berita Hidup dalam menyampaikan setiap informasi. Peninjauan ini bertujuan agar setiap informasi terbaru terkait Yayasan Berita Hidup secepatnya dapat diketahui oleh pihak radio, sehingga sewaktu-waktu dibutuhkan pihak radio maka PR selalu siap dalam memberikan keterangan. (Sumber : Wawancara dengan PR, 2016)

Selain aktivitas yang berhubungan dengan media radio, Yayasan Berita Hidup juga menerbitkan sebuah majalah internal “Berita Mimbar” sebagai sumber informasi masyarakat terhadap organisasi dan Yayasan Berita Hidup memiliki *website* resmi yang bisa dibuka oleh publik. Dari beberapa aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh Yayasan Berita Hidup menunjukkan bahwa organisasi ini memilih radio sebagai media dalam mempublikasikan setiap informasi. Bentuk-bentuk aktivitas *media relations* lainnya, seperti *press release*, *press gathering*, wawancara, *media visit*, *media mapping*, dll. justru tidak dijalankan seluruhnya oleh Yayasan Berita Hidup.

B. Deskripsi Kerja Mahasiswa

B.1 Kegiatan Mahasiswa Selama KKL

Penulis melakukan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) selama 28 hari, yang dilaksanakan pada tanggal 1 Juli sampai 12 Agustus 2016. Jam kerja penulis dijadwalkan sama dengan jam kerja staf dan karyawan Yayasan

Berita Hidup, yaitu mulai pukul 07.45 sampai dengan pukul 16.00 WIB berlaku dari hari Senin sampai dengan hari Jumat. Khusus di hari Sabtu dan Minggu, seluruh aktivitas di Yayasan Berita Hidup diliburkan. Sebelum memulai aktivitas kantor, penulis beserta seluruh staf dan karyawan diwajibkan untuk mengikuti doa bersama dan *briefing* singkat dari Direktur Pusat. Pada saat melakukan Kuliah Kerja Lapangan penulis bergabung dengan divisi *Public Relations* yang sekaligus menjalankan aktivitas PR di Yayasan Berita Hidup. Penulis ditempatkan di bagian *Public Relations* karena divisi ini dirasa sesuai dengan topik penelitian penulis.

Selama menjalankan Kuliah Kerja Lapangan, penulis diwajibkan melakukan presensi setiap harinya dengan menggunakan mesin *finger print* pada awal jam masuk presensi setiap harinya dengan menggunakan mesin *finger print* pada awal masuk kerja dan setelah selesai melakukan kegiatan *Public Relations* di kantor Berita Hidup. Pakaian yang digunakan penulis saat bekerja tidak diwajibkan seperti pakaian staf dan karyawan Berita Hidup pada umumnya. Penulis diperbolehkan menggunakan pakaian formal yang rapi, seperti menggunakan atasan kemeja dan bawahan rok atau celana kain pada hari Senin sampai dengan Jumat.

Pada hari pertama bekerja penulis melakukan perkenalan diri dengan seluruh staf dan karyawan di Yayasan Berita Hidup Surakarta, kemudian penulis diajak berkeliling ruangan per divisi ditemani oleh divisi *Public Relations*. Selama satu minggu di awal penulis sempat mengikuti

briefing dari PR untuk mengetahui *jobdesk* PR khususnya di dalam Yayasan Berita Hidup, selanjutnya dalam minggu yang sama penulis juga mempelajari seluk beluk organisasi Berita Hidup dimana berbasis non profit sehingga menuntut penulis untuk mengetahui tujuan yang ingin dicapai organisasi ini dan segala aktivitas maupun pelayanan sosial yang dilaksanakan oleh Yayasan Berita Hidup sesuai dengan tujuan (visi dan misi) organisasinya. Pada minggu kedua penulis membantu divisi PR dalam menjalankan tugasnya seperti membuat surat undangan yang ditujukan kepada warga sekitar maupun pemerintah setempat berkaitan dengan *event* yang akan diselenggarakan pada bulan Juli – Agustus dan juga membuat proposal untuk para donatur, membuat MoU dengan beberapa radio yang akan menjadi *partner* Berita Hidup, mengirimkan laporan kegiatan pelayanan Berita Hidup selama sepekan melalui *email* AMG *International*, dan membantu merancang isi dari majalah internal “Berita Mimbar” yang merupakan terbitan Yayasan Berita Hidup.

Sedangkan pada minggu ketiga penulis diajak untuk mengikuti beberapa kegiatan pelayanan Yayasan Berita Hidup seperti bakti sosial, donor darah, siaran radio (*on air*), dan pertemuan dengan orang-orang yang telah disponsori oleh Berita Hidup. Dalam minggu tersebut penulis mengikuti kegiatan-kegiatan rutin Yayasan Berita Hidup dengan didampingi oleh PR dan divisi lain, walaupun terkadang PR tidak terlibat langsung dalam kegiatan tersebut. Selanjutnya, pada minggu keempat penulis bersama Direktur Pusat dan bagian Sekretariat turun langsung ke

lapangan untuk meninjau beberapa dari proyek dan aset milik Berita Hidup yang ada di Solo. Proyek yang dimaksud seperti sekolah formal, sedangkan aset yang dimaksud seperti tanah dan bangunan yang semuanya milik Yayasan Berita Hidup. Pada minggu kelima yang merupakan akhir dari masa Kuliah Kerja Lapangan penulis kembali mengumpulkan segala informasi terkait dengan organisasi seperti visi dan misi, sejarah organisasi, struktur organisasi, *jobdesk* masing-masing divisi, kegiatan-kegiatan yang pernah dilakukan, *partner* kerja organisasi, dan aktivitas terkait dengan *media relations* (radio dan majalah).

B.2 Tugas Rutin dan Non-Rutin Mahasiswa

Di Yayasan Berita Hidup, penulis turun langsung dalam kegiatan kehumasan yang ditangani oleh divisi PR, bagian tersebut berhubungan langsung dengan aktivitas *media relations*, yang disesuaikan dengan topik Kuliah Kerja Lapangan penulis. Dalam melakukan kegiatan tersebut selama 28 hari, penulis mendapatkan pemahaman tentang peran PR dalam menjalankan aktivitas *media relations* di Yayasan Berita Hidup Surakarta. Aktivitas penulis erat kaitannya dengan *Public Relations* dalam melakukan kegiatan kehumasan dan *media relations* baik itu teknis maupun non-teknis. Selama melakukan Kuliah Kerja Lapangan, penulis melakukan hal-hal rutin setiap harinya dan hal-hal yang di luar kegiatan rutin setiap hari di luar aktivitas *media relations*. Berikut adalah beberapa tugas dan tanggung jawab penulis selama menjalankan Kuliah Kerja Lapangan di

Yayasan Berita Hidup Surakarta :

Tugas Rutin	Tugas Non-Rutin
<ol style="list-style-type: none"> 1. Membantu menyiapkan materi untuk Direktur Pusat maupun divisi lain pada saat siaran radio. 2. Membantu PR dalam membuat MoU sebagai bentuk kerja sama antara Yayasan Berita Hidup dengan radio yang akan bergabung. 3. Mengikuti survey lapangan terhadap radio-radio yang telah bekerja sama dengan Yayasan Berita Hidup. 4. Membantu mengelola <i>email</i>, <i>website</i>, dan <i>Facebook</i> resmi Berita Hidup. 5. Membantu mempersiapkan sarana rapat. 6. Menterjemahkan surat-surat yang dikirim dari AMG <i>International</i>, USA. 7. Membantu divisi lain ketika kekurangan karyawan atau ada karyawan yang tidak masuk pada hari itu. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membuat surat undangan <i>event</i> yang ditujukan kepada masyarakat, <i>partner</i> kerja Berita Hidup, dan pemerintah setempat. 2. Melakukan rapat kecil bersama divisi PR, Sekretariat, dan Bendahara. 3. Membantu mengecek inventaris sarana kerja (jika ada yang rusak segera melaporkan ke bagian <i>Maintenance</i>). 4. Menjadi sie dokumentasi saat berlangsungnya <i>event</i> Donor Darah dan Cerdas Cermat. 5. Menjemput tamu Berita Hidup yang datang dari luar negeri untuk mengikuti rapat rutin. 6. Membantu mengarsipkan surat yang masuk dan keluar. 7. Membantu membuat isi/konten yang akan dimuat di majalah Berita Mimbar yang merupakan terbitan dari Yayasan Berita Hidup. 8. Mengikuti siaran radio (<i>on air</i>) bersama dengan Direktur Pusat maupun divisi lain pada setiap hari

	<p>Rabu.</p> <p>9. Melakukan kontak dengan 24 radio yang merupakan <i>partner</i> Berita Hidup untuk memastikan jadwal siaran radio yang akan dilaksanakan beberapa waktu ke depan.</p>
--	---

B.3 Aktivitas *Media Relations* yang Dilakukan Mahasiswa

Dalam menjalankan tugas rutin maupun tugas non-rutin selama Kuliah Kerja Lapangan, penulis mengelompokkan beberapa tugas-tugas tersebut yang berhubungan dengan aktivitas *media relations*, antara lain :

1. Membantu membuat isi/konten yang akan dimuat di majalah Berita Mimbar yang merupakan terbitan dari Yayasan Berita Hidup.

