

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Public Relations Dalam Komunikasi

Pada dasarnya public relations itu bukan humas karena sudah lazim di pemerintah daerah dikatakan humas, maka public relations diartikan Humas.

Public relations adalah merupakan segala bentuk komunikasi berencana ke luar dan ke dalam antara sebuah organisasi dengan publik untuk mencapai tujuan sasaran-sasaran tertentu yang berhubungan dengan saling pengertian (mutual understanding) (Abdurrahman, 1995).

Sedang menurut Prof. Onong Uchjana Effendy public relations adalah merupakan suatu teknik komunikasi apabila dilakukan oleh seorang dari pimpinan organisasi, dapat juga merupakan suatu metode komunikasi jika dijalankan oleh suatu lembaga dalam sebuah organisasi, lembaga tersebut dapat dinamakan biro, bagian, seksi, dan lain-lain.

Tapi dalam operasinya public relations selalu atau paling banyak melakukan komunikasi kepada publik di sekelilingnya. Kegiatan public relations juga menuntut kegiatan usaha yang imajinatif di samping harus mempunyai tanggung jawab penuh agar kegiatan ini dapat menetapkan Good Will yang baik, karena public relations yang tugasnya sebagai pencipta citra instansi/lembaga di mana kegiatan public relations ini dilakukan public relations dalam menciptakan citra atau Good Will yang baik ini harus mengadakan komunikasi.

Public relations dalam konteks komunikasi harus melakukan komunikasi ke dalam (internal communications) dan komunikasi ke luar (external

communications). Komunikasi internal merupakan komunikasi yang dilakukan masih didalam lingkungan organisasi/instansi/perusahaan dengan cara mengamati keseluruhan aktivitas karyawan di instansi/perusahaan mengadakan observasi antara pimpinan dengan bawahan hingga terjalin hubungan kerjasama yang baik. Komunikasi external dilakukan untuk menjalin hubungan masyarakat sekitar, sehingga diperusahaan/instansi terjalin hubungan yang baik dan harmonis antara internal dan external , hingga *Good Will* yang baik akan kita dapatkan.

2. 2. *Public Relations (PR)*

Public relations pada intinya adalah menciptakan citra perusahaan/instansi yang baik.

Public relations dipemerintahan maupun di perusahaan mempunyai persamaan yaitu memberikan layanan kepada publiknya secara memuaskan dan baik. Akan tetapi dalam kegiatan *public relations* diperusahaan berbeda dengan PR di instansi pemerintah, karena *public relations* perusahaan akhir dari kegiatannya untuk menunjang profit disamping citra, sedang *public relations* di pemerintah profit tidak ada, yang ada adalah *service*, jasa untuk kepentingan publik disamping citra.

Tugas *public relations* dalam menciptakan *image Building*, menetapkan citra yang baik yaitu dengan cara lebih banyak memberikan informasi (*telling*), memberikan motivasi (*selling*), dan melakukan komunikasi dua arah (*two way communications*). (Jeffkins, 1992: 2)

2.3. *Public Relations* dalam Penyampaian Berita

Dalam penyampaian berita seorang *Public Relations Officer (PRO)* harus membuat *press release* untuk media, mengadakan jumpa pers dan kegiatan lain yang berhubungan dengan media, agar segala kebijakan yang dibuat bisa dikenal, diterima hati khalayak hingga timbul opini publik dalam penyampaian informasi tentang kebijakan tertentu seorang PRO harus lebih dulu mengadakan *fact finding* dan mengadakan evaluasi atas kebijakan itu agar mendapat opini publik yang positif.

2.4. *Public Relations* Dalam Fungsi Management

Public relations dalam fungsi management yaitu menciptakan kebijaksanaan dan tindakan untuk memenuhi permintaan publik dan mempengaruhi publik agar mengetahui kebijakan-kebijakan dan tindakan-tindakan tersebut serta untuk menciptakan opini publik dan sikap positif publik terhadap organisasi atau lembaga yang bersangkutan. (Onong Uchyana, *Human Relations dalam Management*, 1983)