

Everything You Should Know About **PUBLIC RELATIONS**

presented by :

B.Natalia Sari Pujiastuti, S.Psi, M.Si

Exclusive for
**YAYASAN PENDIDIKAN NASIONAL KARANGTURI
SEMARANG
2015**

KONSEP DASAR PUBLIC RELATIONS

PUBLIC Relations (PR) dapat berfungsi kalau didukung oleh manajemen. *It's usefull to management as management wants it to be.* Ia tidak dapat bekerja sendirian dalam suatu organisasi. Sehebat apa pun, tanpa dukungan positif manajemen, maka PR tidak akan dapat berfungsi. PR bukanlah pemadam kebakaran yang hanya diperlukan ketika muncul krisis, melainkan lembaga yang memang sengaja dibentuk sebagai usaha yang berkelanjutan dan terencana, bukan *ad hoc*. Ia adalah bagian dari strategi perusahaan, yang menyampaikan kebenaran (*truth*) melalui cara-cara yang strategis.



KONSEP DASAR PUBLIC RELATIONS

PR merupakan lembaga yang penting dalam suatu organisasi. Ia berperan dalam mengatasi krisis manajemen, ikut menentukan reputasi manajemen, membentuk *corporate good governance*, maupun *corporate social responsibility*.

9 PRINSIP PUBLIC RELATIONS

1. Menjaring relasi dengan komunitas sekitar
2. Membangun kultur positif yang sekarang disadari sebagai hal yang vital untuk perubahan organisasi
3. Komunikasi adalah strategi untuk membentuk kultur organisasi
4. Menyadari arti pengembangan aktualisasi diri sebagai bagian hal yang dibutuhkan oleh karyawan

9 PRINSIP PUBLIC RELATIONS

5. Pengembangan relasi dengan media yang sekarang bertambah kompleks
6. Penanganan masalah yang harus dilakukan lebih cepat
7. Selalu siap menghadapi krisis
8. Peningkatan kemampuan dalam menulis karena penulisan merupakan inti dalam komunikasi organisasi
9. Penyampaian kebenaran (truth) merupakan keniscayaan yang harus disampaikan.



9 PRINSIP PUBLIC RELATIONS

Sembilan prinsip tersebut yang menuntut PR untuk bisa menjadi “jembatan” antara perusahaan, karyawan, dan pelanggan (customer). Interaksi yang harmonis antara ketiga komponen itu merupakan sasaran yang penting bagi PR.

DEFINISI PR

Rex F. Harlow

1. PR sebagai metode komunikasi (method of communication) → PR merupakan rangkaian atau sistem kegiatan (order or system of action) melalui kegiatan komunikasi yang khas. Implikasinya setiap anggota institusi dituntut untuk dapat menjalankan fungsi-fungsi kehumasan
2. PR sebagai perwujudan (state of being) → perwujudan kegiatan komunikasi yang “dilembagakan” ke dalam bentuk biro, bagian, divisi, atau seksi. Terdapat orang yang memimpin atau pejabat Humas / PRO



FUNGSI HUMAS

EDWARD L. BERNAY

1. Memberikan penerangan pada masyarakat
2. Melakukan persuasi untuk mengubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung
3. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu badan / lembaga sesuai dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya

FUNGSI HUMAS

Cutlip, Centre & Canfield

1. Menunjang aktivitas utama manajemen dalam mencapai tujuan bersama
2. Membina hubungan yang harmonis antara badan / organisasi dengan publiknya
3. Mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan dengan opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan institusi yang diwakili
4. Melayani kepentingan publiknya dan memberikan saran kepada pimpinan untuk tujuan dan manfaat bersama
5. Menciptakan komunikasi dua arah timbal balik, dan mengatur arus informasi, publikasi serta pesan dari institusi

FUNGSI HUMAS

Rhenald Kasali

“Fungsi manajemen Humas yang bertujuan untuk mengembangkan persepsi terbaik bagi suatu lembaga, organisasi, perusahaan atau produknya terhadap segmen masyarakat yang kegiatannya langsung ataupun tidak langsung mempunyai dampak bagi masa depan organisasi, lembaga, perusahaan dan produknya.”