Penulis membantu divisi PR dalam membuat isi/konten majalah, seperti halaman pertama akan diisi kata sambutan dari Direktur AMG dan halaman selanjutnya akan diisi dengan cerita-cerita kehidupan maupun informasi kegiatan sepekan, dll. Tema majalah yang diterbitkan setiap tiga bulan sekali ini juga ikut dirundingkan oleh PR dibantu dengan penulis.

2. Mengikuti siaran radio (*on air*) bersama dengan Direktur Pusat maupun divisi lain pada setiap hari Rabu.

Penulis diberi kesempatan untuk mengikuti salah satu siaran radio Berita Hidup yang ada di Solo, yaitu Radio Imanuel. Penulis melihat langsung bagaimana siaran tersebut berlangsung secara

on air.

- 3. Melakukan kontak dengan 24 radio yang merupakan *partner* Berita Hidup untuk memastikan jadwal siaran radio yang akan dilaksanakan beberapa waktu ke depan.**

Penulis diberi tanggung jawab oleh PR untuk membantunya dalam mengontak beberapa radio yang sudah menandatangani MoU dengan Yayasan Berita Hidup dengan tujuan untuk memastikan bahwa pihak organisasi akan melakukan siaran *on air* pada waktu yang telah disepakati bersama.

- 4. Membantu menyiapkan materi untuk Direktur Pusat maupun divisi lain pada saat siaran radio.**

Penulis diberi tugas untuk membantu PR dalam menyiapkan materi untuk siaran radio seperti topik pembahasan dan bahan tanya jawab dengan pendengar radio, sehingga topik pembahasan yang sudah disiapkan dapat dijadikan pedoman dalam siaran radio yang berlangsung.

5. Membantu PR dalam membuat MoU sebagai bentuk kerja sama antara Yayasan Berita Hidup dengan radio yang akan bergabung.

Penulis diajak oleh PR untuk membantunya dalam proses pembuatan surat perjanjian kerja sama yaitu MoU antara organisasi dan pihak radio, sehingga sebelumnya perlu diadakan pendataan bagi radio-radio yang ingin bekerja sama dengan Yayasan Berita Hidup.

6. Mengikuti *survey* lapangan terhadap radio-radio yang telah bekerja sama dengan Yayasan Berita Hidup.

Penulis berpartisipasi dalam meninjau langsung radio-radio di beberapa daerah yang ingin diajak bekerja sama dengan Yayasan Berita Hidup dalam pemberitaan informasi maupun aktivitas organisasi.

7. Membantu mengelola *email*, *website*, dan *Facebook* resmi Berita Hidup.

Penulis diajak oleh PR untuk membantunya dalam membuka *email* Yayasan Berita Hidup yang berisi *email* masuk dari AMG *International* berupa berita/informasi penting terkait organisasi. Selain *email* organisasi, penulis juga membantu PR dalam mengelola *website* dan *Facebook* Yayasan Berita Hidup yang di dalamnya berisi seputar kegiatan siaran radio, majalah Berita Mimbar *online*, dan

kegiatan-kegiatan pelayanan sosial lainnya.

Aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh Yayasan Berita Hidup terdiri dari **tujuh** macam aktivitas yang telah dijelaskan sebelumnya. Dari ketujuh aktivitas tersebut, dapat dilihat bahwa Yayasan Berita Hidup banyak menjalin kerja sama dengan media radio yang ada di beberapa daerah. Mengingat jadwal siaran Berita Hidup dengan 24 radio yang cukup padat, maka Kepala Departemen P3J membentuk 4 tim dalam menangani setiap siaran radio sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Seperti contohnya, beberapa radio yang berada di luar kota Solo mengadakan siaran langsung bersama Yayasan Berita Hidup dengan durasi waktu setengah jam sampai satu jam untuk setiap harinya. Sedangkan, radio yang berada di dalam kota Solo hanya mengadakan siaran langsung bersama Yayasan Berita Hidup dengan durasi waktu satu jam setiap satu minggu sekali. Maka dari itu, 4 tim yang telah dibentuk akan menangani langsung siaran radio dengan sistem tim A yang menangani siaran radio selama minggu pertama, tim B yang menangani siaran radio selama minggu kedua, tim C yang menangani siaran radio selama minggu ketiga, dan tim D yang menangani siaran radio selama minggu keempat.

Dari hasil pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan yang telah dilakukan penulis terkait aktivitas *media relations*, maka dapat disimpulkan bahwa peran PR dalam menjalankan aktivitas *media relations* belum maksimal. Hal ini dilihat dari aktivitas hubungan media yang dijalankan oleh PR Yayasan Berita Hidup yang hanya mencakup radio

saja, dimana seharusnya hubungan media meliputi semua media massa. Sedangkan pelaksanaan hubungan media di Yayasan Berita Hidup tidak meliputi semua media massa, dapat dilihat dari aktivitas-aktivitas diatas yang dijalankan oleh PR yang masih sebagian kecil dari aktivitas *media relations* yang sesungguhnya.

C. Analisis Hasil Pelaksanaan KKL

Yayasan Berita Hidup Surakarta adalah organisasi non profit yang sebagian besar kegiatannya bergerak dalam bidang sosial. Tujuan yang telah ditetapkan oleh organisasi dapat dikatakan selalu tercapai. Hal ini terbukti dari terlaksananya kegiatan-kegiatan sosial yang rutin setiap bulannya. Untuk mencapai semua itu tidak terlepas dari campur tangan seluruh departemen atau divisi yang bekerja di Yayasan Berita Hidup. Awalnya organisasi ini tidak memiliki divisi khusus *Public Relations*, namun seiring berkembangnya Berita Hidup maka dibentuklah divisi PR yang masuk dalam bagian Badan Pengurus jika dilihat dari struktur organisasi. Pembentukan divisi PR dirasa perlu oleh organisasi karena akan sangat membantu organisasi dalam proses publikasi kegiatan-kegiatan yang dilakukan organisasi, menjalin relasi dengan instansi lain maupun media massa, menangkap dan menganalisis opini publik tentang organisasi, dan memberikan informasi persuasif seperlunya kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

Menurut Glenn dan Griswold (1948, hal.4), menyatakan bahwa

Public Relations merupakan suatu fungsi manajemen yang menilai sikap publik, menyatakan kebijaksanaan dan prosedur suatu organisasi atas dasar kepentingan publik, dan melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan yang baik dari publik. Dalam menjalankan proses manajemen di dalam konteks *Public Relations*, Yayasan Berita Hidup melakukan seluruh kegiatannya didasarkan pada kepentingan publik semata. Hal tersebut sesuai dengan visi dan misi organisasi yang ditujukan untuk melayani masyarakat yang membutuhkan, sehingga kegiatan-kegiatan Berita Hidup dirancang khusus untuk mencapai tujuan tersebut dan publik dapat menerima keberadaan organisasi ini dengan citra yang positif.

Selanjutnya, Cutlip dan Center (2006) (Suhandang, 2004, hal.45) menggambarkan adanya ciri khas dari *Public Relations*, yaitu kegiatan timbal balik antara lembaga dengan publiknya. Dalam hal ini, Yayasan Berita Hidup berusaha menjalin hubungan yang harmonis dengan publiknya lewat kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan organisasi yang melibatkan publik. Tentunya kegiatan-kegiatan tersebut turut menginformasikan setiap berita maupun gagasan organisasi terkait dengan publik, dan sebaliknya publik juga dapat menyampaikan pendapatnya kepada organisasi lewat kegiatan yang diselenggarakan oleh masyarakat.

Sejauh ini, Yayasan Berita Hidup tidak pernah membuat suatu konsep *Public Relations* sendiri, organisasi ini hanya menempatkan PR di dalam susunan kepengurusan untuk membantu proses manajemen

organisasi. Dalam usaha mengembangkan Yayasan Berita Hidup terdapat peran dan fungsi PR khususnya dalam menjalin relasi yang baik dengan publik maupun *stakeholder*. Hal ini sesuai dengan pendapat John E. Marson (dalam Ruslan, 2002, hal.5), *Public Relations* merupakan ilmu manajemen yang dilakukan secara berkelanjutan dan memiliki strategi yang berguna untuk membina hubungan yang baik antara organisasi dengan publik. Sedangkan, peran PR dalam menjalankan aktivitas organisasi Berita Hidup sesuai dengan pendapat Ruslan (2002, hal.10) yang mengatakan bahwa:

1. Sebagai *communicator* atau penghubung antara organisasi yang diwakili dengan publiknya.

PR berperan sebagai penghubung antara Berita Hidup dengan publik internal maupun eksternalnya. Dalam hal ini PR turun langsung dalam mengkomunikasikan segala kegiatan yang dilaksanakan oleh Yayasan Berita Hidup kepada publik, yang mana menurut Suhandang (2008, hal.33) mengatakan bahwa publik internal adalah himpunan yang berada di dalam organisasi yang bersangkutan. Sedangkan publik eksternal adalah himpunan yang berada di luar perusahaan yang bersangkutan. Publik internal dari organisasi ini meliputi staf dan karyawan beserta keluarga, anggota Badan Pembina dan Badan Pengawas, dan AMG *International*. Publik eksternal dari organisasi ini meliputi masyarakat sekitar kantor Berita Hidup, mitra kerja Berita Hidup (seperti Yayasan Sabda, Yayasan IndoCharis, dll), aparat pemerintah setempat (seperti

RT/RW, camat, lurah, dll), *agency* percetakan majalah internal Berita Hidup, para donatur/*sponsorship*, radio-radio yang tersebar di beberapa wilayah dan pendengar radio.

Sebagai contohnya, PR berperan sebagai *communicator* organisasi dengan publiknya yaitu ketika pada pertengahan bulan Juli lalu Yayasan Berita Hidup mengadakan *event* “Donor Darah Bersama PMI” dan “Cerdas Cermat Bagi Anak SD-SMP”. Dalam menyelenggarakan kegiatan ini tentunya membutuhkan kerja sama dari masing-masing divisi yang ada di Berita Hidup. Untuk itu PR berperan dalam menginformasikan rencana kegiatan tersebut kepada karyawan, anggota Badan Pembina dan Badan Pengawas, dan AMG *International*. Sedangkan seminggu sebelum *event* ini berlangsung, PR menginformasikan kegiatan ini kepada warga yang tinggal di sekitar kantor Berita Hidup (memberikan undangan secara gratis), aparat pemerintah setempat (turut berpartisipasi dan mendukung kelancaran jalannya kegiatan), yayasan sosial lainnya yang bermitra dengan Berita Hidup (turut berpartisipasi dalam kegiatan ini), radio-radio yang juga bermitra dengan Berita Hidup (menyebarkan informasi seputar kegiatan melalui saluran udara), dan para donatur (turut berpartisipasi dalam kegiatan ini lewat sumbangan materi yang diberikan).

2. Membina *relationship*, yaitu berupaya membina hubungan yang positif dan saling menguntungkan dengan pihak publiknya.

PR berperan dalam melakukan pendekatan hubungan yang baik

dengan publik, dimana PR merupakan sosok yang dekat dengan publik. Hal ini terbukti dari aktivitas PR yang sebagian besar turun langsung berhadapan dengan masyarakat untuk menyampaikan informasi seputar kegiatan pelayanan sosial Berita Hidup yang dapat diikuti oleh masyarakat. Kemudian PR juga menampung saran dan kritik publik untuk disampaikan kepada organisasi Berita Hidup sebagai bahan evaluasi ke depannya. Selain itu, PR turut berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan kemasyarakatan seperti kerja bakti dan lomba 17 Agustus bersama warga dan juga turut melibatkan karyawan Berita Hidup dalam kegiatan tersebut.

Dalam membina hubungan yang baik dengan publik, PR harus menyatu dengan publiknya lewat pendekatan yang intens agar dapat membangun relasi yang menguntungkan satu sama lain. Hal tersebut sama halnya dengan yang dilakukan oleh PR Yayasan Berita Hidup yang memiliki relasi cukup baik dengan masyarakat, maka seperti itulah PR berusaha membangun hubungan yang baik dengan para *stakeholder*. Setiap kegiatan yang diselenggarakan Yayasan Berita Hidup turut mengundang pemerintah setempat, donatur, instansi/lembaga lain, pihak radio, dll. Begitu juga dengan kegiatan di luar organisasi yang berhubungan dengan publik, maka PR-lah yang akan mewakili organisasi untuk mengikuti kegiatan tersebut. Sebagai contohnya, beberapa waktu yang lalu diadakan sosialisasi seputar pencegahan wabah Demam Berdarah (DB) yang harus diikuti oleh warga sekitar kantor Berita Hidup, lalu PR yang menjadi perwakilan organisasi untuk mengikuti sosialisasi

tersebut.

3. Peranan *back up management*, yakni sebagai pendukung dalam fungsi manajemen organisasi.

PR berperan sebagai pendukung organisasi yang selalu siap dalam menjalankan tugas yang diberikan atasan. Jadi dalam hal ini PR terlibat langsung dalam proses manajemen organisasi. PR Yayasan Berita Hidup sering kali membantu tugas-tugas atasan yaitu Direktur Pusat setiap satu bulan sekali. Hal itu dikarenakan tuntutan tugas dan tanggung jawab Direktur Pusat yang mengharuskan beliau untuk meninggalkan kantor, sehingga memerlukan bantuan PR dan Sekretaris dalam mengerjakan tugas-tugas tersebut.

Sebagai contoh, pada awal bulan Agustus lalu Direktur Pusat menjalankan tugas dinas di luar pulau Jawa. Kemudian beliau meminta Sekretarisnya dibantu dengan PR untuk menyelesaikan sebagian tugas-tugasnya dan meng-*handle* terlebih dahulu bila terjadi masalah di dalam kantor. Selama beliau pergi meninggalkan kantor, Sekretaris dibantu PR melakukan beberapa tugas seperti pembuatan surat perjanjian kerja sama dengan calon mitra kerja, menginformasikan setiap hal penting dari Direktur Pusat kepada staf dan karyawan begitu juga sebaliknya, mengikuti rapat internal Badan Pengurus dan membuat notulen yang akan diserahkan kepada Direktur Pusat, menghadiri undangan dari *partner* kerja Yayasan Berita Hidup sebagai perwakilan dari Direktur Pusat, dll. Hal ini menunjukkan bahwa PR turut berperan dalam *back up management*

organisasi.

4. Membentuk *corporate image*, artinya berupaya menciptakan citra bagi organisasi.

PR berperan dalam membentuk citra yang positif bagi organisasi di mata publik. Untuk membentuk citra tersebut maka PR harus membina *relationship* terlebih dahulu dengan publiknya (seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya). Relasi yang terbangun di antara organisasi dan publik tidak hanya semata-mata melalui komunikasi saja, namun juga bisa dibangun melalui bentuk kerja sama kedua belah pihak yang dapat saling menguntungkan. Apabila PR mampu menjalin relasi yang baik antara organisasi dengan publik, maka dapat dipastikan bahwa publik dapat menerima keberadaan organisasi tersebut dan akan membentuk citra yang positif bagi organisasi.

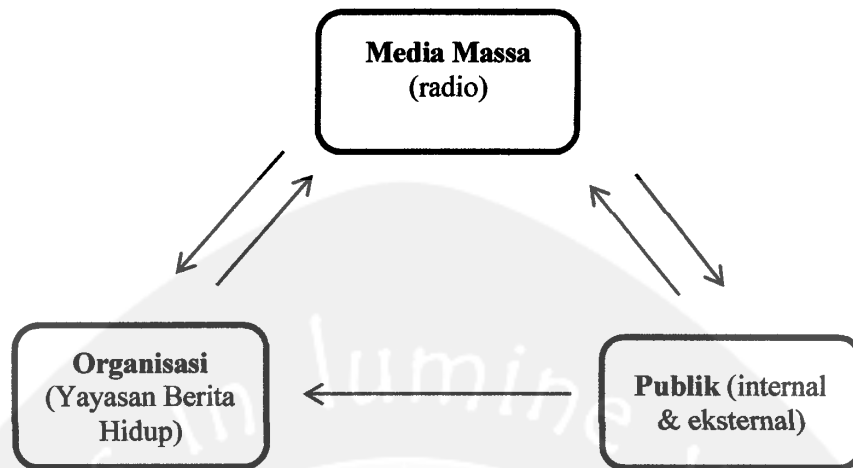
Sejauh ini, PR Yayasan Berita Hidup telah menjalin relasi yang baik dengan publiknya, melalui relasi tersebut sebagian besar masyarakat menilai bahwa Yayasan Berita Hidup memiliki citra yang positif. Hal ini terlihat dari pendapat salah satu warga yang tinggal di sekitar kantor Berita Hidup, beliau mengatakan bahwa “Yayasan Berita Hidup merupakan yayasan sosial yang dekat dengan masyarakat. Setiap kegiatan yang berlangsung bernilai positif dan berdampak baik bagi kehidupan masyarakat, sehingga saya pun sebagai warga di sini merasa senang dengan adanya yayasan ini.” (Sumber : wawancara dengan salah satu warga, 2016)

Selama 38 tahun ini berdiri, dalam perkembangan Yayasan Berita Hidup tentu ada campur tangan pihak lain seperti salah satunya media massa. Pada umumnya media massa digunakan oleh suatu organisasi untuk menyampaikan pesan/informasi kepada publik. Iriantara (2005, hal.32) mengemukakan *media relations* sebagai bagian dari Humas eksternal yang membina dan mengembangkan hubungan baik dengan media massa sebagai sarana komunikasi antara organisasi dan publiknya untuk mencapai tujuan organisasi. Sama seperti pendapat Yosol Iriantara, PR Yayasan Berita Hidup berperan dalam membangun relasi yang baik dengan media massa. Relasi antara Berita Hidup dengan media massa berguna sebagai sarana komunikasi antara Berita Hidup dengan publik yang berada di luar organisasinya. Melihat realitas yang terjadi di dalam Yayasan Berita Hidup menunjukkan bahwa “aktivitas *media relations* kurang diterapkan dengan baik”. Dimana aktivitas *media relations* yang baik seharusnya dapat melibatkan televisi, radio, dan surat kabar. Namun, sampai saat ini aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh organisasi ini hanyalah dengan radio saja, selebihnya seperti televisi dan surat kabar hanya dilaksanakan pada saat awal pendirian Yayasan Berita Hidup saja.