CIRI KHAS KEGIATAN HUMAS

1. Terdapat kegiatan tertentu (action)
2. Kegiatannya jelas (activities)
3. Adanya perbedaan lain yang khas dengan kegiatan lain (different)
4. Terdapat suatu kepentingan tertentu
5. Ada kepentingan bersama
6. Terdapat komunikasi dua arah timbal balik (reciprocal two ways traffic communication)

PROGRAM KERJA PUBLIC RELATIONS

1. CORPORATE COMMUNICATIONS, menyampaikan informasi terkait mengenai visi dan misi corporate culture melalui internal bulletin, corporate advertisement dll.
2. INDUSTRIAL / EMPLOYEE RELATIONS , menciptakan image yang positif dan menumbuhkan loyalitas pada karyawan sehingga merasa nyaman bekerja melalui kegiatan-kegiatan spiritual, pemberian bea siswa, orientasi pada karyawan baru, meeting rutin dengan SPSI
3. GOVERNMENT RELATIONS, menjalin hubungan baik dengan pihak pemerintahn khususnya instansi terkait dengan jenis usaha.
4. MEDIA RELATIONS, menciptakan hubungan yang harmonis dengan media melalui kegiatan kunjungan ke kantor redaksi, media monitoring, penyampaian release, informal meeting dengan editor/wartawan

PROGRAM KERJA PUBLIC RELATIONS

5. DISTRIBUTOR RELATIONS, menjalin hubungan baik dengan pihak distributor melalui kegiatan meeting tahunan dan kegiatan olah raga
6. COMMUNITY RELATIONS, menjalin hubungan baik dengan lingkungan sekitar melalui event, kegiatan bea siswa, pertemuan dengan pimpinan lingkungan (RT/RW), rekrutment tenaga kerja sesuai dengan rekrutment dengan mementingkan tenaga kerja dari lingkungan sekitar.
7. UNIVERSITY RELATIONS, pengadaan kegiatan bea siswa, menjalin hubungan dengan pihak rektorat, seminar roadshow dll.

PERANAN, RUANG LINGKUP TUGAS DAN SASARAN KEGIATAN HUMAS

Dozier & Broom

1. Penasehat ahli → bersifat konsultatif, praktisi humas bertindak ibarat dokter yang melayani pasien
2. Fasilitator komunikasi → bertindak sebagai mediator antara institusi dengan publik
3. Fasilitator pemecahan masalah → PR menjadi bagian dari tim manajemen, menjadi penasihat dalam mengatasi krisis
4. Teknisi komunikasi → hanya menyediakan layanan teknis komunikasi

KONSEP KEMAMPUAN PR

1. Managerial Skill → kemampuan konseptual paling dominan; berperan sebagai expert prescriber
2. Human Relations Skill → Kemampuan Konseptual dan teknis hampir seimbang; berperan sebagai problem solves facilitator atau communication facilitator
3. Technical Skill → Kemampuan teknis dominan; berperan sebagai communication technician

KEGIATAN & SASARAN HUMAS

Fayol

1. Membangun Identitas dan Citra Institusi
2. Menghadapi Krisis
3. Mempromosikan aspek kemasyarakatan

PENDEKATAN KEGIATAN HUMAS

- Manipulatif → PR berupaya untuk mengubah / mempengaruhi opini publik untuk tujuan institusi
- Kuratif → pemulihan atau perbaikan terhadap citra negatif sehingga menjadi citra positif
- Preventif → mencegah citra negatif yang dapat merugikan institusi

PENDEKATAN KEGIATAN HUMAS

- Promosional → mendorong atau memotivasi usaha komersial untuk kepentingan profit
- Pendidikan → memberikan informasi atau menyebarkan program pendidikan dan iptek kepada publik
- Misi → menanamkan kesadaran publik atas misi institusi



KEGIATAN HUMAS

1. Penelitian
2. Perencanaan
3. Pengorganisasian
4. Administrasi
5. Produksi
6. Partisipasi Komunitas
7. Nasihat