Dalam menjalin relasi dengan media massa, PR Yayasan Berita Hidup sudah berusaha untuk mengadakan kerja sama dengan beberapa media namun hasilnya hingga saat ini hanya radio saja yang masih intens mempublikasikan setiap informasi seputar kegiatan pelayanan Berita Hidup. Walaupun demikian, PR Yayasan Berita Hidup juga mengadakan

kerja sama dengan sebuah *agency* percetakan/penerbitan majalah/buku. Melalui kerja sama itu Yayasan Berita Hidup mampu menerbitkan sebuah majalah internal bernama “Berita Mimbar” yang berisi kegiatan pelayanan sosial Berita Hidup, sambutan dari Direktur Pusat maupun pesan-pesan dari CEO AMG *International*, promosi sekolah formal, dll. Selain majalah internal, Yayasan Berita Hidup juga menyediakan buku-buku bacaan yang berisi ajaran agama maupun motivasi kehidupan yang dibagikan secara gratis bagi masyarakat yang bersedia.

Selama melakukan KKL di Yayasan Berita Hidup, penulis melihat bahwa aktivitas *media relations* di dalamnya belum cukup efektif. Hal ini terlihat dari hubungan yang terjalin antara organisasi dengan media massa hanyalah sebatas pada media radio saja, sehingga konsep *media relations* tidak dapat terlaksana dengan baik. Walaupun demikian, Yayasan Berita Hidup menilai bahwa menjalin relasi yang rutin dengan radio, dirasa sudah cukup efektif dalam menjalankan *media relations* sehingga dapat mendukung kegiatan organisasinya. Beberapa radio yang turut bekerja sama dengan Yayasan Berita Hidup secara rutin menyiarkan setiap berita/informasi mengenai organisasi kepada publik. Tanpa banyak yang tahu, organisasi ini mampu menjalin relasi dengan 24 radio yang ada di wilayah Jawa Tengah, Jawa Timur, dan sekitarnya. Semua itu tidak terlepas dari campur tangan PR yang menjalin komunikasi terus-menerus dengan pihak radio. Arus komunikasi dalam praktik *media relations* di Yayasan Berita Hidup dapat digambarkan seperti berikut :



(Sumber : Yosol Iriantara. 2005. *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*)

Bagan diatas menunjukkan bahwa Yayasan Berita Hidup dibantu PR berusaha menyampaikan berita atau informasi melalui radio kepada masyarakat luas (publik internal dan eksternal). Sedangkan, masyarakat dapat menyampaikan pendapat berupa saran dan kritik melalui radio-radio yang telah bekerja sama dengan Berita Hidup. Tidak hanya melalui media radio saja, masyarakat dapat menyampaikan aspirasi, harapan, dan informasi mereka bagi organisasi melalui saluran komunikasi formal (petugas *customer service* yang diwakili oleh divisi PR) maupun informal (komunikasi langsung dengan staf maupun karyawan). Jika melihat aktivitas *media relations* yang seharusnya dijalankan oleh organisasi, maka bagan diatas akan lebih efektif apabila Yayasan Berita Hidup mampu menjalin komunikasi yang intens dengan media televisi dan surat kabar (tidak hanya dengan radio).

Dalam membangun *media relations* antara organisasi dengan media massa, PR Yayasan Berita Hidup telah berusaha menjalin

komunikasi yang baik dari awal pendirian organisasi hingga saat ini. Jika dilihat dari konsep *media relations*, Yayasan Berita Hidup belum cukup efektif dalam menjalankan aktivitas *media relations*. Hal ini disebabkan oleh relasi yang terjalin antara organisasi dengan media radio saja, yang mana *media relations* seharusnya dapat mencakup televisi, surat kabar, dll. Walaupun aktivitas *media relations* yang terjalin hanya dengan radio, namun setiap informasi seputar kegiatan-kegiatan Yayasan Berita Hidup dirasa sudah cukup efektif dalam penyampaian di media radio.

Publisitas dalam pekerjaan PR merupakan salah satu aspek penting, sehingga informasi yang berasal dari PR dapat terpublikasi melalui media massa jika informasi tersebut diterima oleh media massa. Menurut wawancara dengan PR sebelumnya, terbukti bahwa PR sebenarnya sudah mengirimkan informasi terkait Yayasan Berita Hidup kepada media massa. Namun media massa hanya merespon informasi tersebut pada awal pendirian organisasi ini saja dan untuk selanjutnya hanya ada radio saja yang masih rutin bekerja sama dengan Berita Hidup hingga sekarang.

Dalam kaitannya dengan kegiatan yang dijalankan oleh PR dengan media, model *Two Way Symetrical* (Ruslan, 2006, hal.105) sangat cocok diterapkan oleh PR Yayasan Berita Hidup. Model ini dapat menghindari terjadinya suatu konflik dengan beberapa strategis yang dilakukan oleh PR. Dalam model *Two Way Symetrical* terdapat *source* yang digambarkan sebagai Yayasan Berita Hidup (diwakili oleh PR) dan *receiver* yang

digambarkan sebagai publik (internal dan eksternal). PR dalam menyampaikan setiap informasi mengenai organisasi harus didukung dengan komunikasi yang jujur untuk memperoleh keyakinan publik. Sedangkan, langkah-langkah yang *fair* juga harus dilakukan oleh PR Yayasan Berita Hidup dalam upaya membangun hubungan timbal balik antara organisasi dengan publiknya.

Sesuai dengan model *Two Way Symetrical* yang telah dipaparkan, sejauh ini Yayasan Berita Hidup sudah mempraktikkan model ini dengan cukup baik. Terbukti dengan komunikasi secara timbal balik yang telah terbangun lama antara Yayasan Berita Hidup dengan 24 radio, dimana organisasi ini membutuhkan publikasi mengenai kegiatan-kegiatannya dan radio juga membutuhkan topik berita untuk disiarkan. Melalui hubungan timbal balik tersebut, maka berdampak bagi masyarakat yang membutuhkan informasi-informasi terkini terkait keberadaan organisasi ini.

Selama melakukan KKL di Yayasan Berita Hidup, penulis membantu divisi PR dalam menjalankan tugas-tugasnya, salah satunya berhubungan dengan aktivitas *media relations*. Dalam menjalankan aktivitas tersebut, dibutuhkan peran PR di dalamnya. Maka dari itu, penulis mengelompokkan beberapa aktivitas *media relations* yang dijalankan oleh Yayasan Berita Hidup berdasarkan empat peran PR menurut Ruslan (2002, hal.10), yaitu :

1. Membantu membuat isi/konten yang akan dimuat di majalah

terbitan organisasi “Berita Mimbar”. Aktivitas ini sesuai dengan peran PR sebagai *communicator* antara Yayasan Berita Hidup dengan pembaca majalah (publik) dan sebagai pembentuk *corporate image*.

2. Mengikuti siaran radio (*on air*) bersama Direktur Pusat. Aktivitas ini sesuai dengan peran PR dalam membina *relationship* antara Yayasan Berita Hidup dengan radio dan masyarakat.
3. Melakukan kontak dengan 24 radio yang merupakan *partner* Yayasan Berita Hidup. Aktivitas ini sesuai dengan peran PR sebagai *communicator* antara Yayasan Berita Hidup dengan radio.
4. Membantu menyiapkan materi untuk Direktur Pusat maupun divisi lain saat siaran radio. Aktivitas ini sesuai dengan peran PR sebagai *back up management* dalam menjalankan tugas dari atasan/perusahaan.
5. Membuat MoU sebagai bentuk kerja sama antara organisasi dengan radio. Aktivitas ini sesuai dengan peran PR dalam membina *relationship* antara Yayasan Berita Hidup dengan radio.
6. Mengikuti *survey* lapangan terhadap radio-radio yang telah bekerja sama dengan organisasi. Aktivitas ini sesuai dengan peran PR sebagai *communicator* dan *relationship* antara

Yayasan Berita Hidup dengan radio.

7. Membantu mengelola *email*, *website*, dan *Facebook* organisasi.

Aktivitas ini sesuai dengan peran PR sebagai *communicator* antara Yayasan Berita Hidup dengan masyarakat dan pembentuk *corporate image* Berita Hidup di mata publik.

Peran PR Yayasan Berita Hidup tentunya sangat dibutuhkan dalam menyusun strategi komunikasi untuk menjalin hubungan dengan jurnalis maupun media massa, sehingga setiap informasi berupa naskah atau tulisan PR dapat dimuat oleh media sebagai hasil dari hubungan yang telah terjalin diantaranya. Dalam hal ini, PR Yayasan Berita Hidup sebenarnya sudah melakukan beberapa perannya dalam menyusun strategi, seperti menghubungi langsung jurnalis maupun pimpinan redaksi dan menguasai teknik publikasi informasi (*press release*, *editorial*, *photo* berita). Menurut Jefkins (1992) (Abdurrachman, 2008, hal.24) menyebutkan bahwa bentuk hubungan yang dapat dibangun antara PR dan media dapat berupa hubungan yang bersifat fungsional maupun personal, yaitu :

1. Kontak pribadi (*personal contact*). PR Yayasan Berita Hidup dalam melaksanakan hubungan dengan media telah memiliki beberapa kontak dari pimpinan redaksi, jurnalis, dll. Namun dalam pelaksanaan saat menghubungi pihak-pihak tersebut, PR Berita Hidup melihat bahwa beberapa pihak kurang merespon tujuan organisasi ini dan setelah menempuh berbagai cara agar

informasi seputar kegiatan pelayanan Berita Hidup diketahui oleh publik maka PR mencoba kembali menghubungi dan mendatangi salah satu stasiun radio di kota Solo yang berujung pada kerja sama kedua belah pihak. Mulai dari situ PR memiliki strategi yang sama dengan menghubungi salah satu pihak dan mendatangi stasiun radio untuk mengadakan suatu kerja sama antara kedua belah pihak.

2. Pelayanan informasi (*news service*). Walaupun aktivitas *media relations* di Yayasan Berita Hidup kurang efektif dijalankan, namun PR Yayasan Berita Hidup tetap menjalankan perannya dengan menyiapkan rekaman video saat dirinya atau divisi lain berhalangan hadir saat siaran langsung (*on air*) dan membuat semacam *editorial* yang dimuat di majalah internal Yayasan Berita Hidup.
3. Antisipasi kemungkinan darurat (*contingency plan*). Dalam bekerja sama dengan media khususnya radio, maka sudah menjadi kewajiban PR Yayasan Berita Hidup apabila sewaktu-waktu dihubungi oleh pihak radio untuk wawancara langsung secara *on air* dengan pendengar radio terkait informasi kegiatan yang perlu diketahui masyarakat, maupun konfirmasi terkait jadwal siaran langsung dan siapa yang mengisi siaran tersebut.

Selama menjalani KKL di Yayasan Berita Hidup, penulis juga melihat bahwa aktivitas *media relations* lainnya seperti *press gathering*,

press tour, press release, konferensi pers, wawancara, media mapping, special event, media visit, dan riset media (Abdullah, 2000, hal.80) yang seharusnya dijalankan oleh suatu organisasi justru tidak semua dijalankan oleh Yayasan Berita Hidup. Berdasarkan wawancara dengan PR, beliau menjelaskan bahwa organisasi ini sebelumnya sempat melakukan *media mapping* mengenai media yang tepat dalam mempublikasikan informasi kegiatan organisasi, namun setelah melihat keunggulan dan kelemahan dari masing-masing media maka Yayasan Berita Hidup memutuskan untuk menggunakan media radio dalam membantu mempublikasikan setiap informasi/berita penting. Mengingat organisasi ini sifatnya non-profit, maka dengan bekerja sama dengan media radio dirasa sudah cukup efektif dan tidak membutuhkan biaya yang besar

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Yayasan Berita Hidup Surakarta dapat disimpulkan bahwa media radio digunakan dalam menjalankan aktivitas *media relations* di dalam organisasi. Dengan menjalin hubungan media dengan radio saja, setiap informasi seputar kegiatan Yayasan Berita Hidup dapat tersampaikan oleh publik dan publik pun merespon informasi tersebut.

Yayasan Berita Hidup juga menilai bahwa dengan media radio sudah cukup efektif dalam menjalankan kegiatan organisasi sesuai visi dan misi organisasi, sehingga yang digunakan dalam aktivitas *media relations* hanyalah radio saja. Hubungan media dengan radio dikatakan sudah cukup efektif terlihat dari dua indikator, yaitu setiap informasi seputar kegiatan Berita Hidup dapat diketahui dengan jelas oleh pendengar (publik) dan informasi tersebut mendapat respon yang baik dari pendengar saat siaran radio (*on air*) berlangsung.

Organisasi ini sebenarnya menyadari akan pentingnya menjalin hubungan dengan media massa, namun sejauh ini PR hanya dapat berperan dalam menjalin hubungan yang intens dengan media “radio” saja. Walaupun demikian PR dibantu divisi lain tetap bekerja sama dalam mengembangkan kegiatan pelayanan radio Yayasan Berita Hidup hingga

tercatat sampai bulan Agustus 2016 ini telah ada 24 radio yang bermitra dengan Berita Hidup.

Selain itu, pemahaman PR tentang aktivitas *media relations* tidak begitu luas. Hal ini terbukti dari wawancara penulis dengan PR yang pada intinya mengatakan bahwa *media relations* hanya sebatas “membangun relasi yang baik dengan media” tanpa memikirkan pentingnya publisitas organisasi di mata publik. Jika Yayasan Berita Hidup hanya bermitra dengan media radio saja, maka tidak semua masyarakat mempercayai informasi yang disiarkan oleh radio karena masyarakat hanya mampu mendengar tanpa melihat bukti-bukti di lapangan seperti melalui gambar/foto, film, video, dll.

Aktivitas *media relations* belum seutuhnya dilakukan oleh PR Yayasan Berita Hidup karena masih banyak aktivitas lainnya seperti *press conference*, *news letter*, *video release*, dll. yang seharusnya penting dilakukan oleh PR namun tidak pernah dilakukan. *Press release* juga yang erat kaitannya dengan tugas PR justru jarang dilakukan, mengingat kerja sama Yayasan Berita Hidup yang hanya bermitra dengan media radio saja.

Walaupun Yayasan Berita Hidup kurang efektif dalam menjalankan aktivitas *media relations*, namun organisasi ini mampu menerbitkan sebuah majalah internal yang bernama Berita Mimbar dan turut bekerja sama dengan media cetak maupun *agency* percetakan yang ada di kota Surakarta, seperti SPIRIT dan SABDA. Dalam mengembangkan organisasinya seperti salah satunya dengan menjalin

kerja sama bersama media maupun instansi lain, tentunya peran PR sangat dibutuhkan untuk melakukan *lobbying* antara kedua belah pihak.

Jadi, gambaran mengenai peran PR dalam menjalankan aktivitas *media relations* di Yayasan Berita Hidup belum cukup efektif bila dilihat dari konsep *media relations*. Namun, jika dilihat dari realitas di dalam organisasi maka radio yang digunakan dalam *media relations* sudah cukup efektif dalam mendukung kegiatan organisasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil temuan penulis yang telah dipaparkan sebelumnya mengenai hal-hal yang dianggap menjadi kelemahan dan kekurangan dari aktivitas *media relations* yang belum sepenuhnya dilakukan oleh PR Yayasan Berita Hidup, maka penulis memiliki beberapa saran bagi Yayasan Berita Hidup untuk dapat menjadi masukan bagi organisasi guna mengembangkan organisasi ini agar mampu bersaing dengan organisasi profit maupun non profit lainnya. Adapun saran-saran tersebut sebagai berikut :

1. Dengan menjalankan aktivitas *media relations* yang semestinya dilakukan oleh PR di Yayasan Berita Hidup, sebenarnya sangat penting dipikirkan kembali untuk pengembangan dari organisasi ini mengingat bergerak dalam bidang sosial sehingga masyarakat luas perlu mengetahui tentang keberadaan Yayasan Berita Hidup dan juga setiap kegiatan yang

dilaksanakan. Melihat hal tersebut, maka PR perlu memanfaatkan media yang lain seperti televisi, surat kabar, dll. untuk menunjang kegiatan organisasi, sehingga media yang digunakan tidak terbatas pada radio saja.

2. PR Yayasan Berita Hidup perlu meningkatkan strategi dalam meningkatkan hubungan dengan media, seperti membuat sebuah *event* yang menarik (jarang dilakukan oleh organisasi lain) yang melibatkan masyarakat dan turut menggandeng organisasi lain sehingga memiliki nilai berita yang dapat diliput oleh media massa. Dalam menjalankan strategi tersebut, tingkat kreatifitas PR juga dibutuhkan dalam merancang *event* yang akan diselenggarakan sehingga *media relations* benar-benar dibangun langsung oleh PR dengan media yang tentu akan melibatkan divisi lain dalam membantu pelaksanaannya. Jadi dengan hal tersebut maka peran PR dapat dijalankan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab yang semestinya, tidak hanya semata-mata karena bantuan maupun dorongan dari divisi/departemen lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Aceng. (2000). *Press Relations : Kiat Berhubungan Dengan Media Massa*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Abdurrachman, Oemi. (2008). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Ardianto, Elvinaro. (2008). *Public Relations Public Praktis*. Bandung : Widya Padjajara.
- Baskin, Aronoff, Lattimore. (1997). *Public Relations : The Profession and The Practice*. Edisi Keempat. USA : Brown and Benchmark Company.
- Cutlip, Center, Broom. (2006). *Effective Public Relations, Edisi Kesembilan*. Jakarta : Kencana.
- Darmastuti, Rini. (2012). *Media Relations: Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. Yogyakarta : ANDI
- Djanalis, Djanaid. (1993). *Public Relations Teori dan Praktik*. Malang : Indopurels.
- Glenn & Denny Griswold. (1948). *Your Public Relations: The Standard Public Relations Handbook*. New York : Newsletter PR News.
- Ioannidis, Tasos. (2016). *Who We Are*.
<http://www.amginternational.org/main/fs/index.cfm;jsessionid=5CA047CD461AAE42BED2A7DE77706D24.cfusion?do=about&subdo=whoweare>.
USA : AMG International. Diakses pada tanggal 1 September 2016

Iriantara, Yosol. (2005). *Media Relations: Konsep, Pendekatan, dan Praktik*.

Bandung : Simbiosis.

Jefkins, Frank. (1995). *Public Relations, Edisi Keempat*. Jakarta : PT. Erlangga.

Jefkins, Frank. (2003). *Public Relations, Edisi Kelima*. Jakarta : PT. Erlangga.

Julianto, Roswitha. (2015). *Foto Bersama Pimpinan Yayasan Berita Hidup*.

<https://m.facebook.com/photo.php?fbid=911390128916267&id=100001358662285&set=rpd.100001957459835&source=49>.

Surakarta : Yayasan

Berita Hidup. Diakses pada tanggal 1 September 2016

Kisowo, Daniel. (2016). *Majalah Berita Mimbar*.

<http://amgindonesia.org/Berita%20Mimbar%20Magazine/BeritaMimbarMagazine.html>.

Surakarta : Yayasan Berita Hidup. Diakses pada tanggal 1

September 2016

Kusumastuti, Frida. (2002). *Dasar-Dasar HUMAS*. Jakarta : Ghalia.

Lattimore, Dan. Baskin, Otis. Heiman, Suzette T. Toth, Elizabeth L. (2010).

Public Relations: Profesi dan Praktik. Jakarta : Salemba Humanika.

Lesly, Philip. (1991). *Handbook of Public Relations and Communication*.

Chicago : Probus Publishing Company.

Nova, Firsan. (2011). *Crisis Public Relations*. Jakarta : Kencana.

Nurudin. (2008). *Hubungan Media Konsep dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Raja

Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. (2002). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta :

PT. Raja Grafindo Persada.

Ruslan, Rosady. (2006). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

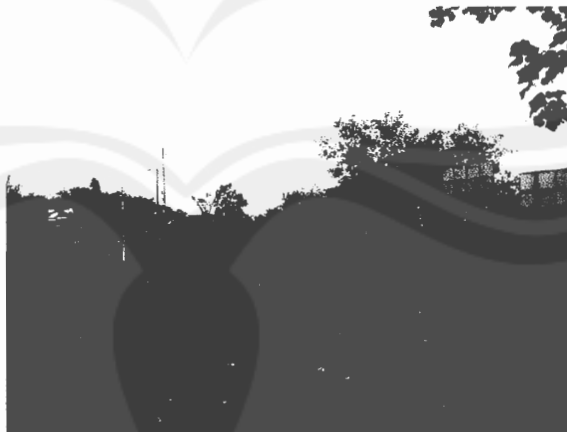
Sirait, Daud. (1970). *Pengantar Ilmu Hubungan Masyarakat Dan Periklanan Niaga*. Jakarta : Pramudya Paramita.

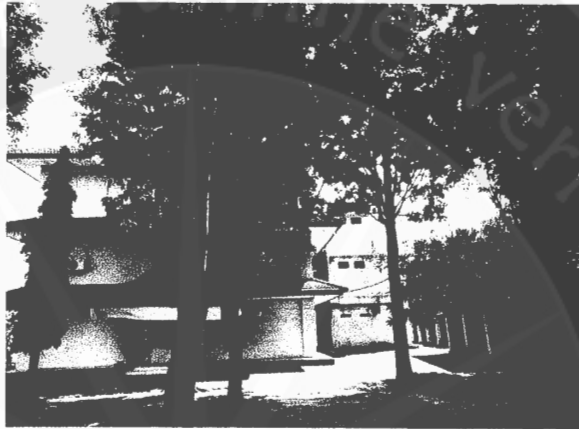
Suhandang, Kustadi. (2004). *Public Relations Perusahaan: Kajian, Program, dan Implementasi*. Bandung : Yayasan Nuansa Cendekia.

Uchjana, Onong. (1998). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.

LAMPIRAN 1

(Foto kantor Yayasan Berita Hidup)

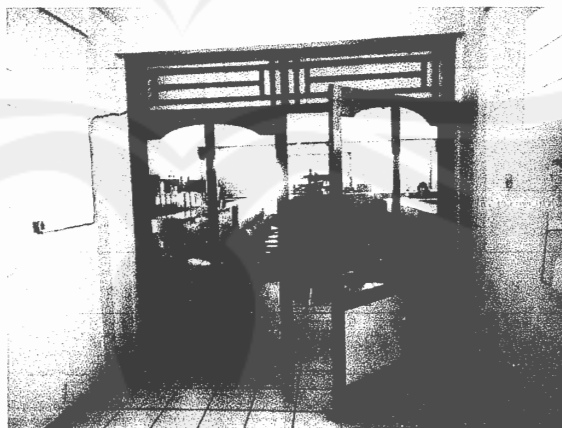
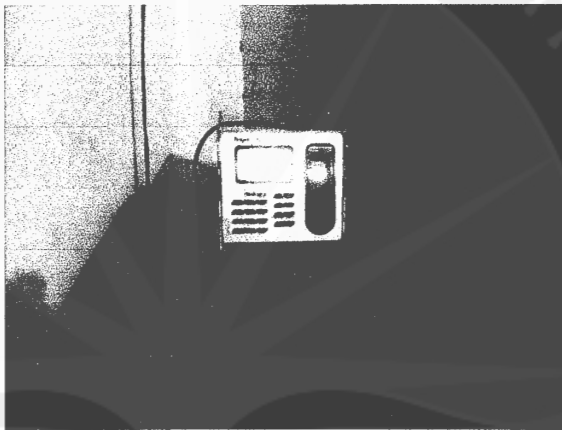


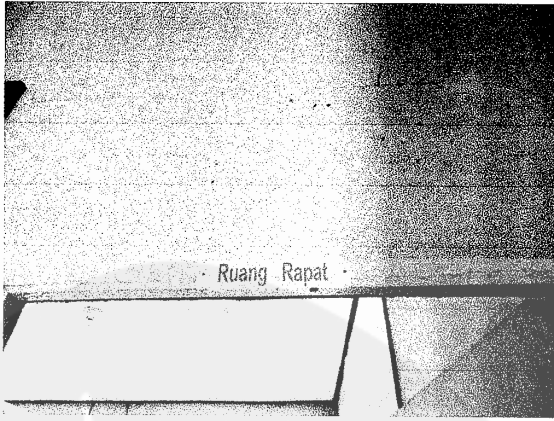




LAMPIRAN 2

(Foto lingkungan kerja di dalam kantor)









LAMPIRAN 3

(Foto ruang kerja mahasiswa KKL)





serviens in lumine veritatis





serviens in lumine

teritatis

LAMPIRAN 4

(Foto ruang kerja per divisi (di lantai 3))



Sekretariat

Dep. Pelayanan Anak
Sekolah Umum (PASU)

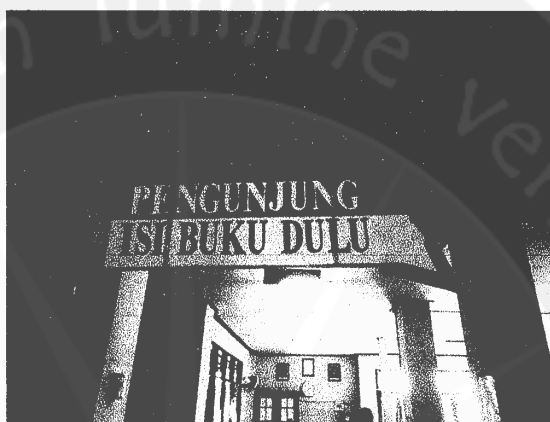
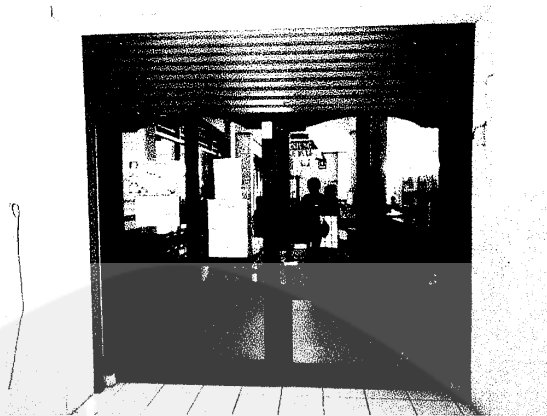




LAMPIRAN 5

(Foto fasilitas ruang pendukung lainnya (di lantai 1 & 2))



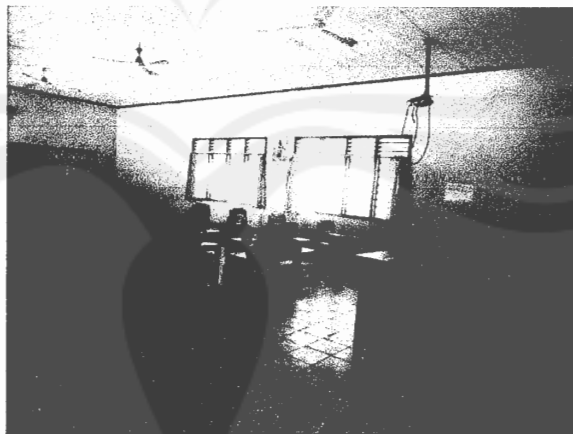
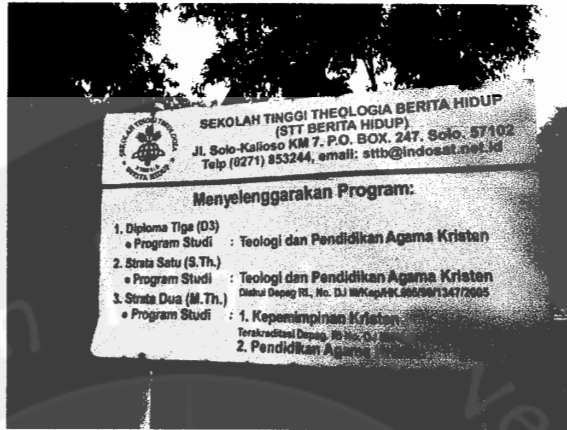


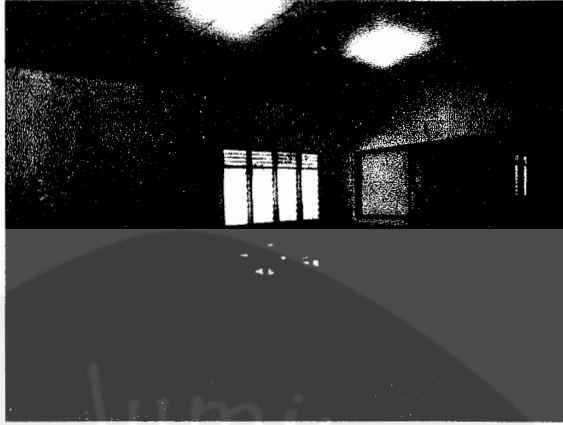




LAMPIRAN 6

(Foto survey beberapa aset Yayasan Berita Hidup)









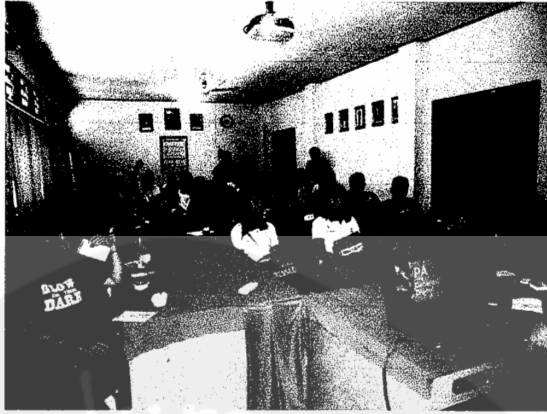
LAMPIRAN 7

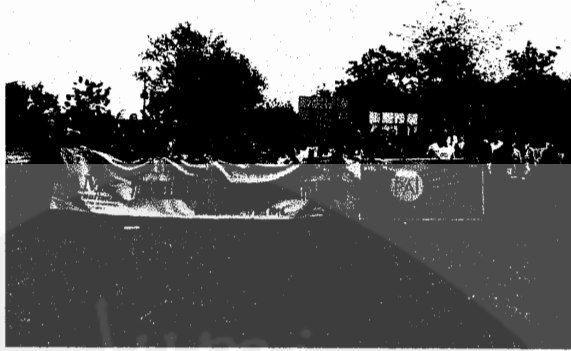
(Foto *event* yang diselenggarakan organisasi)











LAMPIRAN 8

DAFTAR NAMA STAF & KARYAWAN YAYASAN BERITA HIDUP

No.	NAMA	JABATAN
1	Dr. Marulak Pasaribu, D.Min.	Ketua Program Pasca Sarjana
2	Davidson M. Nesy, M.Th.	Ketua STT Berita Hidup
3	Yohanes Sampe	Staf Vehicle & Public Assistant
4	Estefanus Takaendengan	Staf Keuangan Dep P3J
5	Esther Sulistyowati, S.Pak.	Staf TU-STTB
6	Satijo	Staf Maintenance & Courier
7	Kristianus Lasiman, S.Th.	Kepala SMTK
8	Yohana Natal, M.Pdk.	Staf Bible Course & Bookkeeping
9	Febrian Lumintang, M.Th.	Kepala Departemen PASU
10	Wahyu Wahono A.K, M.Th.	Direktur Badan Pengurus Berita Hidup
11	Samuel Sutrisno	Staf Vehicle & Public Assistant
12	Tri Muryani, A.Md.	Sekretaris
13	Warsino Hadi Martono	Staf Keamanan
14	Ir. Stevanus Sugito	Staf Keuangan STTB
15	Andri Kusyanto, S.Th.	Kepala Perpustakaan
16	Andreas F. Agustinus, S.Th.	Staf Administration & Bookkeeping
17	Drs. S. Suryana Adi	Humas
18	Daniel Kisowo Widi	Kepala Departemen P3J
19	Dr. H. Budiyan, M.Th.	Puket I SRRB
20	Yuli Ismiyati	Bendahara
21	Dina Kristiani, M.Th.	Puket I STTB
22	Yafet Paembonan, M.Pd.K.	Ketua Prodi PAK
232	Daniel Suhadi, M.Th.	Ketua Prodi Theologia
24	Bukit Arimatea	Staf Perpustakaan
25	Victor Tugan	Staf Vehicle & Equipment
26	Isak Bagaisar	Staf Keamanan
27	Etika Saragih, M.Pd.	Kepala Departemen

28	Lewi Eko Sugiharto	Kepala TU STTB
29	Daniel Fajar	Staf TU SMTK
30	Iksantoro	Puket III STTB
31	Dany Yonathan	Kepala Asrama STTB
32	Siti Rochaini	Staf TU SMTK
33	Yochebed Malau	Staf TU STTB
34	Djumadi	Tenaga Keamanan
35	Wakiman	Tenaga Kebersihan

(Sumber : Arsip Sekretaris Yayasan Berita Hidup, 2016)



LAMPIRAN 9

DAFTAR RADIO MINISTRY YAYASAN BERITA HIDUP

No.	Nama Stasiun Radio	Lokasi/daerah
1	Immanuel FM	Solo, Jawa Tengah
2	RRI FM	Solo, Jawa Tengah
3	Sion FM	Karanganyar, Jawa Tengah
4	Sebayu FM	Tegal, Jawa Tengah
5	Gama FM	Tegal, Jawa Tengah
6	Suara Wacana FM	Tegal, Jawa Tengah
7	Citra Pertiwi FM	Slawi, Tegal
8	Love FM	Yogyakarta
9	RCB FM	Banyuwangi, Jawa Timur
10	Gama Alethe FM	Banyuwangi, Jawa Timur
11	Permai FM	Banyuwangi, Jawa Timur
12	Fresh FM	Banyuwangi, Jawa Timur
13	Harmoni FM	Blitar, Jawa Timur
14	IN FM	Kebumen, Jawa Tengah
15	Rema FM	Nganjuk, Jawa Timur
16	Mitra FM	Purworejo, Jawa Tengah
17	X FM	Blora, Jawa Tengah
18	Khumbaya FM	Kudus, Jawa Tengah
19	Suara Agape FM	Salatiga, Jawa Tengah
20	Rajawali FM	Tulungagung, Jawa Timur
21	RSPD FM	Boyolali, Jawa Tengah
22	Radio Suara Pasar FM	Kulon Progo, Yogyakarta
23	Prasasty FM	Siliragung, Banyuwangi
24	Petra FM	Kaliurang, Yogyakarta

(Sumber : Arsip Kepala Departemen P3J, 2016)



Berdiri 1978

BERITA HIDUP

Terdaftar ulang di Departemen Agama RI No. 77 tahun 1990
(Sesuai Undang-undang No. 8 Tahun 1985)
Jl. Solo - Kalioso Km. 7 Dk. Selorejo, Rt 02 Rw. 09
Ds. Wonorejo, Kec. Gondangrejo, Kab. Karanganyar, 57182, Jawa Tengah
Alamat Surat : P.O. Box 247 Solo 57102
Telp. (0271) 853323, Fax. (0271) 854178,
email: apostolosministry@yahoo.co.id; sugenga@amgindonesia.org

SURAT KETERANGAN MAGANG No. 076/BPG-YBH/UAJY/VIII/2016

Badan Pengurus Yayasan Berita Hidup dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Laura Elisabeth Kumambong
Universitas : Atma Jaya Yogyakarta
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Alamat : Jalan Bangau VI / 3 Gondang, Surakarta

Telah melakukan magang (KKL) di Yayasan Berita Hidup mulai dari tanggal 1 Juli 2016 – 12 Agustus 2016. Selama magang di Yayasan Berita Hidup, Sdri. Laura Elisabeth K. mempelajari tentang perantara Public Relations dalam menjalankan aktivitas hubungan media dan membantu beberapa pekerjaan yang terkait dengan keberadaan Yayasan Berita Hidup.

Demikian Surat Keterangan Magang ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya dan atas kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Surakarta, 12 Agustus 2016










Yayasan Berita Hidup


Wahyu Wahono AK. M.Th.

Direktur

LEMBAR KEGIATAN KKL

(Tanggal : 1 Juli – 12 Agustus 2016)

No.	Hari/Tanggal	Jam	Departemen	Kegiatan	TTD
1	Jumat, 1 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Pertemuan Mahaasiswa KKL	
2	Sabtu, 2 Juli 2016	Libur	-	-	-
3	Minggu, 3 Juli 2016	Libur	-	-	-
4	Senin, 4 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	visitasi ke Departemen - Departemen	
5	Selasa, 5 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Mengikuti briefing Humas.	
6	Rabu, 6 Juli 2016	Libur	-	-	-
7	Kamis, 7 Juli 2016	Libur	-	-	-
8	Jumat, 8 Juli 2016	Libur	-	-	-
9	Sabtu, 9 Juli 2016	Libur	-	-	-
10	Minggu, 10 Juli 2016	Libur	-	-	-
11	Senin, 11 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	membuat undangan Nest.	
12	Selasa, 12 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Membuat proposal Nest ke dosen - dosen.	
13	Rabu, 13 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Membantu menginput Laporan	
14	Kamis, 14 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Membantu menginput Dosen/dosen.	
15	Jumat, 15 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Membantu manan jemahkan surat	
16	Sabtu, 16 Juli 2016	Libur	-	-	-
17	Minggu, 17 Juli 2016	Libur	-	-	-
18	Senin, 18 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Membantu manan jemahkan surat	
19	Selasa, 19 Juli	07.45 – 16.00	Humas	Membantu ty bank	

	2016				
20	Rabu, 20 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	membantu orang cetak di dalam majalah	A
21	Kamis, 21 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Membantu orang cetak di dalam majalah	A
22	Jumat, 22 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Membantu orang edit majalah	A
23	Sabtu, 23 Juli 2016	Libur	-	-	-
24	Minggu, 24 Juli 2016	Libur	-	-	-
25	Senin, 25 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	membantu orang edit majalah	A
26	Selasa, 26 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Mendata respon dan majalah	A
27	Rabu, 27 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Mendata respon dan majalah	A
28	Kamis, 28 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Membantu persiapan siaran radio	A
29	Jumat, 29 Juli 2016	07.45 – 16.00	Humas	Visitan/berjangan ke stasiun radio	A
30	Sabtu, 30 Juli 2016	Libur	-	-	-
31	Minggu, 31 Juli 2016	Libur	-	-	-
32	Senin, 1 Agustus 2016	07.45 – 16.00	Humas	Mengikuti pertemuan responden	A
33	Selasa, 2 Agustus 2016	07.45 – 16.00	Humas	Mengikuti pertemuan rutin kantor	A
34	Rabu, 3 Agustus 2016	Ijin tidak masuk	-	Mengikuti siaran radio	A
35	Kamis, 4 Agustus 2016	07.45 – 16.00	Humas	Visitan aset Berita Helaap	A
36	Jumat, 5 Agustus 2016	07.45 – 16.00	Humas	Membantu persiapan Balesos	A

37	Sabtu, 6 Agustus 2016	Libur	-	-	-
38	Minggu, 7 Agustus 2016	Libur	-	-	-
39	Senin, 8 Agustus 2016	07.45 – 16.00	Humas	Membantu persiapan Cerdas Cermat	<i>[Signature]</i>
40	Selasa, 9 Agustus 2016	07.45 – 16.00	Humas	Mendokumenkan hasil event Cerdas Cermat	<i>[Signature]</i>
41	Rabu, 10 Agustus 2016	07.45 – 16.00	Humas	Mengikuti evaluasi event yang sudah berlangsung	<i>[Signature]</i>
42	Kamis, 11 Agustus 2016	07.45 – 16.00	Humas	Kenyak atletik di kantor.	<i>[Signature]</i>
43	Jumat, 12 Agustus 2016	07.45 – 16.00	Humas	Perpisahan dengan staf dan karyawan	<i>[Signature]</i>

Surakarta, 12 Agustus 2016

Kepala Kantor/Direktur

Kepala Bagian/Departemen

[Signature]
(Wahyu Wahono A.K, M.Th)



[Signature]
(Drs. Sugeng S. Adi)

Keterangan :

*Sabtu-Minggu = libur kantor

*Tanggal 6-8 Juli 2016 = libur Idul Fitri

LAMPIRAN 12

NASKAH SIARAN *ON AIR* - RADIO IMANUEL, SOLO

Waktu : Rabu, 3 Agustus 2016
Program : Pesona Fajar
Audiens : Semua orang (umum)
Topik : Tidak ada yang abadi di dunia ini
Judul : Dunia dan Segala Isinya sedang Menuju Proses Lenyap
Pembicara : Wahyu Wahono, S.Th, M.A (Direktur Pusat Yayasan Berita Hidup)

NO	Sbr	Naskah dan Lagu
01	Opr	: Kaset pujian.....
02	P. Wahyu	<p>: Saudara yang terkasih pendengar yang berbahagia selamat berjumpa kembali dengan kami Yayasan Berita Hidup. Bahagia sekali saat ini saya Wahyu Wahono dapat menjumpai pendengar dimanapun berada dan bagaimanapun keadaan Anda. Bagaimana dengan kabar Anda saat ini? Harapan kami Anda dalam keadaan baik, dan sukacita melimpah dalam kehidupan pendengar.</p> <p>Pendengar yang berbahagia akhir-akhir ini banyak orang yang cemas, banyak orang kurang menyadari bahwa kecemasan merupakan keadaan yang membahayakan dan dapat membunuh seseorang. Henry Ward Beecher menyatakan, “Yang membunuh orang bukannya pekerjaan, melainkan kecemasan. Pekerjaan membuat orang berbadan sehat. Anda jarang sekali bisa membebani orang dengan hal yang tidak mampu ia tanggung. Kecemasan bagi badan adalah laksana karat bagi sebilah pisau. Bukannya perputaran yang merusakkan mesin, melainkan gesekannya. Ketakutan menghasilkan asam; kasih dan kesetiaan adalah juice yang manis.” Bagaimana dengan Anda saat</p>

ini, apakah Anda sedang dilanda kecemasan?

03 Opr : Kaset pujian.....

04 P. Wahyu : Saudara, kecemasan laksana orang tua yang sulit menegakkan kepala karena sedang memikul bulu yang ia kira sebuah meriam. Jika seseorang orientasi pikirannya hanya pada perkara atau masalah dunia, maka tidak menutup kemungkinan orang yang demikian akan dilanda kecemasan. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk menyadari bahwa apa yang ada di dunia ini akan lenyap dan sekarang sedang menuju proses lenyap.

Saudara, Anda mungkin pernah mendengar nama Howard R. Hughes seorang milyader. Pada usia 20 tahun, Mr. Hughes mewarisi sebuah perusahaan yang besar dan dari perusahaan ini ia mengembangkan serta membangun perusahaan yang amat besar hingga menjadi kerajaan finansial. Bisnisnya meluas ke perusahaan penerbangan, industri pesawat terbang, dan tanah yang sangat luas, kasino serta bioskop dalam jumlah sangat besar. Ia menikah dengan beberapa perempuan muda yang paling cantik di abad 20. Namun dalam kesuksesannya yang luar biasa itu, ia meninggal dunia dalam keadaan yang menyedihkan. Ia meninggal pada tahun 1976 sebagai seorang petapa yang menyedihkan. Mr. Hughes memiliki segalanya di dunia ini, tetapi hanya mendapatkan kehampaan sebagai balasannya.

05 Opr : Kaset pujian.....

Saudaraku, kita harus menghindari semua hal yang berasal dari dunia Ini yaitu semua hal yang tidak berasal dari Tuhan Sang Pencipta dan dihasilkan dari tatanan dunia yang jahat. Sederhana saja, jika kita bekerja sama dengan dosa, maka kita akan menjadi seperti dosa. Jika kita mencintai cara dunia bekerja melebihi cara Sang Pencipta alam

semesta ini, maka kita akan mengabaikan kasih Ilahi.

Howard Hughes menggunakan hawa nafsu mata, hawa nafsu daging, dan keangkuhan hidup seperti yang orang lain juga dapat perbuat.

Hughes dulu berkelimpahan sukses, yaitu suatu standar duniawi yang dicapai melalui tiga saluran dosa (keinginan daging, keinginan mata, dan keangkuhan hidup). Saudara, jika Anda mencapai puncak sukses dengan menggunakan tiga saluran tersebut, maka Anda tidak akan memiliki jaminan sukses. Barangkali pendengar menaruh kasihan kepada Hughes, tetapi saya memberitahu Saudara bahwa ia hanyalah ahli kelas duniawi semata. Dari semua yang pernah hidup, ia hanyalah salah satu yang terbaik dalam mencintai dunia, maka lihatlah hal yang ia terima yaitu kehidupan yang tragis dan mengerikan. Tentu Saudara tidak ingin mengikuti jejaknya, sebab Saudara juga tidak ingin mengalami nasib seperti Hughes.

06 Opr : Kaset pujian.....

07 P. Wahyu : Mungkin Saudara sebagai pendengar setia kami ingin bertanya terkait topik kita pada malam hari ini? Untuk itu saya memberi waktu bagi Saudara yang ingin menelpon langsung ke nomor telepon Radio Imanuel, Solo.....

Bagi Anda yang belum sempat bertanya melalui siaran on air ini, maka kami juga dengan senang hati menerima pertanyaan, konsultasi, dan permohonan doa Saudara, silahkan hubungi kami Berita Hidup, PO Box 247 Solo 57102, Telepon : 0271 853323 / 854178, (email : deptpi@indo.net.id).

Sampai di sini dulu perjumpaan kita dan sampai jumpa.....